



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
филиал в г.Туапсе

Кафедра «Экономики и управления»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

На тему «Совершенствование банковской системы обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста (на примере Сбербанка России)»

Исполнитель Григорова Алиса Леонидовна

Руководитель к.э.н., доцент Продолятченко Павел Алексеевич

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой _____

доктор экономических наук, профессор

Темиров Денилбек Султангириевич

« ____ » _____ 2017 г.

Туапсе
2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1 Теоретические аспекты формирования клиентской базы коммерческого банка.....	6
1.1 Клиентоориентированный подход в банковском маркетинге.....	6
1.2 Сегментация клиентской базы физических лиц коммерческого банка	11
1.3 Особенности обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста, в коммерческом банке	16
Глава 2 Анализ и оценка банковской политики Сбербанка РФ в сфере предоставления услуг лицам, достигшим пенсионного возраста	20
2.1 Организационно-экономическая характеристика ПАО «Сбербанк»	20
2.2 Особенности формирования и сегментации клиентской базы ПАО «Сбербанк»	25
2.3 Оценка банковской политики ПАО «Сбербанк» в сфере предоставления банковских услуг лицам, достигшим пенсионного возраста	29
Глава 3 Мероприятия по совершенствованию обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста.....	45
3.1 Оценка перспективности расширения сферы банковских услуг для лиц, достигших пенсионного возраста.....	45
3.2 Предложения по совершенствованию банковского обслуживания пожилых клиентов	48
Заключение.....	56
Список использованной литературы.....	60
Приложение	63

Введение

Основная задача российских банков – это качественное клиентское обслуживание. Для завоевания клиентской базы банкам необходимо внедрять и развивать новые современные услуги и банковские продукты. Значение активизации роли банков, обслуживающих население, состоит в достижении максимального эффекта при наименьших затратах, наиболее полном удовлетворении потребностей клиентов в банковском обслуживании, улучшению качества банковского обслуживания физических лиц, расширению спектра банковских услуг и снижению их стоимости.

Сегмент лиц, достигших пенсионного возраста, в банках развит не достаточно, хотя в последнее время он активно развивается в силу того, что руководители понимают и осознают тот факт, что это одни из основных потребителей банковских услуг среди физических лиц, которые ответственно подходят к оценке своих финансовых возможностей, хранят верность одному выбранному банку, являются добросовестными и регулярными плательщиками кредитов и размещают свои средства преимущественно на длительные сроки, и что не менее важно, сообщают остальным возможным будущим клиентам о преимуществах обслуживания в выбранном ими банке.

Актуальность совершенствования банковской системы обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста в современных условиях обусловлена особой уязвимостью этой категории людей в связи с возрастными особенностями. Привилегий и условий Сбербанка недостаточно для исключения негативных отзывов с их стороны и обеспечения необходимого уровня сервиса.

Объектом исследования является ПАО Сбербанк России.

Предметом исследования является банковское обслуживание лиц, достигших пенсионного возраста.

Целью данной работы является изучение проблемы банковского обслуживания пожилых лиц и разработка конкретных мероприятий и

предложений по их совершенствованию. Для достижения поставленной цели был определен **ряд задач:**

1. Изучить теоретические и методические основы формирования клиентской базы.
2. Проанализировать и оценить банковскую политику Сбербанка РФ в сфере предоставления услуг лицам, достигшим пенсионного возраста.
3. Выявить основные проблемы, возникающие в процессе оказания банком услуг.
4. Сформировать предложения по совершенствованию банковского обслуживания пожилых клиентов Сбербанка.

Структура работы включает: введение, основную часть, содержащую 3 главы с подразделами, заключение, список использованной литературы и приложения.

Первая глава включает теоретический материал, касающийся основных вопросов организационных изменений. Здесь раскрыта сущность понятий «клиентоориентированность» и «сегментация», рассмотрен набор выгод, получаемых клиентом, содержание клиентоориентированных стандартов, рассмотрена реализация клиентоориентированной стратегии и важность клиентоориентированного подхода для организации, а также основные проблемы сегментации потребителей, виды и признаки сегментации клиентской базы. Во второй главе рассмотрена организационно-финансовая характеристика предприятия, а также выявлены особенности формирования и сегментации клиентской базы Сбербанка, и проведена оценка оказания банковских услуг лицам, достигшим пенсионного возраста. Третья глава обосновывает целесообразность расширения сферы банковских услуг для лиц, достигших пенсионного возраста и содержит предложения по совершенствованию обслуживания пожилых клиентов банка.

Теоретической и методической основой для выполнения данной работы, были использованы источники специальной литературы, материалы периодической печати. Среди авторов, методы анализа которых положены в

основу данной работы, необходимо отметить: Продолятченко П.А., Неретину Е.А. и Зинкевича А.А.

Информационно-справочной базой написания ВКР являются монографии, учебная литература, специализированные журналы, электронный ресурс.

Объем работы составляет 60 листов и включает 4 рисунка, 13 таблиц и 2 приложения.

Глава 1 Теоретические аспекты формирования клиентской базы коммерческого банка

1.1 Клиентоориентированный подход в банковском маркетинге

Для того, чтоб понять, что представляет из себя клиентоориентированный подход в банковском маркетинге необходимо, для начала, разобраться в вопросе сущности понятия «клиентоориентированность», различные точки зрения на которое представлены в табл. 1.

Таблица 1

Сущность термина «клиентоориентированность» с позиции различных авторов [13 с.171]

Автор/источник	Сущность термина «клиентоориентированность»
Бусаркина В.В.	это высочайшее значение ориентации предприятия на максимальное удовлетворение клиента.
Лошков В.	способность организации извлекать дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов.
Манн И.	инициация положительных эмоций и восторга у потенциальных и существующих клиентов, что ведет к выбору товаров и услуг вашей компании среди множества конкурентов, к повторным покупкам и получению новых клиентов за счет рекомендаций существующих клиентов.
Русанова А.А.	это процесс, направленный на увеличение жизненного цикла взаимодействия компании с клиентом.
Рыжковский Б.	инструмент управления взаимоотношениями с клиентами, нацеленный на устойчивую прибыль в долгосрочном периоде, базирующийся на критериях: ключевая компетенция, целевые клиенты, равенство позиций.

В результате анализа различных толкований термина «клиентоориентированность» отмечается разность точек зрения по данному вопросу, Одни понимают «клиентоориентированность» как процесс (Манн И., Русанова А.А.), другие - как характеристику (Бусаркина В.В., Лошков В.), третьи - как метод (инструмент) (Рыжковский Б.).

Авторы не сходятся в определении понятия «клиент». Необходимо подчеркнуть неоднозначность термина «клиент» и его отличия от «потребителя». В практике российского маркетинга надежно обосновались такие категории как «клиентская служба», «клиентские отношения», система «клиент-банк», однако на родине маркетинга в Америке эти термины содержат слово Customer, но никак не Client. В английском языке в данный момент не существует формулировки термина «клиентоориентированность». «Customer Centricity» часто переводят как «клиентоцентричность», но это не одно и то же. Преимущественно, в русском языке доступные трактовки терминов «клиент» и «потребитель» основываются на бытовом их содержании. Их часто используют, как синонимы. В результате анализа значения этих понятий становятся понятны их различия. Профессиональный словарь по экономике и праву дает следующие определения:

Клиент — это юридическое или физическое лицо, пользующееся услугами другого физического или юридического лица, вступающее с ним в деловые отношения.

Потребитель — гражданин, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы, услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли. Следовательно, «потребитель» и «клиент» являются различными понятиями, Понятие «клиент» более широкое и включает в свою структуру термин «потребитель» [13, с.173].

Говоря о клиентоориентированном подходе, необходимо разобраться почему он так важен для потребителя банковских услуг и какие преимущества

существуют для клиента при использовании банком данного подхода.

К набору выгод клиента можно отнести:

- осознание своей значимости и важности своего мнения;
- возможность в случае возникновения проблемы обратиться к квалифицированному специалисту, и уверенность в своевременном ее решении;
- уверенность в добросовестном, вежливом и качественном обслуживании;
- осведомленность о количестве времени, занимаемом на проведение операций в данной организации;
- понимание всех выгод и преимуществ работы с данной организацией, за которые он платит [12, с.7];
- осознание уважения к себе и заботы о своих интересах, благодаря чему он чувствует стабильность и уверенность;
- максимально комфортные условия обслуживания;
- отсутствие сожаления о заключенной сделке

Исходя из выгод для клиента, можно сделать вывод, что для компании важным моментом являются клиентоориентированные стандарты. Главная опасность для предприятия при условии их отсутствия заключается в потере своих клиентов, и, как следствие - прибыли. Данные стандарты включают в себя:

- полномочия и обязанности сотрудников. при этом любой сотрудник компании, контактирующий с клиентами, должен иметь полномочия решить проблему клиента;
- взаимодействия между отделами компании;
- перечень минимально необходимой информации, которую сотрудник компании должен предоставить клиенту о компании, об ее продуктах и услугах, условиях сотрудничества;
- правила обслуживания клиентов;
- механику обработки заказа и его выдачи клиенту;

- получение информации о клиенте и занесение ее в базу данных. программы лояльности для клиентов;
 - послепродажное сопровождение клиента, поздравления клиентов с праздниками;
 - фирменный стиль и правила оформления внутренних и внешних документов;
 - длительность 1 операции,
 - скорость реакции на поступивший запрос;
 - урегулирование конфликтных ситуаций;
- круглосуточная доступность клиенту. и т. д. [12, с.8].

По данным Gartner Group, целями банков являются: увеличение бизнеса с существующими клиентами – 52%, привлечение новых клиентов – 21%, удержание существующих клиентов – 19%, фокусирование на новых клиентов – 3% [18, с.1].

Таким образом, основополагающие компетенции банка должны перейти от массового обслуживания клиентов к индивидуализации сервиса. Для решения этих задач требуют создания системы управления взаимоотношениями с клиентами. Сейчас, наибольшие перспективы в обеспечении долговременных контактов с реальными и потенциальными клиентами заключает в себе стратегия, базирующаяся на CRM-подходе.

CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами). Эта концепция подразумевает переориентацию стратегических установок развития банковского бизнеса от продуктов и особенностей внутреннего устройства банка на клиента, на его индивидуальные потребности и ожидания. Повышение эффективности деятельности коммерческого банка за счет CRM-концепции происходит за счет:

- роста доходов благодаря внедрению кросспродаж и «допродаж», создающих более устойчивые и прибыльные многомерные отношения с клиентами;
- уменьшения расходов посредством смещения трудовых затрат

в область оптимизации бизнес-процессов на основе: регламентации и автоматизации «фронт-офисных» операций, что позволяет снизить время и усилия, сфокусировавшись на привлечение и удержание клиентов;

- улучшения координации между различными сотрудниками;
- экономии ресурсов с помощью точного прогноза продаж, «обратной связи» с клиентом;
- снижения рисков в следствии правильно принятых управленческих решений.

По данным IDC, 82% CRM-проектов обеспечили возвратность инвестиций на уровне 50%, 58% из них вышли на «точку безубыточности» в срок до одного года, 35% – до 3 лет [18, с.8].

Клиентоориентированность должна стать фундаментальным принципом формирования корпоративной стратегии. На ее основе формируется долгосрочная программа развития банка, которая направлена как на извлечении прибыли, так и на улучшение репутации банка в глазах потребителей услуг.

Формируя продуктовую линию, банк должен нацеливать основные ресурсы на развитие лучших своих продуктов. Для предоставления стандартного пакета услуг или дополнительных услуг, востребованных на рынке, но затратных для банка, банк может привлечь других участников рынка (управляющих, брокерские, страховые и другие специализированные компании) на условиях аутсорсинга, наполнив продуктовую линейку лучшими предложениями. Продажа банком «чужих» продуктов осуществляется по стандартной дилерской схеме: банк непосредственно осуществляет реализацию продукта, а все остальные бизнес-процессы осуществляются производителем финансового продукта. При данном подходе у банка появляется возможность оперативно формировать максимально конкурентоспособный пакет услуг (оперативно пополнять или сокращать пакет услуг), получать стабильный безрисковый комиссионный доход за продажу «чужих», но лучших на рынке предложений. В качестве примера «смешивания» можно привести депозит с возможностью использования процентов для покупки ПИФа и др. Продажа

пакетов, собранных из предложений разных компаний, через один канал значительно упростит для клиента процесс приобретения, что положительно скажется на картине продаж в целом.

Учитывая то, что клиенты банка неравноценны, важно сегментировать поток и поднять уровень обслуживания «наиболее ценных» для него клиентов. При таком обслуживании рентабельность части клиентов превышает 100%, так как они перекрестно финансируют убыточные группы [18, с.10].

1.2 Сегментация клиентской базы физических лиц коммерческого банка

Сущность сегментации физических лиц заключается в разделении рынка на относительно однородные группы со схожими потребностями и характеристиками. От того, какой сегмент рынка будет выбран основным (целевым) зависит успешность бизнеса в долгосрочной перспективе. Привлекательность сегмента и выбор целевого рынка оценивается на основе критериев сегментации (например, прибыльность, перспективы роста, уровень конкуренции на данном сегменте и др.). Количество сегментов, выбранных предприятием, характеризует стратегию охвата рынка [17, с.18].

