

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ



DOI: 10.26794/1999-849X-2021-14-1-71-80
УДК 339.138(045)
JEL M31

Современное состояние российского банковского рынка и основные маркетинговые тренды его развития

С.В. Карпова^а, И.В. Рожков^б

Финансовый университет, Москва, Россия

^а <https://orcid.org/0000-0002-4488-8131>; ^б <https://orcid.org/0000-0002-1455-347X>

АННОТАЦИЯ

Предмет исследования – основные маркетинговые направления развития российского банковского рынка в условиях формирования таких глобальных трендов, как экономическая нестабильность, цифровизация, пандемия коронавируса. *Актуальность* работы обусловлена необходимостью выявления основных маркетинговых трендов развития российского банковского рынка для прогнозирования и учета вектора его дальнейшего развития. В статье отмечается значение российской банковской системы для национальной экономики. Подчеркивается, что в условиях сокращения количества банков и роста конкуренции в отрасли банковские организации являются локомотивом развития IT-отрасли и внедряют в свою деятельность инновационные технологии и продукты. При этом именно банковский сектор является преобладающим на российском финансовом рынке. *Цель работы* – выявление основных маркетинговых трендов перспективного развития российской банковской системы в целях повышения ее конкурентоспособности и обеспечения устойчивого развития в условиях внешних вызовов и угроз. Анализируются основные статистические данные о современном состоянии российского банковского рынка, среди которых количество банков, структура активов и пассивов банковского сектора, количество выпущенных банковских карт, показатели кредитования, рейтинги надежности банков. Особое внимание уделяется трансформации потребительского поведения на российском банковском рынке. Выделяются основные маркетинговые тренды российского банковского рынка, среди которых сегментация/индивидуализация, рост популярности видеомаркетинга, уход банков в онлайн-формат, супераппы, работа с поколениями Y и Z, усиление роли банков-инноваторов и банков с государственным участием. *Ключевые слова*: банковский рынок; цифровизация; пандемия; маркетинг; тренд; поведение потребителей

Для цитирования: Карпова С.В., Рожков И.В. Современное состояние российского банковского рынка и основные маркетинговые тренды его развития. *Экономика. Налоги. Право*. 2021;14(1):71-80. DOI: 10.26794/1999-849X-2021-14-1-71-80

ORIGINAL PAPER

The Current State of the Russian Banking Market and the Main Marketing Trends of its Development

S.V. Karpova^а, I.V. Rozhkov^б

Financial University, Moscow, Russia

^а <https://orcid.org/0000-0002-4488-8131>; ^б <https://orcid.org/0000-0002-1455-347X>

ABSTRACT

The subject of the research is the main marketing development directions of the Russian banking market in the context of the formation of such global trends as economic instability, digitalization, and the coronavirus pandemic. *The relevance of the work* is due to the need to identify the main marketing trends in the development of the Russian banking market to forecast and account for the vector of its further development. The article notes the importance of the Russian banking system for the national economy. It is emphasized that in the conditions of reducing the number of banks and increasing competition in the industry, banking organizations are the engine of IT industry development and introduce innovative

© Карпова С.В., Рожков И.В., 2021

technologies and products into their activities. At the same time, it is the banking sector that is predominant in the Russian financial market. *The purpose of the work* is to identify the main marketing trends in the long-term development of the Russian banking system in order to increase its competitiveness and ensure sustainable development in the face of external challenges and threats. The main statistical data on the current state of the Russian banking market are analyzed, including the number of banks, the structure of assets and liabilities of the banking sector, the number of bank cards issued, lending indicators, and bank reliability ratings. Particular attention is paid to the transformation of consumer behavior in the Russian banking market. Basic marketing trends in the Russian banking market, including segmentation/personalisation, the growing popularity of video distribution, leaving the banks in an online format, superapps, working with generations Y and Z, the role of banks as innovators and banks with state participation, are distinguished.

Keywords: banking market; digitalization; pandemic; marketing; trend; consumer behavior

For citation: Karpova S.V., Rozhkov I.V. The current state of the Russian banking market and the main marketing trends of its development. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes & law*. 2021;14(1):71-80. (In Russ.). DOI: 10.26794/1999-849X-2021-14-1-71-80

ВВЕДЕНИЕ

В Российской Федерации совокупность национальных банков и кредитных организаций, действующих в рамках общего денежно-кредитного механизма, представляет собой самый значимый сектор финансового рынка, влияющий на состояние всей экономики. При этом, будучи одержимыми желанием удерживать или привлекать клиентов, банки фактически превратились в локомотивы инноваций, направляя денежные средства на проведение исследований и цифровые разработки. Так, выручка большинства российских ИТ-компаний от проектов в банках стабильно увеличивалась на протяжении 2016–2018 гг.¹

Значимость банковского рынка также подтверждается тем, что активы банковского сектора в Российской Федерации приближаются к объему ВВП².

