

Благодаря установлению долгосрочных отношений с поставщиками и оптимизации стратегии закупок ожидается, что стоимость закупок сырья будет снижаться год от года. В то же время повышение эффективности управления запасами и снижение стоимости запасов будет способствовать дальнейшему повышению эффективности использования капитала компании и обеспечит более адекватную финансовую поддержку деятельности и развития компании. Ожидается, что диверсифицированные стратегии инвестирования и хеджирования позволят эффективно снизить влияние политических рисков на бизнес и сохранить стабильную маржу чистой прибыли. Комплексная система управления рисками повысит способность компании противостоять рыночным и политическим рискам и обеспечит ее долгосрочные интересы и стабильное развитие. Увеличение расходов на охрану окружающей среды, как ожидается, улучшит экологический менеджмент, сократит выбросы в процессе производства и снизит операционные расходы. Увеличение экологических показателей повысит имидж корпоративной социальной ответственности, будет способствовать сбалансированному развитию экономики, общества и окружающей среды, а также завоеует большее общественное признание и доверие рынка к компании.

#### Библиографические ссылки

1. Политика предприятия ОАО «Беларуськалий» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belaruskali.by/politika> (дата обращения: 01.05.2024).

УДК 336.717

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОДЕРЖАНИЯ И ВИДОВ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

С. А. Чаган<sup>1)</sup>, А. В. Вериго<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,  
e-mail: soniyachagan@icloud.com

<sup>2)</sup> кандидат экономических наук, доцент, Белорусский государственный университет, г. Минск,  
Беларусь, e-mail: anverigo@yandex.ru

В данной статье проводится теоретическое исследование экономического содержания понятия «банковские продукты». Дается краткая характеристика видов банковских продуктов. Рассмотрены основные аспекты эффективного взаимосвязанного управления активными и пассивными операциями банка.

**Ключевые слова:** банк; банковский продукт; активные операции; пассивные операции.

## THEORETICAL ASPECTS OF CONTENT AND TYPES OF BANKING PRODUCTS

S. A. Chagan<sup>1)</sup>, A. V. Verigo<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, e-mail: soniyachagan@icloud.com

<sup>2)</sup> PhD in economics, associate professor, Belarusian State University, Minsk, Belarus,  
e-mail: anverigo@yandex.ru

This article conducts a theoretical study of the economic content of the concept of «banking products». A brief description of the types of banking products is given. The main aspects of effective interconnected management of active and passive operations of the bank are considered.

**Keywords:** bank; banking product; active operations; passive operations.

Основная задача банковской деятельности – достижение приемлемой рентабельности деятельности банка при достаточной ликвидности и безопасности его функционирования, для чего банк должен обладать необходимым объемом качественных финансовых ресурсов и не менее эффективным и безопасным их размещение. В современных условиях хозяйствования банки вынуждены искать все новые формы и виды банковских продуктов. Любое развитие основано на всестороннем изучении прошлого опыта, его сильных и слабых сторон.

На сегодняшний день до сих пор не существует единого мнения в части содержания банковского продукта. Профессор О. И. Лаврушин утверждает, что «банк как специфическое предприятие производит продукт особого рода в виде денег, платежных средств». В свою очередь зарубежный экономист П. С. Роуз под банковским продуктом понимает финансовые услуги и другие специфические виды деятельности. Под банковским продуктом также понимают комплекс специфических банковских услуг, предоставляемых-х клиенту с целью удовлетворения различных потребностей. Общим у всех существующих подходов является то, что все авторы считают, что банковский продукт должен обязательно приносить прибыль.

В управленческой практике банковские продукты существуют в двух выражениях: «как совокупность источников их формирования (пассивы) и как совокупность направлений и объектов их размещения (активы). В зависимости от конкретных принципов управления банковскими продуктами может использоваться пассивная форма их выражения, или активная» [1].

Существуют разные признаки классификации банковских продуктов [2]. Банковский продукт бывает: единичный (индивидуальный продукт, который имеет четко определенный круг своих покупателей) и массовый (выпускается в расчете на широкий круг потребителей и инвесторов); лимитированный (объем выпуска строго котируется, например, акции, облигации и т. п.) и нелимитированный (объем выпуска не ограничен никакими квотами, например, пластиковые расчетные и кредитные карты, банковские счета и т. п.); доходные (продукты, которые размещаются в активы, приносящие банку текущие доходы) и затратные (продукты, результатом реализации которых является привлечение денежных средств и формирование ресурсной базы).

Банк предоставляет следующие основные виды банковских продуктов (услуг): кредитные услуги – основной вид активных операций банка по предоставлению средств клиентам на условиях платности, срочности и возвратности; инвестиционные услуги – предоставление клиенту возможностей инвестирования денежных средств в ценные бумаги, недвижимое или движимое (драгоценные металлы, произведения искусства) имущество; услуги, связанные с внешнеэкономической деятельностью, в том числе валютные услуги – открытие валютных счетов, купля-продажа валюты; предоставление валютных кредитов и т. п.); трастовые услуги – операции по управлению имуществом и выполнению других услуг по поручению и в интересах клиента на правах его доверительного лица; депозитарные услуги – услуги по хранению (депонированию) ценных бумаг, а также по их обслуживанию; консультационные услуги – финансового, банковского и правового характера.

Для комплексного удовлетворения потребностей клиентов создаются специальные пакеты банковских продуктов.