В последнее десятилетие в Российской Федерации и ее регионах наблюдается тенденция трансформации банковского рынка в высококонкурентный. В связи с этим, перед банками возникают проблемы, характерные для компаний, работающих на «рынках покупателя»:

— повышение конкуренции в результате образования союзов между торговыми сетями и финансовыми компаниями (образование «финансовых супермаркетов», рост числа банковских брокеров);

— стандартизация банковских продуктов, появление нового типа клиента («многоканального»), который ищет продукты в онлайн-режиме и обращается в офис банка, ожидая идентичного уровня тарифов;

— повышение сложности финансовых продуктов, неуверенность

клиентов в правильности выбора и оценки рисков, что требует более высокого уровня персонализации отношений с одновременным представлением дополнительных нетрадиционных услуг для их укрепления;

- потребность в более точной оценке рентабельности отношений «клиент-банк» с учетом всех видов затрат и ресурсов;

- изменение финансовых потребностей физических лиц по мере «продвижения по жизни». В контексте долгосрочных отношений банки должны научиться выделять тренды, прогнозировать поведение и осознанно и целенаправленно действовать на основе этого знания;

- уровень сервиса становится определяющим для определенных групп клиентов. Они и в дальнейшем будут стремиться к сохранению уровня сервиса, в том числе доплачивая за это (снижая ценовую чувствительность);

- появляется потребность в выделении кластеров потребителей, имеющих идентичные потребности и аналогично реагирующие на предлагаемые банком продукты и услуг.

Наиболее развитые из банков, прошедшие фазы экспансии и минимизации издержек, все больше осознают потребность в стратегии дифференциации, которая способна обеспечить «наценку выше среднерыночной» и повышение лояльности потребителей за счет персонификации отношений с клиентами [18, с.11].

В связи с тем, что Россия перешла к рыночной экономике, возник вопрос совершенствования банковских услуг. Развитие рыночных отношений и формирование двухуровневой банковской системы внесли существенные изменения в банковскую деятельность: из обычных учреждений, какими были банки в советский период, они стали полноценными предприятиями. И теперь банки обязаны заботиться о сбыте своих услуг в условиях растущей конкуренции. Следствием чего является необходимость сегментации клиентской базы с целью наиболее полного и конкретного обеспечения нужд рынка потребителей банковских услуг. Особая роль сегментации клиентов заключается в том, что в условиях сложившейся конкуренции, банк ищет и

находит наиболее подходящий рыночный сегмент, выделяя определенные группы потребителей, на которых главным образом ориентирован банк и в отношении которых будет проводиться интенсивная работа по продвижению услуг.

В основе сегментирования рынка банковских услуг лежит:

— характер банковских услуг (кредитные, операционные инвестиционные и прочие);

— клиентурный признак (юридические и физические лица, корпорации, банки-корреспонденты, государственные органы).

В маркетинговой практике используется географическая, демографическая, психокультурная и поведенческая сегментация.

Как критерии географической сегментации выступают: территориальные образования, экономические районы, административные единицы страны, города и микрорайоны городов.

Демографическая сегментация основывается на деление населения по полу, возрасту, доходам и т.п.. Банк выявляет интересующий его группы клиентов и работает с ними для максимального привлечения.

В последнее время значительно возросла роль психокультурной сегментации, учитывающей отношение клиентов к появляющейся услуге, которое зависит не только от социального положения, но и от индивидуальных особенностей человека. При данной сегментации, основываясь на постоянных признаках происходит объединение населения в различные социальные группы [2, с.112].

Деление по возрастному принципу помогает банку выявить целевые рынки. Рассмотрим сегментацию клиентов банка по возрастному принципу.

RBC Royal Bank использует сочетание уровня прибыльности клиента с его жизненным циклом, для чего было выделено 5 стадий жизни клиента: «Молодёжь»- эти клиенты моложе 18 лет. «Начало работы» - эти клиенты, как правило, от 18 до 35, переживают первый опыт: выпускной, первая кредитная карта, первый автомобиль, первый кредит, брак, первый ребёнок. «Строители»

- они, как правило, от 35 до 50 лет, находятся на пике заработка. Обычно они занимают больше, чем инвестируют, их главная цель заключается в эффективном управлении долговой нагрузкой. «Аккумуляторы» - обычно в возрасте между 50 и 60 лет. Эти клиенты беспокоятся о пенсионных накоплениях и инвестировании. «Хранители» - первичными потребностями этих клиентов, которые, как правило, старше 60 лет, являются максимизация пенсионного дохода и сохранение образа жизни. Они обычно управляют несколькими источниками дохода и начинают делать имущественное планирование [27, с.131].

Банк имеет возможность легко осуществлять сегментацию клиентов по возрастным критериям, потому как, открывая счет в банке, они заполняют карту, содержащую подробные сведения о возрасте, уровне образования и т. д. Имея статистические данные о клиентуре по выбранному параметру, можно связать банковские продукты с пользующимися спросом категориями банковских продуктов [19, с.93].

Поведенческая сегментация проводится с помощью изучения досье, имеющегося в банке на каждого клиента. При этом определяется состояние счёта и характер операций, осуществляемых банком.

Для продвижения банковских продуктов следует разграничить клиентов и определить тех, кто является их основными потребителями.

Клиенты имеют разные вкусы и потребности. Их нужно изучать, воздействовать на них, для чего используются различные маркетинговые стратегии.

Сегментация позволяет более правильно оценить целевой рынок с точки зрения потребностей клиентов: выявить плюсы и минусы деятельности банка в освоении конкретного рынка, кроме того, более четко поставить цели и прогнозировать реальность и успешность осуществления маркетинговых стратегий [16, с.49].

Сегментирование по характеристикам предлагаемых банковских товаров - на этом этапе выявляются такие наиболее привлекательные для клиентов

банковские продукты, услуги, операции, которые можно сравнить с аналогичными услугами конкурентов.

При сегментации рынка по этому признаку часто выделяют 4 группы:

- кредиты;
- вклады;
- инвестиции;
- прочие [2, с.113].

Данный вид сегментирования дает лишь обобщенную картину структуры банковского рынка. Клиентские группы, выявленные при сегментации как в разрезе групп потребителей, так и характеристики предлагаемых услуг, целесообразнее рассматривать как более подходящие для обслуживания их банком. Поэтому, за процессом сегментации следует этап отбора целевых сегментов.

Отбор целевых сегментов рынка связан с выявлением среди них наиболее привлекательных для обслуживания. Наибольшей привлекательностью отличаются сегменты имеющие наибольший объем сбыта банковских продуктов, высокие темпы роста рынка, оптимальную норму прибыли, незначительную конкуренцию, слабую чувствительность к ценам, невысокие требования к качеству обслуживания. Несмотря на это, трудно найти сегмент, полностью отвечающий всем этим требованиям. Поэтому работа сводится к отбору тех сегментов, характеристики которых наиболее полно отражают всю совокупность указанных критериев [2, с.114].

Банковский маркетинг включает решение следующих задач:

- Установление существующих и потенциальных рынков банковских услуг.
- Выбор конкретных рынков и установление нужд заказчика.
- Установление долго- и краткосрочных целей для развития существующих и новых видов услуг.
- Внедрение новых видов услуг в практику и контроль банка за реализацией программ внедрения.

Типологизация заключается в выявлении групп потребителей, на основе социологических признаков по социально-экономическим и демографическим факторам.

Рыночная сегментация предполагает деление рынка на участки, характеризующиеся спецификой спроса, потребителей и предложения [14, с. 59].

Изучая рынков банковских услуг и потенциальных их потребителей, банки пользуются традиционными приемами промышленного маркетинга, такими как типологизация и сегментация.

Цель сегментации – не просто выделить какие-то группы потребителей на установленном рынке, а найти таких потребителей и пользователей, которые предъявляют (могут предъявить) кардинально противоположные требования к конкретному виду банковских услуг. Сегментация рынка не должна сводиться к обыкновенному, не приносящему практического результата в продвижении банковских услуг, логическому и статистическому анализу групп клиентов. Таким образом, сегментация должна быть не единичным, а периодическим процессом.

С появлением системы страхования вкладов населения, вопрос о надежности банка уже не столь важен для его клиентов. В настоящее время ускоренными темпами растет значимость сервисных характеристик таких как компетентность и имидж банка. Основной задачей банка является развитие ассоциаций, направленных на решение проблем клиентов (клиентоориентированность банка). Следовательно, в рамках CRM-стратегии разработка банковских продуктов должна осуществляться с учетом целевых групп клиентов [18, с.13].

1.3 Особенности обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста, в коммерческом банке

Пенсионеры – выгодные клиенты для банка, они помогают банкам

стабильно пополнять депозитную базу, а нарастающий интерес этой категории клиентов к кредитам – увеличивает доходность кредитного портфеля. В настоящих экономических условиях высока закредитованность работающего населения, которое не всегда в состоянии вовремя оплачивать кредиты. В связи с этим у банков наблюдается тенденция переориентации на более стабильные сегменты клиентов, такие как клиенты пенсионного возраста. Плюсы и минусы обслуживания данной категории клиентов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Плюсы и минусы лиц, достигших пенсионного возраста, как клиентов банка¹

+	-
Пенсионеры формируют значительную базу активных клиентов банков	Существенный возрастной риск
Заемщики старшего поколения в несколько раз более ответственно подходят к обслуживанию кредита, к оценке своих финансовых возможностей	Низкая платежеспособность данного сегмента
Имеют постоянный доход в виде пенсии	Необходимость создания специальных условий для обслуживания данной категории клиентов.
Привлекая пенсионеров на обслуживание, банк получает дополнительный ресурс, так как поступающие пенсии расходуются пожилыми клиентами постепенно	Недостаточная финансовая грамотность
Размещают средства преимущественно на длительные сроки	Различия в обслуживании и потребностях данного сегмента

¹ Таблица составлена автором в процесса написания ВКР

Выбирают один банк, которому доверяют, и редко изменяют своему выбору.	
Являются источником бесплатной рекламы	

Пенсионные фонды организуют пенсионное обеспечение граждан. Они бывают двух видов: государственные и частные негосударственные.

Частные негосударственные пенсионные фонды- это юридические лица, в организации которых могут принять участие как граждане, так и компании. За рубежом такие фонды довольно часто создаются по инициативе корпорации для накопления и обеспечения пенсионных выплат своим сотрудникам. Их ресурсная база формируется за счет регулярных взносов, уплачиваемых будучи на пенсии пенсионерами и компанией, а также доходов от эффективного размещения средств в различные рыночные инструменты (ценные бумаги, банковский депозит). Основным объектом инвестирования пенсионных накоплений являются государственные ценные бумаги, как наиболее надежные и высоколиквидные инструменты рынка. Правительства многих стран поощряет развитие негосударственных пенсионных фондов по ряду причин:

- они снимают значительную часть нагрузки с государственной системы пенсионного обеспечения;
- являются активными участниками рынка государственных ценных бумаг, обеспечивая их обращение;
- в сравнении с инвестиционными фондами наиболее устойчивы, так как осуществляют менее рискованные финансовые вложения (направления их инвестиций могут регулироваться на государственном уровне) [11, с. 176].

Банковские продукты для пенсионеров должны покрывать их основные потребности. Карта для ежедневных расчетов, определенные условия по кредитованию и накоплению средств. Обслуживание текущих счетов клиентов пенсионного возраста и специальных банковских карт чаще всего

осуществляется бесплатно. На остаток по счету часто предусматривается начисление процентов.

По срочным депозитам, чаще всего, предполагается начисление повышенных процентов (данный вид банковской услуги оформляется при предъявлении пенсионного удостоверения или паспорта, либо клиентам, получающим пенсию на счета в данном банке). Часто существует возможность досрочного расторжения договора на льготных условиях, и, в некоторых случаях, возможность осуществлять пополнение.

Банки предусматривают также разнообразные поощрения для клиентов-пенсионеров, оформивших перевод пенсии на счет, а также активно использующих пенсионную карту в торговой сети и систему интернет-банка для совершения регулярных платежей. К таким опциям, например, относится возвращение средств от покупок [1].

Глава 2 Анализ и оценка банковской политики Сбербанка РФ в сфере предоставления услуг лицам, достигшим пенсионного возраста

2.1 Организационно-экономическая характеристика ПАО «Сбербанк»

Сбербанк удовлетворяет растущий спрос физических и юридических лиц в кредитных услугах и все время стремится к улучшению своих рыночных и экономических показателей. В ситуации повышения конкуренции, банк сумел сохранить лидирующие позиции на розничных рынках, постоянно изменяя процентную политику и совершенствуя набор кредитных и депозитных продуктов. Не всегда высокое качество обслуживания во многих офисах банка не повлияло на неизменное первенство в величине активов и количество расчетных счетов юридических лиц. На 2015 год через Сбербанк зарплату получали около 11 млн. человек, а пенсию - 12 млн. Банком выпущено более 30 млн. пластиковых карт. Численность сотрудников на 31 декабря 2016 г. составила 325,075 тыс. человек.

Сбербанк имеет свой негосударственный пенсионный фонд. НПФ «Сбербанк» - это не что иное, как самый обычный негосударственный пенсионный фонд. В нем хранятся денежные средства, которые предназначаются населению в качестве накопительной части пенсии. Граждане перечисляют в НПФ часть своего заработка. Затем, при выходе на пенсию, они получают либо сразу всю сумму, либо частично в виде ежемесячных выплат. То есть НПФ «Сбербанк» - это место хранения денежных средств, откладываемых на старость [21].

