

УКД 339.138

***МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БАНКОВ НА РЫНКЕ  
РОЗНИЧНЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ***

***Быканова Н.И.***

*К.э.н., доцент*

*Белгородский государственный*

*национальный исследовательский университет*

*Белгород, Россия*

***Воробьева О.А.***

*студент*

*Белгородский государственный*

*национальный исследовательский университет*

*Белгород, Россия*

***Аннотация.***

Основной целью деятельности коммерческих банков является получение стабильной прибыли, для достижения которой необходимо постоянно расширять ассортимент банковских продуктов, повышать качество предоставляемых банковских услуг. Увеличение доходов населения и развитие малого бизнеса при повышении уровня финансовой грамотности населения делает рынок розничных банковских продуктов значимым в развитии банковского сектора и экономики страны в целом. В свою очередь, развитие рынка банковских услуг для населения играет огромную роль для конкурентоспособности банка и позволяет удовлетворить финансовые потребности населения. В данной статье описаны основные этапы развития рынка банковских услуг, проанализированы количественные характеристики действующих банков в РФ, определены наиболее популярные и востребованные банковские услуги для физических лиц и возможности их

дальнейшего развития с использованием инструментов и технологий банковского маркетинга.

**Ключевые слова:** коммерческий банк, банковский маркетинг, физические лица, банковский продукт, банковская услуга

***PROMISING MARKETING OPPORTUNITIES FOR BANKS IN THE  
RETAIL BANKING MARKET***

***Bykanova N.I.***

*PhD, Associate Professor*

*Belgorod State*

*national research university*

*Belgorod, Russia*

***Vorobyeva O.A.***

*student*

*Belgorod State*

*national research university*

*Belgorod, Russia*

**Annotation.**

The main goal of commercial banks is to obtain a stable profit, to achieve which it is necessary to constantly expand the range of banking products and improve the quality of banking services provided. Increasing household incomes and the development of small businesses while increasing the level of financial literacy of the population makes the market for retail banking products significant in the development of the banking sector and the country's economy as a whole. In turn, the development of the banking services market for the population plays a huge role in the competitiveness of the bank and allows it to meet the financial needs of the population. This article describes the main stages of development of the banking

services market, analyzes the quantitative characteristics of existing banks in the Russian Federation, identifies the most popular and in-demand banking services for individuals and the possibilities for their further development using bank marketing tools and technologies.

**Keywords:** commercial bank, bank marketing, individuals, banking product, banking service

Велико значение коммерческих банков для экономики страны в настоящее время, поскольку посредством банковских услуг происходит перераспределение капитала. Становление банковской системы в современной России происходило в начале 90-х годов XX века. Рассмотрим подробнее ее основные этапы развития (таблица 1).

Таблица 1. Этапы развития банковской системы России

Период	Характеристика этапа развития
1988-1991	В данный период был зарегистрирован первый негосударственный банк «Союз» Госбанком СССР в городе Чимкенте. Необходимость создания негосударственных банков была обусловлена появлением в конце 80-х годов кооперативов, которым требовалось расчетно-кассовое обслуживание и кредитование. К концу 1988 года насчитывалось 25 коммерческих банков. У коммерческих банков того времени не было зачастую пригодных для их деятельности помещений, не было компьютеров, в связи с чем они не могли проводить даже кассовое обслуживание клиентов. В стране не было подготовленных специалистов и специализированной литературы. К концу 1991 года в стране насчитывалось 869 банков, больше половины из них - реорганизованные в коммерческие банки филиалы государственных специализированных банков («Промстройбанк», «Жилсоцбанк» и «Агробанк»).
1992 - 1994	В 1992 году в связи с переходом России к рыночной экономике в стране началось реформирование банковской системы. Законодательно закрепились двухуровневая банковская система. Стремительный рост числа коммерческих банков, а также становление рынка банковских услуг. На 01.01.1993 г. в России было 1713 коммерческих банков, из них с уставным капиталом 100 млн. рублей и выше 207 банков (12%), от 50 до 100 млн. рублей – 211 банков (12,3%), у большинства банков уставный капитал составлял менее 50 млн. рублей. Максимальное количество банков было зафиксировано в 1994 году и составило 2517 учреждений. Число филиалов коммерческих банков достигло 5486. По данным коммерческих банков за 1994 год доля кредитов населению выросла с 1,9% до 2,3%.

