

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

Кафедра «Финансы и кредит»

АВТОРЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
(БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ)

по направлению 38.03.01 Экономика профиль «Финансы и кредит»
студентки 4 курса 413 группы экономического факультета

Аверьяновой Кристины Вячеславовны

**«Новые банковские продукты: виды, технология создания, способы
внедрения»**

Научный руководитель:
доцент кафедры «Финансы и кредит»
к.ф.-м.н., доцент

_____ Т.И. Солодка

Зав. кафедрой «Финансы и кредит», к.э.н., доцент

_____ О.С. Балаш

Саратов 2019

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что банковские инновации являются результатом деятельности банка, которые направлены на получение дополнительного дохода в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала, благодаря новациям, способствующих клиентам в получении прибыли.

Рынок банковских продуктов и услуг в РФ представляет сложную систему формирования спроса и предложения на производные банковской деятельности, которые относятся к товарному типу денежно-кредитных и финансовых отношений.

Развитие таких отношений способствует увеличению спроса и предложения на услуги, которые предоставляет банк, вдобавок стимулирует операции по расширению структурных элементов ассортимента и качества услуг. Особое значение здесь приобретает удовлетворение потребностей клиентов, что требует изучения составных элементов рынка банковских продуктов и услуг.

В своей деятельности любой банк вступает в контакт с конкурентами, клиентами, государством и взаимодействует с ними с целью оптимизации прибыли, а также стремится обеспечить оптимальное сочетание ликвидности и доходности финансовых ресурсов, создание и поддержку своей репутации.

В процессе оказания банковских продуктов возникают отношения банка с его клиентурой, они включают в себя: предоставление кредитов, открытие депозитов, операции по выпуску, покупке или продаже ценных бумаг, хранение драгоценностей, валютные отношения, расчетные операции, трастовые услуги.

Выбирая наиболее перспективные направления в развитии банковских продуктов и услуг коммерческие банки, будут иметь возможность значительно улучшить свою деятельность.

Предметом исследования выступают новые банковские продукты ПАО «Сбербанк».

Объектом исследования в данной выпускной квалификационной работе выступает коммерческий банк ПАО «Сбербанк».

Целью работы является изучение новых банковских продуктов (видов, технологии создания, способов внедрения) и разработка нового банковского продукта для коммерческого банка ПАО СБЕРБАНК РОССИИ.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

- изучить сущность и порядок внедрения нового банковского продукта;
- провести анализ хозяйственной деятельности ПАО СБЕРБАНК РОССИИ и оценить банковские продукты, реализуемые Банком;
- разработать рекомендации по созданию нового банковского продукта и рассчитать экономический эффект от его внедрения.

Теоретическая основа исследования были использованы источники, представленные нормативно-правовыми актами, учебниками и учебными пособиями, статьями финансовых изданий и работы следующих авторов: Лаврушина О.И., Перехожева В.А., Викулова В.С., Рудаковой О.С., Аксенова В.С., Ждановой О.Р., Марамыгина М.С. и др. Кроме того были использованы данные сайтов Банка России, рейтинговых агентств, официального сайта ПАО СБЕРБАНК.

Методологической основой исследования являются изучение и анализ научной литературы, мониторинг, опрос, статистическая обработка данных, балансовый метод, метод сравнения.

Информационной базой выпускной квалификационной работы бакалавра послужили законодательные и иные нормативно-правовые акты РФ, аналитические и статистические материалы исполнительных органов власти, официальный сайт ПАО «Сбербанк России», а также публикации в научных специализированных изданиях, ресурсы Интернет и др.

Структура выпускной работы состоит из содержания, введения, первой главы с тремя подпунктами, второй главы с четырьмя подпунктами, заключения, списка использованных источников.

Характеристика основных глав работы.

В первой главе под названием «Общая характеристика новых банковских продуктов» рассматриваются теоретические аспекты и сущность банковского продукта, классификация и этапы внедрения новых банковских продуктов, а также в этой главе рассмотрены основные тенденции развития банковских инноваций.

Наиболее точным определением банковского продукта является совокупность формы проявления услуги, которая обладает определенными потребительскими характеристиками - банковский документ: пластиковая карта, сберегательный или депозитный сертификат и технологии ее оказания.

Рассмотрим последовательность превращения услуги в продукт: для начала разрабатывается технология оказания услуги, затем для реализации на рынке ее наделяют конкретными потребительскими свойствами, в конечном итоге услуга превращается в продукт.

Кредитные учреждения предлагают три уровня банковского продукта:

Первый уровень - это банковские услуги, а именно расчетно-кассовое обслуживание, кредитование, операции с валютой.