Кроме того, из всех сегментов рынка финансовых услуг именно банковский сектор является преобладающим. Размер банковской системы растет, несмотря на снижение количества банков³, в основном вследствие увеличения выданных банками кредитов и приобретения ими ценных бумаг. Российский банковский рынок высоко развит и находится на одном уровне с наиболее продвинутыми экономиками мира, поэтому важно сохранить данное преимущество и в перспективе

трансформировать его в конкурентное лидерство нашей страны.

Следует также отметить, что аналитики компании *McKinsey* спрогнозировали выход банковской системы Российской Федерации в мировые лидеры среди банковских систем к 2030 г.⁴ при условии поэтапного внедрения инноваций и непрерывной работы с потребителями, которая невозможна без проведения исследований их нынешних запросов и паттернов поведения.

В связи с вышеприведенным изучение современного состояния банковского рынка приобретает особую актуальность, так же как выявление особенностей финансового поведения жителей Российской Федерации на банковском рынке.

СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО БАНКОВСКОГО РЫНКА

Современное состояние российского банковского рынка характеризует множество показателей, большинство из которых отражает соответствующий тренд и может использоваться для прогнозирования дальнейшего развития банковской системы.

Основными из них являются количество банков и объем их активов, структура активов и пассивов банковского сектора, количество выпущенных банковских карт, показатели кредитования, рейтинги надежности банков, особенности потребительского поведения на российском банковском рынке.

¹ Информационный портал Tadviser. Российский рынок банковской информатизации. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php>.

² Сайт Kurs.vip. Данные официального сайта ЦБ РФ. URL: <https://cbr.ru>.

³ Размер банковской системы России. URL: <https://kurs.vip/news/1296-razmer-bankovskoy-sistemy-rossii>.

⁴ Макаренко Г. Как инновации изменят банковскую отрасль России? URL: <https://www.rbc.ru/trends/innovation/5d63fd8f9a7947e067daea90>.

Одними из важнейших факторов, отражающих состояние банковского рынка, служат состав его участников, уровень их надежности и конкурентоспособности. Российский банковский рынок в период 2000–2020 гг. характеризуется снижением числа банков в несколько раз. Так, их количество уменьшилось с 1331 в 2001 г. до 442 в 2020 г.⁵ В связи с этим изменилась конкурентная ситуация: с одной стороны, у банков, которые продолжили осуществлять операции на рынке, стало меньше конкурентов, укрепились позиции на рынке, кроме того, часть из них смогла увеличить свои активы и влияние за счет поглощения более мелких и менее успешных финансовых организаций (например, «ПСБ» присоединил «Связь-банк»⁶, банк «Зенит» — «Девон кредит» и «Липецккомбанк»⁷ и др.). С другой стороны, ужесточились требования к банкам, повысились барьеры входа на рынок. Кроме того, благодаря растущему уровню цифровизации небольшие банки, активно пользующиеся продуктами инноваций, стали конкурировать с лидерами рынка (так, «Тинькофф банк», первый российский банк, отказавшийся от отделений, по многим показателям опережает большинство лидеров рынка⁸, став одним из основных конкурентов ПАО «Сбербанк»).

Наличие подобных банков стимулирует крупные банки к инвестированию в инновации, работе на опережение, повышая тем самым общий уровень развития банковского рынка. Помимо этого, обращает на себя внимание тренд на усиление роли влияния на рынке банков с государственным участием вследствие перехода к ним в большинстве случаев клиентов кредитных учреждений, прекративших свою деятельность.

Источником информации об уровне надежности и конкурентоспособности банков могут также служить банковские рейтинги. Согласно рейтингу *Forbes*, сформированному на основе данных иностранных рейтинговых агентств *Moody's*, *Fitch*, *S&P* по состоянию на 2019 г., наиболее на-

дежными участниками российского банковского рынка считались иностранные банки — *Unicredit*, «Райффайзенбанк» и «Росбанк». Далее в рейтинге надежности располагались Сбербанк, ВТБ и «Ситибанк»⁹. В российском рейтинге надежности банков, составленном ЦБ РФ в 2019 г., лидерами, напротив, названы российские банки: Сбербанк, ВТБ, «Газпромбанк» и «Россельхозбанк» (оценка проводилась с учетом капиталов банка, кредитоспособности, уровня ликвидности и процентной ставки)¹⁰. Исходя из вышеуказанных рейтингов, можно сделать вывод о том, что наиболее надежными и устойчивыми представителями банковского рынка среди российских банков являются ПАО «Сбербанк» и ВТБ.

Для современного потребителя характерен запрос на индивидуализацию банковских услуг, высокий уровень вовлеченности в цифровые тренды.

Влияние этих банков объясняется их размерами, высокой долей государственного участия и стратегической важностью для развития российской банковской системы. Так, по объему активов среди российских банков (*рис. 1*) они являются безусловными лидерами. При этом активы прочих банков, указанных на *рис. 1*, не превышают в сумме активы ПАО «Сбербанк».

Показатели кредитования также являются характеристикой состояния банковского рынка. Несмотря на небольшое падение в 2016 г., рост объема кредитов, предоставляемых юридическим лицам — резидентам и индивидуальным предпринимателям, продолжился, тренд вновь выровнялся и стал восходящим (*рис. 2*).

