

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

кафедра финансов и кредита

Развитие новых банковских продуктов
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 5 курса 562 группы экономического факультета

По направлению 38.03.01 Экономика
профиль «Финансы и кредит»

Сизовой Юлии Эдуардовны

Научный руководитель
доцент кафедры финансов и кредита, к.э.н. _____ М.В.Голубниченко
дата, подпись

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

Саратов 2021

Банки нацелены на получение постоянной и растущей прибыли. Учитывая большую конкуренцию и условия пандемии, они вынуждены подстраиваться к изменениям условий рынка, расширять продуктовую линейку предложений и продвигаться в широкие массы.

Одним из главных моментов успешной реализации и старта новой продукции является анализ спроса на уже существующем рынке. Он проводится для того, чтобы определить положительные и отрицательные моменты для банка при создании и запуске любого нового продукта. Этим характеризуется актуальность нашей работы.

Во время проведения анализа спроса на продукт, важным для корректных результатов и дальнейшего успешного запуска и функционирования, в качестве сравнения выступают аналоги данных продуктов из специализирующихся структур.

Сложившаяся экономическая ситуация в стране вынуждает банки создавать и реализовывать новые продуктовые проекты для достижения стабильных результатов и прибыли. Грамотное сравнение с конкурентами позволит выделить, какие именно продукты следует создавать и внедрять в уже существующую и работающую систему банка.

Рассмотрением данной темы занимаются ведущие маркетологи и финансисты, как России, так и зарубежных стран. На практике, в большинстве случаев, созданию и внедрению новых продуктов способствуют отзывы и предложения как внешних, так и внутренних клиентов банков.

Цель работы: провести анализ спроса на новые банковские продукты

Задачи исследования:

1. Рассмотреть виды новых банковских продуктов
2. Рассмотреть технологию создания банковских продуктов
3. Рассмотреть способы внедрения новых банковских продуктов

4. Провести анализ новых банковских продуктов Сбер банка
5. Провести анализ новых банковских продуктов Тинькофф
6. Провести оценку внедрения продуктов

Объект исследования: ПАО «Сбербанк России» и АО «Тинькофф Банк»

Предмет исследования: новые банковские продукты.

Гипотеза исследования. Анализ спроса на каждый конкретный продукт и его сравнение с уже существующим аналогом позволит спрогнозировать успешность внедрения и получение прибыли от введения продукта в массовое потребление.

Методы исследования:

- анализ запросов в сети интернет
- анализ научной литературы;
- синтез и обобщение.

Теоретическая значимость работы состоит в определении роли спроса клиентов при внедрении новых банковских продуктов.

Практическая значимость работы заключается в том, что проведённый анализ спроса позволит рассмотреть заинтересованность в продукте у потребителей и, исходя из этого определить, есть ли смысл внедрять новый продукт и инвестировать в него денежные средства.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ГЛАВ РАБОТЫ

В первой главе «Теоретические основы исследования новых банковских продуктов» изучается основное содержание, цели и задачи, а также функции и принципы создания новых банковских продуктов в России. Рассматривается процесс внедрения и потребности в новых продуктах.

В настоящее время большинство банков предлагают широкий ряд продуктов, охватывающий практически все аспекты банковской деятельности и финансовых услуг. В то же время другие банки в целях завоевания и прочного удержания конкурентного преимущества стремятся специализироваться на оказании определенного перечня услуг.

Рассматривая крупнейшие банки России, такие как Сбер банк, ВТБ и Тинькофф, можно отметить конкретные продукты которые они начали выпускать за последние несколько лет и нашли активный отклик от клиентов в достаточно короткие сроки, и особо большой спрос в период пандемии.

Можно выделить основные продукты в рисунке 1.

