



**ეკონომიკური რეფორმა:
ანალიზი, პროგნოზები
პერსპექტივები**



**კომპერციული ბანკების საპროცენტო
პოლიტიკის ანალიზი**

ლელა ონიანი

ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასისტენტ-პროფესორი

საკრედიტო პორტფელის ფორმირების პროცესში კომერციული ბანკებისათვის მთავარი ორიენტირია საპროცენტო განაკვეთების სწორად განსაზღვრა აქტიურ და პასიურ ოპერაციებზე. ბანკთა-შორის კონკურენციული ბრძოლის პროცესში დგება მომენტები, როდესაც ბანკები იძულებულნი ხდებიან ანიონ ან დანიონ ფასები სასესხო და სადეპოზიტო პროდუქტებზე, რასაც შესაძლებელია ზოგიერთ შემთხვევაში სავალალო შედეგიც კი მოჰყვეს ბანკისათვის. ასე, მაგალითად, დეპოზიტებზე ფასების აწევის შემთხვევაში რესურსების შემოღინება იმდენად შეიძლება გაიზარდოს, რომ მათი აქტიურ ოპერაციებში განთავსება ზარალით დამთავრდეს, ან კიდევ პირიქით დეპოზიტებზე საპროცენტო განაკვეთების დაწევის შემთხვევაში რესურსების მოზიდვა იმდენად შეიძლება შემცირდეს, რომ საკრედიტო პორტფელის საკმარისი რესურსებით ფორმირება შეუძლებელი დარჩეს.

კომერციული ბანკების საპროცენტო პოლიტიკაზე გავლენას ახდენს რიგი ფაქტორები, რომლებიც გასათვალისწინებელია პოლიტიკის შემუშავების პროცესში. ეს ფაქტორები მათი გავლენის სფეროს მიხედვით დაყავით ორ ჯგუფად: შიდა და გარე ფაქტორებად.

- გარე ფაქტორები:

1. საქართველოს ეროვნული ბანკის მონეტარული პოლიტიკა;
2. საკრედიტო ბაზარზე მოთხოვნა-მიწოდებას შორის ურთიერთდამოკიდებულება;

3. ბაზარზე არსებული კონკურენციის დონე;
4. ქვეყანაში არსებული ბიზნესის კლიმატი.
5. ვალუტის გაცვლითი კურსის ცვალებადობა;
6. უცხოური ინვესტიციებისა და სესხების შემოღინების დონე.

- შიდა ფაქტორებია:

1. სესხებზე და დეპოზიტებზე საპროცენტო განაკვეთების რეგულირება;

2. რისკების შემცირება განაკვეთების მართვით;

3. კლიენტის სანდოობა;

4. პროდუქტების და მომსახურების სპეციფიკა: ვადების, უზრუნველყოფის ფორმების, კრედიტის მოცულობის, ხარჯებისა და კონტროლის მეთოდების მიხედვით (იხ. ნახაზი);

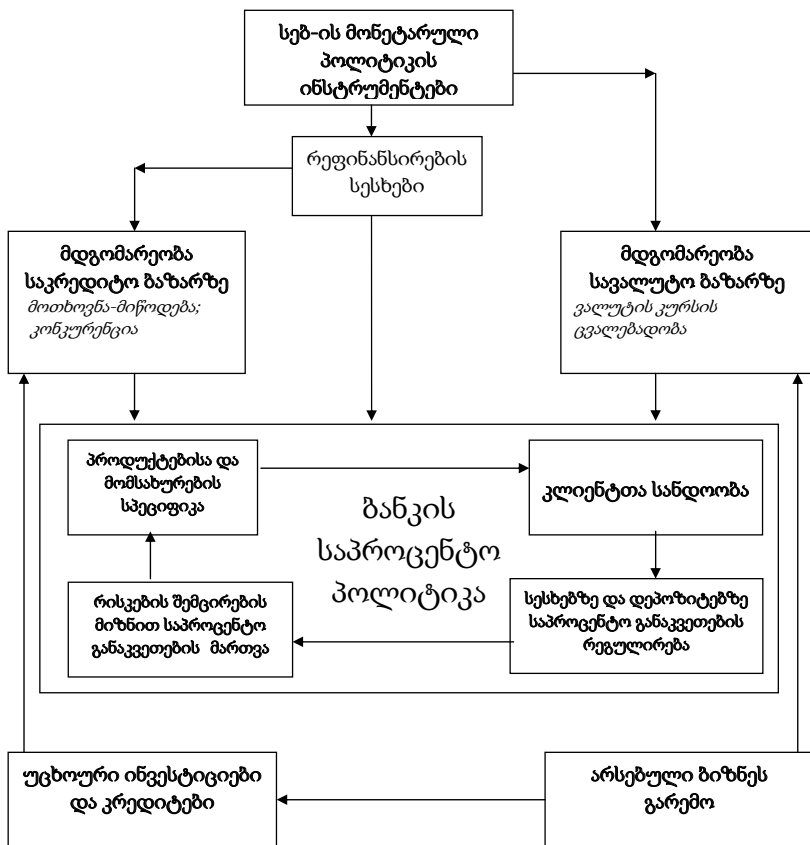
გავანალიზოთ თუ, როგორ გავლენას ახდენს თითოეული მათგანი საპროცენტო პოლიტიკაზე განსაკუთრებით დეპოზიტებთან და კრედიტებთან მიმართებაში.