1995 - 1999	К началу 1995 года Центральному банку РФ удалось установить относительно эффективную систему контроля над банками, что привело к сокращению их количества. В 1995-1997 года было ликвидировано около 1000 кредитных организаций, в том числе входивших в 100 крупнейших банков России. Стоит отметить, что большинство из них не исчезало, а присоединялось в состав крупных банков в качестве филиалов. В 1998 году Правительством РФ был объявлен технический дефолт, из-за которого все банки пострадали от девальвации рубля, и больше половины банков от того, что государство отказалось оплачивать ценные бумаги. В 1999 году был основан банк «Русский стандарт», первый банк, специализирующийся на кредитовании населения, который к середине нулевых стал одним из самых прибыльных.
Начало XXI века	В данный период развивалась экономика страны, быстрее других развивался банковский сектор. Основным фактором, положительно повлиявшим на рост активов банков стали услуги, оказываемые физическим лицам. В 2001 году создан специализированный ипотечный банк «Дельтакредит». Заметив положительную тенденцию в развитии розничных услуг, к 2003 году кредитование физических лиц становится приоритетным направлением для многих банков.

Источник: составлено авторами

По данным ЦБ РФ на 01.01.2023 г. в России зарегистрировано 361 кредитная организация, в том числе банков 326 (таблица 2).

Таблица 2. Количественные характеристики действующих кредитных организаций РФ за 2018-2022 г., ед.[2]

Показатель	на 01.01.2019	на 01.01.2020	на 01.01.2021	на 01.01.2022	на 01.01.2023
1. Действующие КО	484	442	406	370	361
в том числе:					
- банки	440	402	366	335	326
- небанковские КО	44	40	40	35	35
1.1. КО, имеющие лицензии (разрешения), предоставляющие право на:					
- привлечение вкладов населения	400	365	334	306	300
- осуществление операций в иностранной валюте	475	435	399	364	358
- проведение операций с драгметаллами	214	200	183	166	167
1.2. КО, включенные в реестр банков – участников системы	407	371	340	310	303

обязательного страхования вкладов, всего					
2. Зарегистрированный уставный капитал действующих КО (млн руб.)	2655403	2822730	2765397	2830054	2963546
3. Филиалы действующих КО на территории РФ, всего	709	618	530	471	459
в том числе:					
- ПАО Сбербанк	90	88	88	87	86
4. Филиалы действующих КО за рубежом всего	6	5	5	4	4

На основании данных ЦБ РФ можно сделать вывод, что в настоящее время количество коммерческих банков продолжает уменьшаться, при этом рост уставного капитал говорит о том, что на рынке остаются более крупные игроки. Данная статистика говорит о том, что в современных условиях важны постоянное техническое переоснащение, быстрый поиск и разработка инновационных продуктов, и мелким кредитным учреждениям все труднее выстоять в конкурентной борьбе. В списке значимых кредитных учреждений выделены наиболее успешные - ПАО Сбербанк, Банк ВТБ (ПАО), Банк ГПБ (АО), АО «Россельхозбанк», ПАО Банк «ФК Открытие», АО ЮниКредит банк, АО «Райффайзенбанк», ПАО «Промсвязьбанк», АО «Альфа-банк», ПАО Росбанк, ПАО «Московский Кредитный Банк», ПАО «Совкомбанк», АО «Тинькофф Банк». Этот список не менялся с 2021 года, когда в него был включен АО «Тинькофф Банк».

Однако, для развития рынка банковских услуг необходимо их продвижение посредством инструментов и технологий банковского маркетинга. Банковский маркетинг представляет собой работу банков, которая направлена на удовлетворение потребностей клиентов в получение продуктов банка. Для любой кредитной организации в приоритете всегда получение максимального денежного результата. Именно поэтому банковский маркетинг

решает такие задачи как обеспечение клиентов новыми товарами и услугами, а также контроль над регулярностью их пополнения, выбор рынка сбыта и установление потребностей заказчика, формирование и поддержка спроса.

Благодаря банковскому маркетингу завоевывается доверие клиента, что очень актуально для Российской Федерации в связи с неустойчивой экономической ситуацией. Чаще всего его используют государственные банки, например Сбербанк, Газпромбанк и Банк ВТБ. Если говорить о частных банках, то самые крупные из них тоже не отстают - Тинькофф Банк и Альфа-Банк. В настоящее время банки все больше средств тратят на маркетинг, а именно рекламу (указывая наиболее низкую процентную ставку), имидж и позиционирование своего бренда.

