

УДК 336.71

**ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ
РОЗНИЧНОГО КЛИЕНТА БАНКА**

Маякова Е.А.

студентка 1 курса, магистратура

Курский государственный университет,

Курск, Россия

Немченкова М.О.

студентка 1 курса, магистратура

Курский государственный университет,

Курск, Россия

Меркулова Н.С.

к.э.н., доцент, научный руководитель,

Курский государственный университет,

Курск, Россия

Аннотация

В данной работе рассмотрена сущность розничного банковского обслуживания. Современные экономические отношения создали базу для развития разнообразных продуктов и услуг, которые предоставляются на розничном банковском рынке. Продуктовый ряд рассматривается банками как широкий комплекс. В ходе исследования определены основные стимулы развития розничных банковских услуг и изучены сдерживающие факторы. Современные тенденции развития финансовых услуг и финансовых рынков вынуждают население быть финансово-грамотным и вникать в понятие «финансовая грамотность». За последние годы увеличилось число регионов, которые стали

уделять внимание этой проблеме. Стали разрабатываться специальные программы по улучшению финансовой грамотности в Российской Федерации. В работе дано определение финансовой грамотности и выделены ее компоненты. Также определена взаимосвязь между уровнем финансовой грамотности и активностью банковского клиента. Она рассмотрена с двух сторон. Схематично отражены отрицательные последствия низкого уровня финансовой грамотности для общества, государства, бизнеса, а также приведены результаты исследования по данной теме.

Ключевые слова: банковский розничный бизнес, розничные услуги, финансовая грамотность, компоненты финансовой грамотности, банковский клиент.

FUNDAMENTALS OF FORMING FINANCIAL BEHAVIOR OF A RETAIL BANK CLIENT

Mayakova E. A.

1st year student, master's degree

Kursk state University,

Kursk, Russia

Nemchenkova M. O.

1st year student, master's degree

Kursk state University,

Kursk, Russia

Merkulova N. S.

Ph. D., associate Professor,

Kursk state University,

Kursk, Russia

Annotation

In this paper, the essence of retail banking is considered. Modern economic relations have created the basis for the development of various products and services that are provided in the retail banking market. The product range is considered by banks as a wide complex. The study identified the main incentives for the development of retail banking services and studied the constraints. Current trends in the development of financial services and financial markets force the population to be financially literate and understand the concept of "financial literacy". In recent years, the number of regions that have begun to pay attention to this problem has increased. Special programs have been developed to improve financial literacy in the Russian Federation. The paper defines financial literacy and highlights its components. The relationship between the level of financial literacy and the activity of the Bank client is also determined. It is considered from two sides. The negative consequences of a low level of financial literacy for society, the state, and business are schematically reflected, as well as the results of research on this topic.

Keywords: retail banking business, retail services, financial literacy, components of financial literacy, banking client.

В начале XXI века произошло развитие розничного банковского бизнеса в России. Это было связано с тем, что к данному периоду времени в российском банковском бизнесе были использованы все инструменты для обслуживания крупных корпоративных клиентов. Поэтому, чтобы быть конкурентоспособным, необходимо было развивать новые рынки. Вследствие чего, внимание было обращено на потребительский сектор, а именно на розничных покупателей.

С того периода розничный бизнес выступает главной движущей силой развития банковского сектора в целом. На современном уровне большинство банков установили лидирующее положение в обслуживании клиентов и

сформировали высокую репутацию, основанную на том, что центром ее являются клиенты [6, с.95].

Современные экономические отношения создали базу для развития разнообразных продуктов и услуг, которые предоставляются на розничном банковском рынке. Продуктовый ряд рассматривается банками как широкий комплекс. Он образован не только операциями по вкладам или кредитованию, но и способностью быть для клиентов легким в доступе, простым и ясным.

В настоящее время банковские карты стали играть главнейшую роль в системе расчетно-платежных операций. Выделяют кредитные, дебетовые, зарплатные и карты, которые обслуживаются на специальных условиях. Все более популярной становится система предоставления банковских услуг в режиме онлайн с помощью интернет-банкинга, который представляет собой расчетные операции, осуществляемые через интернет.

