

РИСКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ
Ткачев М.М., Перерва П.Г., Майстро Д.С.
Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
м. Харьков

Коммерческие банки, пытаются избежать штрафных санкций по нормативам кредитного риска, предлагают так называемые программы микрокредитования своих клиентов. Уменьшение кредитного риска банка достигается также путем соблюдения норм резервирования по кредитным операциям, диверсифицированными зависимостями от уровня риска конкретной операции. Здесь ключевым вопросом является определение общей суммы негативно классифицированных кредитов в портфеле банка. Эти данные публикуются в массмедийных изданиях наряду с обязательным отчетностью коммерческих банков. Высокая доля негативно классифицированных кредитов в кредитном портфеле банка является отрицательным явлением, как для кредиторов, так и для депозитариев банка.

О мерах управления кредитным риском на микроуровне можно говорить только в том случае, когда банки имеют в наличии достаточно эффективный инструментарий управления, который, в частности, включает: разработку и применение на практике методики оценки кредитоспособности клиента банка (в настоящее время каждый банк считает это коммерческой тайной); страхование кредитов в дочерних страховых компаниях (кэптивы); позволяет минимизировать риски банка, перекладывая их на страховую компанию, уменьшить расходы банка на страхование по сравнению с внешними страховщиками, обеспечить свои кэптивы клиентской базой; диверсификация кредитного портфеля; предоставление небланковых кредитов, т.е. кредитов обеспеченных имущественными ценностями, правами собственности, недвижимости и т.п.

По нашему мнению, сегодня, гораздо важнее учета "нетрадиционных" рисков, обусловленных диверсификацией деятельности банка, и эффективное управление ими. Это, прежде всего *инновационный риск*, то есть риск, связанный с внедрением новых банковских продуктов и банковских "ноу-хау".

Література:

1. Перерва П.Г. Анализ финансового состояния предприятия / П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – № 11-2. – С. 118-121.
2. Перерва П.Г. Управління інноваційною діяльністю // Маркетинг: Підручник / О.А.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський та ін., за ред. О.А. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1070 с.
3. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
4. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / А.О.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський та ін.; за ред. А.О.Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.