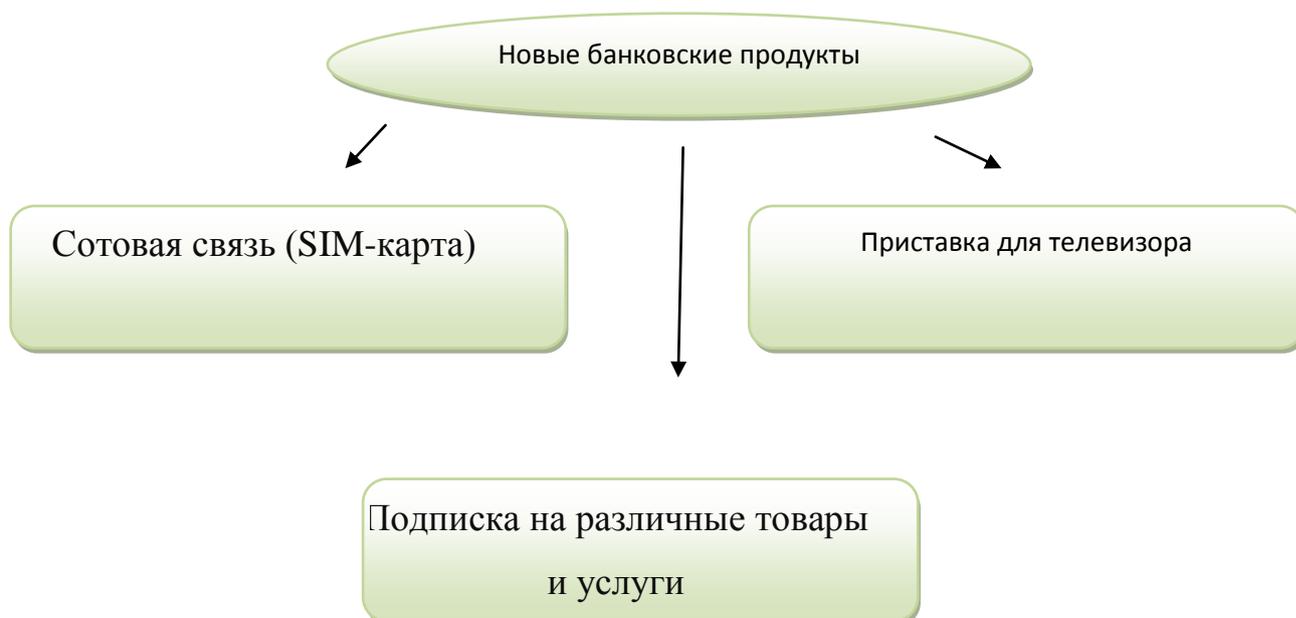


Рисунок 1- виды новых банковских продуктов

В условиях стремительно развивающейся экономики повышается уровень требований от потребителя, поэтому банкам, как одним из институтов предоставляющих услуги и продукты, необходимо в кратчайшие сроки и с высоким качеством создавать и внедрять что-то новое, так как уровень конкуренции растёт с каждым днём. Компании, которые ранее занимались абсолютно другими услугами, начали проводить банковские операции и предоставлять банковские продукты, что вызывает спад спроса потребителей в обычных банках.

Крупнейшие банки России чтобы привлечь клиентов, в том числе, которые ранее не обращались в банк по тем или иным причинам, начали создавать и внедрять новые продукты для своих систем.

Во второй главе «Анализ новых банковских продуктов» проводится анализ конкретных продуктов, а именно мобильной связи Сбер Мобайл и Тинькофф Мобайл.

Для того чтобы можно было изучить результаты работы банковского учреждения нужно провести анализ доходов и расходов коммерческого банка, а значит, и его оценки эффективности

Рассмотрим доходы ПАО «Сбербанк России» (таблица 1).

Таблица 1 – Доходы ПАО «Сбербанк России» за 2017-2019 гг.

Показатели	2017 г., тыс. руб.	2018 г., тыс. руб.	Темп прироста в 2018 г. по сравнению с 2017 г., %	2019 г., тыс. руб.	Темп прироста в 2019 г. по сравнению с 2018 г., %
1	2	3	4	5	6
Чистые процентные доходы после создания резервов	680,153,578	599,565,476	-11.85	1,113,674,492	85.75
Чистые доходы от операций с ценными бумагами	-12,662,654	-1,730,567	-86.33	2,792,727	-261.38
Чистые доходы от операций с иностранной валютой	-1,472,913	100,403,852	6,916.69	29,511,322	-70.61
Чистые доходы от операций с драгоценными металлами	0	187,331	100.00	2,217,651	1083.81
Доходы от участия в капитале других юридических лиц	5,332,089	2,674,701	-49.84	8,725,625	226.23
Комиссионные доходы	241,114,334	297,700,676	23.47	360,618,710	21.13
Прочие операционные доходы	42,227,454	46,009,705	8.96	33,975,420	-26.16
Всего доходов	954,691,888	1,044,811,174	9.44	1,551,515,947	48.50

Источник: составлено автором на основе источников:

Официальный сайт ПАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]: [сайт]. URL: // <http://www.sberbank.ru> – (дата обращения: 15.11.2020). Загл. с экрана. Яз.рус.

Анализ данных позволяет сделать вывод о стабильной деятельности ПАО «Сбер банк России» и росте общей величины доходов за рассматриваемый период.

