

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

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**Влияние денежно-кредитной политики России на развитие
предпринимательства**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 464 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиля «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Антоновой Алины Витальевны

Научный руководитель

к.э.н., доцент _____ О.А. Шлякова

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент _____ Е.В. Огурцова

Саратов 2021 год

Введение. Актуальность темы обусловлена тем, что в современных экономических условиях, когда направление привлечения средств из-за рубежа и инвестирования в зарубежные активы ограничены, кредитным организациям приходится адаптироваться и разрабатывать перспективные направления развития, с учетом сложившейся ситуации. С помощью денежно-кредитной политики государство решает не только проблемы роста инфляции и экономических кризисов, но и стимулирует инвестиционную привлекательность отдельных отраслей экономики.

Теоретической базой исследования послужили нормативно-правовые акты и работы отечественных специалистов в области денежно-кредитной политики, среди которых следует отметить таких как: Л.Г. Батракова, Г.Н. Белоглазова, Т.П. Варламова, Н.Б. Глушкова, Е.Ф. Жуков, Е.П. Жарковская, О.И. Лаврушин, П.П. Ковалев, Г.Г. Коробкова, Ю.И. Коробов, А.М. Тавасиев, Г.Н. Щербакова и др.

Цель работы заключается в изучении влияния денежно-кредитной политики России на развитие предпринимательства на примере АО «Тинькофф Банк».

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- изучить понятие, цели и принципы, основные инструменты и методы реализации денежно-кредитной политики РФ;
- определить особенности предпринимательской деятельности кредитных организаций;
- проанализировать предпринимательскую деятельность АО «Тинькофф Банк»;
- оценить влияние денежно-кредитной политики России на деятельность АО «Тинькофф Банк»;
- изучить основные проблемы предпринимательской деятельности АО «Тинькофф Банк» в результате изменения денежно-кредитной политики и

пути их решения.

Объект исследования – единая денежно-кредитная политика России.

Предмет исследования – предпринимательская деятельность АО «Тинькофф Банк».

В работе используется несколько исследовательских методов для достижения поставленной цели. Метод наблюдения, в процессе которого выводы относительно денежно – кредитной политики формируются на базе восприятия изменений анализируемого процесса, метод анализа – исследуемый предмет рассматривается с нескольких позиций, делится на определенные компоненты, метод сравнения – получение данных о предмете исследования осуществляется посредством поиска общих и различных признаков.

Цель и задачи определили структуру работы, которая состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников, приложений.

Основное содержание работы. В рамках работы были определены понятие, цели и принципы единой государственной денежно-кредитной политики РФ; рассмотрены основные инструменты и методы ее реализации, а также изучены особенности предпринимательской деятельности банков.

На основании анализа сделан вывод о том, что денежно-кредитная политика страны представляет собой совокупность мероприятий в области кредита и денежного обращения, направленных на достижение экономического благополучия страны.

Политическая и экономическая ситуация как внутри страны, так и на международном уровне оказывает влияние на денежно-кредитную политику, которая, в свою очередь, оказывает непосредственное влияние не только на финансово-кредитные организации, но и на экономическое развитие страны в целом, касаясь различных сфер деятельности населения.

В России Денежно-кредитная политика разрабатывается Центральным банком РФ с учетом внешних и внутренних условий развития экономики страны и изменения ситуации на внешних рынках. Денежно-кредитная

политика ЦБ разрабатывается на текущий период и на среднесрочную перспективу.

Именно ЦБ оказывает влияние на количество денег на рынке, по средствам скупки и эмиссии денежных знаков. Это является одним из главных инструментов денежно-кредитной политики Центрального банка. Для регулирования количества кредитных денег на рынке Центральный банк также использует денежно-кредитную политику, но уже по средствам ключевой ставки и ставки рефинансирования.