საქართველოს ეროვნულმა ბანკი აქტიურად იყენებს მონეტარული პოლიტიკის ინსტრუმენტს — ერთკვირიანი რეფინანსირების სესხები. აღნიშნული ინსტრუმენტის საშუალებით ხორციელდება საბანკო სექტორისთვის მოკლევადიანი ლიკვიდობის, საჭიროებისამებრ მიწოდება. რეფინანსირების ინსტრუმენტის მიზანია ბანკთაშორის ბაზარზე მოკლევადიანი საპროცენტო განაკვეთის მართვა. ეროვნული ბანკი არის ლარის ბაზარზე მოკლევადიანი ლიკვიდობის ერთადერთი მიმწოდებელი, ამდენად მას აქვს საშუალება რეფინანსირების ინსტრუმენტით მიაღწიოს ბანკთაშორის ბაზარზე სასურველ საპროცენტო განაკვეთს. კერძოდ მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთის მართვით ეროვნული ბანკი ზეგავლენას ახდენს ბანკთაშორის ბაზარზე მოკლევადიან საპროცენტო განაკვეთზე, რაც გარკვეული პერიოდის შემდეგ აისახება კომერციული ბანკების ჯერ მოკლევადიან, ხოლო შემდგომ გრძელვადიან საპროცენტო განაკვეთებზე და საბოლოო ჯამში ქვეყანაში ერთობლივ მოთხოვნაზე.¹

საპროცენტო განაკვეთის სიდიდის ერთ-ერთი განმსაზღვრელია საკრედიტო ბაზარზე მოთხოვნა-მიწოდებას შორის არსებული

1 www.nbg.gov.ge

საპროცენტო პოლიტიკაზე მოქმედი
ფაქტორები



თანაფარდობა. თუ მოთხოვნა სესხებზე ეცემა, ხოლო რესურსების მიწოდება იგივე დონეზე რჩება, მაშინ საპროცენტო განაკვეთები მცირდება და პირიქით, როდესაც ცენტრალური ბანკი ამცირებს ეკონომიკის დაკრედიტებას, სასესხო საშუალებების მიწოდება იკლებს, რაც მოთხოვნის დონის უცვლელობის შემთხვევაში იწვევს საპროცენტო განაკვეთების დონის ზრდას.

რაც შეეხება ინფლაციის მოლოდინს, შეიძლება ითქვას, რომ ინფლაციის დონესა და საპროცენტო განაკვეთების დონეს შორის პირდაპირი დამოკიდებულებაა. ინფლაცია არსებით გავლენას ახდენს საპროცენტო განაკვეთებზე, კერძოდ ინფლაციის მოლოდინში კომერციული ბანკები იძულებულნი ხდებიან თავის დაზღვევის მიზნით გაზარდონ კრედიტებზე განაკვეთები.

ბანკთაშორის კონკურენციული ბრძოლის ერთ-ერთი მეთოდია საპროცენტო განაკვეთების შემცირება. კონკურენცია ეს არის ბაზარზე კომერციულ ბანკებს შორის ბრძოლის პროცესი პირველობის მოპოვებისა და ლიდერი ბანკის იმიჯის დამკვიდრებისათვის.

საბანკო კონკურენცია ხასიათდება რიგი თავისებურებებით, კერძოდ: განვითარების მაღალი ინტენსივობით, ვინაიდან საბანკო კონკურენციას არ გააჩნია შეჭრის ბარიერები, რაც სხვა ბიზნესსფეროებისთვისაა დამახასიათებელი. კომერციული ბანკის კონკურენტებად ბაზარზე ხშირად გამოდიან სპეციალიზებული არასაბანკო საფინანსო-საკრედიტო ინსტიტუტებიც, ამასთან კონკურენციული სივრცე წარმოდგენილია მრავალრიცხოვანი საბანკო ბაზრებით, სადაც ბანკები გამოდიან ზოგ შემთხვევაში მყიდველების, ზოგ შემთხვევაში კი გამყიდველების როლში.