Объем кредитов, предоставляемых физическим лицам, демонстрирует похожий тренд: после

⁵ Сайт ЦБ РФ. URL: <https://cbr.ru>.

⁶ Интервью с главой банка Зенит А. Тищенко / Интерфакс. URL: <https://www.interfax.ru/interview/715763>.

⁷ Сайт Коммерсанта. Солдатских В. «Связь-банк» прекратит свое существование. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4126968>.

⁸ Литвинов В. TCS Group (Тинькофф). URL: <https://ru.investing.com/analysis/article-200266383>.

⁹ Вержбицкий А. Forbes изучил рейтинги ведущих российских банков. URL: <https://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/373477-100-nadezhnyh-rossiyskih-bankov-2019-rejting-forbes>.

¹⁰ Симонов Р. Рейтинг надежности банков 2019. URL: <https://basetop.ru/rejting-nadezhnosti-bankov-2019-dannye-tsentrobanka>.

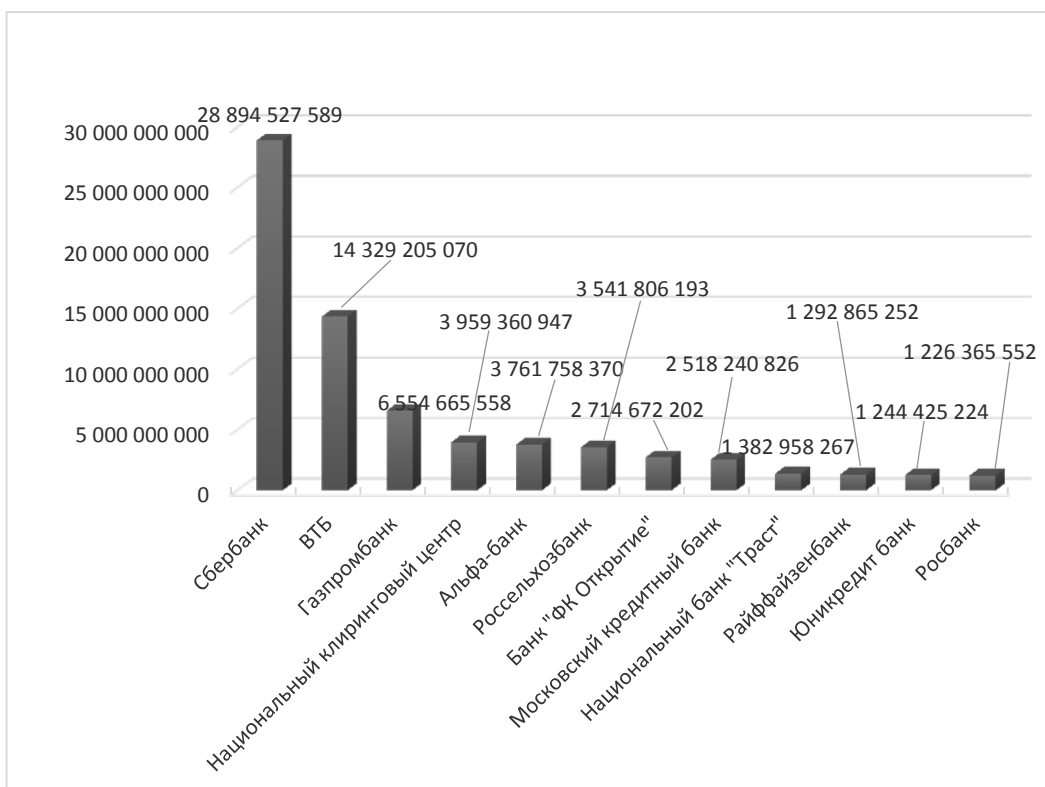


Рис. 1 / Fig. 1. Объем активов банков Российской Федерации, январь 2020, тыс. руб. / The volume of assets of banks in the Russian Federation, January 2020, thousand rubles

Источник / Source: составлено авторами на основе портала «Банки.ру». URL: <https://www.banki.ru/> / compiled by the authors based on the Banki.ru portal. URL: [https://www.banki.ru.](https://www.banki.ru/)