Реальный продукт или текущий ассортимент банка это составляющие второго уровня. Не влияя на базовый продукт, этот ассортимент постоянно меняется.

Второй уровень – реальный продукт или услуги, которые имеет банк на текущий момент. Этот ассортимент постоянно меняется, не влияя на базовый продукт. Услуги этого уровня направлены для того, чтобы привлекать постоянных клиентов банка: ведение реестра акционеров, бухгалтерское обслуживание, подготовка различных документов и другие услуги.

Третий уровень представляет собой расширенный банковский продукт. С помощью этого уровня налаживаются дружеские отношения с клиентом:

совершенствование финансового менеджмента клиента, использование связей контактов.

Система дистанционного обслуживания делится на четыре вида:

1) «клиент-банк» - эта система поддерживает напрямую связь клиента с банком через модем, где клиент сам может произвести установку специального программного обеспечения на своем компьютере.

2) «телебанк»-информационные и платежные услуги предоставляются через телефон или телефакс.

3) интернет-банкинг – для удобства клиента с помощью этой системы не нужно иметь специального программного обеспечения, он может работать со своим банковским счетом с любого устройства, который будет иметь выход в интернет.

4) мобильный банкинг - услуги предоставляются через смартфон, планшет, iPad, но на эти устройства должны быть загружены специальные приложения.

Благодаря этим системам можно совершать такие операции как перевод денег, конвертацию валюты. Главное преимущество интернет - банкинга и мобильного банкинга состоит в том, что операции осуществляются автоматически и комиссия за них не очень большая.

Существуют онлайнвые и оффлайнвые системы ДБО. Онлайнвые работают в режиме фактического времени, все их проводимые операции показаны на балансе банка. Отличие оффлайнвых систем в том, что они имеют временной разрыв между запросом клиента и его исполнением.

Превосходство, которое имеют системы ДБО, состоит в том, что они позволяют клиентам сэкономить свое время при совершении той или иной операции с любого места, где есть выход в интернет. «Клиент-банк» считается наиболее популярным банковским продуктом, так как его интерфейс привычен для пользователей, соответствует нормам безопасности, существует возможность ведения своей базы данных.

Системы ДБО, работающие в режиме реального времени, более предпочтительны для клиентов, так как они позволяют значительно экономить время при совершении банковских операций. В настоящее время самым популярным банковским продуктом считается услуга «клиент-банк». Интерфейс услуги очень удобен и привычен для потребителей, время работы может быть свободным для клиента, нормы безопасности соответствуют необходимым условиям и даже данный банковский продукт предоставляет возможность ведения личной базы данных.

Следующим продуктом, востребованным, среди населения считается «интернет-банкинг», потому что интернет идеально подходит для того, чтобы передать информацию в любую точку мира. Простота использования, безопасность, масштабируемость, отказоустойчивость, производительность, информативность системы - все эти параметры играют важную роль в эффективности применения электронного банкинга.

Необходимым составляющим банковских инноваций является развитие карточных нанотехнологий. Помимо классических и микропроцессорных карт известных нам ранее, в наши дни набирает популярность технология бесконтактных платежей. Бесконтактные карты очень удобны в использовании, потому что имеют моментальную скорость обработки транзакции и обеспечивают высокий уровень безопасности данной операции - это главные причины повышенного интереса среди пользователей. Пока эта технология не охватила большую часть рынка, банки не спешат переоборудовать терминалы, потому что на рынке небольшое количество бесконтактных карт, а эмитенты не выпускают карты, в связи с тем, что их негде применять. Но, несмотря на это, большим спросом пользуются бесконтактные платежи с использованием смартфона – это NFC- платежи. Осуществлять операции через NFC- платежи очень удобно, так как пользователь всегда при себе имеет телефон, с помощью которого он может управлять платежными операциями банка в любое удобное для него время, а также участвовать в реализации новых продуктов и программ.

Отличительная особенность системы бесконтактных платежей заключается в том, что она сложнее в использовании, по сравнению с пластиковыми картами, так как, не у каждого клиента есть возможность выхода в интернет и помимо стандартных предоставляемых услуг в неё входят сотовые операторы, поставщики мобильных устройств, специальные центры управления ключами, TSM-операторы.

