

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра финансов и кредита

АВТОРЕФЕРАТ

на выпускную квалификационную работу (магистерскую работу)

по направлению 38.04.01 Экономика

профиль «Финансовое планирование»

студента 3 курса экономического факультета

Почивалова Дмитрия Олеговича

**Тема работы: «Совершенствование планирования и продажи
банковских продуктов»**

Научный руководитель:

доцент кафедры финансов и кредита _____ С. С. Голубева

Зав. кафедрой финансов и кредита,

к.э.н., доцент _____ О. С. Балаш

Саратов 2024

Современная банковская индустрия в России становится все более насыщенной и конкурентоспособной. Это требует от банков непрерывного усовершенствования своих продуктов и предложений, а также улучшения методов их продвижения на рынке. Клиенты сегодня становятся все более избирательными и требовательными к качеству банковского обслуживания. Они ожидают получить объективные финансовые консультации и возможность пользоваться услугами дистанционно. В условиях, когда доверие населения к кредитным учреждениям не всегда высоко, банкам приходится активно адаптироваться под нужды и потребности клиентов, предлагая им более совершенные продукты и услуги.

Современная клиентская политика банка должна быть направлена на полное удовлетворение потребностей клиентов. Поэтому кредитные организации постоянно расширяют и совершенствуют банковские продукты и услуги, которые позволяют банкам получать доход в процессе своей деятельности и реализации своих продуктов и услуг.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в современной российской банковской системе ключевым направлением деятельности банков становится улучшение существующих, и разработка новых банковских продуктов и услуг с целью привлечения новых и удержания старых клиентов для максимизации прибыли.

Разработанность проблемы находит своё отражение в публикациях и трудах таких авторов, как Бабич Т.Н., Балабанова И.Т., Киселева И.А., Колесникова А.В., Лобачева Т.А., Калужин К.А., Лысенина Е.С., Мясникова М.Д., Никонец О.Е., Овчарова К.И., Разумовская Е.А., Степанова В.С., Хасанов Л.Т., которые направлены на изучение принципов и методов финансового планирования.

В ходе написания теоретической и методологической части исследования была раскрыта степень разработанности проблемы в научных публикациях, а также Федеральных законах и т.д.

Цель исследования заключается в изучении особенностей финансового планирования новых банковских продуктов, а также тенденций современного этапа развития банковских услуг.

Достижение указанной цели предполагает решение следующих задач:

- определить сущность финансового планирования банковских продуктов и услуг;
- проанализировать особенности современного этапа развития банковских продуктов и услуг;
- оценить эффективность и перспективы направлений совершенствования продажи новых банковских продуктов и услуг.

Научная новизна работы заключается в следующем:

- определена специфика банковских продуктов и услуг в планировании и продвижении, а также рассмотрены их сходства и различия;
- предложены пути совершенствования новых банковских продуктов и услуг, а также стратегии их продвижения;
- разработана авторская методика планирования новых банковских продуктов.

Объектом данного исследования является банковский сектор РФ и ПАО Сбербанк, в частности.

Предметом исследования выступает система совершенствования финансового планирования и продажи банковских продуктов и услуг.

В исследовании применены методы системного, экономическо-статистического и сравнительного анализа.

Теоретической и методологической основой послужили работы в области банковского менеджмента, машинного обучения, аналитические обзоры, статистические данные, постановления Центрального Банка.

Информационную базу исследования составили нормативная документация, специальная литература, материалы, опубликованные в литературе, а также на информационных ресурсах сети Интернет.

Магистерская диссертация состоит из введения, трёх глав основной части, заключения и списка используемых источников.

В первой главе работы были рассмотрены концептуальные основы планирования в банковской деятельности, методы планирования и прогнозирования деятельности банка, а также определена специфика банковского продукта в планировании и продвижении.

Финансовый план — это обобщенный финансовый документ, отражающий поступление и расходование денежных средств в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Основная цель финансового планирования — это определение необходимого объема ресурсов для достижения поставленных целей.

В финансовом планировании выделяют основные функции, такие как:

- прогнозирование — это оценка возможных путей развития ситуации, последствий принимаемых решений и любых событий;
- планирование заключается в разработке последовательности действий, которые завершаются принятием какого-либо решения.

Таким образом, финансовое планирование — это комплекс мер, направленных на рациональное использование финансовых ресурсов. Финансовое планирование считают одним из главных элементов управления финансами.

Планирование и прогнозирование являются важнейшими составляющими управления банковской организацией, без которых невозможно ее эффективное функционирование.

Планирование работы банка состоит в постоянном поиске возможностей для эффективных действий и прогнозирования результатов в условиях существующих реалий банковского сектора.

Планирование предполагает создание и определение комплекса количественных и качественных параметров развития банковской структуры, определяющих направления, темп и пропорции ее роста в долгосрочной и

краткосрочной перспективе. Это ключевой элемент управления банковского менеджмента.