Рассмотрим прогноз по модели Сбермобайл.

Для построения модели буду использовать данные с Google trends количество запросов по теме сбермобайл (сотовая связь от СБЕР банка) за последние 12 мес(до этого продукт не существовал).



Рисунок 2 – Количество запросов СберМобайл

По результатам рассмотрения прогноза можно сделать вывод что продукт Сбермобайл успешно стартовал на рынке и занимает стабильную позицию на нем. Стоит отметить что грамотная реклама направленная на разные возрастные категории может способствовать росту спроса на связь сбермобайл, при этом в данном прогнозе учитываются только запросы в сети интернет, для более точного прогноза необходимо анализировать количество запросов в офисах банка и количество звонков на горячую линию Сбер банка для консультации.

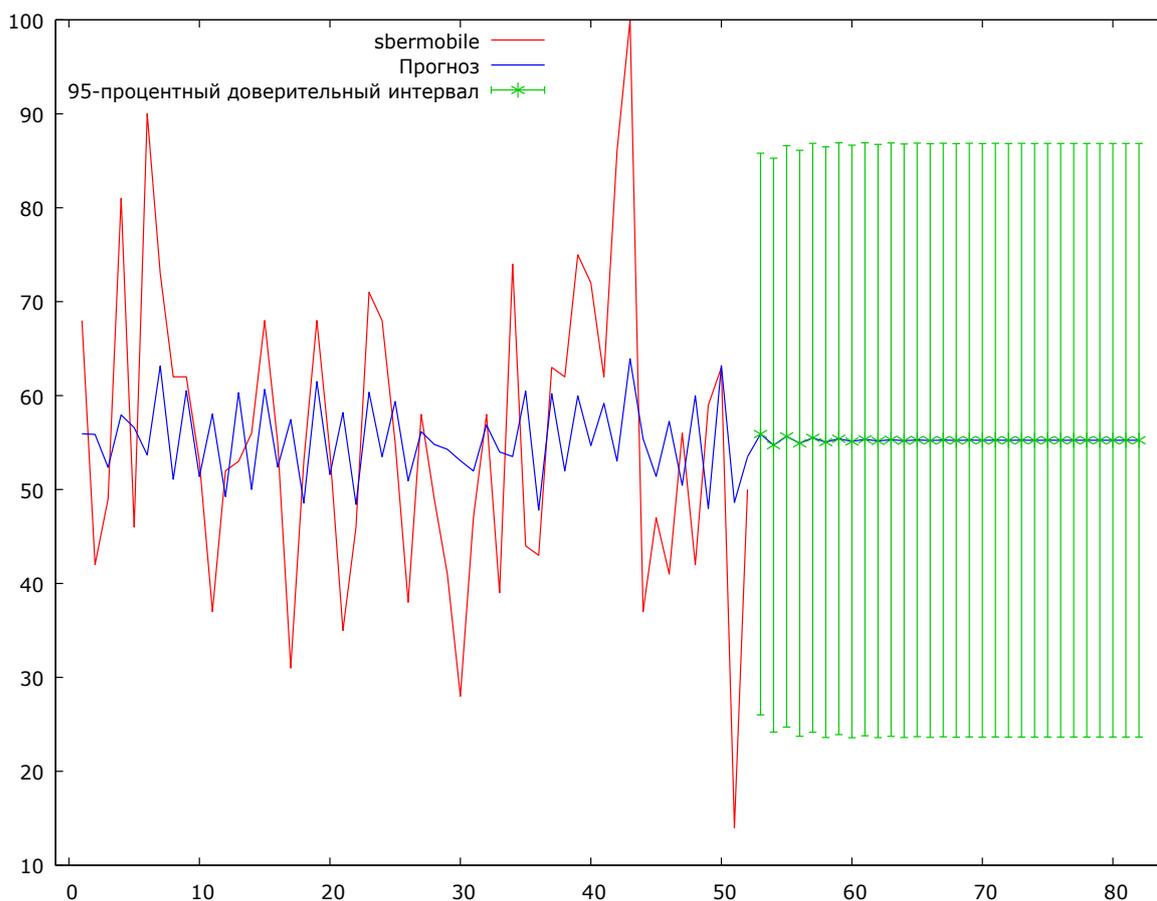


Рисунок 3 – Прогнозы

Проведем анализ деятельности банка Тинькофф, по итогам 9 месяцев 2019 года, банк получил 78,4 млрд рублей процентных доходов, увеличив их на 43% к 2018 году, в основном за счет трехкратного увеличения выдачи кредитных карт. Чистая маржа при этом увеличилась практически в 3 раза. Комиссионные доходы банка за 9 месяцев увеличились на 177% до 24,8 млрд рублей. Причем основной вклад в доходы вносит обслуживание ИП и прочих организаций, эквайринг и страхование кредитов.