Рассмотрим организационную структуру ОАО «Сбербанка России» (рис. 1.). Все органы управления Банком формируются на основании Устава Сбербанка России и в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Органами управления Банка являются:

Общее собрание акционеров - высший руководящий орган Сбербанка РФ. На Общем собрании акционеров, проводимом раз в год, принимаются решения

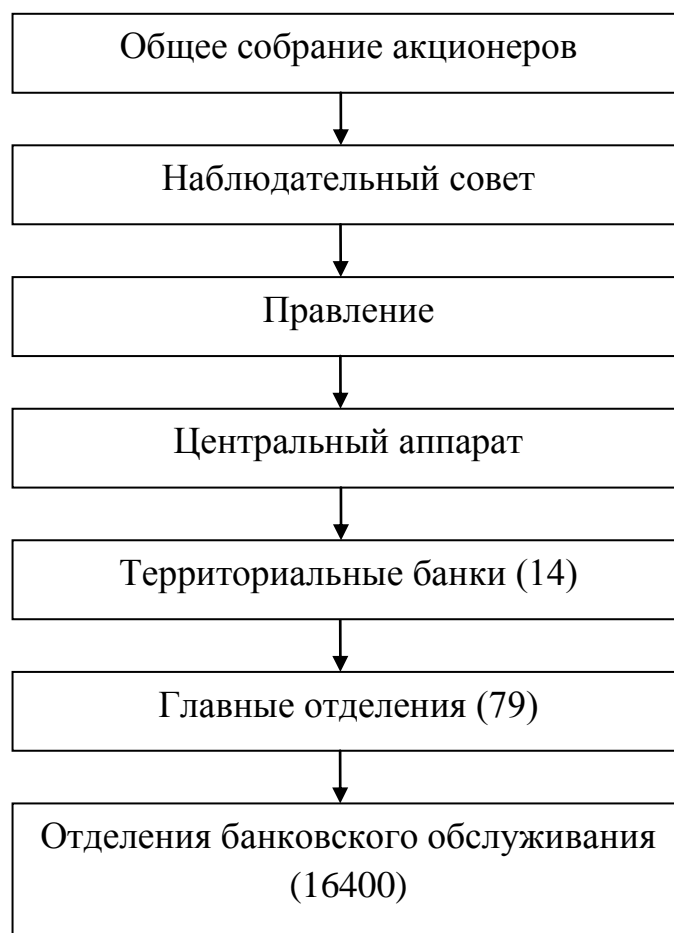


Рис. 1. Организационная структура Сбербанка РФ на 1.01.2016.²

по основным вопросам деятельности Банка: утверждение годового отчета, рассмотрение отчета ревизионной комиссии, отчета руководства, порядок распределения прибыли и ее использования (размер и порядок выплаты дивидендов), план развития на следующий год, определяет стратегию развития банка, избирает Совет банка

— Наблюдательный совет - состоит из 17 директоров (11 представителей Банка России, 2 представителя Сбербанка России и 4 независимых директора). Он занимается такими вопросами, как: определение приоритетов в направлениях деятельности Банка, созыв годового и Общих собраний акционеров, утверждение повестки дня Общего собрания акционеров, повышение уставного капитала Банка, приобретение размещенных Банком акций, облигаций и иных ценных бумаг, и т.д..

² Рисунок составлен автором на основании годового отчета Сбербанка за 2015 год

— Правление Банка включает 14 членов. Возглавляет Правление Банка Президент, Председатель Правления Банка. Правление Банка в соответствии с возложенными на него задачами: предварительно обсуждает все вопросы, подлежащие рассмотрению общим собранием акционеров и Наблюдательным советом Банка; обсуждает отчеты руководителей подразделений центрального аппарата Банка и руководителей филиалов - территориальных банков; определяет политику Банка в сфере управления рисками; организует и проводит в установленном порядке работу по совершенствованию сети филиалов и других обособленных подразделений Банка, принимает решения об изменении статуса, наименования филиала; утверждает процентные ставки по вкладам физических лиц; рассматривает и решает другие вопросы деятельности Банка.

Все органы управления Банком формируются на основании Устава Сбербанка России и в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Далее в организационную структуру входят:

- центральный аппарат;
- территориальные банки;
- главные отделения;
- внутренние структурные подразделения, организационно подчиненных отделениям (отделения банковского обслуживания).

Обязанности и права персонала строго прописаны в регламентирующих документах, которые подписывают сотрудники при приеме на работу. Должностные инструкции создают нормальные условия для правильной организации труда, позволяют избежать конфликтные ситуации между работниками компании и руководством.

Необходимо определить, успешно ли предприятие и положительна ли динамика его развития. Проведем анализ (табл. 3) основных экономических показателей отчета о прибылях и убытках ПАО «Сбербанк» России за 2014, 2015 и 2016 годы (приложение 1, приложение 2).

Основные экономические показатели ПАО «Сбербанк»
Анализ структуры и динамики основных показателей отчета о
прибылях и убытках³

Наименование статьи	За 2014 год (млрд. р.)	За 2015 год (млрд.р.)	За 2016 год (млрд.р.)	Абсолютный прирост в 2016 по отношению к:		Темп роста 2016 года к:		Темп прироста 2016 года к:	
				2014	2015	2014	2015	2014	2015
Процентные доходы	1837,9	2279,6	2399,0	561,1	119,4	131	105	31	5
Процентные расходы	(785,1)	(1253,2)	(986,9)	201,8	-266,3	126	79	26	-21
Расходы, непосредственно связанные со страхованием вкладов	(33,1)	(38,4)	(49,3)	16,2	10,9	149	128	49	28
Чистые процентные доходы	1019,7	988,0	1362,8	343,1	374,8	134	138	34	38
Чистый расход от создания резерва под обесценение долговых финансовых активов	(361,4)	(475,2)	(342,4)	-19	-132,8	95	72	-5	-28
Чистые процентные доходы после резерва под обесценение долговых финансовых активов	658,3	512,8	1020,4	362,1	507,6	155	199	55	99

³ Таблица составлена по данным, полученным в процессе исследовательской работы

Продолжение таблицы 3

Операционные доходы	939,3	954,6	1355,1	415,8	400,5	144	142	44	42
Опреационные расходы	(565,1)	(623,4)	(677,6)	112,5	54,2	120	109	20	9
Прибыль до налогообложения	374,2	331,2	677,5	303,3	346,3	181	205	81	105
Расход по налогу на прибыль	(83,9)	(108,3)	(135,6)	51,7	27,3	162	125	62	25
Прибыль за год	290,3	222,9	541,9	251,6	319	187	243	87	143

Чистые процентные доходы за 2016 г. по отношению к 2014 г. и 2015 г. увеличились на 34% и 38% соответственно и составили 1362,8 млрд.р., но 2014г. был более успешным, чем 2015 г.

Чистые процентные доходы после резерва под обесценение долговых финансовых активов в 2016 г. по сравнению с 2014 выросли на 362,1 млрд.р., а с 2015 на 501,6 млрд.р, что составило соответственно 55% и 99%. По данным результатом видно, что в 2014 г. они были больше, чем в 2015г., но в 2016 г. они почти в 2 раза увеличились по сравнению с 2015г.

Суммарные операционные доходы в 2014 г. и 2015 г. оставались приблизительно на одном уровне - 939,3 млрд.р и 954,6 млрд.р., а в 2016 по сравнению с 2015 г. поднялись на 42%, то есть увеличились почти в 1,5 р.

Прибыль до налогообложения самая минимальная была в 2015 году, когда составила 331,2 млрд.р., но в 2016г. она резко увеличилась более, чем в 2 р. И составила 677,5 млрд.р.

Прибыль за год очень разнится. В 2014 г. она составила 290,3 млрд.р., а налог- 83,9 млрд.р., самую минимальную организация получила в 2015 году, когда она составила 222,9 млрд.р , потому как налог на прибыль в этом году был выше, чем в 2014 и составил 108,3 млрд.р., но в 2016 году прибыль увеличилась в 2,4 р. по сравнению с 2015 г. и составила 541,9 млрд.р.

Проанализировав базовые статьи отчета о прибылях и убытках, можно сделать вывод, что Сбербанк развивается очень успешно, демонстрируя уверенное увеличение финансовых показателей: доходов и прибыли, не

забывая заботиться о сокращении расходов компании, выходя на итоговых статьях в однозначный «плюс».

Сбербанк предлагает своим клиентам широкий выбор банковских продуктов и услуг, банковские карты, денежные переводы, банковское страхование и брокерские услуги.

Также банк обслуживает все группы корпоративных клиентов, предлагает депозиты, расчетные услуги, проектное, торговое и экспортное финансирование, услуги по управлению денежными средствами и прочие основные банковские продукты.

Клиентская база «Сбербанка» состоит из 110 миллионов российских и 11 миллионов иностранных граждан, а также 1 миллиона корпоративных клиентов (стоит отметить, что в РФ зарегистрировано всего 4.5 миллиона предприятий).

Банк служит основным кредитором российской экономики, занимая крупнейшую долю на рынке вкладов, около 46% вкладов, 38,7% кредитов физическим лицам и 32,2% кредитов юридическим лицам

2.2 Особенности формирования и сегментации клиентской базы ПАО «Сбербанк»

Сбербанк имеет самую широкую сегментацию клиентов и ориентированных на них услуг. Все клиенты делятся на физические и юридические лица.

Каждый бизнес индивидуален. Он имеет свою историю и путь развития. Необходимо понимать специфику конкретного бизнеса, с целью формирования для него наиболее выгодных условий.

Корпоративные клиенты Сбербанка очень различаются между собой – от транснациональных компаний до индивидуальных предпринимателей. Для того чтобы предложить каждому продукт, отвечающий потребностям конкретного проекта, существует четкая сегментация. В Сбербанке представлена самая мелкая нарезка сегментов, которая в принципе существует

в банках. Банк выделяет: микро-бизнес, малый бизнес, средний и крупный. Отдельно выделен сегмент ОПК, агробизнес, региональный госсектор, крупнейший бизнес, финансовые и государственные институты.

Кредитование, депозиты или другие транзакционные объекты не могут быть одинаковыми для представителей данных направлений. Поэтому любой банковский продукт - уникальное предложение, собираемое банком для каждого типа клиентов.

Один из блоков сегментации корпоративных клиентов - это направление СІВ, включающий три направления. Первое – клиентское покрытие, которое выстраивает коммуникации и бизнес-отношения между банком и крупнейшими холдингами с выручкой свыше 15 млрд рублей. Таких клиентов на Дальнем Востоке у банка более 350. Второе – это продуктовые вертикали. В их сферу входит все, что касается глобальных рынков, конверсии валют, деривативных сделок, все, что связано со срочными инструментами для минимизации тех или иных рисков и с получением дополнительных выгод от тех активов, которыми располагают клиенты банка. И третье продуктовое направление – это международные рынки капитала, аккредитивные формы расчета. Это вектор торгового финансирования корреспондентских отношений. Здесь работники банка занимаются тем, что привлекают целевое фондирование от иностранных партнеров. Это три базовых вектора, которыми занимается блок СІВ.

Физические лица делятся:

- По характеру оказания банковских услуг (кредитные операционные инвестиционные и прочие);
- По возрастным категориям (Молодежь, Люди среднего возраста и Пенсионеры);
- По доходности (VIP-клиенты, клиенты среднего класса);
- По географическому принципу (для Москвы, например, существуют минимальные суммы кредитов и депозитов, они выше, чем в других населенных пунктах);
- Клиенты, получающие заработную плату через Сбербанк;

- Получающие пенсии через Сбербанк;
- Получающие услуги через автоматические устройства и посредством реального контакта с персоналом банка;
- На активных клиентов и неактивных.
- По поведенческому критерию (наиболее развитые в отношении высоких технологий или же консервативные)

Для каждой категории клиентов существуют свои программы, услуги, скидки, бонусы и т.д.

Надежность банковской структуры. Сегодня в России существует большое количество банков, оформляющих пенсионные карты. Наиболее популярные – Сбербанк России, Газпром Банк и ВТБ 24.

На 2016 год численность пенсионеров по старости составляет 35555 тыс. чел.. А общее число пенсионеров, получающих социальную пенсию в банке на 01.01.2015 составляло 56,2%, на 01.01.2016 - 24,8 млн человек [10, с.25] – это 59% российских пенсионеров (из числа социальных пенсионеров, без учета Крыма). При этом доля постоянно растет. Следовательно, эта доля на 2016 год составляет около 65%. 42729 тыс. пенсионеров на 2016 год состоит на учете в системе пенсионного фонда России. Тогда доля социальных пенсионеров, получающих пенсию через Сбербанк составляет приблизительно 27774 тыс. человек.

$42729 - 35555 = 7174$ тыс человек – пенсионеры не по старости в России.

Предположим, что 1/2 из них получают пенсию через Сбербанк, это приблизительно 3587 тыс. человек, вычтем их из числа социальных пенсионеров, получающих пенсию в Сбербанке:

$$27774 - 3587 = 24187 \text{ тыс. чел.}$$

Таким образом числом клиентов Сбербанка в категории лиц, достигших пенсионного возраста можно считать 24187000 чел.

Число розничных клиентов Сбербанка в России превышает 127 млн человек.