Немаловажное значение занимает рынок банковских услуг для розничных клиентов. Увеличение доходов граждан, развитие малого бизнеса, а также повышение финансовой грамотности населения формируют потребность в развитии рынка розничных банковских продуктов. В условиях конкуренции крупных банков их успешная работа предполагает постоянное изучение потребностей населения, поиск инновационных банковских продуктов, пользующихся спросом, модификацию существующих продуктов, а также повышение качества оказываемых услуг. Задачами банков являются обеспечение и рационализация денежного оборота, кредитование и создание условий для сбережения и инвестирования накоплений. Результатом деятельности банка является создание банковских продуктов и предоставление банковских услуг с целью удовлетворения финансовых потребностей населения и получения прибыли.

Традиционные банковские услуги, как и ранее, можно разделить на три основные группы: расчетно-кассовые, депозитные и кредитные (рисунок 1).

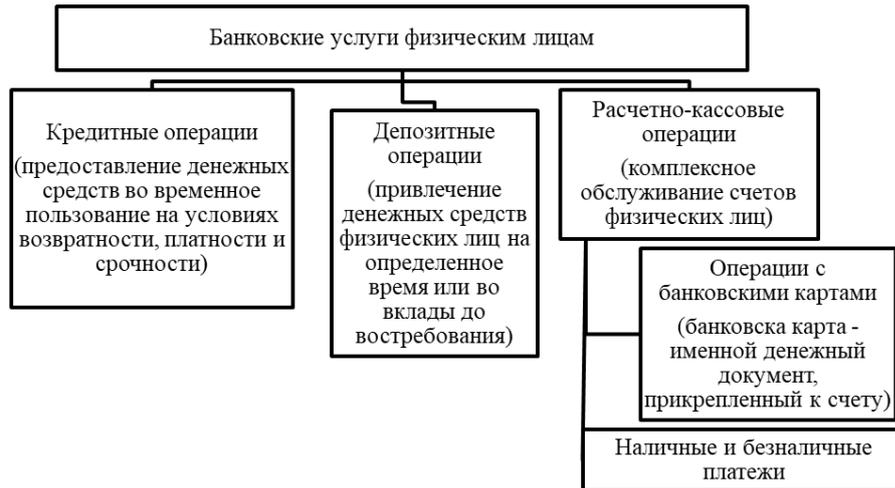


Рисунок 1. Банковские услуги физическим лицам

Источник: составлено авторами на основе[1,8]

При этом способы предоставления услуг постоянно совершенствуются. Так в расчетно-кассовом обслуживании в последнее время банками предлагаются система «Банк-клиент», интернет-банкинг, дистанционное банковское обслуживание, самообслуживание клиентов через терминалы, автоплатежи. Мобильный банк и интернет-банк для клиентов с банковскими картами позволяют получать прибыль при снижении затрат. По данным отчета об итогах 2022 года ПАО Сбербанк количество физических лиц, каждый день пользующихся мобильным банком онлайн, к концу 2022 года составило 40,9 млн. и увеличилось за год более, чем на 2 млн. человек.

Через мобильные приложения можно пользоваться различными сервисами банка, переводить деньги, оплачивать услуги, открывать банковские продукты и управлять ими. В последнее время интернет-банки пользуются большим спросом у населения, а банкам позволяют работать без открытия офисов и снижать издержки.

Разнообразен выбор банковских карт, предоставляются детские карты, карты с кэшбэком или с индивидуальным дизайном. Популярны детские карты Сбербанка, Тинькофф Банка, Совкомбанка. Среди карт с кэшбэком наиболее

распространены карты Альфа-банка, Тинькофф Банка, предоставляющие кэшбэк на всё. Также банки могут предоставлять кэшбэк на определенные категории. Так, Газпромбанк предоставляет кэшбэк на выбранные категории (рестораны, бытовая техника), при этом для получения кэшбэка необходимо выполнение определенных условий, как минимальная сумма потраченных средств по данной категории.

Для банковских карт реализуются бонусные системы накоплений. Наиболее известной является программа лояльности Сбербанка-СберСпасибо, когда бонусы Спасибо накапливаются при оплате банковской картой, количество участников которой на конец 2022 года составило 66,2 млн. пользователей и увеличилось за год на 9,7 млн.

Банковские карты заменяются на электронные версии в смартфонах или платежные стикеры, кольца, чтобы сделать оплату наиболее удобной. Бесконтактная оплата – это быстро и удобно, в связи с чем очень популярна среди населения. Однако после февраля 2022 сервисы GooglePay и ApplePay стали недоступны. В 2023 году Альфа-банк представил новый продукт – стикеры для бесконтактной оплаты. До этого о подобном продукте анонсировал Тинькофф Банк, но он до сих пор находится в стадии тестирования. Такой способ оплаты востребован у клиентов, поскольку у многих людей выработалась привычка бесконтактной оплаты смартфоном. Кольца для оплаты выпускают для своих клиентов Сбербанк, ТочкаБанк, для премиум клиентов - Россельхозбанк, Альфа-банк. Такой способ более дорогостоящий и позволяет клиентам заказывать кольца индивидуально, например, с драгоценными камнями.

