

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Центр заочної форми навчання

Кафедра банківської справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Міжнародний банківський бізнес»

на тему: **«РОЗДРІБНИЙ БІЗНЕС БАНКУ: ОСОБЛИВОСТІ ТА
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ»**

Виконавець

студентка групи 12 М

Лебедева Марія Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

к. е. н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Тарасевич Наталія Вадимівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасний етап розвитку банківського бізнесу характеризується значним збільшенням обсягу банківських послуг, під якими розуміються операції обслуговування фізичних та юридичних осіб. Для завоювання стійких позицій на фінансовому ринку банку необхідно вирішити завдання створення унікальних банківських продуктів, поліпшення якості обслуговування клієнтів. Формування ресурсної бази відбувається шляхом проведення пасивних операцій, які є вихідними в діяльності банківських установ, оскільки банк спочатку формує ресурси, а потім розміщує їх серед позичальників на різних умовах з метою отримання доходу. Обслуговування фізичних осіб для банку має особливо значення з кількох позицій, по-перше, з точки зору прибутковості; по-друге, можливості формування достатньої кількості фінансових ресурсів для забезпечення економічної діяльності; по-третє, підвищення конкурентоспроможності банку на ринку банківських послуг.

В умовах ринкових відносин ефективна організація роздрібного бізнесу необхідна для забезпечення нормальної банківської діяльності на комерційних засадах, регулювання грошової маси в країні, успішного здійснення традиційних банківських операцій, особливо безготівкових розрахунків, розширення клієнтських послуг та переходу до комплексного банківського обслуговування. Обслуговуючи фізичних осіб, банк повинен орієнтуватися на надання якісних, конкурентоспроможних послуг, акцентуючи свою увагу на обслуговуванні клієнтів, введення нових форм інноваційних банківських продуктів. В умовах ринку конкурентну боротьбу витримує той банк, який постійно розширює коло клієнтських послуг, покращує якість депозитного і кредитного обслуговування.

Мета дослідження полягає у вивченні теоретичних засад роздрібного банківського бізнесу, розкриття практичних аспектів діяльності банку у сфери роздрібних послуг та розробка пропозицій щодо перспектив розвитку ринку роздрібних банківських послуг.

Завдання дослідження:

- розглянути поняття і особливості діяльності банків з фізичними особами;
- визначити зміст та складові роздрібного банківського бізнесу;
- дослідити практичні аспекти організації обслуговування фізичних осіб за матеріалами конкретного банку;
- проаналізувати розвиток послуг для фізичних осіб в банківських установах;
- охарактеризувати напрями вдосконалення та подальшого розвитку роздрібного банківського бізнесу.

Об'єкт дослідження є діяльність банку у сфері роздрібного бізнесу.

Предмет дослідження є банківське обслуговування фізичних осіб.

Методами дослідження є застосування статистичної та аналітичної вибірки, а також методів угруповань, побудови аналітичних таблиць, вартісної і порівняльний аналіз динамічного стану досліджуваних показників, використання статистичних і математичних методів. Положення дослідження також базуються на використанні комп'ютерних програми для обробки й аналізу інформації.

Інформаційною базою дослідження є нормативно-законодавчі акти України, які стосуються діяльності банку, наукові публікації та монографії вітчизняних закордонних вчених, матеріали наукових конференцій та семінари з досліджуваної тематики, звітні матеріали НБУ, дані звітності ПАТ «Альфа-Банк», офіційні статистичні інтернет-джерела.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменувань) та 1 додатку. Загальний обсяг роботи становить 84 сторінки. Основний зміст викладено на 78 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 5 рисунки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗДРІБНОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ» розглянуто теоретичні аспекти роздрібного банківського бізнесу, їх сутнісні характеристики та організація роздрібної діяльності; визначені види роздрібних банківських послуг та їх особливості; досліджена роздрібна стратегія банку та фактори її розвитку.

Визначено, що роздрібна банківська діяльність є одним з найбільш прибуткових напрямків. Роздрібні банківські продукти та послуги є основою розвитку не тільки бізнесу самого банку, але і економіки країни в цілому.

Наукові підходи визначають різні тлумачення суті роздрібного банківського бізнесу. Маркетинговий підхід класифікує банківські продукти з точки зору технології продажів і просування. Технологічний підхід групує банківські послуги по операційним технологіям і можливостям автоматизації. Організаційний підхід розглядає різні форми взаємодії банку з фізичними особами.