Прибыль за 9 месяцев 2019 года составила 21,7 млрд рублей, увеличившись на 22% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года. Прибыль за 9 месяцев 2019 года составила 21,7 млрд рублей, увеличившись на 22% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.

Капитал компании по итогам 9 месяцев 2019 года составил 76,6 млрд рублей, увеличившись на 20%, за счет сокращения дивидендов и принятию мер по поддержанию достаточности капитала

Рассмотрим прогноз по модели Тинькоффмобайл.

Для построения модели буду использовать данные с Google trends количество запросов по теме тинькоффмобайл (сотовая связь от Тинькофф банка) за последние 12 мес

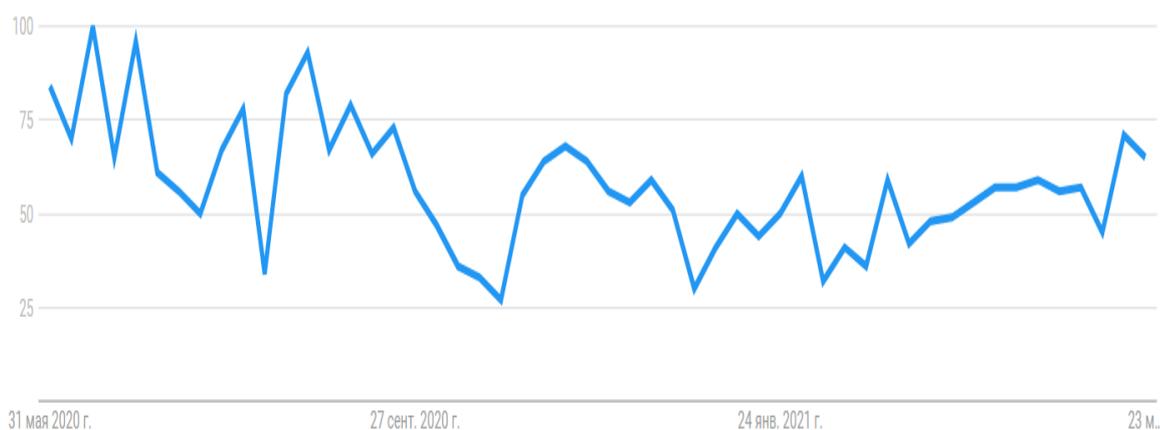


Рисунок 4 – Количество запросов ТинькоффМобайл

По результатам рассмотрения прогноза можно сделать вывод что продукт Тинькоффмобайл успешно существует на рынке и занимает стабильную позицию на нем. Укрепить позицию на рынке и повысить спрос можно улучшив возможность получения сим-карты для определенной группы лиц инвалидов 1 и 2 группы, на данный момент это проблематично, если инвалидность связана с невозможностью говорить, видеть или подписывать документы.