Тогда доля пенсионеров в общей сумме физических лиц составит

составит предположительно 19% (рис. 2.). От числа российских пенсионеров, получающих пенсию по старости это количество составляет около 68% (рис. 3.). Это свидетельствует о том, что данный сегмент имеет перспективы для работы с ним и для завоевания новых клиентов.



Рис. 2. Количество клиентов, получающих пенсии через Сбербанк в общем числе розничных клиентов банка⁴

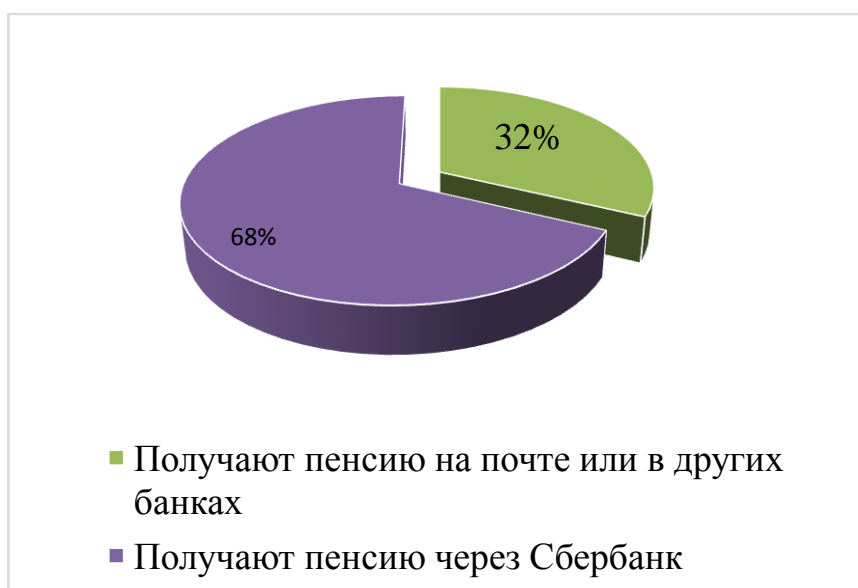


Рис. 3. Число пенсионеров, получающих пенсию через Сбербанк в общем количестве лиц, достигших пенсионного возраста, на 2016 год⁵

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что несмотря на то, что

⁴ Рисунок составлен по данным, полученным в процессе исследовательской работы

⁵ То же

Сбербанк имеет, в общем, широкую сегментацию клиентской базы, пенсионеры, в данном случае, не являются целевой аудиторией банка, поэтому сегментация людей достигших пенсионного возраста в нем не развита. Она является неполной и нуждается в существенных доработках.

2.3 Оценка банковской политики ПАО «Сбербанк» в сфере предоставления банковских услуг лицам, достигшим пенсионного возраста

Люди, достигшие пенсионного возраста, могут делать выбор- получать пенсию на почте, в другом банке, либо в отделении Сбербанка России, который взял на себя обязательства по выплатам пенсий пенсионерам. Средства перечисляются на счет клиента, их выдают наличными или переводят на оформленные пластиковые карточки, по ним можно получить информацию о том, какие операции были совершены по открытому счету за указанный промежуток времени. Запрос этих сведений необходим для получения подтверждения того, что денежные средства действительно не зачислялись на карту. Если задержка выплаты пенсии имела место, сотрудники банка обязаны выдать заверенную справку об отсутствии поступлений с указанием реквизитов счета. При получении на руки данного документа следует обратиться непосредственно в Пенсионный фонд, который выступает отправителем пенсии и отвечает за ее начисление. Рекомендуется взять с собой не только справку, но и полученную в банке выписку о движении средств по счету.

Необходимо помнить, что иногда возникают сбои в компьютерной программе, тогда специалисты банка проводят множество операций вручную, что замедляет процесс и может спровоцировать появление ошибок.

При получении через Сбербанк начисление пенсии происходит в определенное число каждого месяца. Снять деньги пенсионер может в любое удобное время.

Вклады для пенсионеров в Сбербанке в 2017 году обладают максимальными процентами в сравнении со многими другими депозитами.

Еще более высокий процент можно получить при открытии вклада через Интернет, а не в офисе Сбербанка.

Сбербанк предоставляет клиентам пенсионного возраста целый ряд банковских продуктов на особо выгодных условиях в рамках специальной программы для пожилых людей. Это совокупное предложение, включающее к кредитные продукты, банковские карты и открытие депозитов.

Для пенсионеров Сбербанк предлагает типовые вклады физических лиц, но при этом имеющие самые высокие процентные ставки, размер которых не зависит, от суммы положенной на депозитный счет.

К примеру, вклад «Сохраняй» гарантирует пенсионеру максимально возможную по данному депозиту ставку даже при вкладе всего в 1000 рублей. При том, что другое физическое лицо, не являющееся пенсионером, получит данные проценты в случае открытия вклада «Сохраняй» на сумму 700 тысяч рублей сразу. Подобным образом в Сбербанке предусмотрены ставки и по другим вкладам для пенсионеров.

Еще более высокий процент по вкладу можно получить при открытии депозита в личном кабинете через Сбербанк Онл@йн. Воспользоваться данной услугой происходит совершенно бесплатно. Эта функция позволяет в краткие сроки, в любое время суток осуществлять множество операций, не покидая дом, позволяя проводить операции по карте и вкладам, осуществлять оплату коммунальных услуг более выгодно, чем в отделениях Сбербанка.

Итак, в Сбербанке можно открыть 5 базовых видов вкладов для пенсионеров на специальных условиях:

- Вклад «Сохраняй»;
- Вклад «Сохраняй Онлайн»;
- Вклад «Пополняй»;
- Вклад «Пополняй Онлайн»;
- Вклад «Пенсионный - плюс Сбербанк России».

Если пенсионер желает получить более высокий доход. Нежели по вкладам. Он может оформить Сберегательный сертификат.

Вклад «Сохраняй(пенсионный)»

Вклад «Сохраняй (пенсионный)» открывается в рублях, долларах или евро на срок от 1 месяца до 3 лет.

Проценты выплачиваются каждый месяц на счет банковской карты. Существует возможность ежемесячной капитализации (выплата начисленных процентов на счет или их добавление к сумме вклада). Подробно, проценты по вкладу представлены в табл. 4.

Для открытия вклада необходимо пенсионное удостоверение. Не имеет возможности пополнения и частичного снятия. При досрочное расторжение предусмотрена льгота (если вклад открывался на срок более 6 месяцев, банк выплачивает 2/3 ставки по вкладу, если вклад востребован по истечении 6 месяцев). Возможно увеличение ставки при открытии через «Сбербанк онлайн». Возможно автоматическое продление договора вклада.

Таблица 4

Проценты по вкладу «Сохраняй» (пенсионный) на 04.04.2017⁶

Сумма	1-2 мес.	2-3 мес.	3-6мес.	6 мес-1 год	1-2 года	2-3 года	3 года
В рублях							
от 1 000	4,7% (4,70%)	5,1% (5,11%)	5,6% (5,63%)	5,15% (5,21%)	5,15% (5,27%)	5% (5,25%)	4,8% (5,15%)
В долларах США							
от 100	0,01% (0,01%)	0,01% (0,01%)	0,05% (0,05%)	0,45% (0,45%)	1,05% (1,06%)	0,95% (0,96%)	0,85% (0,86%)
В евро							
от 100	0,01% (0,01%)	0,01% (0,01%)	0,01% (0,01%)	0,01% (0,01%)	0,01% (0,01%)	0,01% (0,01%)	0,01% (0,01%)
Вклад «Сохраняй Онлайн» для пенсионеров, в рублях:							
От 1000	5,15% (5,15%)	5,55% (5,56%)	6,10% (6,13%)	5,65% (5,72%)	5,55% (5,69%)	5,35% (5,63%)	5,15% (5,56)

При указании диапазонов срока вклада верхняя граница входит уже в

⁶ Таблица составлена автором в процессе исследовательской работы

следующую временную градацию. Ставки в скобках указаны с учетом капитализации процентов [7].

Проценты с капитализацией в рублях самые высокие, в долларах – незначительные, в евро -без изменений. Таким образом банк поддерживает национальную валюту.

Как видно из таблицы, Процентные ставки по данному вкладу составляют от 4,7% до 5,6% годовых в рублях, от 0,01% до 1,05% годовых в долларах и 0,01% годовых в евро, проценты, полученные от вложений в рублях самые высокие.

Если оформить вклад «Сохраняй Онлайн», то ставка по вкладу составит от 5,15% до 6,13%. Нужно заметить, что не для пенсионеров процентные ставки по вкладу «Сохраняй Онлайн», указанные в таблице, достигаются только при вкладе суммой от 2 млн. Открытие вклада онлайн возможно также для долларов и евро [8].

Вклад «Пополняй» (пенсионный)

Для открытия вклада необходимо пенсионное удостоверение. Если открывается вклад на срок не менее 1 года, Сбербанк предоставляет карту Maestro «Социальная». Проценты начисляются ежемесячно с возможностью ежемесячной капитализации. Пополнение возможно, но минимальная сумма - 1 000 рублей, 100 долларов/евро - ограничение при внесении наличными; при безналичном пополнении ограничений нет. Частичное снятие невозможно. Досрочное расторжение производится на льготных условиях (При востребовании вклада, открытого на срок более 6 месяцев, выплачивается 2/3 ставки по вкладу, если вклад востребован по истечении 6 месяцев). Возможна автопролонгация. Ниже в табл. 5 подробно представлены проценты по вкладу «Пополняй» (пенсионный).

Из табл. 5 видно, что при открытии вклада через систему Сбербанк онлайн процентная ставка по вкладу увеличивается, возможно открытие вклада в долларах и евро. Процентные ставки по данному вкладу составляют от 4,2% до 5,1% годовых в рублях, от 0,01% до 1,75% годовых

в долларах и 0,01% годовых в евро. Проценты, полученные от вложений в рублях самые высокие [5].

Таблица 5

Проценты по вкладу «Пополняй» (пенсионный) на 04.04.2017⁷

Сумма	3-6 мес.	6 мес.-1 год	1-2 года	2-3 года	3 года
В рублях					
от 1 000	5,1%	4,65%	4,55%	4,4%	4,2%
В долларах США					
от 100	0,01%	0,35%	0,9%	0,75%	0,65%
В евро					
от 100	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
Вклад «Пополняй Онлайн» для пенсионеров, в рублях					
от 1000	5.60% (5.63%)	5.15% (5.21%)	4.95% (5.06%)	4.75% (4.97%)	4.55% (4.87%)

Если оформить вклад «Пополняй Онлайн» (пенсионный), то ставка по вкладу составит от 4,55% до 5,63% в зависимости от того, капитализируются проценты или нет. Процентные ставки, предложенные для пенсионеров самые высокие, а для остальных достигаются при вкладе суммой от 2 млн.руб. [6].

Вклад «Пенсионный - плюс Сбербанк России»

Данный вклад предназначен для получения дохода на пенсию от Пенсионного фонда РФ (территориальных органов ПФ РФ), министерств, осуществляющих пенсионное обеспечение и от негосударственных ПФ.

Таблица 6

Проценты по вкладу «Пенсионный - плюс Сбербанк России» на 13.04.2017.⁸

Минимальная сумма, руб.	Максимальная сумма	3 года
1	не ограничена	3,50%

⁷ Таблица составлена автором в процессе исследовательской работы

⁸ То же

Годовая ставка в рублях составляет 3,50%, есть возможность ежеквартальной капитализации процентов.

Вклад открывается на срок 3 года. Имеется возможность неограниченного пополнения с возможностью частичного снятия без потери процентов (минимальная сумма неснижаемого остатка: 1 рубль) (табл. 6).

При досрочном расторжении вклада проценты пересчитываются без учета капитализации процентов.

Проценты начисляются каждые 3 месяца

Причисленные проценты прибавляются к сумме вклада, увеличивая доход в следующих периодах.

Автоматическая пролонгация осуществляется на условиях и под процентную ставку, действующие по данному вкладу на дату пролонгации.

По вкладу возможно оформление доверенности и составление завещательного распоряжения, а также оплата коммунальных услуг, для этого достаточно единожды оформить постоянное поручение и Банк будет каждый месяц автоматически осуществлять платежи [4].

Сберегательный сертификат не является специальным предложением для пенсионеров.

Этот инструмент активно продвигается Сбербанком.

Сберегательный сертификат – это ценная бумага, на которой обозначена сумма денег, вносимая её владельцем в банк, а также срок, спустя который владелец ценной бумаги получает назад сумму и проценты. Получать средства можно только в банке, выпустившем данный сертификат.

Сертификаты могут быть:

- именные
- на предъявителя.

Последний вид этой ценной бумаги может передаваться её первичным владельцем другому человеку, а в назначенное время банк обязан будет выплатить все денежные средства, положенные по сертификату его предъявителю.

Если сравнивать эти ставки с процентами по самому высокому вкладу «Сохраняй», то оказывается, что, например, для довольно распространённых сумм вкладов от 100000 рублей до 2 млн. рублей этот вклад при открытии вклада «Сохраняй Онлайн» может принести максимальную прибыль 6,13% годовых для 3 месяцев и 4,8% - для 3 лет.

Сберегательный сертификат при таких же вложениях даёт соответственно 5,70-6,50% годовых при сроках в 3 месяца и 5,30-6,10% годовых при сроке вложения на 3 года. Надо также учитывать, что процентные ставки постоянно изменяются.