Роздрібний банківський бізнес - це банківське обслуговування широкого кола приватних клієнтів, що здійснюється в процесі проведення операцій, в тому числі високотехнологічних, в основі якого є пропозиція стандартизованих банківських продуктів в умовах мінливого ринку, пропонованих банками через безліч збутових каналів, включаючи традиційні канали та пряме банківське обслуговування.

В даний час спектр роздрібного бізнесу відрізняється значною різноманітністю. В залежності від економічного змісту роздрібних послуг, їх можна розділити на наступні групи: депозитні, кредитні, інвестиційні, розрахунково-касові. Залежно від одержувача, роздрібні банківські послуги можна розділити на: послуги для юридичних осіб, послуги для ділових партнерів і суб'єктів бізнесу фінансового ринку, послуги для фізичних осіб. При цьому послуги для приватних осіб ділять на послуги для підприємців, персональні послуги і роздрібні послуги. Залежно від особливостей послуг,

що надаються, їх можна розділити на традиційні, специфічні і додаткові. В залежності від практичних завдань, які покликані вирішувати роздрібні банківські послуги, які здійснюються банком, їх можна розділити на наступні групи: стратегічні, оперативні, поточні, спеціальні. Залежно від здатності задовольнити потреби клієнта, роздрібні банківські послуги можна розділити на: послуги, які безпосередньо передбачають задоволення потреб клієнта; послуги, які здатні принести додатковий дохід, завдяки користуванню прямими послугами; супутні послуги, які не приносять прибутку, але сприяють її отримання з інших джерел.

Роздрібна стратегія банку - це програма його дій, спрямованих на формування та утримання довгострокових конкурентних переваг на ринку послуг для населення. Основні стадії, що представляють собою процес стратегічного планування в роздрібній сфері: розробка декларації про місію банку на роздрібному ринку; визначення стратегічних цілей банку в роздрібній сфері; формулювання бажаної ринкової позиції; аналіз можливостей, які відкриваються в роздрібному сегменті на фінансовому ринку; розробка базисних стратегій, які дозволять досягти поставлених цілей; вибір найбільш раціональної стратегії, її затвердження.

У другому розділі «ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ У СФЕРІ РОЗДРІБНИХ ОПЕРАЦІЙ НА ПРИКЛАДІ АТ «АЛЬФА-БАНК» проаналізовано практичні аспекти діяльності конкретного банку у сфері роздрібних операцій; досліджено склад та динаміка депозитного портфелю фізичних осіб як джерела фінансових ресурсів банку; проведений аналіз кредитних операцій роздрібних клієнтів банку; зроблена оцінка продуктового ряду банківських послуг фізичним особам.

Можна визначити позитивні тенденції зміни фінансових показників діяльності АТ «Альфа-Банк». Загальні зобов'язання АТ «Альфа-Банк» за період дослідження мали стійку тенденцію до зростання. При цьому характерною тенденцією є те, що зростання загального обсягу фінансових ресурсів банку відбулося переважно за рахунок зростання клієнтського портфелю банку, який складає на 01.01.2021 року майже 84,4% загальних зобов'язань. За період дослідження депозитні кошти на рахунках банківських клієнтів збільшилися на 116,1 %. Значне зростання фінансових ресурсів бази банку можна розцінювати як ефективну діяльність менеджменту банку щодо залучення депозитних коштів на фінансовому ринку. Значне зростання депозитних коштів клієнтів банку було забезпечене одночасним збільшенням депозитних ресурсів фізичних та юридичних осіб. Темп зростання коштів роздрібною банківського сегменту становив 181,7%, що майже у 1,5 рази перевищує депозитні ресурси суб'єктів господарювання за абсолютною величиною.

Слід зазначити, що переважна частина фінансових ресурсів банку сформована за рахунок фізичних осіб, яка становлять 58,9 % коштів клієнтів. Слід зазначити, що АТ «Альфа-Банк» поступово переорієнтовується з корпоративного характеру формування та розвитку ресурсної бази до роздрібною спрямованості.

Дослідження складу та структури депозитів фізичних осіб за окремими видами свідчить про перевищення частки строкових коштів населення (55,8%) у загальних депозитних ресурсах. Відповідно частка коштів населення на поточних депозитних рахунках складає 44,2% загальної суми депозитних ресурсів фізичних осіб.