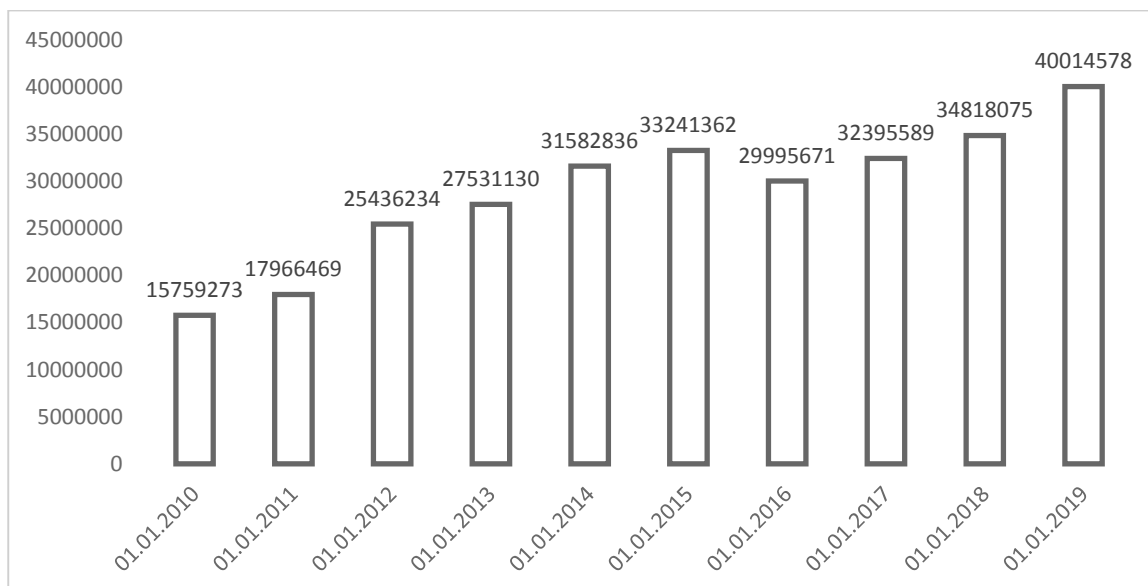


Рис. 2 / Fig. 2. Объем кредитов, предоставленных юридическим лицам – резидентам и индивидуальным предпринимателям, млн руб. / The volume of loans granted to legal entities – residents and individual entrepreneurs, mln rubles

Источник / Source: Калинин Д. Анализ объемов выданных кредитов. URL: <https://bancrf.ru/analitika/statistika-obemov-vydannykh-kreditov-2017.php> / Kalinin D. Analysis of the volume of loans issued. URL: <https://bancrf.ru/analitika/statistika-obemov-vydannykh-kreditov-2017.php>.

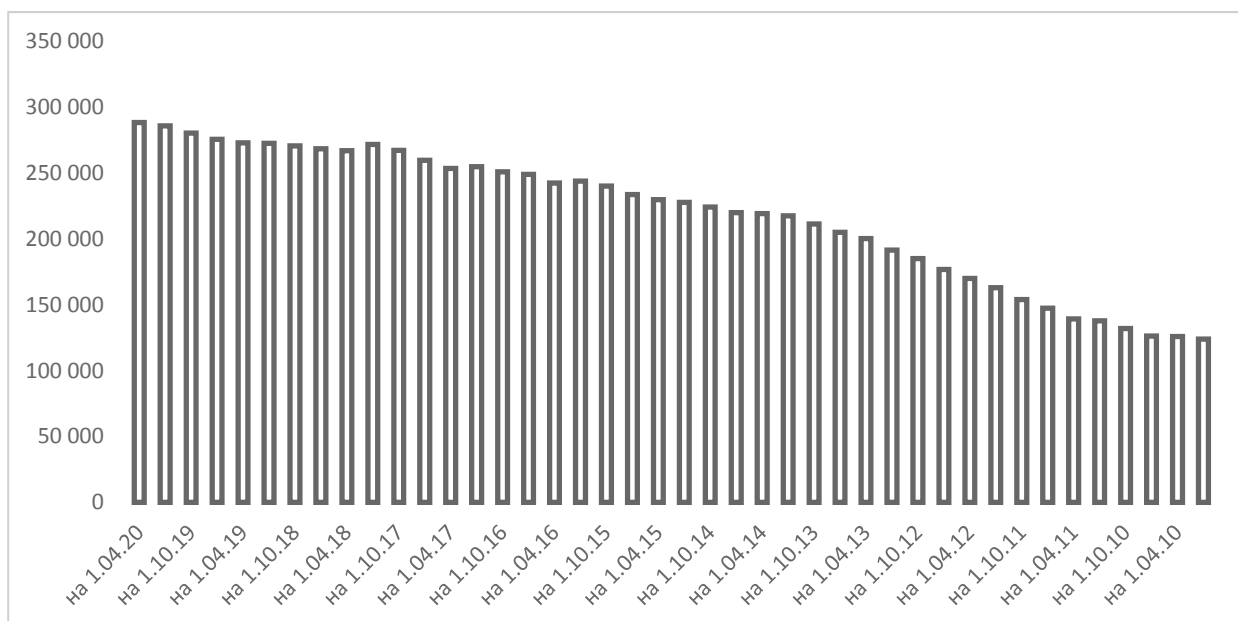


Рис. 3 / Fig. 3. Количество эмитированных банковских карт, тыс. ед. /
Number of issued bank cards, thousand units

Источник / Source: составлено авторами по данным ЦБ РФ. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/nps/psrf/> / Compiled by the authors based on data from the Central Bank of the Russian Federation. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/nps/psrf/>.

незначительного падения в 2015 г. происходит плавный рост¹¹. Объем кредитов, предоставляемых малому и среднему бизнесу, снижался в 2015–2016 гг., но затем снова начал медленно увеличиваться¹². Рынок ипотечного кредитования также рос: в 2016 г. ипотечные кредиты составляли 42,7% от общего объема кредитов, в 2018–44% (без учета сделок секьюритизации)¹³.