Методы прогнозирования и планирования в банках постоянно развиваются и улучшаются. Также на развитие этих методов влияют информационные технологии и профессиональные программы, которые используются в банковском бизнесе. Они помогают автоматизировать процессы планирования и контроля, ускорить их выполнение и сделать анализ перспектив и прогнозирование более доступными для всех. Это помогает повысить эффективность работы банков.

Сегодня маркетинговая стратегия банка подразумевает направленность банка не на сам продукт как таковой, а на действительные потребности клиента. Такое отношение к маркетингу меняет отношения между банком и клиентом.

Итак, целью любого коммерческого банка является расширение клиентской базы и увеличение доли рынка, чтобы постоянно наращивать прибыль. Тогда как в области маркетинга главное внимание уделяется расширению ассортимента банковских продуктов и созданию комплексных решений, чтобы клиенты могли получить максимум услуг в одном месте. Однако, наиболее важным является непрерывная разработка и внедрение новых банковских продуктов, обеспечивающих максимальное удовлетворение потребностей клиентов, для чего необходимо провести анализ планирования и продажи банковских продуктов.

Во второй главе дана характеристика современного состояния и прогноз развития банковского сектора в России, проанализирован российский рынок банковских услуг, а также система планирования и продаж банковских продуктов в ПАО Сбербанк.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что такие потрясения, как пандемия COVID-19, кризис 2022 года и пр., отрицательно сказываются на всём банковском секторе, и, как следствие, на экономике страны в целом.

Ожидается, что точкой роста для рынка кредитных услуг послужит малый и средний бизнес. Поддержит рост выдачи кредитов МСБ рост количества компаний данного сегмента, в следствие освоения ими рыночных ниш, которые освободились после ухода с российского рынка крупных иностранных игроков, а также из-за изменения экономических цепочек для соблюдения санкционных ограничений.

Отмена программы льготного ипотечного кредитования может значительно замедлить темпы роста этого сегмента из-за сохранения высоких ставок по рыночным кредитам.

В сегменте потребительского кредитования спрос со стороны клиентов будет поддерживаться по мере реализации отложенного спроса, высокой инфляции и слабого роста реальных доходов. Однако возросшая ключевая ставка привела к росту стоимости кредита, что в свою очередь охладило спрос со стороны потенциальных клиентов.

Рост поставок автомобилей из дружественных стран, локализация китайских производств и увеличению объемов производства отечественных брендов положительно влияет на рост предложения, благодаря чему рост стоимости автомобилей должен замедляться. В результате количество выдач автомобильных кредитов будет увеличиваться более высокими темпами. Сейчас же сохраняется дефицит автомобилей, в следствие которого накапливается отложенный спрос.

По результатам анализа можно выделить следующие ключевые моменты.

Банковская сфера является главным каналом движения денежной массы между различными экономическими агентами.

Российский рынок банковских услуг занимает одно из ведущих мест в мире по количеству действующих банков, однако сейчас наблюдается тенденция снижения их количества.

Развитие рынка происходит нестабильно. Рыночная концентрация высокая, однако рыночная власть распределена неравномерно.

Главной тенденцией рынка банковских услуг является цифровизация и внедрение инноваций во внутреннюю работу банков, а также в работу с клиентами.

Особенностью рынка банковских услуг является то, что он сильно зависит от состояния денежного оборота, валютного курса, колебаний мировых цен, внешней и внутренней политики государства, а также от стадии экономического роста. По этой причине поддержка государства, особенно в периоды нестабильности, имеет огромное значение.

ПАО Сбербанк является одним из лидеров среди российских и европейских банков, занимает значительную долю рынка кредитования и привлечения вкладов как от физических, так и от юридических лиц.

В третьей главе рассмотрены пути совершенствования планирования новых банковских продуктов и услуг, предложена комплексная стратегия продвижения банковских продуктов на примере ПАО Сбербанк.

Планирование в банковской сфере обеспечивает понимание целей и возможных путей их достижения, а также позволяет связать все аспекты деятельности банка с помощью ключевых показателей. Благодаря планированию можно связать результаты работы с интересами сотрудников через систему материального и нематериального стимулирования. Особенности процесса принятия решений в разных банках могут быть обусловлены спецификой их деятельности, организационной структурой или системой коммуникаций, однако существуют общие принципы планирования, которые используются во всех кредитных организациях.

Рынок финансов — это территория, где конкурируют не только предлагаемые продукты банков, но и системы планирования и умение банковских организаций делать верные выводы и принимать обоснованные решения, опираясь на всю доступную информацию. Элементы планирования используются в любой организации, включая текущее и долгосрочное планирование, которое влияет на успех банка. Без планирования сложно достичь согласованных действий в банке, поддерживать приоритетность

различных направлений деятельности без ущерба для других и сохранять контроль, который без установленных в планировании ориентиров становится бессмысленным.

На сегодняшний день перспективными стратегиями продвижения банковских продуктов и услуг являются: развитие систем дистанционного банковского обслуживания и увеличение доступности заемного капитала для малого и среднего бизнеса, которое позволит привлечь новых клиентов из этого сегмента.