При вложениях от 100 млн. рублей проценты на депозит не увеличиваются, а проценты по сберегательному сертификату возрастают и при 100 млн. рублей достигают 7,55% годовых при размещении средств на срок от 3 до 6 месяцев. Отсюда можно сделать вывод, что с точки зрения получения прибыли, вложения в сертификат имеют преимущества перед депозитом, когда речь идет о крупных суммах денег.

Но важно отметить, что средства, вложенные в данный сертификат не застрахованы государством, и в случае отзыва лицензии у банка страховой выплаты не будет.

Основные достоинства сберегательных сертификатов Сбербанка:

- Высокие проценты, о которых было сказано ранее
- Мобильность ценной бумаги, которая заключается в том, что его можно передать другому человеку без составления каких-либо документов.
- Отсутствие НДФЛ.
- Для таких лиц при наличии сберегательного сертификата нет необходимости составлять какое-либо завещание. Достаточно передать его наследникам.
- Кроме того, такой сертификат можно подарить, например, на свадьбу или совершеннолетие. Этой ценной бумагой можно пользоваться при получении кредита или в сделках с недвижимостью.

Недостатками сберегательных сертификатов являются:

- отсутствие страхования вкладов;
- длительная процедура восстановления прав по суду в случае потери сертификата;
- сложность хранения;
- отсутствие возможности дополнительных взносов, частичного изъятия денег без потери процентов, пролонгации.

Проценты по данному сертификату начисляются в конце срока. Частичное снятие денег не предусмотрено. Отсутствие автоматической пролонгации требует повторного оформления, а иначе на деньги не будут начисляться проценты [23].

В октябре 2017 Сбербанк сделал новое предложение для пенсионеров «Активный возраст». В него входит дебетовая карта, специальные предложения по страховым программам и платформа SberbankAktivno.ru, на старте представляющая собой медиа и программу лояльности для пользователей старшего возраста. Для того чтобы продукт отвечал потребностям целевой аудитории (а в России почти 42 млн пенсионеров), он был создан и протестирован с участием будущих клиентов в рамках проекта «Активный возраст 50+. Клуб клиентов Сбербанка». Мнения, оценки и идеи выявлялись и анализировались с помощью технологии ФОМ.LeanLab — собственной разработки команды Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) [24].

Вклад «Память поколений»

Это вклад, приурочен ко Дню Победы, с ограниченным сроком действия с 13 апреля по 31 мая 2017 года с повышенной процентной ставкой: от 6,4% до 7%. Часть процентного дохода перечисляется в фонд «Память поколений». 1 рубль с каждой полной тысячи открытого вклада переводится в благотворительный фонд «Память поколений» для помощи ветеранам. Перечисление средств в адрес фонда происходит в момент начисления процентов по вкладу за первоначальный срок размещения через 3 месяца после оформления. При досрочном закрытии вклада перечисления в фонд не осуществляются [3].

Пенсионные карты Сбербанка Маэстро социальная и МИР

Дебетовые карты Сбербанка для пенсионеров выпускаются в рамках банковского продукта «Активный возраст».

Пенсионная карточка Сбербанка позволяет ее владельцу получать повышенный процент на остаток по дебетовой карте, что позволяет выгодно сохранять сбережения.

Социальные карты Сбербанка для пенсионеров Маэстро и МИР также открывают доступ к целому комплексу банковских услуг: безналичным платежам, переводам, а также дистанционному управлению счетом.

Кроме того, Сбербанк и сервис для бронирования путешествий OneTwoTrip запускают совместный проект — специальные цены на авиа- и железнодорожные билеты, а также отели при оплате картой «Активный возраст» [9].

Дебетовая карта Сбербанка дает возможность:

- безналично оплачивать товары и услуги в магазинах и через интернет на территории России;
- подключения услуги «Мобильный банк», благодаря которой пенсионер будет в курсе всех операций по карте в режиме реального времени;
- управления счетом и погашения кредита через удаленные сервисы «Мобильный банк» и «Сбербанк Онлайн»;
- автоплатежа для оплаты сотовой связи, ЖКХ и других услуг;
- безналичного перечисления (списание, перевод) в банкоматах и устройствах самообслуживания.
- Программа «Спасибо от Сбербанка», которая включает начисление определенного процента за покупку в определенных магазинах на карту, отражаемого бонусами «Спасибо», которыми потом можно оплатить до 99% стоимости покупки.

Дебетовые карты для пенсионеров бывают двух видов:

- Пенсионная карта Сбербанк - Maestro
- Пенсионная карта МИР, различия которых таковы в табл. 7.

Таблица 7

Сравнение социальных пенсионных карт Сбербанк – Maestro и МИР⁹

Платежная система	Maestro	МИР
Валюта счета карты	рубли	рубли
Срок действия карты	3 года	3 года
Получение наличных	в России и в дочерних банках за границей на одинаковых условиях	в России и в дочерних банках за границей на одинаковых условиях
Оформление дополнительных карт	возможно, в т.ч. для ребенка с возраста 7 лет	невозможно
Скидки и специальные предложения	в наличии	в наличии
Стоимость обслуживания	Бесплатно, но каждой дополнительной карточки - 150 рублей в год.	бесплатно
Процентная ставка	+ 3,5% годовых (по истечении каждого трехмесячного периода с даты открытия счета карты) на остаток средств на счете	+ 3,5% годовых (по истечении каждого трехмесячного периода с даты открытия счета карты) на остаток средств на счете
Месячный лимит	500 000 руб.	500 000 руб.
Суточный лимит	50 000 руб.	50 000 руб.
Комиссия за выдачу наличных средств сверх суточного лимита через кассы Сбербанка	0,5% от суммы превышения лимита	0,5% от суммы превышения лимита

⁹ Таблица составлена автором в процессе исследовательской работы

Оформить данные карты пенсионер может, обратившись в офис Сбербанка и предоставив паспорт гражданина РФ и документ, подтверждающий получение пенсии и далее, заполнив и подписав заявление-анкету на получение карты [20].

Социальная карта Сбербанка – это удобный инструмент для получения пенсии и повседневного ее использования, но накапливать пенсию на счете карты невыгодно по сравнению с остальными вкладами для пенсионеров в Сбербанке, поэтому имеет смысл активировать услугу «Автоплатеж» и переводить всю сумму или ее часть на счет депозита.

Часть граждан, достигших пенсионного возраста, придерживающиеся консервативных взглядов, и по различным причинам предпочитающих не переходить на пластиковые карты, до сих пор пользуются сберегательными книжками. Это в большинстве своем пенсионеры, которым на данный момент более 65 лет, они с недоверием относятся к устройствам самообслуживания и к картам, в связи с тем, что не обладают достаточными знаниями для беспрепятственного их использования.

При необходимости взятия кредита, однозначно лучше обращаться в банк, так как организациях микрокредита требуют большие проценты. Возможно, для некоторых, более выгодным вариантом может быть оформление льготного кредита в Сбербанке.

Пенсионеры пользуются услугами Сбербанка еще и потому, что данный банк имеет большую сеть офисов. Многие пожилые люди к нему привыкли и не желают, а возможно, опасаются обращаться в другие банки, предлагающие не менее выгодные кредиты пенсионерам.

В Сбербанке не существует отдельных пенсионных программ, однако есть ряд банковских продуктов, предусматривающих льготные условия получения кредитов для пенсионеров, соответствующих определенным требованиям. Тем более, что процентные ставки по потребительскому кредиту без обеспечения и потребительскому кредиту под поручительство физических лиц для работающих пенсионеров, получающих пенсию или зарплату на дебетовую

карту в Сбербанке, снижены по сравнению со стандартными ставками. По выходу на заслуженный отдых нет автоматического пересчета процентов. Возможно лишь получение нового кредита на условиях, предусмотренных для пенсионеров.

Кредит предоставляется людям, которым на момент его погашения будет не более 65 лет, а под поручительство физического лица - до 75 лет. Получить кредит можно с 55 лет для женщин и с 60 лет – для мужчин (возраст выхода на пенсию). Конечно, бывают и более молодые пенсионеры, но с такими банк работает в индивидуальном порядке.

Безусловно, для того, чтоб получить кредит очень важна безупречная кредитная история.

Максимальная сумма займа должна предполагать, что на руках у пенсионера после выплаты ежемесячного взноса должно остаться не меньше 55% совокупного дохода. Если уровень благосостояния клиента не позволяет получить всю необходимую сумму, помощь в получении денег окажут поручитель.

Преимущества, предусмотренные Сбербанком, существенно облегчающие процесс получения кредита, и его погашение:

- Решения о выдаче кредита принимается, в среднем, в течение 2-х рабочих дней;
- Вместо стандартного пакета документов требуется предъявить только паспорт;
- Пониженные процентные ставки на все виды кредитов;
- Возможность взять кредит без привязки к месту регистрации в любом отделении Сбербанка РФ;
- Возможность использовать сервис Сбербанк Онлайн для подачи заявки на получение кредита без посещения банка.

Самый востребованный вид кредита – потребительский. Он выдается для приобретения любой покупки или услуги. Для пенсионеров данный вид кредита делится на:

— Без обеспечения – в данном случае не требуется залог или поручительство физического лица;

— Под поручительство физических лиц - требуется обязательное привлечение поручителя.

Условия выдачи кредитов без обеспечения и под поручительство:

1. Потребительский кредит без обеспечения для пенсионеров выдается в сумме от 15 тысяч до 1,5 миллиона рублей. Физические лица, получающие зарплату или пенсию на счет в Сбербанке, могут рассчитывать на процентную ставку – 15,9-20,9% для кредитов сроком на 3-24 месяца и 16,9-21,9% - для кредитов сроком от 25 до 60 месяцев. Заемщики, не входящие в льготную категорию, платят на 2% годовых больше. Максимальный срок выплаты потребительского кредита – 5 лет. Выплаты производятся одинаковыми частями на протяжении всего срока кредитования.

2. Потребительский кредит под поручительство выдается в случае необходимости гаранта возврата средств. Его размеры находятся в пределах от 15 тысяч до 3 миллионов рублей. Срок погашения от 3 до 60 месяцев. Процентная ставка составляет 14,9-19,9% для займов от 3 до 24 месяцев, и 15,9-20,9% для займов от 25 до 60 месяцев. Для физических лиц, не имеющих льгот, кредит дороже на 2% годовых по обеим позициям. Выплата кредита производится равными частями.

3. Нецелевой кредит может быть получен также под залог недвижимости, правда в этом случае для неработающих пенсионеров никаких льгот не предусмотрено, они кредитуются на общих основаниях. Минимальная процентная ставка в рублях – от 15,5% для тех, кто получает зарплату на счет в Сбербанке. Минимальный размер кредита – 500 тысяч рублей, максимальный – 10 миллионов рублей. Срок выплаты может составлять до 20 лет включительно.

Оформляя ипотеку в Сбербанке пенсионер имеет право привлечь до 3-х поручителей Супруг(а) титульного заемщика автоматически становится

созаемщиком независимо от возраста и уровня доходов.

Пенсионеры могут воспользоваться следующими программами Сбербанка для покупки недвижимости:

1. Приобретение готового жилья. Эта программа предназначена для выдачи средств на покупку недвижимости на вторичном рынке. Кредит выдается в рублях, суммой не менее 300 тысяч. Процентная ставка - от 12,5 до 14% годовых. Максимальная сумма не более 80% стоимости покупаемого помещения или помещения, оформляемого в качестве залога. Первоначальный взнос осуществляет покупатель из собственных средств в размере от 20% стоимости объекта. Срок выплаты кредита может составлять до 30 лет. Поскольку покупка совершается под залог недвижимости, то подтверждение наличия официального дохода для получения кредита, в данном случае, не обязательно.

2. Приобретение строящегося жилья. Эта программа Размер займа может составлять от 300 тысяч до 15 миллионов рублей. Подтверждение размера доходов и занятости необязательно. Первоначальный взнос – не менее 20% от стоимости жилья. Кредит выдается на срок до 30 лет под 13-14% годовых.

3. Строительство жилого дома. Банк предоставляет средства для индивидуального строительства. Кредит можно взять на срок до 30 лет. Сумма кредита не может быть меньше 300 тысяч рублей и больше 75% стоимости кредитуемого помещения. Процентная ставка равняется 13,5-14,5% и зависит от сроков кредитования и размера первоначального взноса. Чем больше размер суммы собственных средств, внесенных в счет оплаты за жилье, тем ниже банковский процент. Минимальный первоначальный взнос составляет не меньше 25% требуемой суммы [15].

Ранее в Сбербанке существовала программа «Золотые годы», включающая в себя существующие услуги по кредитованию и вкладам, но на данный момент данную информацию в отделениях банка подтвердить не могут.

Порядок предоставления и погашения кредита для пенсионеров

Для того, чтобы получить кредит, пожилому человеку, получающему пенсию через Сбербанк не нужно предоставлять никаких документов, кроме паспорта. Остальные необходимые данные о его финансовом положении будущего заемщика банку уже известны. Если заемщик не является клиентом Сбербанка, то ему необходимо подтвердить свою платежеспособность. Работающим пенсионерам, кроме паспорта, необходимо предъявить справку НДФЛ с места работы, неработающим – справку из Пенсионного фонда. Доход заемщика не должен быть ниже установленного банком минимума.