Слід зазначити, що характерною тенденцією є також скорочення питомої ваги строкових депозитів фізичних осіб та підвищення частки депозитів до утримання, при одночасному поступовому зростанні абсолютних значень двох видів депозитних вкладів. Однак, перевищення частки строкових ресурсів фізичних осіб зберігається.

Отже, АТ «Альфа-Банк» активно залучає депозитні кошти роздрібних клієнтів, але більш інтенсивно на поточні рахунки. Основним фактором значного зростання фінансових ресурсів населення є ефективна маркетингова політика банку щодо залучення нових клієнтів через високу надійність та стійкість банківської установи. Клієнтська база банку є достатньо диверсифікованою. У структурі депозитного портфеля кошти фізичних осіб займають більше половини клієнтського портфелю, тобто банк у більшій мірі у формуванні фінансових ресурсів орієнтований на залучення коштів населення. Відповідно банк більш вразливий до ризиків в разі впливу негативних факторів даної категорії клієнтів.

Кредитування фізичних осіб є одним з найбільш пріоритетних та динамічних сегментів роздрібногo ринку у сучасних умовах. Кредитний портфель АТ «Альфа-Банк» є достатньо диверсифікованим. У структурі кредитного портфеля незначно переважають кредити юридичних осіб, тобто банк у більшій мірі орієнтований на обслуговування суб'єктів господарювання.

Пріоритетними напрямками розвитку кредитних продуктів та програм для роздрібногo бізнесу АТ «Альфа-Банк» є позики, що надані фізичним особам на поточні потреби (50,2% кредитного портфеля населення), та збільшення такого напряму діяльності банку як іпотечне кредитування фізичних осіб (34,0% кредитного портфелю) та фінансовий лізинг. Загалом, у банку спостерігаються дуже позитивні тенденції у роздрібному кредитуванні у напрямку як значного зростання обсягів кредитування – на 82,6%, так і більшій диверсифікації кредитного портфелю.

Незважаючи на збільшення обсягів роздрібногo кредитування, якість кредитного портфелю фізичних осіб погіршилася внаслідок збільшення прострочених кредитів з затримкою платежу понад одного року, що свідчить про те, що частина позичальників має проблеми в погашенні своїх боргів.

Одним з пріоритетних напрямів розвитку АТ «Альфа-Банк» є розвинення мережі банківського обслуговування клієнтів, значне підвищення якості сервісу та вдосконалення можливостей дистанційного обслуговування, інтернет-банкінгу. Найважливішими пріоритетами у сегменті роздрібногo бізнесу є: утримання високого рівня довіри клієнтів, зростання частки digital-клієнтів, широти продуктової лінійки, збільшенням кількості цифрових клієнтів; нарощування лідерства банку в роботі із заможними клієнтами;

збільшення охоплення VIP-клієнтів банку активними банківськими послугами та продуктами; забезпечення більшого охоплення банківськими послугами населення як пріоритетного клієнту; перехід на універсальну технологію обслуговування депозитних вкладів приватних осіб; розширення послуг системи інтернет-сервісу «My Alfa-bank», цифрового банку Sense SuperApp та його подальше вдосконалення; поширення навчальних транзакцій на операції фізичних осіб; утримання параметрів кредитних портфелів фізичних осіб відповідно до затверджених стратегічних показників ризик-апетиту; підвищення індексу чистої лояльності співробітників.

У третьому розділі «ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТРЕНДІВ» запропоновано напрями розвитку роздрібного бізнесу в умовах сучасних економічних трендів, зроблена оцінка ефективності розвитку роздрібного банківського бізнесу; здійснено моделювання впливу факторів клієнтського капіталу роздрібного сегменту на доходи банку.

Роздрібний бізнес АТ «Альфа-Банк» відноситься до банківської діяльності, що спирається на інноваційну стратегію, що охоплює важливий сегмент клієнтів. Сучасна банківська практика характеризується великою різноманітністю роздрібних депозитних та кредитних продуктів та послуг. Це пояснюється прагненням банківських установ задовольнити попит роздрібної групи клієнтів на банківські послуги і залучити їх заощадження та вільні грошові капітали на банківські рахунки з ціллю отримання прибутків. Основну частину доходів АТ «Альфа-Банк» у сучасних умовах складають процентні доходи від операцій з фізичними особами при більш ефективному та доходному використанню коштів, наданих населенню з огляду на їх кількісні обсяги. Менеджмент АТ «Альфа-Банк» здійснює стабільну ефективну діяльність щодо одержання процентних та комісійних доходів від роздрібних операцій, значно збільшив їх абсолютні та відносні показники.