უპირატესად კონკრეტული ხასიათის მატარებელია შიდადარგობრივი კონკურენცია, რაც დაკავშირებულია საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების დიფერენციაციასთან, ამასთან შეზღუდვები ფასების კონკურენციაში წინა პლანზე წევს საბანკო პროდუქტების მენეჯმენტისა და მარკეტინგის პრობლემებს.

საბანკო კონკურენციას აძლიერებს საბანკო პროდუქტებზე მოთხოვნების ზრდა და შესაბამისად შეიძლება ითქვას, რომ ბანკთაშორისი კონკურენცია ყოველთვის სასიკეთოდ ადგება მომხმარებელს, რაც შეიძლება თვითონ ბანკებისთვის ზოგ შემთხვევაში დამლუპველიც იყოს.

- ქვეყანაში არსებული ბიზნეს გარემო პირდაპირ დამოკიდებულებაშია ბანკების საპროცენტო განაკვეთებთან. თუ ქვეყანაში ბიზნესის განვითარება ზრდის ტენდენციით ხასიათდება, მაშინ საპროცენტო განაკვეთების ცვალებადობის ციკლი ემთხვევა ეკონომიკაში საქმიანი აქტივობის ციკლს, ხოლო როცა იწყება ეკონომიკაში

ნომიკური ვარდნა, შესაბამისად საპროცენტო განაკვეთებიც იწყებს კლებას.

ვალუტის გაცვლითი კურსი გამოხატავს დამოკიდებულებას მსოფლიო და შიდა საპროცენტო განაკვეთებს შორის. როცა საზღვარგარეთის ბაზრებზე არსებული განაკვეთები და უცხოური ინვესტიციების განაკვეთები მაღალია, მაშინ კაპიტალის ქვეყნიდან გადინებისა და ეროვნული ვალუტის კურსის ვარდნის საშიშროების თავიდან აცილების მიზნით ადგილობრივი ინვესტიციების განაკვეთებიც უნდა გაიზარდოს.

როცა განვიხილავთ ისეთ ფაქტორს, როგორიცაა ქვეყნის ეკონომიკაში უცხოური სესხების შემოდინების დონე, უნდა ავლენინოთ, რომ შიდა და უცხოური ფინანსების ლიბერალიზაცია იწვევს საპროცენტო განაკვეთების დაახლოებას. თუმცა საშუალო და გრძელვადიანი შიდა საპროცენტო განაკვეთების განსაზღვრისას გასათვალისწინებელია სტრუქტურული რისკები, რაც თავისთავად გამოიწვევს საპროცენტო განაკვეთის ზრდას.

არანაკლებ ზეგავლენას ახდენენ ბანკის საპროცენტო პოლიტიკაზე ასევე შიდა ფაქტორებიც. კერძოდ, გრძელვადიან პერსპექტივაში საბანკო ოპერაციების რენტაბელობის უზრუნველყოფის მიზნით სასესხო და სადეპოზიტო ოპერაციებზე საპროცენტო განაკვეთების რეგულირება გულისხმობს დეპოზიტებისა და კრედიტების ვადებისა და თანხების მაქსიმალურ შესაბამისობას, რაც ამავე დროს ბანკის ლიკვიდობაზე მოქმედი ფაქტორიცაა. პრაქტიკა ცხადყოფს, რომ ლიკვიდობის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორია, დეპოზიტების სტაბილურობა. ლიკვიდობის უზრუნველყოფის მიზნით უნდა დაწესდეს სავალდებულო თანაფარდობა საკუთარ საშუალებებსა და მოზიდულ რესურსებს შორის. ბალანსის ლიკვიდობის ანალიზის პროცესში ვლინდება თუ რამდენად დაცულია მინიმალური და მაქსიმალური დასაშვები ზღვრები, რომელთა დარღვევასაც ხშირად აქვს ადგილი. მინიმალურ ზღვარს ქვევით მაჩვენებლის ნიშნულის გამოვლენის შემთხვევაში ბანკი ვალდებულია ის მოიყვანოს დაშვებულ ნორმატივებთან შესაბამისობაში, რაც შესაძლებელია კრედიტორული დავალიანებების შემცირებისა და საკუთარი სახსრების ზრდის

