

РАЗРЕШЕНИЯ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТНЫХ ОПЕРАЦИЯХ

О.А. Воротилова, канд. экон. наук, доцент

И.Ю. Автономова, студент

Волгоградский государственный технический университет
(Россия, г. Волгоград)

***Аннотация.** Эта статья о ситуации на депозитном рынке. Также рассмотрен рейтинг по областям РФ, представлен рейтинг десяти крупнейших банков. Проведен анализ каждой таблицы и выведены проблемы. Банковский маркетинг, как один из инструментов разрешения кризисной ситуации депозитных операций. В данном материале рассмотрена специфика и сущность банковского маркетинга. В статье рассмотрен рынок депозитов и как банки внедряют в него свои услуги.*

***Ключевые слова:** банковский маркетинг, депозитные операции, рейтинг, область, рынок, банковские услуги, вклады, менеджер, динамика роста, иностранная валюта.*

Банковский сектор экономики один из главных секторов не только в РФ, но и по всему миру.

Специфика банковского учреждения заключается в том, что большая часть его

ресурсов формируется за счет привлеченных средств. Привлечение депозитов одна из главных задач банка.

Рассмотрим статистику депозитов по областям и по показателям банков.

Таблица 1. Банковские депозиты (вклады) областей, млн. руб. [1]

Название области	Вклады (депозиты)					
	В рублях			В иностранной валюте		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Белгородская	123517	107509	96032	40422	39062	23073
Брянская	74055	63451	57924	8668	8107	5677
Владимирская	120030	104228	92230	21969	19540	13787
Воронежская	226701	203223	178541	38973	37343	21491
Ивановская	61406	53629	44173	18071	16320	5616
Калужская	78871	66847	60964	12268	11631	6910
Архангельская	103781	96119	80726	11748	10996	7437
Вологодская	84207	74909	68245	16482	20048	9742
Мурманская	99316	90150	89249	13578	13399	9877
Волгоградская	160512	142818	124212	24140	27013	21333
Астраханская	57312	51120	46142	7911	7692	5220

Из таблицы 1 можно увидеть динамику роста депозитов, как в рублях, так и в иностранной валюте. Что касается нашей Волгоградской области, то вклады в рублях каждый год увеличиваются, но конечно не так сильно, как хотелось бы. А вот вклады в иностранной валюте по состоянию на

октябрь 2016 года уменьшились на 2873 млн руб. На вклады в иностранную валюту влияет постоянно меняющийся курс доллара и евро. Конечно в первую очередь клиенты обращают внимания на размер процентной ставки и выгодные предложения.

Таблица 2. Депозиты (вклады) 10-ти крупнейших банков России. [2]

Название банка	Вклады (депозиты)					
	В рублях			Изменение В %		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
1) Сбербанк	10811700583	9770509810	8159129064	+ 10,66	+ 19,75	+ 12,36
2) ВТБ 24	2050051844	1845208861	1505024951	+ 11,10	+ 22,60	+ 15,39
3) Альфа-Банк	633050135	568587584	427997155	+ 11,34	+ 32,85	+ 19,75
4) Газпромбанк	629685264	534504255	418100955	+ 17,81	+ 27,84	+ 24,08
5) Россельхозбанк	556796902	442841579	302395343	+ 25,73	+ 46,44	+ 32,88
6) ВТБ Банк Москвы	499681047	34848439	20753874	+133,87	+ 67,91	+19,71
7) ФК Открытие	486625729	237153223	106077650	+105,19	+123,57	- 5,40
8) Бинбанк	364550954	234257639	156226585	+ 55,62	+ 49,84	+ 5,74
9) Промсвязьбанк	353571549	242517817	156226585	+ 45,79	+ 9,60	+ 15, 74
10) Райффайзенбанк	341886201	322225770	221269510	+ 6,10	+10,73	+ 19,37

Исходя из данных таблицы 2 можно сделать вывод, что практически в каждом банке динамика вкладов положительна. Лидером по количеству депозитов является Сбербанк. И так же можно заметить, что несмотря на положительную тенденцию конкуренция между банками большая.

