

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

Джумагалиевой Алии Рамазановны

**«Новые банковские продукты: особенности современного этапа
развития банковских услуг»**

Научный руководитель,
доцент кафедры финансов и кредита,
к.э.н., доцент

_____ Н.Ф. Данилова

Зав. кафедрой «Финансы и кредит», к.э.н., доцент _____ О.С. Балаш

Саратов 2019

Актуальность темы В последние годы маркетинговые исследования рынка банковских услуг становятся все более актуальными. Они осуществляются как самими банками, так и специализированными компаниями. Большинство из них утверждают, что традиционный банковский рынок быстро теряет свою эффективность и спрос со стороны клиентов. Все игроки российского рынка следят за растущей динамикой между ИТ-гигантами рынка, быстро развивающимися финансовыми технологиями и меняющимися банками. Вопрос о том, смогут ли банки адаптироваться и реагировать на угрозу, определяет уровень открытости для инноваций и скорость инноваций.

Мы можем с уверенностью сделать вывод, что инновации сегодня являются основой конкурентоспособности банка. Они способны как привлекать новых клиентов, так и увеличивать прибыль и снижать расходы. Но необходимость внедрения таких продуктов и услуг требует значительного уровня развития. Инновационная политика банка должна содержать управление рисками, учитывать влияние на прибыльность и новые параметры безопасности, поэтому актуальным является исследование банковских инноваций и моделирование процесса внедрения новых банковских продуктов.

Целью выпускной квалификационной работы является определение направления развития новых банковских продуктов в коммерческом банке на основе анализа практики внедрения и внедрения инновационных банковских продуктов.

Задачами выпускной квалификационной работы являются:

- выявление роли банковских инноваций в современной структуре банковского сектора;
- современное состояние рынка банковских услуг и уровень внедрения инновационных технологий;

- характеристика инноваций в банковской деятельности;
- рассмотреть особенности внедрения инноваций в российских коммерческих банках;

Теоретической основой выпускной квалификационной работы стали научная литература и публикации в периодических изданиях и Интернете в области инноваций, теории финансов, банковского дела, банковского менеджмента. Результаты научных исследований по инновациям, в том числе банковским, послужили теоретическим материалом для выпускной квалификационной работы.

Объектом исследования выступают новые банковские продукты в банковской деятельности.

Предметом исследования является система экономических и организационных отношений, возникающая в процессе внедрения банковских продуктов в российские банки.

Информационная база включает материалы о деятельности ПАО Сбербанк и ряда других коммерческих банков, представленные в их публичных заявлениях и на официальных сайтах; данные ассоциации российских банков; материалы научно-практических конференций по банковским инновациям; данные статистического и экономического анализа коммерческих банков.

Структура работы. В первой главе охарактеризованы понятия и классификаций банковских продуктов.

Во второй главе рассмотрена существующая линейка банковских продуктов, а также приведены предложения по разработке и внедрению инновационных продуктов в ПАО Сбербанк.

Характеристика основных глав работы.

В первой главе под названием «Глава 1 Теоретические основы понятия банковских продуктов» рассматривается развитие новых банковских продуктов.

Банковский продукт - это банковская услуга, которая удовлетворяет существующим стандартным потребностям клиентов банка и продается на рынке с целью получения дохода. Мировая банковская практика выделяет следующие группы банковских инноваций, объединенных общими целями: новые услуги, связанные с развитием валютно-финансового рынка, услуги по управлению денежными средствами, инновации в традиционных сегментах рынка ссудного капитала.

Отечественный опыт разработки банковских инноваций основан на международной практике и банковском законодательстве России. Это означает, что российские кредитные организации могут получать дополнительные доходы от осуществления операций, предусмотренных банковским законодательством, которые дополняют банковские операции.

Во второй глав под названием Анализ развития новых банковских продуктов в РФ (на примере ПАО «Сбербанк России» дается характеристика банка.

Исходя из данных таблицы 1 за рассматриваемый период финансовые показатели банка имеют устойчивую положительную динамику. Чистые процентные и комиссионные доходы увеличились на 6,55 и 12,95% соответственно по сравнению с предыдущим годом на 2018 год. Прибыль до налогообложения в 2017 году составила 677,50 млрд рублей, показав значительный рост по сравнению с предыдущим годом.

Из рисунка 10 видно, что основные показатели прибыльности банков, несмотря на кризисное состояние экономики, показывают эффективное использование банком денежных средств и собственных активов. Рентабельность активов увеличилась с 0,9% до 2,9%, что свидетельствует о значительном увеличении. Рентабельность собственного капитала с 10,2% в 2015 году изменилась до 24,2% в 2017 году. Таким образом, можно сделать вывод, что Сбербанку удалось значительно повысить эффективность использования собственных средств.