Растущие показатели кредитования демонстрируют увеличение доверия к банковской системе и растущий объем «работающих» денег в экономике. Тем не менее рост является медленным; почти во всех сферах кредитования за последние 5–7 лет имеет место период резкого снижения их объема, а кредитная нагрузка среди физических лиц в основном распределяется в низкодходных слоях населения. Кроме того, именно в них она наиболее высока¹⁴. Необходимо также отметить,

что склонность к использованию банковского кредитования растет: в 2005 г. 80,8% населения, не имеющего сбережений, пользовалось кредитными услугами, а в 2018 г. его количество выросло до 86,1%. Соответственно на современном российском банковском рынке кредитование отчасти служит инструментом покрытия дефицита текущих доходов населения.

Количество эмитированных банковских карт также частично подтверждает развитие банковского рынка. В России после 2010 г. начался стремительный рост эмиссии расчетных и кредитных карт, который замедлился к 2018 г., когда показатели стали достигать 270 млн выпущенных карт, но впоследствии тренд вновь начал выравниваться¹⁵.

Данный факт характеризует российский банковский рынок как постепенно переходящий на использование электронных денег и как быстро развивающийся в цифровой области. Можно утверждать, что определенная часть населения положительно воспринимает нововведения на банковском рынке.

¹¹ Калинин Д. Анализ объемов выданных кредитов. URL: <https://bancrf.ru/analitika/statistika-obemov-vydannykh-kreditov-2017.php>.

¹² Сайт Банка России. URL: <https://cbr.ru/statistics/table/?tableId=302-17>.

¹³ Брызгалов Д.В., Грызенова Ю.В. Рост рынка финансовых услуг населению. URL: <http://www.fa.ru/org/dep/sesf/Documents/News/2019/i-01-2019.pdf>.

¹⁴ Тихонов А. А. Динамика финансового и потребительского поведения россиян в 2003–2018 гг. *Journal of*

Institutional Studies. 2019;11(3):153–169. DOI: 10.17835/2076-6297.2019.11.3.153–169

¹⁵ Сайт Банка России. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/pdko>.

Показатели прибыли отражают общее состояние банковского рынка. Так, прибыль российских банков в 2017 г. выросла в 1,95 раза, в 2018 г. — в 1,7 раза, в 2019 г. — в 1,73 раза¹⁶, что свидетельствует о медленном, но устойчивом росте рынка в целом, достаточном уровне его адаптации к изменениям, стабильности российской банковской системы.

Несмотря на эти показатели, тренды роста прибыли и рынка в целом не продолжились в 2020 г. вследствие экономического кризиса, вызванного пандемией коронавируса.

Банковский рынок характеризуется не только множественными абсолютными и относительными показателями. Потребители являются важнейшими составляющими банковского рынка, одними из субъектов микросреды, которые во многом определяют степень конкуренции на банковском рынке. В связи с этим для оценки состояния рынка необходимо выявление основных трендов потребительского поведения.

Для современного потребителя характерны запрос на индивидуализацию банковских услуг, высокий уровень вовлеченности в цифровые тренды. Поколение X¹⁷ сменяют миллениалы¹⁸ и центениалы¹⁹, более лояльные к небанкам, поддерживающие инновации, но менее склонные к статусным покупкам (квартира, автомобиль, дорогие украшения) и накоплению средств. Миллениалы в среднесрочном периоде станут основной платежеспособной прослойкой общества на банковском рынке. Поэтому банкам необходимо учитывать их поколенческие особенности, например стремление к геймификации и нестандартным банковским предложениям, высокий спрос на путешествия, низкая лояльность к крупным сделкам и т. д.

Потребители на российском банковском рынке имеют низкую платежеспособность, но предъявляют высокие требования к банкам, усиливая конкуренцию среди участников рынка. При этом банки, имея преимущество над другими секто-

рами финансового рынка благодаря оказанию банковских услуг, включающему открытие счетов, привлечение средств, осуществление платежей и переводов, являются универсальными структурами для всех категорий потребителей²⁰. Этот фактор отчасти обуславливает более высокие темпы развития банковской сферы относительно финансового рынка в целом.

Доверие потребителей к банковскому рынку росло по мере его оздоровления и сокращения числа банков. За последние 15 лет доля имеющих сбережения россиян увеличилась примерно на 7%, а доля сторонников пассивного финансового поведения к 2018 г. сократилась до 33,5%, тогда как в 2005 г. их было 51,2%²¹. Индекс финансовой грамотности населения России демонстрирует крайне медленный рост — в 2019 г. он увеличился на 2% по сравнению с 2018 г.²² Тем не менее данный показатель считается удовлетворительным: среди стран G20 Россия находится на 9-м месте по уровню финансовой грамотности населения.