Грамотно продуманный маркетинговый ход помогает увеличить число вкладов.

Целью политики руководства банка и работы всех его служб является привлечение клиентуры, расширение сферы услуг, завоевание рынка и, в конечном счете, увеличение получаемой прибыли [3].

Из выше сказанного можно сделать вывод, что значение маркетинговой работы банка возрастает. На ее работу влияют множество факторов, например конкуренция на финансовом рынке, депозитные операции.

Любой банковский менеджер скажет вам, – пишет М. Доуни, – что одна из его главных ролей – быть экспертом по маркетингу. Конкуренция на финансовом рынке возросла настолько, что для того, чтобы выжить, банки должны научиться продавать полный набор банковских продуктов.

Банковский маркетинг – это деятельность банка, направленная на поиск наиболее выгодных рынков и применение банковских продуктов с учетом потребностей клиентов [4].

Так же банковский маркетинг можно определить, как поиск и использование

банком привлекательных и выгодных рынков, для удовлетворения потребностей клиентов.

Специфика банковского маркетинга заключается в выявление проблем и формулирование ее исследования (главное – постановка цели), проверка и сортировка источников информации (наблюдение, эксперимент, опрос) сбор информации, проведение анализа собранных данных и заключительный этап – представление информации.

Проводится исследование рынков депозитных операций, предпочтение клиентов, и в конечном итоге полученная информация помогает выработать совершенно новые предложения для клиента.

Банк стремится развить рынок, то есть расширить рынок сбыта услуг, но без проникновения на уже существующие, а создать собственные, новые рынки сбыта или рыночные сегменты.

Разработка новых продуктов, условий для вклада, делаая их более привлекательными для клиента является главной задачей банковского маркетинга. Использование маркетинговой стратегии и техники продаж становится неотъемлемой частью организационной структуры банка. Банки вместе с тем отказываются от принудительного навязывания услуг и акцентируют внимание на максимальном удовлетворении нужд клиентов как на основе своей политики».

Несмотря на нестабильную экономическую ситуацию, люди продолжают вкладывать денежные средства в банки. Несомненно большую роль в положительно результате сыграл банковский маркетинг. Его задачами является общение с клиентами, прямой маркетинг т.е. реклама, сообщение об услугах в интернет ресурсах и побуждение действовать немедленно.

Один из главных приемов банковского маркетинга – это создание преимуществ для клиента при использовании банковских услуг (высокий процент, новые виды вкладов). Таким образом банковский маркетинг это один из главных инструментов, используемый при кризисной ситуации в депозитных банковских операциях.

Библиографический список

1. *Электронный ресурс*: <http://www.cbr.ru> – Официальный сайт Центрального Банка РФ.
2. *Электронный ресурс*: www.banki.ru/banks/ratings - Рейтинги Банков
3. *Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям* / И.Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 524 с.
4. *Белоглазова, Г.Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник для бакалавров* / Г.Н. Белоглазова [и др.]; под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 652 с.
5. *Банковское дело: учебник* / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева [и др.]; под ред. О.И. Лаврушина. – 10-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2013. – 800 с.

CRISIS MANAGEMENT IN THE BANKING MARKET OF DEPOSIT TRANSACTIONS

O.A. Vorotilova, *candidate of economic sciences, associate professor*

I.Yu. Avtonomova, *student*

Volgograd state technical university
(Russia, Volgograd)

Abstract. *This article is about the situation in the deposit market. Also considered for the rating of the Russian Federation regions, ranks the ten largest banks. The analysis of each table and mentioned issues. Bank marketing as a tool for crisis resolution of deposit operations. This material is considered the specificity and nature of bank marketing. The article describes the deposits market and the banks are introducing their services to it.*

Keywords: *bank marketing, deposit operations, rating, region, market, banking services, deposits, manager, dynamics of growth, foreign exchange.*