Без обеспечения обычно выдаются небольшие кредиты в размере до 50 тысяч рублей или меньше на короткий срок. Пенсионерам, которые не работают без поручительства сложно взять кредит сроком на более чем полтора года. Если заемщик хочет получить более существенную сумму, а доходы не позволяют ее привлечь, тогда ему могут предложить обеспечение в виде залога, либо помощь надежного поручителя или созаемщика, которым часто становится супруг или супруга пенсионера. Потребуется и документы, подтверждающие существование дополнительного дохода - договор аренды недвижимости от сдачи жилья внаем, трудовой договор при наличии дополнительного заработка, прибыль от предпринимательства и т. д.

У пенсионера есть возможность подать заявление в любое подразделение Сбербанка на территории РФ, а не только по месту регистрации. При одобрении банком заявки на выдачу кредита, пенсионеру отводится 30 календарных дней для получения кредита. Деньги поступают на текущий счет заемщика или банковскую карту, откуда клиент имеет возможность снять средства.

Существует вариант досрочного погашения кредита – частями или в полном объеме, без дополнительных платежей. Для определения размера ежемесячных выплат на сайте Сбербанка имеется кредитный онлайн-калькулятор.

Пенсионерам, осуществляющим займы в Сбербанке, рекомендуют

страховать жизнь и здоровье. Это снижает риски банка и нагрузку на родственников при наступлении страхового случая, тогда страховая компания берет выплату кредита на себя. Потому как после смерти заемщика его долги автоматически переходят к законному наследнику.

Сбербанк, имеющий мощную поддержку государства, охотно сотрудничает с пенсионерами, такие отношения носят взаимовыгодный характер. Пожилые люди отличаются повышенной ответственностью, которой порой не достаёт более молодому поколению. Получая гарантированный доход, они погашают кредиты вовремя и в полном объеме, что выгодно банку. Пенсионеры же, как люди консервативные, умеют ценить надежность и предсказуемость – лучшие качества стиля работы Сбербанка [15].

Вывод: Банковская политика Сбербанка для категории граждан пенсионного возраста, как видно из проведенного анализа, очень обширна и многогранна. Вышеперечисленные продукты созданы специально для пенсионеров, которые пользуются различными льготами. Процентные ставки по услугам кредитования и по вкладом постоянно изменяются и кроме того, имеет место появление и исчезновение определенных услуг или программ. Но как и политика любого банка в области обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста, она имеет свои недостатки и перспективы для совершенствования.

Глава 3 Мероприятия по совершенствованию обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста

3.1 Оценка перспективности расширения сферы банковских услуг для лиц, достигших пенсионного возраста

С каждым годом количество пенсионеров в России увеличивается (табл. 8), (рис. 4.), об этом может свидетельствовать динамика: общая численность населения России на 1 января 2017 года составляет 146 838 993 человек по данным [1-Росстат].

Таблица 8

Количество пенсионеров (по старости) в России (тыс.чел) [28]

2012	2013	2014	2015	2016
32981	33451	33950	34422	35555

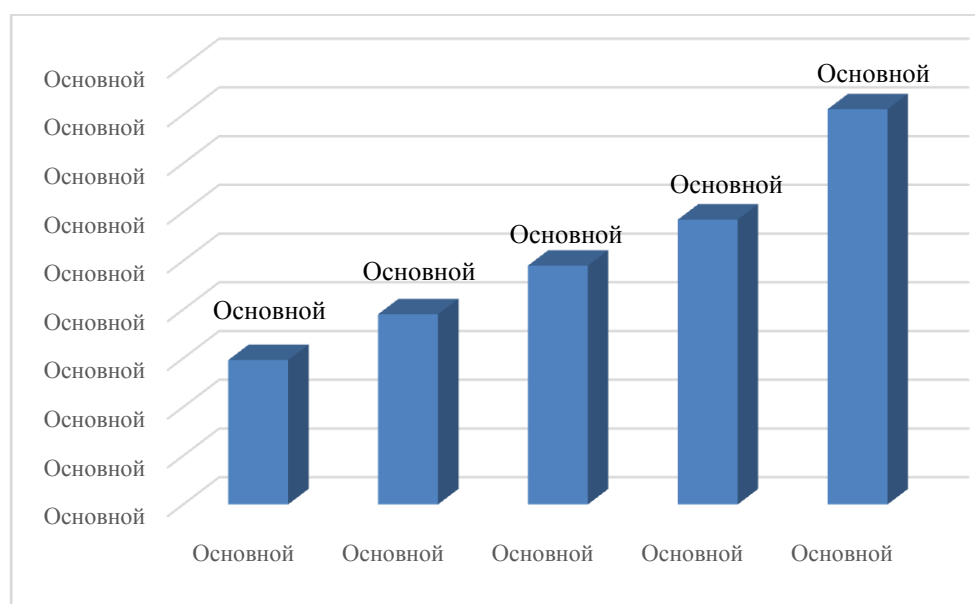


Рис. 4. Динамика увеличения количества пенсионеров с 2012 по 2016 г.г.¹⁰

Число розничных клиентов Сбербанка в России превышает 127 млн человек и 10 млн за ее пределами, количество корпоративных клиентов Группы более 1,1 млн в 22 странах присутствия.

Как было рассчитано ранее, число клиентов Сбербанка в категории лиц,

¹⁰ Рисунок составлен автором в процессе исследовательской работы

достигших пенсионного возраста приблизительно 24187 тыс. чел.

Средняя сумма кредитов пенсионерам составляет 70 тыс. рублей без поручительства и 80 тыс. рублей – с поручительством.

Кластер пенсионеров далеко не однороден по своему составу и характеристикам. Обычно выделяют следующие категории лиц, достигших пенсионного возраста:

- «Будущие и молодые пенсионеры» (50-65 лет).
- «Настоящие пенсионеры» (65-75 лет).
- «Пожилые пенсионеры» (75-85 лет).
- «Пенсионеры старческого возраста» (старше 85 лет).

Представителям каждой подгруппы свойственны разные потребности, предпочтения, манеры финансового поведения и принятия финансовых решений, разный уровень активности и степени самостоятельности. Все это, безусловно, должно учитываться при формировании маркетинговой политики по обслуживанию лиц, достигших пенсионного возраста банковскими услугами. Однако для детального изучения потребностей недостаточно лишь повозрастного деления. Категория пожилых людей имеет более сложную структуру, включающую следующие сегменты [22, с.8]:

- работающие пенсионеры;
- не работающие пенсионеры;
- пожилые люди, занятые активной деятельностью;
- пожилые люди, занимающие пассивную позицию;
- малообеспеченные пожилые люди (доход которых не превышает величину прожиточного минимума);
- обеспеченные граждане (доход которых около 30 тыс. рублей месяц);
- состоятельные пожилые люди (доход в месяц более 100 тыс. рублей)
- одинокие пожилые люди;
- частично утратившие трудоспособность пожилые люди;

- опекаемые пожилые люди, частично или полностью утратившие способность к самообслуживанию, нуждающиеся в постоянном уходе;
- полностью утратившие трудоспособность пожилые люди, которым требуется постоянный уход [22, с.9];
- оказавшиеся в трудной жизненной ситуации (болезнь, дорогостоящее лечение, стихийные бедствия и т.д.);
- ветераны труда;
- труженики тыла;
- ветераны ВОВ (участники и инвалиды);
- реабилитированные лица, пострадавшие от политических репрессий;
- пострадавшие и ликвидаторы радиационных катастроф;
- ветераны боевых действий;
- пожилые люди, на иждивении у которых находятся различные категории нетрудоспособных граждан;
- прочие категории пожилых людей.

Учет специфической структуры пожилых людей требует от банковских специалистов разработки новой, адекватной запросам, маркетинговой политики, которая предусматривает внесение таких изменений как:

- Модификация существующих банковских продуктов с учетом потребностей клиентов возрастной группы как в целом, так и для отдельных ее страт.
- Разработка новых специфических банковских продуктов, отвечающих потребностям пожилых клиентов, с учетом тенденции индивидуализации этих потребностей.
- Формирование потребностей в специализированных банковских продуктах у существующих и потенциальных геронтопотребителей.
- Принятие эффективных мер по расширению клиентской базы геронтопотребителей и созданию для данной категории клиентов идеальных условий обслуживания [22, с.10].

- Создание механизма заинтересованности пожилых клиентов в повышении эффективности банковского обслуживания геронтопотребителей.
- Выделение отдельного направления маркетинговой политики с учетом гендерных особенностей женщин, преобладающих среди пожилых потребителей банковских услуг.
- Налаживание тесных контактов между банковскими консультантами, персональными менеджерами, тьюторами и клиентами возрастной группы.
- Организация процесса непрерывного финансового обучения клиентов возрастной группы [22, с.11].

3.2 Предложения по совершенствованию банковского обслуживания пожилых клиентов

Совершение банковской системы обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста обусловлено следующими недостатками, выявленными в ходе работы:

- Задержка выплаты пенсий наличными.
- Не всегда хорошее качество обслуживания.
- Отсутствие возможности получать кредит на минимальную сумму.
- Отсутствие специальных условий обслуживания в Сбербанке для пенсионеров.
- Низкие проценты по депозиту в сравнении с другими банками.
- Недостаточная сегментация группы лиц, достигших пенсионного возраста и, как следствие, отсутствие необходимых продуктов, адекватных нуждам клиентов данной категории.
- Не задействован сегмент пожилых лиц от 75 лет, они не имеют права воспользоваться кредитом.
- Недостаточно полный охват сегмента пожилых людей от 65 лет в использовании дебетовых пластиковых карт.

Несмотря на то, что лица, достигшие пенсионного возраста, не являются основными клиентами Сбербанка, некоторое расширение сегментации клиентской базы банка имеет место быть, в связи с чем могут быть осуществлены описанные ниже предложения.

Предложение 1. Антиипотека. Данное предложение должно рассматриваться банком не только как коммерческое мероприятие, но и как мероприятие, имеющее социальную значимость.

В 2016 году средняя продолжительность жизни в России составила 72,1 года. У женщин показатель продолжительности жизни превысил 77,3 года, а у мужчин продолжительность жизни приблизилась к отметке 67 лет [25].

Таблица 9

Определение нижней границы действия услуги¹¹

Ср. продолжительность жизни у мужчин	Ср. продолжительность жизни у мужчин	Общая ср. продолжительность жизни	Нижняя граница действия услуги
73,1	67	72,1	73

Учитывая, что женщин в стране больше, то возрастом, с которого можно воспользоваться данным предложением можно считать 73 года (табл. 9).

Оно рассчитано на одиноких пожилых людей, у которых нет близких и родственников, и которые вынуждены доживать свои дни на минимальную пенсию.

Если пенсионер живет более 10 лет, описанных в договоре, то банк прекращает выплаты, но жилье после летального исхода пенсионера переходит в собственность банка.

Если пожилой человек живет менее 10 лет, описанных в договоре, то банк забирает квартиру себе.

¹¹ Таблица составлена автором в процессе написания ВКР

Договор предусматривает переход в собственность жилья даже при обстоятельствах выявления у пенсионера наличия родственников.

Выплачиваемая сумма в месяц пенсионеру исчисляется по формуле:

$$EV = S / 10 / 12. \quad (1)$$

где, EV – ежемесячная выплата, руб.

S – сумма квартиры, руб.

В таких случаях пенсионеры могут нанимать сиделок, так как им нужен постоянный уход и присмотр и завещать квартиру им, но постоянное осознание того, что человек ждет твоей смерти не каждому по душе, а реклама Сбербанка – источник надежной информации, где все условия прозрачны.

Пожилой человек может сам нанять сиделку, чтоб она присматривала за ним, но пенсия настолько мала, что ее еле хватает на оплату коммунальных услуг и минимальных жизненно важных потребностей.

Сбербанк по договору обязуется выплачивать средства, которые пенсионер вправе расходовать по своему усмотрению.

Стоимость жилья все время дорожает, поэтому банк не останется в минусе. А одиноким пенсионерам нужна поддержка и иногда такая услуга является единственным выходом для них.

Необходимо произвести расчеты с целью обоснования выгоды данного предложения, тогда: учитывая то, что у большинства одиноких пенсионеров однокомнатные квартиры без ремонта, площадь «типовой» однокомнатной квартиры раньше составляла 28–32 кв. м, предположим, что наш пенсионер проживает в такой квартире.

Так как современное жилье имеет большую площадь, то возьмем за основу расчетов 32 кв. м.

Площадь типовой двухкомнатной квартиры раньше составляла 56 кв. м. В разных регионах различная стоимость жилья, также за 10 лет нужно учитывать износ зданий.

Рассчитаем среднюю рыночную стоимость 1 кв м жилья по Федеральным округам в РФ, исходя из данных стоимости 1 кв. м по регионам [26].

Таблица 10

Расчет средней стоимости 1 кв. м по Федеральным округам РФ

(тыс. руб.)¹²

Название округа	Средняя стоимость по округу
Центральный федеральный округ	36,33
Южный федеральный округ	30,17
Северо-Западный федеральный округ	41,09
Дальневосточный федеральный округ	43,67
Сибирский федеральный округ	34,67
Уральский федеральный округ	39,00
Приволжский федеральный округ	31,21
Северо-Кавказский федеральный округ	28,29
Крымский федеральный округ	37,00
Средняя стоимость 1 кв. м	35,71

Тогда среднюю стоимость 1 кв. м метра примем за 35,71 тыс. руб. (табл. 10).