Основными стимулами развития розничных банковских услуг является:

- 1) увеличение доходов населения;
- 2) рост конкуренции в секторе корпоративных банковских услуг;
- 3) динамическое создание в государстве среднего класса, выполняющего роль основных потребителей товаров и услуг.

Развитие данного процесса дает возможность усилить доверие к банкам и банковской системе в целом, создать паритетные ситуации для совершенствования конкуренции, уравнивать иные сдерживающие факторы.

Рассмотрим сдерживающие факторы. Основным из них является недоверие населения банкам, проявляющееся в том, что снижается потребность в использовании тех или иных продуктов банка. Также неравные условия конкуренции увеличивают снижение развития розничного бизнеса. Одной из причин этого может считаться и несовершенство нормативно-правовых аспектов, а также регулирование такого вида деятельности. В целом, все эти

факторы образованы из-за отставания банковской инфраструктуры от требований реальной жизни и потребностей населения [1, с.4].

Мировые тенденции развития финансовых рынков и финансовых услуг привнесли в жизнь людей многообразие и усложнение финансовых продуктов. Теперь каждый человек должен не только знать, что такое финансовая грамотность, но и сам быть финансово-грамотным и принимать решения, которые позволят сделать его жизнь комфортнее и проще.

В последние годы вопросы повышения уровня доступности финансовых услуг различных слоев населения получили широкое обсуждение и государственную поддержку. При участии международных финансовых институтов в России наметился позитивный тренд роста заинтересованности регионов, различных государственных и коммерческих институтов в работе по данной проблематике.

Финансовая грамотность – это совокупность установок, навыков и знаний человека в финансовой сфере, его рациональное поведение, ведущее к повышению качества жизни и улучшению благосостояния. В современное время она тесно связана с социальным и материальным благополучием граждан [4, с.91].

Систематизация исследований и обобщение идей авторов по данной проблеме позволяют определить компоненты, раскрывающие понятие «финансовая грамотность». Они представлены на рисунке 1 [2, с.107].

Взаимосвязь между уровнем финансовой грамотности и активностью банковского клиента раскрывается при взаимодействии клиента – физического лица с финансовым институтом и рассматривается с двух сторон.

Во-первых, физическое лицо, обладающее определенным уровнем финансовой грамотности и имеющее необходимые знания, навыки и опыт, при решении личных задач самостоятельно решает возникающие финансовые вопросы, делает выбор и принимает оптимальное решение, однако, именно

финансовым институтам лучшего всего известно качество каждой предлагаемой услуги. Если из-за низкого уровня финансовой грамотности или своего поведения клиенты самостоятельно не могут любым способом отличить хорошие услуги от плохих, то вместе с доброкачественными услугами им всегда будут предоставляться и недоброкачественные. В работах Дж. Стиглица и Э. Вайсса для объяснения рационального кредитования за основу взята идея «отбора худших» [3, с.118].



Рис. 1 – Компоненты финансовой грамотности

Каждый заемщик предъявляет спрос на одну и ту же величину капитала, поэтому с точки зрения банка все заемщики равны. Они могут быть добросовестными и недобросовестными, но несмотря на это любой клиент

получает заем. После его выдачи заемщики начинают отличаться друг от друга. Они не равнозначны по сумме и сроку возврата кредита банку, поэтому банки оказываются в ситуации, что выданные разным заемщикам кредиты приносят различный доход.

Во-вторых, уровень финансовой грамотности воздействует на поведение физического лица при взаимодействии с выбранным финансовым институтом, отражая его ответственность за личные финансовые решения. По результатам проведенного опроса, профессор Высшей школы экономики О.Е. Кузина сделала вывод, что минимум треть студентов предпочла бы переложить ответственность за личные финансовые риски и инвестиционные вложения с себя на государство.

Низкий или нулевой уровень финансовой грамотности приводит к отрицательным последствиям для общества, государства, бизнеса и потребителей финансовых услуг. Схематично это влияние отражено на рисунке 2.