Помимо этого, важно отметить, что на российском банковском рынке на данный момент происходит соперничество за сохранение лояльности уже имеющихся клиентов. Большая часть людей, вступая в платежеспособный возраст, становятся клиентами одного или нескольких банков, в которых приобретают услуги, в связи с чем основной задачей банков является сохранение их лояльности, а привлечение новых клиентов становится возможным в основном среди младших поколений. Одним из инструментов для повышения лояльности потребителей является усиление их связи с повседневной жизнью. Поэтому прогнозируется, что банковские предложения из категории *PFM* (*personal financial management*) должны стать более дифференцированными и индивидуализированными²³.

²⁰ Сайт Banknnn.ru. Как выглядит потребитель банковского сектора? URL: <https://www.banknnn.ru/zhurnal/stati/kto-takoy-klient-banka-i-chego-on-hochet>.

²¹ Тихонов А. А. Динамика финансового и потребительского поведения россиян в 2003–2018 гг. *Journal of Institutional Studies*. 2019;11(3):153–169. DOI: 10.17835/2076-6297.2019.11.3.153–169

²² Сайт национальной программы повышения финансовой грамотности. URL: <https://karta.vashifinancy.ru>.

²³ Гаджен Ф. Банки не поспевают за меняющимися потребностями клиентов. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/blogs/2018/04/17/766973-banki-ne-pospevayut-predpochteniyami>.

¹⁶ Данные из отчетов ЦБ РФ. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/nps/psrf>.

¹⁷ Поколение X — термин, применяемый к поколениям людей, родившимся в разных странах с 1960 по 1979 г.

¹⁸ Миллениалы, или поколение Y — люди, родившиеся с 1980 по 2000 г.

¹⁹ Центениалы, или поколение Z — люди, родившиеся после 2000 г.

Для повышения лояльности клиентов должна быть выстроена связь с потребителями, которые, напротив, стремятся минимизировать работу с банками. Согласно исследованию *Oliver Wyman* люди готовы платить за дополнительные услуги, которые помогут им решать проблемы и упрощать процесс взаимодействия с банком²⁴, что обуславливает возникновение возможных трендов на встраивание банков в повседневную жизнь и трансформацию банковских процессов в более тривиальные отношения.

В связи с вышеуказанными фактами среди трендов развития банковского рынка, которые определило поведение потребителей, можно выделить усиление сегментации и индивидуализации банковских предложений, работу с поколениями Y и Z через геймификацию, т.е. процесс использования игрового мышления и динамики игр для повышения лояльности клиентов.

На состояние российского банковского рынка оказывает ощутимое влияние пандемия коронавируса, в результате которой повысился уровень безработицы, прогнозируются усиление оттока капитала из страны, падение ВВП, снижение доверия к органам государственной власти²⁵.

Аналитическое агентство «Эксперт» опубликовало прогноз, согласно которому в 2020 г. ожидалось падение прибыли на российском банковском рынке в размере минимум 200 млрд руб., замедление розничного кредитования, рост инфляции, увеличение стоимости привлеченных средств²⁶. При этом спрос населения на ряд банковских услуг резко снижается, увеличиваются просрочки по кредитным платежам, значительно возрастает количество финансовых мошенников, большинство клиентов пересматривают финансовые портфели²⁷. Предполагалось, что в долгосрочном периоде произойдет изменение структуры доходов, а основной драйвер роста сменится с процентных доходов на комиссионные. Тем не менее аналитики отмечают, что

запас прочности и способность адаптироваться к изменению условий у многих российских банков на данный момент выше, чем они были в кризисы 2008 и 2014 гг.

При этом пандемия коронавируса вынудила банки ускорять перевод ряда услуг в онлайн-формат. Самоизоляция стала сильнейшим толчком к развитию онлайн-обслуживания, стимулировав даже те банки, которые не стремились к массовому внедрению инноваций. Так, за апрель и май 2020 г. доля кредитов, выданных онлайн в отдельных банках, выросла до 80%, а использование приложений для мобильного банкинга увеличилось на 17%. Были проведены масштабные онлайн-конференции, укреплены каналы цифровой связи с потребителями, упрощен ряд процедур приобретения услуг. На фоне ухода банков в цифровое пространство Банк России спрогнозировал, что доля безналичных транзакций на российском рынке достигнет 70% в 2020 г.²⁸

Повышается необходимость пересмотра приоритетов банков, которые трансформируются в цифровые агрегаторы, стремятся уменьшать количество действий и время, которое потребители тратят на приобретение услуг.

Среди маркетинговых трендов, возникших на фоне пандемии коронавируса, выделяют рост видеомаркетинга в доле интернет-маркетинга: по состоянию на 2020 г. 96% пользователей для решения своих проблем предпочитали использовать видеоконтент²⁹. Кроме того, предположительно в будущем усилятся тренды на аутентификацию по биометрии, связь с потребителями через мобильное приложение, использование электронных подписей, создание супераппов — приложений, которые позволяют оказывать множество услуг

²⁴ Там же.

²⁵ Солдатова С. С., Пивкина К. Р. Экономические последствия пандемии «COVID-19» для России // SDUNET. 2020;(2);260–265.

²⁶ Казарновский П. COVID-19 унесет у банков минимум 200 миллиардов. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/03/16/5e6b4f919a79478b720611df>.