Далее, необходимо определить, сколько стоит каждая квартира, какие приблизительные выплаты будет осуществлять банк по каждой и процент пенсионеров с тем или иным видом квартиры (табл. 11).

Таблица 11

Определение стоимости квартир (руб.), ежемесячных выплат и

процента участвующих в программе¹³

Показатели	Стоимость	Ежемесячная выплата	Предположительно % участвующих в программе
1-к квартиры	$35,71 \cdot 32 = 1142720$	$1142720 / 10 / 12 = 9522,7$	70% (35000 чел.)
2-к квартиры	$35,71 \cdot 56 = 1999700$	$1999700 / 10 / 12 = 16664,2$	30% (15000 чел.)

¹² Таблица составлена автором в процессе написания ВКР

¹³ То же

Рассчитаем исходя из этого среднюю стоимость квартиры для определения расходов банка:

$$50000/100\%=500 \text{ чел. } -1\%$$

$$500*70\%=35000 \text{ чел. (с 1-к кв)}$$

$$500*30\%=15000 \text{ чел. (с 2-к кв)}$$

$$(35000*1142720+15000*1999700)/50000=1\,399\,814 \text{ руб.}$$

Средняя стоимость ежемесячных выплат составит:

$$1\,399\,814/10/12=11665,1 \text{ руб.}$$

Поделим пенсионеров на 3 категории с расчетом максимального срока дожития в 15 лет после заключения договора. Так как средняя продолжительность жизни 72,1 года, то процент категорий пенсионеров будет тем выше, чем меньше их возраст, предположим, что:

Таблица 12

Предположительные расчеты расходов и прибыли банка по каждой группе клиентов (руб.)¹⁴

	0-5 лет	0-10 лет	0-15 лет
% пенсионеров от общего числа	60% (30000 чел.)	30% (15000 чел.)	10%(5000 чел.)
Расходы банка	11665,1*12*5лет* 30000 = 20 997 180 000	11665,1*12*10лет* 15000= 20 997 180 000	11665,1*12*15лет* 5000= 10 498 590 000
Суммарный расход банка	52 492 950 000		
Прибыль	(30000*1 399 814)- 20 997 180 000= 20 997 240 000	(15000*1 399 814)-20 997 180 000=30000	(5000*1 399 814)- 10 498 590 000= - 3 499 520 000
Суммарная прибыль банка	17 497 750 000		

¹⁴ Таблица составлена автором в процессе написания ВКР

Как видно из табл. 12, основной доход, будет получен от граждан, которые проживут менее 5 лет после участия в данной программе, доход от второй группы обусловлен погрешностью округления при расчетах. В третьей группе, как видно из таблицы, банк работает себе в убыток.

Но в реальности пожилые люди не будут жить точно 5 лет, 10 или 15 после введения программы. Это обусловит доходы и во второй, и в третьей группе пожилых лиц.

Для банка важно знать, какие расходы придется понести в каждый из трех периодов, и кроме того, какую сумму он обязан будет выплатить в среднем в год за каждые 5 лет действия программы. Подробные расчеты представлены ниже в табл. 13.

Таблица 13

Таблица предположительных ежегодных расходов банка с учетом того, что все 50 тыс. воспользовались услугой в первый год действия программы (руб.)¹⁵

Первые 5 лет:	Вторые 5 лет:	Третьи 5 лет:
$50000 * 11665,1 * 12 * 5$	$20000 * 11665,1 * 12 * 5$	$5000 * 11665,1 * 12 * 5$
34 995 300 000	13 998 120 000	3 496 530 000
В среднем в год:	В среднем в год:	В среднем в год:
6 999 060 000	2 799 624 000	699 306 000

Выручка от продажи жилья составит:

$$1\,399\,814 \text{ руб.} * 50000 \text{ чел.} = 69\,990\,700\,000 \text{ руб.}$$

17 497 750 000 руб. – предположительная прибыль за 15 лет.

Общий доход за 15 лет в среднем за минусом расходов без учета инфляции, не учитывая затрат на страховку и продажу квартир. Продажа планирует осуществляться через ООО «АУКЦИОН» — дочернее предприятие ОАО «Сбербанк России».

Если предположить, что фирма будет брать себе процент от

¹⁵ Таблица составлена автором в процессе написания ВКР

реализованных квартир и каждая квартира будет страховаться, то

Если предположить, что оценка квартиры приблизительно 5000 чистый доход без учета инфляции и без изменения цен на квартиру при продаже составит не менее 10 млрд. руб.

Таким образом, данное мероприятие не только поднимет престиж банка в глазах клиентов, но и даст возможность банку заработать небольшую прибыль.

Предложение 2. Постепенная рассылка писем по адресам пенсионерам, получающим пенсию на сберкнижку с целью их перехода на пластиковые карты.

Банку однозначно выгодно, когда пенсионер получает пенсию не на сберкнижку, а на пластиковую карту, так как при выдаче денежных средств наличными, пенсионеры снимают в подавляющем числе случаев всю сумму, а при получении на карту расходуют их постепенно, в этом случае банк получает возможность использовать средства на счетах своих клиентов.

Суть предложения состоит в постепенной рассылке писем, в которых кратко описан набор всех выгод пользования пластиковой картой, по адресам лиц, достигших пенсионного возраста, пользующихся на данный момент сберегательными книжками.

В пришедшем письме также должно быть оговорено, что пенсионер имеет право прийти в отделение Сбербанка и получить консультацию по пользованию картой. У сотрудников должна иметься дежурная пластиковая карта, которой пенсионер, под чутким руководством консультанта, сможет воспользоваться на практике и понять принцип действия данного продукта.

Можно предположить, что хотя бы 3 из 10 пенсионеров согласятся с данным предложением, а Сбербанк, в свою очередь увеличит долю клиентов, чьи средства будут дольше находиться в обороте.

Затраты на рассылку писем будут рассчитываться по формуле:

$$Z=C*n \quad (2)$$

где, Z – затраты на рассылку писем, руб.

C – стоимость письма, руб.

n – количество лиц пенсионного возраста, использующих сберкнижки, чел.

Учитывая то, что в Туапсе пенсию получает 29 024 пенсионера, а часть из них получает пенсию не по старости, через пенсионный фонд или в других банках, то возьмем за количество лиц, достигших пенсионного возраста, обслуживаемых «Сбербанком» цифру в 18000 человек, из них предположительно 30% - это пожилые люди после 65, которые с недоверием относятся к высоким технологиям, а именно, пластиковым картам. Их количество составит 6000.

Ориентировочно, согласится на данное предложение 30% участвующих, тогда количество пенсионеров, перешедших на пластиковые карты составит:

$$6000/100*30=1800 \text{ чел.}$$

Предположительно, одно готовое письмо включает в себя: 2 листа формата А4 с напечатанным текстом и 1 конверт.

Допустим, что 1 конверт при оптовой покупке стоит 1 руб., тогда для рассылки конвертов нам понадобится 6000 конвертов стоимостью в 6000руб.

Если в каждом письме будет по 2 листа, то понадобится 24 пачки по 500 листов, стоимостью 230 руб. каждая. Стоимость 12000 листов составит:

$$24*230=5520 \text{ руб.}$$

Одной заправки принтера (300 руб.) хватает ориентировочно на 7000 листов, в данном случае понадобится 2 заправки для печати 12 тыс. листов.

Если 600 руб. – это 14000 листов, то 12000 листов обойдутся приблизительно в:

$$14000/600*12000=514 \text{ руб.}$$

Тогда, стоимость 6000 готовых писем составит:

$$6000р.+5520р.+514р.= 12034 \text{ р.}$$

Подводя итог, можно подытожить, что переход на пластиковые карты 1800 пенсионеров обойдется банку в 12034р.

Заключение

В настоящее время совершенствования банковской системы обслуживания лиц, достигших пенсионного возраста, требует создания необходимого уровня сервиса, что обуславливает особая уязвимость этой категории людей в связи с их возрастными особенностями.

Целью ВКР являлось изучение проблемы банковского обслуживания пожилых лиц и разработка конкретных мероприятий и предложений по их совершенствованию. Для достижения поставленной цели был поставлен ряд задач, выполнение которых позволило сделать **следующие выводы:**

1. В результате изучения теоретических и методических основ формирования клиентской базы было установлено, что клиентоориентированный подход - это мера, направленная на получение дополнительной прибыли за счет глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов, имеющая своей целью сотрудничество в будущем, и, как следствие, способствующая усилению конкурентоспособности на рынке товаров и услуг.

Клиентоориентированный подход напрямую связан с сегментацией физических лиц, сущность которой заключается в разделении рынка на относительно однородные группы со схожими потребностями и характеристиками. От того, какой сегмент рынка будет выбран основным (целевым) зависит успешность бизнеса в долгосрочной перспективе.

Пенсионеры- выгодные клиенты для банка, они помогают банкам стабильно пополнять депозитную базу, а нарастающий интерес этой категории клиентов к кредитам – увеличивает доходность кредитного портфеля. В настоящих экономических условиях высока закредитованность работающего населения, которое не всегда в состоянии вовремя оплачивать кредиты. В связи с этим у банков наблюдается тенденция переориентации на более стабильные сегменты клиентов, коими и являются клиенты пенсионного возраста.

2. В процессе анализа и оценки банковской политики Сбербанка

РФ в сфере предоставления услуг лицам, достигшим пенсионного возраста было выявлено, Сбербанк имеет, в общем, широкую сегментацию клиентской базы, но пенсионеры, в данном случае, не являются целевой аудиторией банка, поэтому сегментация людей достигших пенсионного возраста в нем не развита и нуждается в доработках.

Числом клиентов Сбербанка в категории лиц, достигших пенсионного возраста можно считать 24187000 чел. И при том, что число розничных клиентов Сбербанка в России превышает 127 млн человек, доля пенсионеров в общей сумме физических лиц составляет предположительно 19%. От числа российских пенсионеров, получающих пенсию по старости это количество составляет около 68%. Полученные данные свидетельствуют о том, что данный сегмент имеет перспективы для работы с ним и для завоевания новых клиентов.

Подробное изучение банковских продуктов, предоставляемых Сбербанком пенсионером показало, что пенсионеры в Сбербанке могут пользоваться специально созданными для них продуктами, получая различные льготы. Процентные ставки по услугам кредитования и по вкладом постоянно изменяются и кроме того, имеет место появление и исчезновение определенных услуг или программ.

Банк предоставляет своим клиентам, достигшим пенсионного возраста специальные виды вкладов с повышенными процентными ставками. Это такие вклады как: «Сохраняй», «Сберегай», «Пополняй», а также позволяет открывать эти вклады в онлайн режиме, что увеличивает и так повышенную ставку для пенсионеров. Также банк дает возможность выбора пенсионеру пластиковой карты «Maestro Социальная» или «МИР» для получения пенсий и ее дальнейшего использования. Для получения кредита существуют определенные ограничения, в основном это наличие прописки, получение зарплаты или пенсии на карту в Сбербанке, на момент его погашения заемщику не должно быть более 65 лет, а под поручительство физического лица - до 75 лет. Получить кредит можно с возраста выхода на пенсию. Также важна безупречная кредитная история, зато вместо стандартного пакета документов

требуется предъявить только паспорт. Клиенты пенсионного возраста могут воспользоваться такими видами кредитных услуг, как: ипотечный кредит на жилье, кредитная карта, нецелевой кредит под залог недвижимости, кредит для пенсионеров без поручителей и потребительский кредит под поручительство физических лиц.

3. В процессе написания ВКР были выявлены такие проблемы, как:

- Задержка выплаты пенсий наличными.
- Не всегда хорошее качество обслуживания.
- Отсутствие возможности получать кредит на минимальную сумму.
- Отсутствие специальных условий обслуживания в Сбербанке для пенсионеров.

- Низкие проценты по депозиту в сравнении с другими банками.
- Недостаточная сегментация группы лиц, достигших пенсионного возраста и, как следствие, отсутствие необходимых продуктов, адекватных нуждам клиентов данной категории.

- Не задействован сегмент пожилых лиц от 75 лет, они не имеют права воспользоваться кредитом.

- Недостаточно полный охват сегмента пожилых людей от 65 лет в использовании дебетовых пластиковых карт.

4. Вышеописанные проблемы в процессе написания ВКР были решены частично посредством двух **следующих мероприятий**:

5. Первое предложение под названием «Антиипотека» заключающееся в предоставлении по договору пожилым одиноким пенсионерам, начиная с возраста в 73 года, ежемесячных выплат, в виде дополнительной пенсии, в соответствии с которым, после летального исхода пожилого лица, квартира переходит в собственность банка, с последующей перепродажей квартир через ООО «АУКЦИОН» — дочернее предприятие ОАО «Сбербанк России».

Данное предложение рассчитано на повышения авторитета банка в глазах клиентов, является социально ориентированным мероприятием и позволяет в

конечном итоге получить небольшую прибыль в размере около 10 млрд. рублей по истечении 15 лет действия программы.

Второе предложение заключается в постепенной рассылке писем по адресам пенсионеров, получающих пенсию на сберегательную книжку в Сбербанке с целью их перехода на пластиковые карты. В процессе расчетов было определено, что переход на пластиковые карты 1800 пенсионеров обойдется банку в 12034р.