По мнению большинства экспертов уже в 2018-2019 году начнется массовое внедрение NFC-технологии. Например, во время кризиса хранение денег в банке не гарантирует безопасности, поэтому появление электронных наличных как альтернативы банковским вкладам является актуальным. На сегодняшний день известнейшими электронными наличными являются Bitcoin, BitPay, BitMint. Электронные наличные также как и обычные наличные предназначены для оплаты товаров или услуг в магазинах

CRM-технологии - это стратегическая модель ведения бизнеса, направленная на создание и поддержание эффективных отношений банка со своими деловыми партнерами. Банк должен досконально знать информацию о своем клиенте, уметь ее анализировать и использовать. Кредитные организации обращаются к реализации проекта CRM в связи с низким уровнем доходов от большинства продуктов, перекрестных продаж, недостаточного охвата информационной клиентской базы, низкого качества обслуживания в скорости принятия решений, возникали трудности в плане общения и взаимоотношения между банком и клиентом, а также низкого уровня продуктивности.

Для применения розничного и корпоративного блока реализация CRM в коммерческих банках возможна на разных платформах. CRM позволяет кредитным организациям путем соединения данных из разных систем сформировать единую клиентскую базу, предназначенную для фиксации обращений клиентов по разным продуктам, закрепляет персонального менеджера за клиентом и осуществляет мониторинг его работы с клиентом, фиксирует все инициативы клиента и контактируют с ним.

В основном система CRM используется в бизнес-процессах – сначала строится каталог продуктов, затем в нём систематизируется стандартная информация о продуктах, имеющихся в банке, в заключении используется доступная финансовая информация для эффективного взаимодействия с клиентом. Преимуществом данной системы является формирование отчетов: отчет о продажах клиенту за период, объединяющий фактические продажи; отчет-анализ сотрудничества с клиентом - данные о доходах по всем продуктам клиента, а также структура активов и пассивов клиента, в том числе доля клиента в балансе банка; отчет, содержащий структуру платежей по плательщикам и получателям. Расчет эффективности от внедрения CRM-системы – процесс весьма сложный и неопределенный, так как затраты на внедрение системы включают: стоимость лицензий, стоимость внедрения, стоимость обучения. Инвестиционные затраты в будущем окупаются за счет максимизации прибыли и минимизации издержек. Так же, были разработаны инновационные скоринговые модели оценки клиентов.

Во второй главе под названием «Оценка банковских продуктов в ПАО «Сбербанк России» и рекомендации банку по созданию и внедрению нового банковского продукта» рассматривается организационная структура и традиционные продукты банка. Помимо этого, в данной главе проведен сравнительный анализ новых банковских продуктов ПАО Сбербанк России и его конкурентов.

ПАО «Сбербанк России» является крупнейшим российским банком, который занимает 1 место по активам-нетто. На отчетную дату 01 Января 2019 г. величина активов-нетто банка СБЕРБАНК РОССИИ составила 28 133 766 472 млн. руб. Ликвидность можно считать важной составляющей понятия надежности банка.

Кратко структуру высоколиквидных активов представим в виде таблицы:

Таблица 4- Структура высоколиквидных активов ПАО «Сбербанк» за 2016-2018 гг.

Наименование показателя	2016 г	2017 г	2018 г	Изменение тыс. руб (%)	
				2016/2017	2017/2018
средств в кассе	625 857 891	500 200 236	547 188 923	-125 657 655 9,9%	46 988 687 9,4%
средств на счетах в банке	468 322 210	812 447 991	589 247 974	344 125 781 3,5%	-223 200 017 2,52%
корсчетов НОСТРО в банках (чистых)	411 752 705	362 710 667	312 134 663	-49 042 038 8,1%	-50 576 004 6,05%
межбанковских кредитов, размещенных на срок до 30 дней	799 323 080	674 983 986	637 940 556	-124, 33 4,5%	-37 043 430 4,5%
высоколиквидных ценных бумаг РФ	1 037, 98	1 049, 98	1 118, 67	12 1,2%	68 ,69 6,5%
высоколиквидных ц.б. банков и государств	216 834 023	17 604 877	40 188 122	-199,22 8,12%	22 583 245 28,3%
высоколиквидных активов с учетом дисконтов и корректировок	3 527, 55	3 415,29	3 239,34	-112, 26 6,8%	-175, 95 4,8%

Из таблицы ликвидных активов за 2016-2018гг.,. сильно увеличились суммы средств на счетах в Банке России в период с 2016 по 2017 год, а с 2017-2018 гг. они уменьшились; сократились суммы средств в кассе за 2016-2017гг, а с 2017 по 2018 год они возросли; сильно уменьшились суммы высоколиквидных ценных бумаг банков и государств за период с 2016-2017гг.