Большое разнообразие предоставляют банки по депозитным услугам. Открываются денежные депозиты и вклады в драгоценных металлах. Выбор вкладов на рынке банковских услуг разнообразен: срочные, бессрочные, с минимальным остатком, с капитализацией, пополняемые и не пополняемые, со снятием, с эффективной ставкой, с простым процентом и др. Так, Банком

ВТБ в качестве одного из последних трендов анонсируется вклад-конструктор, позволяющий настроить продукт «под себя».

Активно продвигаются на рынке банковских услуг инвестиционные продукты в виде индивидуального инвестиционного счета- специального счета для вложения в ценные бумаги, который дает возможность получать доход, превышающий инфляцию и ставки по банковским депозитам.

Упрощается процесс получения и погашения кредита, который теперь можно получить без посещения офисов банков и без предоставления множества документов. Информацию о платежеспособности потенциального заемщика банк получает из бюро кредитных историй. Спрос и на потребительское, и на ипотечное кредитование продолжает активно расти. По состоянию на 01.01.2023г. сумма кредитов, предоставленных физическим лицам в целом по РФ, составила 2 112 455млн.рублей, на 01.10.2023 – 2 577 150 млн. рублей[5], при этом каждый второй кредит оформлен онлайн.

К последним инновациям также относятся автоинформирование, SMS-информирование, смена PIN-кода на карте, мобильные платежи через систему быстрых платежей, использование чат-ботов, голосовых помощников, развитие использования цифровых электронных подписей, безбумажного документооборота, а также систем безопасности, включая биометрию.

В перспективе развития современного рынка банковских услуг для физических лиц – внедрение бизнес-моделей, построенных на современных технологиях. Помимо самой финансовой услуги клиентов банков уже сейчас интересует, и ещё сильнее будет интересоваться в будущем, качество её предоставления и способы. Клиенты привыкают к доступности и быстрому получению услуг, возможности получения индивидуальных решений. Цифровая платформа и искусственный интеллект позволят подобрать для каждого клиента продукты, максимально адаптированные под их потребности. Относительно недавно введена национальная цифровая валюта – цифровой рубль, которая используется наряду с наличными и безналичными

расчетами, что также приведет к созданию новых банковских услуг. Также в перспективе развития получение услуг по биометрическим данным, что позволит клиентам получать разнообразные услуги удалённо.

Таким образом, в дальнейшем для наращивания прибыли банкам необходимо и далее повышать спрос клиентов, постоянно изучая потребности потребителей, услуг, расширяя ассортимент предоставляемых продуктов, предлагая качественные услуги, повышая уровень обслуживания, активно внедряя современные маркетинговые технологии и инструменты в свою деятельность.

### **Библиографический список**

1. Быканова Н.И., Гордя Д.В. Развитие онлайн-продаж банковских продуктов в цифровой среде// Актуальные проблемы развития экономических, финансовых и кредитных систем: сборник материалов X Международной научно-практической конференции (г. Белгород, 15 сентября 2022 года) / под науч. ред. О.В. Вагановой, Н.Е. Соловьевой. – Белгород: ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 2022. – 556 с. С.300-305
2. Количественные характеристики банковского сектора Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.cbr.ru/statistics/bank\\_sector/lic/](https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/lic/)
3. Мельникова Н.С., Быканова Н.И. Маркетинговые тренды цифровой трансформации банков: проблемы или преимущества // Актуальные проблемы развития экономических, финансовых и кредитных систем: сборник материалов XI Международной научно-практической конференции, г. Белгород, 14-15 сентября 2023 года / под науч. ред. О.В. Вагановой, Н.Е. Соловьевой. – Белгород: ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 2023. – 264 с. С.197-201.
4. На что банковские бренды делают ставку в социальных сетях [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/marketing/279519-na-chto-bankovskie-brendy-delayut-stavku-v-socialnyh-setyah-chast-2>

5. Сведения о размещенных и привлеченных средствах.- . [Электронный ресурс]. URL: [https://www.cbr.ru/statistics/bank\\_sector/sors/](https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/sors/)
6. Официальный сайт Тинькофф. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tinkoff.ru/about/>
7. Официальный сайт ВТБ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vtb.ru/>
8. Уровень цифровизации банковских услуг [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/news/research/?id=10950478>

*Оригинальность 85%*