ხარჯზე. თუ ლიკვიდობის კოეფიციენტი დადგენილ მინიმალურ ზღვარზე ბევრად მაღალია, მაშინ როგორც მოგების მაქსიმალური მიღების მიზნით საშუალებათა მაქსიმალურად ვერ გამოყენების თვალსაზრისით ბანკის საქმიანობა აქციონერთა მხრიდან შესაძლებელია შეფასდეს უარყოფითად. ამასთან, უნდა ავლენიანოთ, რომ ბანკის ლიკვიდობისა და მოგების ანალიზი ერთდროულად უნდა ჩატარდეს. ბანკების საქმიანობის პრაქტიკიდან ჩანს, რომ ბანკები მაშინ ლებულობენ მაქსიმალურად მაღალ მოგებას, როცა ლიკვიდობის მაჩვენებელი მიახლოებულია დასაშვებ მინიმალურ ზღვართან. ანუ, როცა მაქსიმუმამდე იყენებენ საკრედიტო რესურსების მოზიდვის დასაშვებ უფლებებს. თუ გაცემული კრედიტების თანაფარდობა მიმდინარე ანგარიშებთან, ანაბრებთან და დეპოზიტებთან სისტემატიურად ცდება დაშვებულ ნორმატიულ ზღვარს, მაშინ ბანკმა სადეპოზიტო პოლიტიკის გააქტიურებისა და სარესურსო პოტენციალის გაფართოების მიზნით ახალი სტრატეგია უნდა შეიმუშავოს.

საბანკო რისკების მინიმუმამდე დაყვანის მიზნით საპროცენტო განაკვეთების მართვაში მოიაზრება შემდეგი: საპროცენტო განაკვეთების შემცირების პერიოდში როცა ბანკი მგრძნობიარეა აქტივების მიმართ, შეიმჩნევა მოგების ვარდნა, ეს შეიძლება ავხსნათ იმით, რომ საპროცენტო განაკვეთის შემცირება თავისთავად იწვევს აქტივებიდან შემოსავლების უფრო შემცირებას, ვიდრე ხარჯების ეკონომიას პასიურ ოპერაციებზე. ხოლო რაც შეეხება ბანკის მგრძნობელობას პასივებზე საპროცენტო განაკვეთების შემცირების შედეგად, ამ შემთხვევაში პასიურ ოპერაციებზე ხარჯების ეკონომიის საფუძველზე ხდება მოგების ზრდა. საპირისპირო პროცესი ვითარდება საპროცენტო განაკვეთების ზრდის შემთხვევაში.

რაც შეეხება კლიენტის სანდოობის ფაქტორს, ამ შემთხვევაში შეიძლება ითქვას, რომ რაც უფრო სტაბილური და მტკიცე ფინანსური მდგომარეობით, ასევე მაღალი რეპუტაციით ხასიათდება კლიენტი, ბანკისათვის ის უფრო სანდო და სასურველია. ბანკმა ასეთი კლიენტებისათვის უნდა შეიმუშაოს სტანდარტულისაგან განსხვავებული პირობები, რომელშიც პირველ რიგში გათვალ-

ისწინებული იქნება დაბალი ფასები.

მაშასადამე, ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება გავაკეთოთ შემდეგი დასკვნები:

- ბანკის საპროცენტო პოლიტიკის მექანიზმის შემუშავება და პრაქტიკული განხორციელება, მასზე მოქმედი შიდა თუ გარე ფაქტორებიდან გამომდინარე რთული პროცესია და საჭიროებს სისტემატურ რეგულირებას;

- მაქსიმალური მოგების მიღებით დაიტერესებულმა ბანკმა არ უნდა დაანესოს აქტივების განთავსებაზე მაქსიმალურად მაღალი დასაშვები განაკვეთი და დეპოზიტებსა და ანბარებზე მაქსიმალურად დაბალი დასაშვები განაკვეთი;

- საპროცენტო პოლიტიკის შემუშავებისას საკრედიტო განაკვეთები ისე უნდა ვარგულოდ, რომ კლიენტს კრედიტის აღების გარდა სხვა საბანკო პროდუქტებით სარგებლობის სურვილიც გაუჩნდეს.

- მიზანშეწონილია გამოყენებული იქნეს დიფერენცირებული საპროცენტო განაკვეთი, რომელიც ბანკს საშუალებას მისცემს კლიენტებთან ჰქონდეს ხანგრძლივი და სტაბილური თანამშრომლობა, რაც, თავის მხრივ, მოგების სტაბილიზაციას შეუწყობს ხელს.