Таблица 7-Структура собственных средств за 2016-2018 гг тыс.руб

Наименование показателя	2016 г	2017 г	2018 г	Изменение тыс.руб(%)	
				2016/2017	2017/2018
Уставный капитал	67 760 844	67 760 844	67 760 844	-	-
Добавочный капитал	254 606 503	307 830 744	323 764 936	53 224 241 0,9%	15 934 192 5,17%
Нераспределенная прибыль прошлых лет (непокрытые убытки прошлых лет)	1 790,49	1 945,98	2 311,62	155,49 8,6%	365,64 18,7%
Неиспользованная прибыль (убыток) за отчетный период	236 256 123	516 987 788	674 119 836	280 731 665 8,82%	157 132 048 0,4%
Резервный фонд	3 527 429	3 527 429	3 527 429	-	-
Источники собственных средств	2 352,64	2 842,09	3 380,79	489,45 20,8%	538,7 19%

За 2016-2017 гг источники собственных средств увеличились на 20.8%. А вот за прошедший месяц (Декабрь 2016 г.) источники собственных средств увеличились на 1.8%. .

За 2017-2018 гг. источники собственных средств увеличились на 19.0%. А вот за прошедший месяц (Декабрь 2017 г.) источники собственных средств увеличились на 1.5%.

Проанализируем два мобильных приложения «Сбербанк онлайн» и «Тинькофф Кредитные Системы». Анализ основан на обзоре мобильных приложений банков информационным порталом «Банки.ру».

Сначала рассмотрим, как выполняется подключение к системе мобильного банка «Сбербанк Онлайн».

Существует несколько оптимальных способов для подключения опции:

1)Посетить отделение - при себе необходимо иметь только паспорт и банковский договор на обслуживание пластика.

2) Воспользоваться банкоматом или терминалом - сделать это можно самостоятельно или же обратиться к специалисту в офисе финансового учреждения.

3)Позвонить по единому номеру для всех операторов сотовой связи - для осуществления звонка понадобятся паспортные данные и некоторые

параметры карты. Оператор может запросить кодовое слово, назначенное в момент оформления договора.

Подключение к приложению «Тинькофф банка» происходит немного иначе. Поскольку, банк не имеет своих отделений, дебетовую или кредитную карту нужно заказать на официальном сайте банка, через несколько дней карту привезет курьер. Далее на сайте клиент получает логин и пароль для входа в Интернет-банк (можно задать свой логин и пароль). После ввода этих данных в мобильное приложение, клиент задает четырехзначный пин-код для быстрого запуска приложения. При этом вводить разовый смс-пароль не нужно, что дает явно преимущество перед Интернет-банком, хотя и несет в этом свои риски.

Для того чтобы ознакомиться с последними новостями банка можно использовать демо-версию «Сбербанк Онлайн». Есть раздел «контакты» где можно ознакомиться с телефонными номерами банка, при нажатии на виджет слева выезжает панель с полным перечнем способов связи с банком. В Тинькофф банке телефонные номера, распределены отдельно по мобильному и интернет-банку, кредитным картам, вкладам и счетам.

В приложении «Сбербанк Онлайн» функции для клиента банка будут доступны после аутентификации пользователя посредством ввода четырехзначного пароля, затем после входа в приложение можно увидеть перечень операций: «Переводы», «Платежи», «Госуслуги», «Прочее».

«Перевод» - эта опция в приложении ПАО Сбербанк содержат следующие функции – между своими счетами, клиенту Сбербанка на карту или счет, на карту в другой банк: по номеру телефона или карты, на счет в другой банк.

Помимо простого перевода денег между собственными счетами в ТКС, можно перевести деньги другому клиенту банка по номеру карты, по номеру договора либо по QR-коду (матричному коду). В приложении ТКС, кроме всего этого есть дополнительное меню, в котором находится полезный

пункт - «Лимиты», который позволяет установить суточный и месячный расходные лимиты, а также отдельный лимит на снятие наличных.

«Оплата мобильной связи» начинается со списка операторов. Далее требуется найти необходимого оператора, ввести номер телефона и сумму платежа, а также выбрать карту, если их у клиента несколько. В конце операции приложение покажет сумму комиссии.

«Счета и карты» содержат список счетов, к которым привязаны карты, вклады и кредиты. По счету можно посмотреть номер, валюту, балансовые остатки, процентную ставку, сумму наращенных процентов, дату начисления процентов и частоту их начисления. Также там находятся выписка и полные реквизиты счета, которые можно скопировать в буфер обмена или отправить на электронную почту.

Опции «Счета» в приложении ТКС выглядит почти также, при нажатии на свою карту клиент видит список операций по ней и кнопки «Пополнить», «Оплатить», «Траты». Пополнить карту можно с карты другого банка, по реквизитам, наличными через точки оплаты (приложение покажет карту с точками). «Оплатить» соответствует одноименному пункту главного меню, а «Траты» выводят статистику по тратам с разбивкой по категориям и гистограммой, эта опция очень полезна для планирования и расчета своих затрат.