²⁷ Как коронавирус влияет на банкинг, страхование и инвестиции. URL: <https://vc.ru/finance/130193-kak-koronavirus-vliyaet-na-banking-strahovanie-i-investicii>.

²⁸ Там же.

²⁹ Сайт VC.RU. Радикально новый мир контента. URL: <https://vc.ru/marketing/139132-radikalno-novy-mir-kontenta-luchshie-kampanii-iyunya-i-vliyanie-covid-19-na-prodazhi-i-marketing?from=rss>.

Тренды российского банковского рынка / Russian banking market trends

Тренд / Trend	Описание / Description	Перспективы / Perspectives
Сегментация/ Индивидуализация / Segmentation/ Individualization	Разработка банковских продуктов и услуг с учетом особенностей мелких групп/сегментов, стремление индивидуализировать клиентский опыт	Работа с более мелкими группами потребителей увеличивает лояльность, предоставляет возможность укрепления каналов связи с данными группами
Рост популярности видеомаркетинга / Growing popularity of video marketing	Видеоролики на различных площадках в интернете набирают большое количество просмотров, активно распространяются	Усиление значимости рекламных площадок с видеоконтентом, поиск новых форматов, выстраивание связи с центениалами и миллениалами, хорошо воспринимающими данный формат
Уход банков в онлайн- формат / Banks go online	Переведение в онлайн-формат тех услуг, которые ранее предоставлялись только в отделениях	Повышение лояльности потребителей за счет экономии времени и упрощения документооборота
Супераппы / Super up sales	Приложения, которые содержат в себе множество услуг и объединяют банк с его партнерами или организациями, входящими в экосистему банка	Суперапп сочетает в себе интернет-магазин, канал связи, рекламную площадку и площадку для внедрения инноваций. Подобные приложения могут стать ключевыми для маркетинговой деятельности банка
Работа с поколениями Y и Z / Working with generations Y and Z	Создание специальных продуктов и услуг для миллениалов и центениалов, поиск каналов связи с ними, работа с их поколенческими особенностями	Эти два поколения в ближайшем будущем станут основной экономической силой на банковском рынке, поэтому работа с ними на ранних этапах позволит банкам удерживать лидерство в дальнейшем
Усиление роли банков- инноваторов и банков с государственным участием / Strengthening the role of innovative banks and state-owned banks	Банки, инвестирующие в новые технологии и внедряющие нововведения, а также стабильные и крупные банки, связанные с государством, будут более устойчивы и популярны	Широкие возможности для совершенствования благодаря «инновационной гонке», использование инноваций как маркетингового преимущества

Источники / Source: составлена авторами / compiled by the authors.

и объединяют банк с его партнерами или организациями, входящими в экосистему банка.

Все тренды, выявленные в ходе исследования и обозначенные выше, могут быть объединены в таблицу, содержащую описание предположительных перспектив, которые повлияют на маркетинг в банковской сфере России и на ее дальнейшее развитие в целом.

Необходимо отметить, что выявленные тренды не являются абсолютно стабильными и в случае масштабных рыночных изменений могут ускоряться, значительно изменяться или исче-

зать. В таблице прослеживается взаимосвязь трендов: так, уход банков в онлайн, появление супераппов или приложений с расширенным набором функций и рост популярности видеомаркетинга непосредственно влияют друг на друга, так же как усиление сегментации и начало работы с поколениями. Кроме того, прослеживается курс российских банков на повышение лояльности потребителей и сохранение их существующей базы, а также на рост значения коммуникационной политики для маркетинга и цифровизацию рынка.

В связи с этим можно утверждать, что тренды, указанные в *таблице*, являются сравнительно точными и при необходимости могут быть описаны более общими характеристиками и объединены в более масштабные направления.

ВЫВОДЫ

Российский банковский рынок характеризуется постоянным сокращением количества действующих банков и по своей структуре относится к олигополии, т.е. типу рыночной структуры несовершенной конкуренции, в которой доминирует крайне малое количество организаций. Лидерами рынка с наибольшим уровнем устойчивости, надежности и конкурентоспособности считаются крупные банки с государственным участием, такие как ПАО «Сбербанк» и ВТБ. Тем не менее в настоящее время у некрупных игроков рынка существуют возможности для конкурентной борьбы с лидерами рынка при условии верного выбора сегмента, с которым будет вестись работа, и высокого уровня инновационности. В цифровом сегменте уровень конкуренции достаточно высок, и этот тренд сохранится в ближайшем будущем.

Повышается необходимость пересмотра приоритетов банков, которые трансформируются в цифровые агрегаторы, стремятся уменьшать количество действий и время, которое потребители тратят на приобретение услуг. В борьбе за ставшего менее пассивным потребителя банки следуют тренду индивидуализации, проводят углубленную сегментацию, внедряют работу с поколениями.

В условиях сохраняющейся конкурентной борьбы банки уделяют внимание поддержанию высокого уровня лояльности имеющихся клиентов, используя для этого аккумуляцию данных о потребителях, формируя индивидуальные предложения. Помимо этого, идет борьба за потребителей, принадлежащих к двум младшим поколениям — поколениям Y и Z. Наконец, банки превращаются в производителей контента для клиентов, принимают участие в повышении их уровня финансовой грамотности, предлагают услуги, не связанные с банковской сферой.