Исходя из данных таблицы 2 и рисунков 12, 13 и 14, можно отметить, что количество новых депозитов в Сбербанке является наименьшим за весь рассматриваемый период. Относительно начала 2015 года объем новых депозитов, открытых в ПАО Сбербанк, уменьшился на 1 131 832, что составляет более 40%. Очевидно, что банку нужен новый способ привлечения средств клиентов, а также дополнительная программа лояльности, которая может снизить колебания в привлеченных средствах.

Из рисунка 15 следует отметить, что наиболее важными чертами затрат являются непосредственно разработка и продвижение рекламы нового продукта. В целом затраты составили 2 080 тыс. Руб. Время, потраченное на такой проект, напрямую зависит от поставленных задач. В соответствии с отчетами ИТ-рынка и мобильных приложений, приложения, поддерживающие синхронизацию с другими продуктами и базами данных, анимацию, аналитику и интерактивные элементы, занимают от 800 часов рабочего времени (6 месяцев) на разработку.

Исходя из данных таблицы 6 и рисунка 16, считаем целесообразным внедрение нового банковского продукта. Таким образом, мы считаем, что этот инновационный продукт способен решить несколько ключевых задач Сбербанка по отношению к розничным клиентам:

- вовлечение пользователей в активное использование онлайн-банкинга и мобильных приложений.

- продвижение новых банковских услуг и продуктов: автоматические платежи, депозиты, оплата коммунальных услуг, штрафы непосредственно из онлайн-банка и мобильного приложения.

- повысить финансовую грамотность пользователей, упростить восприятие сложных банковских продуктов: депозитов, инвестиций и т. д.

Из данных рисунка 19 можно отметить, что наибольший рост произошел в 2017-2018 гг. На этот результат повлияла кампания, направленная на привлечение новых депозитов через удаленные каналы «Новый уровень».

Таким образом, новый банковский продукт, фитнес-вклад, будет иметь следующие характеристики:

- при создании депозита вам нужно будет заполнить свой профиль на дополнительной учетной записи Сбербанка Онлайн, чтобы облегчить дальнейшее отслеживание баланса и накопления счета.

- средства с основного счета на специальный можно переводить ежедневно, только после достижения цели из числа шагов в течение дня.

- проценты по остаткам на вашем счете начисляются каждый день на основе количества шагов, предпринятых в этот день.

- Чеки и дебетовые карты не предоставляются. Операции возможны только через Мобильный банкинг и Интернет-банк.

Наиболее вероятным результатом внедрения нового продукта банка является «Relistic», он предполагает, что половина всех новых депозитов будет привлечена на депозит Fitness Online. Так же как минимум 200 000 человек, у которых уже есть депозиты, перейдут на новый продукт, вложив хотя бы среднюю сумму привлеченных депозитов для банка в целом. Таким образом, за целый год новый банковский продукт привлечет почти 76 миллиардов рублей средств физических лиц в депозитный портфель.

На данный момент Сбербанк Онлайн предлагает несколько депозитов, доступных для физических лиц. Депозит «Save Online» может быть открыт на срок 1 месяц с процентной ставкой 3,8–4,05%, но пополнение и снятие средств недоступно. Депозит «Пополнить онлайн» предлагает открыть счет не менее 3 месяцев с возможностью пополнения и процентной ставкой 3,7-4%. Депозит «Управляй онлайн» позволяет проводить операции по вводу и выводу средств при условии открытия на срок не менее 3 месяцев и с минимальным балансом 30 000 рублей, процентная ставка может быть установлена на уровне 2,75-3,8%.

В предложениях по корпоративному подразделению банка также есть несколько инновационных продуктов. Одним из них является удвоитель Сбербанка Онлайн для физических лиц, адаптированный для юридических

лиц и индивидуальных предпринимателей. Неотъемлемая часть развития инфраструктуры для клиентов заключается в улучшении цифрового банка. Так, к концу 2017 года уже 78% клиентов были переведены на новую платформу Цифрового корпоративного банка Сбербанк Business Online.

Преимуществами данного приложения является простой и функциональный дизайн, упрощенный доступ к продуктам банка, а также интеграция с основными сервисами партнеров.

Сбербанк уже имеет инновационные банковские продукты, ориентированные на корпоративный сектор. Такое приложение, как Sberbank Business Online, несомненно, является эффективным банковским продуктом, отвечающим требованиям по оцифровке всех переводов для удобства ведения бизнеса. Тем не менее, есть возможность улучшить этот продукт, и тем самым привлечь большее количество предприятий. Многие банки недооценивают огромный ресурс данных, который дает им конкурентное преимущество. Чтобы противостоять основным игрокам в ИТ-отрасли, коммерческие банки должны пересмотреть методы, которые они используют для анализа данных, и стать для своих клиентов не просто кредиторами, но и полноправными партнерами, готовыми продавать индивидуальные решения для проведения операций.