Высокая дифференциация доходов, глубокое расслоение населения вместе с монетизацией социальной сферы, обновлением и появлением новых финансовых продуктов сдерживают финансовую активность большинства граждан. Оставляет свой след и необдуманное поведение россиян в отношении к деньгам.

Согласно данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в 2019 году 66% россиян считали, что сейчас лучше сберегать и меньше тратить, 23% граждан придерживались обратного мнения. Брать кредиты в банках готовы были 14% россиян, а 72% граждан не считали возможным в настоящее время рассматривать вопрос о получении крупных займов.

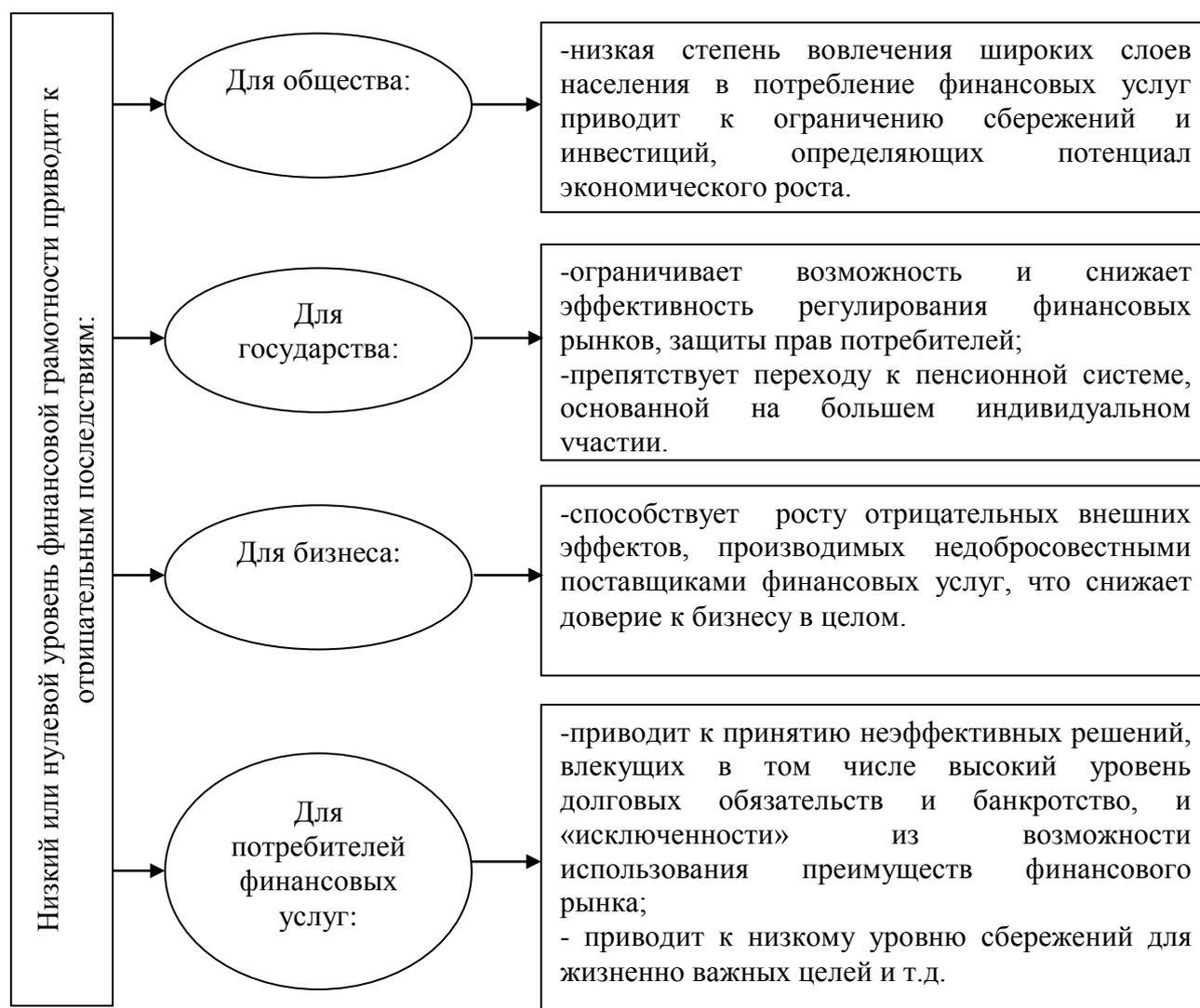


Рис. 2 – Отрицательные последствия низкого уровня финансовой грамотности для различных категорий общества