Денежно-кредитная политика способствует преодолению макроэкономических проблем посредством целенаправленных действий государства. В зависимости от фазы, в которой находится экономика, финансовый рынок, банковская сфера, а также уровень инфляции, применяются те или иные комплексы мероприятий в рамках денежно-кредитной политики, которые стимулируют или сдерживают экономические процессы. Денежно-кредитная политика, так же как и прочие подходы к регулированию экономической жизни страны, имеет свои достоинства и недостатки. Очевидно, что применение этих инструментов действительно может оказывать положительное влияние на экономику.

Предпринимательская деятельность кредитных организаций, в свою очередь, должна быть направлена на нахождение прочных экономических ниш, осуществление важнейших кредитных операций, обеспечивая, тем самым, целенаправленное и эффективное социально-экономическое развитие страны.

Знание особенностей развития экономики, в частности, знание клиентов и их потребностей, дает банкам конкурентные преимущества перед прочими финансовыми институтами, осуществляющим свою деятельность на территории их присутствия. Оказываемые услуги и банковские продукты должны быть персонифицированы и адаптированы к потребностям клиентов. Практически к каждому из них кредитная организации имеет возможность подойти индивидуально, совместно разработать условия банковских операций.

Коммерческие банки готовы кредитовать малые и средние предприятия, финансовое положение которых временно нестабильно, но их акционеры владеют значительным имуществом и перспективы развития предприятия, с точки зрения руководителя кредитной организации, оптимистичны. Банки могут участвовать в программах по льготному кредитованию, в социальных программах.

В настоящее время необходимо обеспечение нормальной конкурентной среды на рынке банковских услуг независимо от масштаба банка, для чего можно использовать механизм пропорционального регулирования. Имеется в виду, что стабильность банковской системы можно эффективно обеспечивать, повышая ответственность крупных системообразующих банков, несущих на себе основные системные риски. При этом смягчение регуляторных издержек для небольших банков позволит улучшить конкурентную среду, что приведет к снижению стоимости предлагаемых услуг.

В практической части исследования была проанализирована предпринимательская деятельность АО «Тинькофф Банк», проведена оценка влияния денежно-кредитной политики России на деятельность банка, предложены основные направления совершенствования предпринимательской деятельности АО «Тинькофф Банк» в результате изменения денежно-кредитной политики.

Деятельность АО «Тинькофф Банк» ведется исключительно в дистанционном режиме. Основные продукты АО «Тинькофф Банк»: дебетовые карты, вклады и кредитные карты. Дополнительно клиентам финансовой организации доступен выпуск кобрендового пластика и программы целевого кредитования. Для юридических лиц применяются расчетно-кассовое обслуживание, зарплатные проекты, кредиты и услуги по ведению бухгалтерской деятельности. АО «Тинькофф Банк» также выступает как посредник, привлекающий клиентов к оформлению ипотечных кредитов у банков-партнеров.

АО «Тинькофф Банк» реализует так называемый «нишевой» подход, который состоит в построении осмысленного сервиса вокруг ежедневных

потребностей клиента и концентрацией на розничном сегменте. Это и daily banking, и инвестиции, реализуемые через единую точку входа. В данном случае банк не пытается объединить эти ниши. В приложении для банкинга нет упоминания инвестирования и наоборот.

Современная ситуация в стране тяжелая, но Центробанк снизил и удерживает ключевую ставку в 4,5%, реализуя «мягкую» денежно-кредитную политику. В отличие от предыдущих кризисов, в настоящее время угроза дефляции намного выше, чем инфляции.

Влияние ключевой ставки для «Тинькофф» двоякое. С одной стороны, снижение чистых процентных доходов, с другой - более высокие темпы роста, повышение комиссионных доходов, уход с рынка неэффективных игроков. Однако в краткосрочном периоде влияние на чистую прибыль для «Тинькофф» будет скорее отрицательным, так как сначала снизится доходность кредитов. Однако затем постепенно понизится стоимость привлечения капитала, быстрее начнет расти портфель, и повысятся комиссионные доходы. В долгосрочной перспективе снижение как минимум не окажет негативного влияния на прибыль, а просто перераспределит ее между разными источниками, и как максимум - увеличит.