Таким образом, во второй главе мы рассмотрели организационные и экономические характеристики ПАО Сбербанк, определив его как крупнейшего, наиболее надежного и инновационно ориентированного игрока на рынке банковских услуг. Предлагаемый инновационный продукт позволит банку дополнительно получить 53 882 млн руб. Чистой прибыли за счет привлечения новых средств от розничных клиентов.

Заключения

Оценка текущих инновационных продуктов проводилась на примере ПАО Сбербанк. Банк является основным коммерческим банком страны, который занимает наибольшую долю на рынке банковских продуктов и услуг. Анализ финансовой деятельности Сбербанка за 2016-2018 годы

показал, что исследуемая кредитная организация является лидером рынка на протяжении всего рассматриваемого периода и демонстрирует стабильную позицию. Сегодня Сбербанк является основным кредитором физических лиц в Российской Федерации, обеспечивающим стабильное развитие экономики. ПАО Сбербанк является новатором в области банковских технологий и активно адаптирует продукты технического прогресса к своей деятельности, создавая на своей базе специализированные отделы, отвечающие за каналы дистанционного обслуживания и новые финансовые технологии.

В области бесконтактных платежей было предложено создать собственную систему, позволяющую проводить операции без использования пластиковых карт. В долгосрочной перспективе это повысит удобство использования банковских услуг и окажет положительное влияние на экологию банковского дела. Таким образом, инновации в банковском секторе в условиях современной экономики являются насущной необходимостью для российских банков.

Список использованных источников

Законодательные и нормативные материалы

1. О банках и банковской деятельности [Электронный ресурс]: федер. закон от 02.12.1990 № 395-1 (ред. От 23.05.2018) – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/, свободный.

2. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) [Электронный ресурс]: федер. закон от 10.07.2002 № 86-ФЗ (ред. от 23.04.2018). – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/, свободный.

Составные части документов

3. Банк 3.0. Почему сегодня банк – это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете. [Текст]: монография / Бретт Кинг. – М.: Олимп-Бизнес, 2014. – 520 с.

4. Бочарова, О.Н. Анализ кредитования субъектов малого и среднего бизнеса в России: меры создания благоприятных условий [Текст] / О.Н. Бочарова, С.А. Потокина, О.И. Ланина // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – №3. – С. 22-28.

5. Брагина, Е.Е. Геймификация как способ продвижения продукции

6. Дьякова, О.Н. Содержание системы дистанционного банковского обслуживания

7. Крючкова, О.Ю. Функционирование коммерческих банков: роль инноваций [Текст] / О.Ю. Крючкова // Вестник ТГУ. – 2010. – №1. – С. 23-27.

8. Кудрявцева, Ю.В. Рынок банковских услуг: от настоящего к будущему [Текст] / С.В. Кудрявцева // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2017. – №4. – С. 435-448.

9. Куликов, Н.И. Банки уходят в сеть интернета [Текст] / Н.И. Куликов, Ю.В. Кудрявцева // Финансы и кредит. – 2016. – № 29. – С. 4-12.

10. Кумакова, С.В. Препятствия инновационного и технологического развития России [Текст] / С. В. Кумакова // Россия: тенденции и перспективы. – 2014. – №9. – С.512-516.

11. Моткова, М.А. Использование информационных технологий в банковском обслуживании корпоративных клиентов [Текст] /М.А. Моткова// Вестник РГЭУ РИНХ. 2016. – №3 (55).

12. Осипов, Д.С. Анализ перспективных направлений модернизации продуктового ряда банка [Текст] / Д. С. Осипов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – №2.– С. 33-35.

13. Попова, В.П., Стригунов Ю.В. Инновационные банковские продукты как факторы роста и развития коммерческого банка [Текст] / В.П. Попова, Ю.В. Стригунов // Современные проблемы и пути их решения в науке, производстве и образовании. – 2014. – №1. – С. 48-52.

14. Попова, И. В. Методические подходы к оценке эффективности банковской деятельности [Текст] / И.В. Попова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №3-2. – С. 43-48.

Электронные ресурсы

15. Пряников, М.М., Чугунов А.В. Блокчейн как коммуникационная основа формирования цифровой экономики: преимущества и проблемы [Текст] / М.М. Пряников, А.В. Чугунов // International Journal of Open Information Technologies. – 2017. – №6. – С. 49-55.