Банковские услуги имеют следующие особенности: они в основном абстрактны, т.е. не имеют материальной субстанции, которые приобретают конкретный характер на основе договорных отношений; оказание услуг связано с использованием денег в различных формах и качествах; купля-продажа большинства банковских услуг может быть растянута во времени.

Внедрение нового банковского продукта на рынок должно опираться на сильные стороны деятельности банка. Процесс создания, внедрения и снятия банковского продукта (услуги) проходит ряд этапов: поисковые исследования, выработка идей нового или совершенствование существующего продукта; маркетинговые исследования; испытание продукта в рыночных условиях и анализ его результатов, выведение продукта на рынок, а также дальнейшая его модернизация или снятие его с рынка.

Процесс управления финансовыми ресурсами, мобилизованными банком, имеет не только количественную, но и качественную сторону. В контексте взаимосвязанного и эффективного управления активными и пассивными операциями банка и формирующими их банковскими продуктами перед любым банком стоит задача эффективного размещения всех видов ресурсов, которое возместило бы как минимум затраты по их привлечению и обеспечило формирование прибыли, а также выполнение требований Национального банка Республики Беларусь по нормативами безопасного функционирования. Специалисты банка в процессе управления должны обеспечить количественное и качественное соответствие между размерами, сроком и характером имеющихся в распоряжении ресурсов, и направлениями их вложений в различные виды активов.

Организация процесса взаимосвязанного управления активами и пассивами организации должна учитывать состав и структура банковских ресурсов, которые оказывают непосредственное влияние не только на масштабы кредитных и других активных операций банков, но и на их качество, как следствие позволяет получать большие суммы доходов с меньшим риском при прочих равных условиях на финансовом рынке. Состав и структура банковских ресурсов влияют на ликвидность и платежеспособность банка. С учетом этого банки при формировании ресурсной базы должны проводить взвешенную политику, направленную на обеспечение максимальных финансовых результатов и оптимального уровня надежности.

Если банк испытывает трудности в притоке ресурсов, он вынужден пересмотреть и свою политику в области активных операций. При наличии конкретной программы в области активных операций банк может целенаправленно проводить пассивные операции по формированию недостающей части ресурсов» [3].

При оценке сроков погашения активов и возврата пассивов руководствуются теорией, метрологией и практикой формирования банковских продуктов, условиями договоров на осуществление этих операций и (или) законодательством, а также предполагаемыми сроками реализации (возврата) активов, исполнения обязательств.

Важное место при оценке ресурсной базы банка и направлений ее размещения имеет оценка риска. В банке должна быть организована эффективная система риск-менеджмента в соответствии с законодательством Республики Беларусь, международными требованиями и стандартами. Мониторинг и контроль рисков осуществляется при помощи количественных и качественных методов. Важное внимание уделяется концентрации риска, возникающей в результате неравномерного распределения задолженности. Банк оценивает риски на стадии предварительного и последующего контроля, а также определяет органы, ответственные за управление рисками. Особое внимание в процессе согласования активных и пассивных операций банка отводится управлению и контролю процентного риска (анализ чувствительности, стресс-тестирование, оценка влияния изменения процентных ставок на доход банка и пр.).

В заключении, реализация банковских продуктов и услуг – важнейший вид деятельности любого банка. Стратегической целью банка является увеличение прибыли посредством привлечения максимального числа клиентов, расширения рынка сбыта своих продуктов и услуг, увеличения рыночной доли. Процесс взаимосвязанного управления активными и пассивными операциями банка должен быть организован непрерывно и учитывать современные достижения теории и практики.

#### **Библиографические ссылки**

1. Кузякова, В. В. Понятия и классификация депозитов банка // Молодой ученый. 2019. № 19(78). С. 321–324.

2. Хафизова П. А. Банковские продукты (услуги): содержание и принципы размещения. CyberLenika [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskie-produkty-uslugi-soderzhanie-i-printsipy-razmescheniya>. (дата обращения: 02.03.2024).

3. Исаева Н. Х. Укрепление ресурсной базы коммерческих банков на основе инноваций [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ukreplenie-resursnoy-bazy-kommercheskih-bankov-na-osnove-innovatsiy> (дата обращения: 11.04.2023).

УДК 334.021

## **ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН КИТАЯ**

**Чан Цзялинь<sup>1)</sup>, Д. В. Шпарун<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup> студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,  
e-mail: [changjialin8866@gmail.com](mailto:changjialin8866@gmail.com)

<sup>2)</sup> кандидат экономических наук, доцент, Белорусский государственный университет, г. Минск,  
Беларусь, e-mail: [shparundina@gmail.com](mailto:shparundina@gmail.com)

В статье рассмотрены вопросы формирования инновационных стратегий повышения инвестиционной привлекательности свободных экономических зон Китая.

**Ключевые слова:** свободные экономические зоны; инновационные стратегии; инвестиционная привлекательность.

## **INNOVATIVE STRATEGIES FOR INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF CHINA'S FREE ECONOMIC ZONES**

**Chang Jialin<sup>1)</sup>, D. V. Shparun<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup> Student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, e-mail: [changjialin8866@gmail.com](mailto:changjialin8866@gmail.com)

<sup>2)</sup> PhD in economics, associate professor, Belarusian State University, Minsk, Belarus,  
e-mail: [shparundina@gmail.com](mailto:shparundina@gmail.com)

The article discusses the issues of developing innovative strategies to increase the investment attractiveness of free economic zones in China.

**Keywords:** free economic zones; innovative strategies; investment attractiveness.