Анализируя деятельность Сбербанка, был рассмотрен ряд банковских продуктов и услуг для корпоративных клиентов и сделан вывод, что этот банк занимает лидирующее положение в банковской сфере Российской Федерации. Однако, несмотря на это, можно предложить некоторые решения для улучшения существующих продуктов, что в свою очередь может привести к увеличению числа клиентов.

Экономическая ситуация в России продемонстрировала необходимость развития систем дистанционного банковского обслуживания.

В качестве дополнительного функционала предлагается еще большая интеграция с сторонними сервисами, которые могут быть полезными для предпринимателей.

Сегодня важнейшими элементами для банковского сектора являются интеграция со сторонними сервисами и возможность удаленного подключения продуктов и услуг. Ведь практически все нововведения и разработки нацелены, прежде всего, на экономию времени клиента и устранение необходимости посещения банковских отделений.

На основе всего вышесказанного можно сделать вывод о необходимости разработки совершенно новой цифровой технической платформы, на базе которой будут внедряться новые финансовые технологии, функции и услуги. Эта платформа станет частью крупной экосистемы будущего. Вся эта экосистема будет ориентирована на клиентов, и для них на текущий момент большую значимость имеют сервисы и продукты, которые позволяют решать

определенные жизненные задачи. С точки зрения бизнеса, ему также необходимо трансформироваться в соответствии с этой необходимостью.

Сбербанк должен перейти от модели классического поставщика банковских услуг к модели глобальной бизнес-экосистемы. Именно поэтому Сбербанк создает единую цифровую платформу для партнеров, которые предоставляют не только финансовые, но и нефинансовые услуги. Используя эту единую цифровую платформу, клиенты смогут получить доступ к комплексным продуктам и решениям и смогут значительно повысить уровень удовлетворенности предоставляемыми услугами.

Итак, совершенствование использования цифровых финансовых технологий - ключевое направление развития Сбербанка на долгосрочную перспективу. Переход на новую цифровую платформу поможет привлечь больше новых корпоративных клиентов малого и среднего бизнеса, особенно в регионах России.

Таким образом, обобщение опыта работы коммерческих банков и определение ключевых компонентов их успеха - актуальная задача, требующая системного подхода и учёта российской специфики. Сейчас кредитным организациям стоит улучшить качество обслуживания и предлагать больше услуг.

Коммерческие банки в условиях жесткой конкуренции в банковской сфере должны прикладывать большие усилия для завоевания доверия клиента. Банкам важно не только удовлетворить запросы текущих клиентов, но и выстроить долгосрочные и прочные отношения с потенциальными клиентами, которые могут быть выгодными для банка. В настоящее время эффективная работа кредитной организации тесно связана с применением новейших технологий и внедрением новых банковских продуктов и услуг. Исходя из результатов исследования, можно заключить, что в российском банковском законодательстве отсутствуют четкие определения понятий “банковский продукт” и “банковская услуга”. Кроме того, в ходе анализа различных точек зрения российских и зарубежных экономистов на эти понятия, было выявлено

отсутствие единого подхода к их пониманию среди специалистов в области банковского дела. Благодаря внедрению новых технологий, развитию финансовых технологий и расширению спектра услуг, банки могут улучшить качество обслуживания клиентов, повысить эффективность работы и успешно конкурировать на рынке.

Таким образом, современный этап развития банковских услуг характеризуется глобализацией, цифровой трансформацией и инновационными решениями, открывая новые возможности для совершенствования финансового планирования и развития банковских продуктов.

Цель исследования заключалась в изучении совершенствования планирования и продажи банковских продуктов.

Цель работы достигалась последовательно.

Во-первых, были рассмотрены основы планирования в банковской деятельности. Установлено, что рынок банковских услуг, хотя и обладает типичными чертами рынка товаров и услуг, в силу своего значения для государства, обладает рядом специфических характеристик.

Во-вторых, был проведен анализ структуры российского рынка банковских услуг, а именно дана его общая характеристика, рассмотрена его структура. В результате чего было выявлено следующее:

- на российский рынок банковских товаров и услуг сильное негативное влияние оказывают экономические и геополитические события. Государство оказывает значимое влияние на современный рынок;

- даже несмотря на рост кредитных ставок, рынок кредитных услуг активно развивается. Наиболее часто кредитными услугами банков пользуются физические лица, которые берут заемные средства для ведения предпринимательской деятельности, приобретения недвижимости и автомобилей. В последнее время в российской действительности все более активно используются кредитные карты банков;

- активно развивается рынок депозитных услуг. Однако главным потребителем здесь выступает население.

В целом сделан вывод, что рынок банковских услуг достаточно подвижен и гибко реагирует на все изменения.

Заключительным этапом были рассмотрены пути совершенствования планирования новых банковских продуктов и услуг, предложены стратегии продвижения продуктов и услуг, и проанализирована эффективность предложенных мероприятий.

В целом было выявлено, что главной тенденцией рынка банковских услуг является цифровизация: развитие систем дистанционного банковского обслуживания и пр., а также внедрение инноваций во внутреннюю работу банков и в работу банков с клиентами.