Доверие к банкам в течение последних месяцев оставалось практически неизменным. Размещать сбережения на депозитах считали целесообразным 46% граждан, забрать сбережения из банков советовали 32% опрошенных. 33% граждан ответили, что у них нет сбережений.

Отмечалось, что 47% опрошенных предпочитали свободные деньги класть в банк, а 32% считали, что лучше их оттуда забрать. В рублях хранили свои сбережения 63% россиян, в долларах — 5%, в евро — 3%, еще 2% респондентов хранили средства в другой валюте. Также в ходе исследования

было выявлено, что 46% россиян не следят за курсом доллара к рублю, 40% иногда следят, а 14% делают это регулярно.

Инициативный всероссийский опрос "ВЦИОМ-Спутник" был проведен среди россиян старше 18 лет методом телефонного интервью в количестве 1,6 тысячи человек. Для этой выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 2,5%.

По приведенным данным можно сказать, что проблема населения кроется не только в низких доходах, но и в неумении рационально и эффективно ими распоряжаться, то есть в невысоком уровне финансовой грамотности.

Таким образом, сущность розничного банковского обслуживания заключается в формировании и предоставлении населению различные банковских продуктов и видов услуг, позволяющих удовлетворить те или иные потребности. Развитие розничного банковского обслуживания в большинстве случаев зависит от доверия той или иной категории населения банкам. Розничные банковские услуги создают условия для удовлетворения населения своих потребностей посредством использования наиболее удобных инструментов для расчета по многообразным банковским операциям. Главной особенностью обслуживания розничных клиентов является комплексность. Для каждого банка розничные клиенты представляют большой интерес, особенно, в условиях высокой конкуренции. На розничном банковском рынке одним из важнейших факторов поведения населения является финансовая грамотность. Ее изучение помогает определить взаимосвязи между ней и активностью банковского клиента.

Библиографический список:

1. Акинин П.В. Совершенствование качества банковского сервиса [Текст] / П.В. Акинин, В.П. Акинана, И.О. Алимova // Финансы и кредит. – 2016. – №6. – С.2 –13.

2. Алиева И.А. Финансовое поведение населения: теоретический аспект [Текст] / И.А. Алиева // Вестник КРСУ. – 2018. – Том 16. №2. – С.107 – 109.

3. Алифанова Е.Н. Влияние финансовой грамотности населения на развитие финансовых инструментов и ключевых сегментов финансового рынка [Текст] / Е.Н. Алифанова, Ю.С. Евлахова // Проблемы развития системы образования (TERRA ECONOMICUS). – 2018. - №3. – С.115 – 120.

4. Белехова Г.В. Финансовая грамотность молодежи (на материалах Вологодской области) [Текст] / Г.В. Белехова, О.Н. Калачикова // Проблемы развития территории. – 2018. - №5 (85). – С. 90 – 106.

5. Кузнецова Е.А. Структура информационной среды при организации занятий по финансовой грамотности [Текст] / Е.А. Кузнецова, И.С. Винникова, С.О. Голованова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. - №4 (38). – С. 49 – 55.

6. Меркулова Н.С. Концепция комплексного подхода при организации розничного банковского бизнеса // Вестник Алтайской академии экономики и права. - 2019. - №5-3. - С.94-101.

7. Меркулова Н.С. Государственная политика в сфере повышения уровня финансовой грамотности населения // Сборник статей Научно-практической межрегиональной конференции "Формирование основ финансовой грамотности у детей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью", Изд-во Курск. гос. ун-та, 2019. - С.5-11.

Оригинальность 83%