Исходя из вышесказанного, можно сделать **следующие выводы:**

Перечисленные мероприятия позволяют решать сразу 3 проблемы. Недостаточная сегментация группы лиц, достигших пенсионного возраста расширяется за счет сегмента от 73 лет и выше. Лица, не имеющие возможности воспользоваться кредитом могут стать участниками программы «Антиипотека». Кроме того, сегмент пожилых людей от 65 лет получает реальную возможность использования пластиковых карт и ознакомления с их выгодами.

Первое предложение, как было сказано ранее, принесет дополнительную прибыль, окажет положительное влияние на имидж банка, проявляющего заботу о своих клиентах. А второе предложение будет способствовать формированию внутри банка дополнительного капитала, формируемого за счет остатков средств на счетах клиентов, достигших пенсионного возраста, а также позволит ощутить клиентам возможности и удобства пользования пластиковой картой.

Таким образом, цель и задачи ВКР можно считать достигнутыми.

Список использованной литературы

1. Банкиры охотятся за пенсионерами. [Электронный ресурс]. URL: http://www.rbc.ru/spb_sz/28/12/2015/568118529a79472ad2f42183 (дата обращения: 16.04.2017).
2. Безпалова А.Г. Маркетинг в сфере услуг (сервисная деятельность): учеб. пособие/ М.: Изд-во «Ваш полиграфический партнер», 2014. – 228 с.
3. Вклад «Память поколений». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sberbank.ru/promo/memory/> (дата обращения: 16.04.2017).
4. Вклад «Пенсионный - плюс Сбербанка России». [Электронный ресурс].URL: http://www.sberbank.ru/ru/person/pensioner/multiply/pension_plus_pensioner/pension_plus (дата обращения: 13.04.17) .
5. Вклад «Пополняй (пенсионный)». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.banki.ru/products/deposits/deposit/3606/>(дата обращения: 12.04.2017).
6. Вклад «Пополняй Онлайн» (пенсионный). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sravni.ru/bank/sberbank-rossii/vklad/popolnjaj-onlajn-pensionnyj/> (дата обращения: 13.04.17).
7. Вклад «Сохраняй Онлайн» для пенсионеров. [Электронный ресурс]. URL: http://www.sberbank.ru/ru/person/pensioner/active_age_deposits/saveonline (дата обращения: 13.04.17).
8. Вклад «Сохраняй» (пенсионный). [Электронный ресурс]. URL: www.banki.ru/products/deposits/deposit/3605/ (дата обращения: 12.04.2017).
9. Владельцы карт Сбербанка «Активный возраст» сэкономят на путешествиях. [Электронный ресурс]. URL:http://www.permnews.ru/novosti/economy/2017/04/11/vladelcy_kart_sberbanka_aktivnyu_vozrast_sekonomy_at_na_puteshestviyah/ (дата обращения: 13.04.17).
10. Годовой отчет Сбербанка России за 2015 год. [Электронный ресурс].URL:http://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/pdf/yrep/Annual_report_rus_y2015.pdf (дата обращения: 2.05.2017).
11. Деньги, кредит, банки: учеб. /Под ред. Ю.А. Ровенского, Г.А.

Бунич. - М.: Изд-во Проспект, 2016. – 323 с.

12. Зинкевич А.А. Секреты клиентоориентированности. - М.: Изд-во Проспект, 2013. – 42 с.

13. Клиентоориентированность корпорации как вызов времени /Г.А. Резник, О.В. Яшина // Проблемы современной экономики. -2013.-№ 2. – С. 171-175.

14. Копытова А.И. Банки и банковское дело: учеб. Пособие. - Томск: Изд-во ТГПУ, 2012. – 248 с.

15. Кредит пенсионерам в Сбербанке. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.blotter.ru/1/14/kredit-pensioneram-v-sberbanke/> (дата обращения: 14.05.17).

16. Максютков А.А. Банковский маркетинг. - М.: Альфа-Пресс, 2013. - 166 с.

17. Маркетинг: учеб. /Под ред. И.В. Липсица, М.Н. Дымшица. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2013. – 150 с.

18. Неретина Е.А., Солдатова Е.В. Клиентоориентированный подход к управлению коммерческим банком // Финансы и кредит. – 2012. - №7. – С. 1-13.

19. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ф.Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ. А.В. Назаренко, А.Н. Свирид.//Под ред. А.В. Назаренко. – М.: Вильямс, 2013. – 752 с.

20. Пенсионные карты сбербанка: виды, проценты, стоимость – 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://top-rf.ru/investitsii/379-pensionnye-karty-sberbanka.html> (дата обращения: 11.03.2017).

21. Пенсионный фонд: отзывы клиентов, сотрудников и юристов о Пенсионном Фонде «Сбербанка» России, рейтинг. [Электронный ресурс]. URL: <http://fb.ru/article/268238/sberbank-pensionnyiy-fond-otzyivyi-klientov-sotrudnikov-i-yuristov-o-pensionnom-fonde-sberbanka-rossii-reyting> (дата обращения: 2.05.2017).

22. Продолятченко П.А. Перспективы развития банковского геронтомаркетинга // Мировая наука. – 2017. – №2 (2) (май 2017) – С. 8 –11.

[Электронный ресурс]. URL: http://science-j.com/_2_2__may_2017/ (дата обращения: 17.05.2017).

23. Сберегательные сертификаты Сбербанка России. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sberbank.ru/ru/person/investments/securities/certificates> (дата обращения: 13.04.17).

24. Создание банковского продукта силами клиентов – реально ли это? [Электронный ресурс]. URL: <http://bosfera.ru/bo/sozдание-bankovskogo-produkta-silami-klientov-realno-li-eto> (дата обращения: 14.04.2017).

25. Средняя продолжительность жизни в России 2016 мужчины и женщины. [Электронный ресурс]. URL: <http://law5.ru/pravo/kakova-srednyaya-prodolzhitelnost-zhizni-v-rossii-po-regionam.html> (дата обращения: 2.05.2017).

26. Средняя рыночная стоимость 1кв.м. жилья в РФ на 4 квартал 2016 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.volgastro.ru/press/stoimost-1kvm-zhilya-v-rossii-4-kvartal-2016#ufo> (дата обращения: 23.04.2017).

27. Царев А.В. Принципы и модели сегментации потребителей на рынке банковских услуг // Статистика и экономика. - 2015. - № 1. – С. 131-132.

28. Численность пенсионеров и средний размер назначенных пенсий по видам пенсионного обеспечения и категориям пенсионеров. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_p2.htm (дата обращения: 27.04.17).

Консолидированный отчет о прибылях и убытках за 2015-2016 г.г.



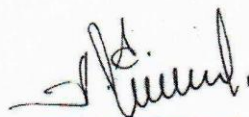
Консолидированный отчет о прибылях и убытках

		За год, закончившийся 31 декабря	
(в миллиардах российских рублей)		2016 года	2015 года
	Прим.		
Процентные доходы	25	2 399,0	2 279,6
Процентные расходы	25	(986,9)	(1 253,2)
Расходы, непосредственно связанные со страхованием вкладов	25	(49,3)	(38,4)
Чистые процентные доходы		1 362,8	988,0
Чистый расход от создания резерва под обесценение долговых финансовых активов	9,10,13	(342,4)	(475,2)
Чистые процентные доходы после резерва под обесценение долговых финансовых активов		1 020,4	512,8
Комиссионные доходы	26	436,3	384,1
Комиссионные расходы	26	(87,2)	(65,1)
Доходы за вычетом расходов по операциям с торговыми ценными бумагами		7,4	5,8
Доходы за вычетом расходов по операциям с ценными бумагами, отнесенными в категорию переоцениваемых по справедливой стоимости через счета прибылей и убытков		6,0	12,5
Доходы за вычетом расходов по операциям с инвестиционными ценными бумагами, имеющимися в наличии для продажи		11,1	4,8
Обесценение инвестиционных ценных бумаг, имеющихся в наличии для продажи (Расходы за вычетом доходов) / доходы за вычетом расходов по операциям с иностранной валютой, валютными производными финансовыми инструментами и от переоценки иностранной валюты	27	(0,5)	(0,1)
Доходы за вычетом расходов / (расходы за вычетом доходов) по операциям с драгоценными металлами, производными финансовыми инструментами с драгоценными металлами и от переоценки счетов в драгоценных металлах		6,5	(1,0)
Доходы за вычетом расходов по операциям с прочими производными финансовыми инструментами		0,7	8,4
Отрицательная переоценка офисной недвижимости	14	(25,0)	—
Обесценение основных средств и нематериальных активов	14,16	(0,3)	(2,8)
Обесценение деловой репутации	16	(0,3)	(6,0)
Расходы от первоначального признания финансовых инструментов и реструктуризации кредитов		(0,1)	(6,2)
Чистое создание прочих резервов	16,22	(19,4)	(6,3)
Выручка, полученная от непрофильных видов деятельности	28	30,8	24,4
Себестоимость продаж и прочие расходы по непрофильным видам деятельности	28	(27,1)	(25,4)
Нетто-премии от страховой деятельности и деятельности пенсионного фонда	29	192,8	223,3
Выплаты нетто, заявленные убытки, изменение обязательств по договорам страхования и пенсионным договорам и аквизиционные расходы от страховой деятельности и деятельности пенсионного фонда	29	(177,8)	(214,1)
Прочие чистые операционные доходы		34,2	22,4
Операционные доходы		1 355,1	954,6
Операционные расходы	30	(677,6)	(623,4)
Прибыль до налогообложения		677,5	331,2
Расход по налогу на прибыль	31	(135,6)	(108,3)
Прибыль за год		541,9	222,9
Прибыль, приходящаяся на:			
- акционеров Банка		540,5	223,3
- неконтрольную долю участия		1,4	(0,4)
Базовая и разведенная прибыль на обыкновенную акцию, приходящаяся на акционеров Банка	32	25,00	10,36
(в российских рублях на акцию)			

Утверждено и подписано от имени Правления 1 марта 2017 года.



Г.О. Греф
Президент, Председатель Правления



А.Е. Миненко
И.о. Главного бухгалтера

Примечания №1-44 составляют неотъемлемую часть данной консолидированной финансовой отчетности.

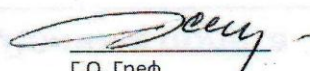
Консолидированный отчет о прибылях и убытках за 2014-2015 г.г.



Консолидированный отчет о прибылях и убытках

(в миллиардах российских рублей)	Прим.	За год, закончившийся 31 декабря	
		2015 года	2014 года
Процентные доходы	25	2 279,6	1 837,9
Процентные расходы	25	(1 253,2)	(785,1)
Расходы, непосредственно связанные со страхованием вкладов	25	(38,4)	(33,1)
Чистые процентные доходы		988,0	1 019,7
Чистый расход от создания резерва под обесценение долговых финансовых активов	10,13	(475,2)	(361,4)
Чистые процентные доходы после резерва под обесценение долговых финансовых активов		512,8	658,3
Комиссионные доходы	26	384,1	306,4
Комиссионные расходы	26	(65,1)	(47,2)
Доходы за вычетом расходов / (расходы за вычетом доходов) по операциям с торговыми ценными бумагами		5,8	(7,1)
Доходы за вычетом расходов / (расходы за вычетом доходов) по операциям с ценными бумагами, изменение справедливой стоимости которых отражается через счета прибылей и убытков		12,5	(8,4)
Доходы за вычетом расходов по операциям с инвестиционными ценными бумагами, имеющимися в наличии для продажи		4,8	6,2
Обесценение инвестиционных ценных бумаг, имеющихся в наличии для продажи		(0,1)	(0,8)
Доходы за вычетом расходов по операциям с иностранной валютой, валютными производными инструментами и от переоценки иностранной валюты	27	83,1	8,1
Расходы за вычетом доходов по операциям с драгоценными металлами, производными финансовыми инструментами с драгоценными металлами и от переоценки счетов в драгоценных металлах		(1,0)	(18,8)
Доходы за вычетом расходов по операциям с прочими производными инструментами		8,4	27,0
Обесценение основных средств и нематериальных активов	14,16	(2,8)	(0,3)
Обесценение деловой репутации	16	(6,0)	(1,2)
Расходы от первоначального признания финансовых инструментов и реструктуризации кредитов		(6,2)	—
Чистое создание прочих резервов	16,22	(6,3)	(18,4)
Выручка, полученная от небанковских видов деятельности	28	24,4	27,5
Себестоимость продаж и прочие расходы по небанковским видам деятельности	28	(25,4)	(31,2)
Выручка, полученная от страховой деятельности и деятельности пенсионного фонда	29	216,1	61,7
Расходы, связанные со страховой деятельностью и деятельностью пенсионного фонда	29	(206,9)	(31,0)
Прочие чистые операционные доходы		22,4	8,5
Операционные доходы		954,6	939,3
Операционные расходы	30	(623,4)	(565,1)
Прибыль до налогообложения		331,2	374,2
Расход по налогу на прибыль	31	(108,3)	(83,9)
Прибыль за год		222,9	290,3
Прибыль, приходящаяся на:			
- акционеров Банка		223,3	292,2
- неконтрольную долю участия		(0,4)	(1,9)
Базовая и разведенная прибыль на обыкновенную акцию, приходящаяся на акционеров Банка	32	10,36	13,45
(в российских рублях на акцию)			

Утверждено и подписано от имени Правления 14 марта 2016 года.


Г.О. Греф
Президент, Председатель Правления


М.Ю. Лукьянова
Главный бухгалтер

Примечания №1-44 составляют неотъемлемую часть данной консолидированной финансовой отчетности.