Функция «Оплата услуг» в приложении «Сбербанк Онлайн» разбита на 7 категории, в приложении Тинькофф на восемь. После выполнения оплаты, можно добавить эту опцию в шаблон

В обоих приложениях безопасность транзакций обеспечивается посредством одноразового смс пароля, а вход в систему по четырехзначному пин-коду (в ТКС можно выбрать между пин-кодом и логином и паролем). При продолжительной неактивности происходит выход из системы.

Из вышесказанного можно сделать вывод о мобильных приложениях «Сбербанк онлайн» и «Тинькофф Кредитные Системы». Плюсы и недостатки обоих приложений дополняют друг друга. Интерфейс

приложения Сбербанка явно превосходит своего конкурента в простоте использования. В приложении ТКС, не хватает подсказок, как пользоваться основными опциями но, явно ТКС стремился реализовать в мобильном приложении все, что может быть необходимо клиенту. Основным недостатком «Сбербанк онлайн» является недостаточная информативность опции «Сбербанк карты». Также, в приложении отстает безопасность входа от предыдущих конкурентов, так как есть услуги, по которым можно совершать оплату без ввода ПИН-кода, например, оплата мобильного телефона, а это большая угроза для клиентов. Эта проблема присутствует на устройствах Android. Вообще функциональность приложений на разных операционных системах очень отличается друг от друга. Интерфейс приложения выглядит просто и удобно, но всё равно присутствуют небольшие недочеты. В целом приложение «Сбербанк Онлайн» выглядит крепким середнячком

Я хочу предложить новый продукт, который позволит банку увеличить объем спроса на дебетовые карты, а покупателям приобрести возможность брать материальную выгоду за то, что они пользуются картой Сбербанка. Данным продуктом является дебетовая карта с начислением процента на остаток по счету - «Максимальный % плюс». Данный продукт предполагает начисление процентов каждый месяц по 12 % годовых при остатке на карте до 350 тысяч рублей и + 4% от 350 тысяч рублей. Стоимость обслуживания будет оставлять 0 рублей в месяц, если среднемесячный остаток на карте составляет не менее 50 тысяч рублей и 100 рублей при среднемесячном остатке меньше 50 тысяч рублей. При открытии вклада клиент может получить доход до 15%, но при этом он не может пользоваться деньгами на счете. Продукт совмещает в себе возможности классической платежной карты и позволяет получать доход за пользование его денежными средствами. Накопления, которые хранит дебетовая карта с начислением процентов, застрахованы, также как и сами вклады, что сводит к минимуму все риски.

На мой взгляд, дебетовая карта «Максимальный % плюс» будет достаточно востребована у потенциальных клиентов банка, при этом Сбербанк будет иметь достаточное преимущество перед другими банками, которые не могут предоставить данный продукт. Данная карта будет доступна лицам, которым уже исполнилось 18 лет, имеющим российское гражданство.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе были рассмотрены различные подходы к определению банковского продукта, разграничены три взаимосвязанных между собой понятия – «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция». Банковский продукт - это совокупность формы проявления

услуги и технологии ее оказания, при этом она наделяется определенными потребительскими свойствами. В процессе продажи и обслуживания банковского продукта происходит выполнение банковских операций.

Также приведена методика внедрения нового банковского продукта, состоящая из восьми этапов. Помимо этого, рассмотрены основные тенденции развития банковских инноваций в России. Стоит отметить, что кредитные организации большее внимание уделяют развитию систем дистанционного обслуживания на основе электронных технологий.

Анализ финансовой деятельности и статистические данные с 2016 по 2018 год кредитной организации Публичное Акционерное Общество «Сбербанк России» свидетельствуют об отсутствии негативных тенденций, способных повлиять на финансовую устойчивость банка в перспективе.

В завершении был предложен новый банковский продукт - доходная дебетовая карта «Максимальный % плюс». Она обладает дополнительными возможностями по сравнению с обычными платежными картами, а именно позволяет получать ежемесячный доход, представляющий процент на остаток по счёту. Для определения спроса на данный продукт был проведен опрос клиентов ПАО «Сбербанк» России, по итогу которого было выявлено, что 65% опрошенных были заинтересованы доходной дебетовой картой.

Проделанная работа дает возможность понять, что изучение новых банковских продуктов и услуг, позволяет банкам выбрать наиболее перспективные направления в развитии услуг и продавать те, которые востребованы на рынке.