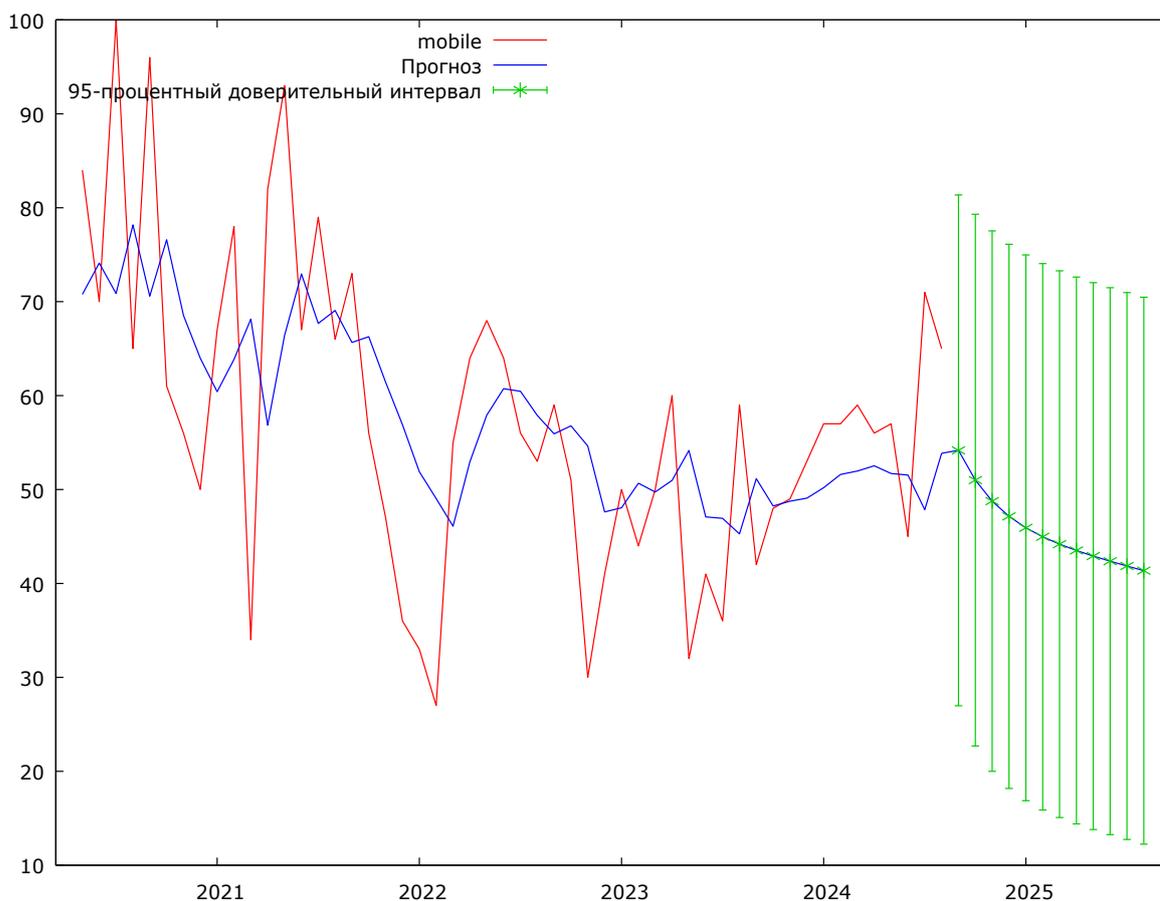


Рисунок 5 – Прогнозы

В последующие года банки будут создавать и внедрять новые продукты так как спрос постоянно растет. Для банков важны конкурентные преимущества, а следовательно при запуске любого нового продукта и заинтересованности клиентов в нем, другие банки будут стремиться усовершенствовать продукт и внедрять его аналогичную, но более выгодную для клиентов. Например, Сбер банк в 2021 году начал запуск сервиса СберЛогистика, это доставка и отправка посылок через отделение банков. Это дает конкурентное преимущество перед другими, а так же приток новых клиентов ранее пользующихся услугами Почты России и Почта банка. Сервис обладает большими преимуществами:

1. Наличие офисов в каждом районе
2. Выгодные условия
3. Быстрая доставка
4. Отсутствие очередей

5. Наличие постаматов

Таким образом можно говорить о всесторонней направленности развития банков, их универсальности и возможности для клиента получить все услуги и продукты в одном месте и в один момент. При этом банки должны помнить о разумности продуктов, чтобы в «гонке» за развитием продуктов не штамповать лишние чрезмерные услуги, которые стоят больших затрат, а прибыли может и не принести.

В результате проведенного исследования была достигнута поставленная цель и решены задачи. Подводя итоги работы можно сделать следующие выводы:

- ПАО «Сбер» банк – современный универсальный банк, удовлетворяющий потребности различных групп клиентов в широком спектре банковских услуг. Банк занимает крупнейшую долю на рынке вкладов и является основным кредитором российской экономики.

- Анализ конкурентов на финансовом рынке выявил двух основных крупных конкурента: ВТБ и Тинькофф.

- Сравнительный анализ конкурентных преимуществ выявил, что Сбербанк опережает своих конкурентов практически по всем критериям. Сбер банк занимает лидирующие позиции и имеет сильное конкурентное преимущество. Сильным конкурентом в связи является банк Тинькофф.

- В настоящее время Сбер банк развивает собственную цифровую экосистему в самых разных направлениях деятельности. Экосистема Сбербанка – это разветвленная сеть организаций, которая создана на единой цифровой платформе. В экосистему входит свыше 40 компаний. Все они помогают клиентам банка решать их разнообразные жизненные задачи, при этом сохраняют самое ценное – время.

Разработка совершенно новых банковских продуктов позволяет увеличить сегмент потребителей, расширить линейку банковских продуктов.

Новый банковский продукт даст конкурентное преимущество перед банками конкурентами.