В связи со снижением ключевой ставки АО «Тинькофф Банк» снизил ставки по вкладам. С 14 мая 2020 г. новые ставки для всех дебетовых карт с процентом на остаток, в том числе в рамках доходных баллов программ лояльности, а также по накопительным счетам для всех клиентов, включая держателей премиальных карт, составили 4% годовых (ранее 5%).

Предпринимательская деятельность АО «Тинькофф Банк» в данных условиях может оставаться достаточно эффективной, если банк будет обеспечивать востребованность своих продуктов. Для чего необходимо наращивание использования диджитал инструментов присутствия в сети, при помощи определения новых моделей цифрового присутствия, что позволит обеспечить банку необходимый уровень прибыльности.

Важно использование инструментов повышения доверия и лояльности клиентов, что достигается фактом прозрачности тарифов и описания

продуктов. Банк должен и дальше расширять свою экосистему, отслеживая настроения и запросы клиентов и оперативно на них реагируя. Также важна игровая подача финансовых продуктов банка, в первую очередь программ лояльности, поэтому необходима грамотная стратегия бонусов в сочетании с индивидуальными программами лояльности и геймификационной составляющей.

АО «Тинькофф Банк» должен стремиться активнее кредитовать бизнес, привлекая предпринимателей различными онлайн-сервисами для ведения бизнеса, используя максимальное количество каналов для взаимодействия с бизнес-средой.

Стратегией совершенствования предпринимательской деятельности банка станут интегрированные маркетинговые коммуникации – принцип использования различных коммуникационных технологий, позволяющий увеличить эффективность их использования за счет кумулятивного эффекта, усиления воздействия при помощи обращения к нескольким каналам коммуникации, что приведет к повышению его известности и формированию информационного поля, вследствие чего можно будет привлечь новых клиентов и удержать тех, кто уже пользуется услугами банка, превратив их в своих агентов, тем самым жизненный цикл продуктов банка будет продлен.

Заключение. В настоящее время основной задачей АО «Тинькофф Банк» является поиск новых уникальных способов зарабатывать в условиях рынка низких процентных ставок.

Сложившаяся ситуация на рынке банковских услуг характеризуется ростом конкуренции не только между кредитными организациями. Внешние финтех сервисы также проявляют все большую активность, стремясь получить внимание клиента к своим продуктам. Другими словами, АО «Тинькофф Банк» должен выходить на качественно новый уровень цифровой конкуренции, обеспечивая востребованность своих продуктов. Поэтому недостаточно просто внедрить новую технологию или предложить цифровой сервис. Преимущество в эффективности – минимизации затрат для банка и максимальной выгоде для его клиентов.

В связи с ростом конкуренции в цифровых сервисах АО «Тинькофф Банк» необходимо наращивание использования диджитал инструментов присутствия в сети.

По мнению экспертов отрасли, только самые лучшие представители так называемых небанков, к которым относится и АО «Тинькофф Банк», смогут конвертировать привлеченных клиентов в показатели прибыли. Как показывает исследование, многие счета, открытые в «Тинькофф Банке» – это, так называемые, «вторые счета», имеющие низкий остаток. Причем две трети держателей этих счетов не закрывают свои основные счета в других банках. В условиях цифровой экономики АО «Тинькофф Банк» важно определить, какие еще модели цифрового присутствия смогут обеспечить ему необходимый уровень прибыльности. Банку нет необходимости реформировать свою бизнес-модель, так как она и так имеет низкозатратную версию. Однако АО «Тинькофф Банк» необходимо сосредоточиться на предоставлении финансовых сервисов, а не на продаже своих продуктов.

Если раньше весь банковский бизнес был выстроен вокруг продажи клиентам финансовых продуктов, что было главной ценностью, которую банки могли предложить, то теперь ценность заключается не в самом продукте, а в сервисе, который банк может предоставить для улучшения жизни клиентов.