Загальний обсяг витрат роздрібного сектору АТ «Альфа-Банк» за період дослідження значно збільшився, але це ще не слід розглядати як негативну оцінку. Перевищення приросту доходів над витратами, яке спостерігається у АТ «Альфа-Банк» по процентних статтях фізичних осіб впродовж 2017-2020 років, можна вважати ознакою стабілізації структури доходів і витрат населення, що за інших рівних умов свідчить про зважену політику управління процентними доходами і витратами роздрібного сегменту банку.

Впродовж останніх чотирьох років дослідження банк мав позитивну тенденцію зростання прибутку у сегменті роздрібного бізнесу, що забезпечує банку більше 20,0% загального прибутку та є ознакою стійкого фінансового становища банку. Динаміка показників результативності діяльності АТ «Альфа-Банк» у роздрібному секторі свідчить про зростання стійкості та надійності фінансових ресурсів роздрібних клієнтів з одночасним зростанням продуктивності та ефективності їх використання.

Моделювання впливу факторів клієнтського капіталу фізичних осіб АТ «Альфа-Банк» встановило, що найбільший вплив на формування доходів банку здійснює обсяг залучених строкових депозитів роздрібних клієнтів, а

саме: їх зростання на 1% призводить до скорочення доходів банківської установи на 0,728%, а збільшення обсягів депозитних коштів на рахунках фізичних осіб до утримання на 1% сприяє зростанню доходів банку на 0,435%; збільшення обсягів кредитного портфелю роздрібних клієнтів на 1% сприяє зростанню доходів банку на 0,534%. Можна зазначити, що зростання позитивного ефекту банківської діяльності обумовлено практично в рівній мірі збільшенням обсягів депозитних фінансових ресурсів роздрібних клієнтів до утримання та нарощуванням ресурсної бази, яка перетворюється в ефективні кредитні ресурси фізичних осіб.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, можна зазначити, що стратегія АТ «Альфа-Банк» у роздрібному сегменті базується на розробці, впровадженні та дотримуванні чіткої та послідовної політики, яка базується на індивідуальному підході в обслуговуванні клієнтів, також просуванні існуючих та нових інноваційних банківських продуктів та послуг.

З метою вдосконалення клієнтської політики банків у сегменті роздрібногo бізнесу необхідно наступне:

- розширення кола депозитних рахунків клієнтів строком «до запитання», що дозволить навіть в умовах незначних фінансових накопичень повніше задовольняти потреби клієнтів банку і підвищити зацікавленість інвесторів у розміщенні коштів на рахунках у банку;
- розвиток нових видів вкладів та їх диверсифікація для всіх категорій вкладників і підвищення якості їх обслуговування;
- стимулювання залучення депозитних ресурсів через більшу диференціацію процентної ставки по різних видах вкладів;
- використання індивідуального підходу (прагнення банку надати клієнту особливі пільги);
- впровадження ефективних заходів щодо залучення депозитних коштів переважно на строкові депозити, оскільки чим більша питома вага депозитних залучених коштів клієнтів банку на довгостроковій основі, тим більш стабільною є ресурсна база банку.

Оновлена стратегія розвитку АТ «Альфа-Банк» Україна передбачає:

- високий рівень якості обслуговування клієнтів банку;
- цифрову трансформацію банку та впровадження інноваційних продуктів та послуг;
- більш персоналізований клієнтський досвід у межах реалізації клієнто орієнтованої політики.

Одним з ключових елементів нової інноваційної стратегії став запуск цифрового банку Sense SuperApp з першою в Україні повноцінною віддаленою ідентифікацією через відеочат, унікальною персоналізацією інтерфейсу, технологією платежів drag'n'drop та власним медіа Sense Now всередині цифрового банку. Упровадження цих заходів дозволить підвищити здатність банку одержувати економічні вигоди з усіх складових компонентів клієнтського капіталу роздрібногo бізнесу.