Пандемия COVID-19 также оказала влияние на российский банковский рынок. Ожидается падение многих показателей — прибыли, уровня кредитования, платежеспособности населения. При этом произошел резкий рост уровня цифровизации, распространения новых форматов взаимодействия с потребителями. Можно предположить, что трендами постпандемийного рынка станут расширение функционала мобильных приложений, повышение безопасности цифровых каналов, ускорение роста доли безналичных транзакций, сокращение количества отделений, уход все большего количества банковских услуг в онлайн-формат.

Рост банковского рынка в период 2012–2019 гг. смог обеспечить российским банкам определенный запас прочности, а кризисы 2008 и 2012 гг. послужили опытом для выработки плана действий в условиях рыночной турбулентности. Использование данных преимуществ может позволить российскому банковскому рынку преодолеть начавшийся кризис без колоссальных потерь.

БЛАГОДАРНОСТЬ

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета на 2020 г.

ACKNOWLEDGEMENT

The article is based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds for the state task for the Financial University in 2020.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белехова Г.В., Россошанский А.И. Оценка факторов финансового поведения населения: опыт применения регрессионного анализа по панельным данным // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2018. — Т. 11. — № 5. — С. 198–213. — ISSN 1998–0698.
2. Ибрагимова Д.Х. Динамика доверия финансовым институтам и парадоксы сберегательного поведения населения // Банковское дело. — 2015. — № 12. — С. 27–34. — ISSN 2071–4904.
3. Кузина О.Е., Крупенский Н.А. Перекредитованность россиян: миф или реальность? // Вопросы экономики. — 2018. — № 11. — С. 85–104. — ISSN 0042–8736.

4. Петрова Л. А., Кузнецова Т. Е. Цифровизация банковской системы: цифровая трансформация среды и бизнес-процессов // Финансовый журнал. — 2020. — № 3. — С. 91–101. — ISSN 2075–1990.
5. Тихонов А. А. Динамика финансового и потребительского поведения россиян в 2003–2018 гг. // Journal of Institutional Studies. — 2019. — 11(3). — С. 153–169. DOI: 10.17835/2076–6297.2019.11.3.153–169
6. Ягупова Е. А. Банковская система Российской Федерации: современное состояние и проблемы // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. — 2019. — Т. 48. — № 3. — С. 50–56. — ISSN 2312–5330.
7. Брызгалов Д. В., Грыззенкова Ю. В. Рост рынка финансовых слуг населению. URL: <http://www.fa.ru/org/dep/sesf/Documents/News/2019/i-01–2019.pdf>.

REFERENCES

1. Belekhova G. V., Rossoshansky A. I. Assessment of the factors of financial behavior of the population: the experience of using regression analysis based on panel data. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz = Economic and social changes: facts, trends, forecast*, 2018;11(5):198–213. (In Russ.).
2. Ibragimova D. Kh. The dynamics of trust in financial institutions and the paradoxes of the population's saving behavior. *Bankovskoe delo = Banking*. 2015;(12):27–34. (In Russ.).
3. Kuzina O. E., Krupensky N. A. Overcrediting of russians: myth or reality? *Voprosy ekonomiki = Economic Issues*. 2018;(11):85–104. (In Russ.).
4. Petrova L. A., Kuznetsova T. E. Digitalization of the banking system: digital transformation of the environment and business processes. *Financial Journal*. 2020;(3):91–101. (In Russ.).
5. Tikhonov A. A. Dynamics of financial and consumer behavior of Russians in 2003–2018. *Journal of Institutional Studies*. 2019;11(3):153–169. (In Russ.). DOI: 10.17835/2076–6297.2019.11.3.153–169
6. Yagupova E. A. The banking system of the Russian Federation: current state and problems. *Nauchnyi vestnik: finansy, banki, investitsii = Scientific bulletin: finance, banks, investments*. 2019;48(3):50–56. (In Russ.).
7. Bryzgalov D. V., Gryzhenkova Yu. V. The growth of the market for financial services to the population. URL: <http://www.fa.ru/org/dep/sesf/Documents/News/2019/i-01–2019.pdf>.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Светлана Васильевна Карпова — доктор экономических наук, профессор Департамента логистики и маркетинга, Финансовый университет, Москва, Россия
svkarpova@fa.ru

Илья Вячеславович Рожков — кандидат экономических наук, доцент Департамента логистики и маркетинга, Финансовый университет, Москва, Россия
irojkov@fa.ru

ABOUT THE AUTHORS

Svetlana V. Karpova — Dr. Sci. (Econ.), Prof. of Department of Logistics and Marketing, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
svkarpova@fa.ru

Ilya V. Rozhkov — Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. of Department of Logistics and Marketing, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
irojkov@fa.ru

Статья поступила 15.11.2020; принята к публикации 10.01.2021.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article was received 15.11.2020; accepted for publication 10.01.2021.

The authors read and approved the final version of the manuscript.