

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования

«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»

Высшая школа экономики и управления

Кафедра «Финансовые технологии»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, д.э.н., доцент,

профессор кафедры

«Экономическая безопасность

ВШЭУ ЮУрГУ (НИУ)

_____ И.П. Довбий

« ____ » _____ 20__ г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,

д.э.н., профессор

_____ И.А. Баев

« ____ » _____ 20__ г.

Развитие финансовых супермаркетов как перспективного института
привлечения инвестиций в российскую экономику

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА
ЮУрГУ–38.04.01.2021.749.ВКР

Руководитель работы,

к.э.н., доцент кафедры

_____ Ю.В. Бутрина

« ____ » _____ 2021 г.

Автор работы,

студент группы ЭУ-391

_____ К.Р. Евдокимова

« ____ » _____ 2021 г.

Нормоконтролер,

ст. преподаватель кафедры

_____ Е.Ю. Куркина

« ____ » _____ 2021 г.

Челябинск 2021

АННОТАЦИЯ

Евдокимова К.Р. Развитие финансовых супермаркетов как перспективного института привлечения инвестиций в российскую экономику. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-391, 2021. – 95с., 22 ил., 4 табл., библиогр. список – 46 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью анализа специфики развития финансовых супермаркетов в условиях конкуренции на российском рынке для АО «Райффайзенбанк».

В работе рассмотрены теоретический аспект развития финансовых супермаркетов. Изучена сущность, особенности их деятельности. Выявлена специфика развития финансовых супермаркетов в условиях конкуренции. Доказана необходимость адаптации зарубежного опыта развития финансовых супермаркетов в российской практике.

В завершении проанализирована деятельность финансового супермаркета в России и перспективы развития российских финансовых супермаркетов на российском рынке. А также дан анализ деятельности АО «Райффайзенбанк» за 2017-2019 годы и разработаны направления повышения его эффективности.

ABSTRACT

Evdokimova K.R Specifics of development of financial supermarkets in the conditions of competition on the Russian market. – Chelyabinsk: SUSU, EiU-391, 2021. - 95 pages, 22 drawings, 4 tables, bibliography – 46 names.

This paper was performed for the purpose of analyzing the specifics of development of financial supermarkets in the conditions of competition on the Russian market for AO Raiffeisenbank.

The paper includes the theoretical aspect of the development of financial supermarkets. The essence and features of their activity are studied. The specifics of the development of financial supermarkets in a competitive environment are revealed. The necessity of adapting foreign experience in the development of financial supermarkets in domestic practice is proved.

Finally, the work contains the analysis of financial supermarket activity in Russia and prospects of development of financial supermarkets in the Russian market. It also contains the analysis of the activities of AO Raiffeisenbank for 2017-2019 and recommendations for improving its effectiveness.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ СУПЕРМАРКЕТОВ	12
1.1 Финансовые супермаркеты: сущность, особенности деятельности. Преимущества финансовых супермаркетов и проблемы их становления.....	12
1.2 История развития финансовых супермаркетов. Процесс зарождения финансовых супермаркетов, развитие розничных финансовых услуг в новых формах существования бизнеса.....	18
1.3 Законодательное регулирование деятельности финансовых супермаркетов. Правовые основы функционирования финансовых рынков. Нормативные акты, регулирующие деятельность инфраструктуры финансовых рынков.....	25
2 СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ СУПЕРМАРКЕТОВ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ	32
2.1 Опыт развития финансовых супермаркетов в зарубежных государствах. Необходимость адаптации зарубежного опыта развития финансовых супермаркетов в российской практике.....	32
2.2 Специфика развития финансовых супермаркетов в условиях конкуренции на российском рынке. Особенность вектора развития конкуренции на рынке финансовых услуг.....	38
2.3 Динамика показателей функционирования финансовых супермаркетов в России. Анализ наиболее масштабных российских финансовых супермаркетов (инвестиционных маркетплейсов).....	49
3 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИНАНСОВОГО СУПЕРМАРКЕТА В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	64
3.1 Перспективы развития российских финансовых супермаркетов. Развитие финансовых супермаркетов на российском рынке как перспективного финансового института привлечения инвестиций населения в российскую экономику.....	64
3.2 Анализ деятельности Райффайзенбанка за 2017-2019 годы и направления повышения его эффективности.....	79
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	86
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	91

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. В последние годы в экономике России, как и во всем мире, происходят определенные, обусловленные сложившейся в мировой экономике ситуацией, явления. Развитие местных финансовых институтов стимулирует общее развитие мировой системы финансов, а национальные финансовые рынки включаются в общую мировую структуру финансов.

Роль финансовых организаций в мировом экономическом секторе неуклонно возрастает.

Организации финансовой сферы посредством своей деятельности оказывают положительное влияние на формирование инвестиционного климата и обеспечивают валютно-финансовую государственную безопасность, влияют на эффективное и ускоренное развитие предприятий реального сектора экономики, как на местном, так и на международном уровне. История развития финансового рынка доказывает эволюцию данной сферы: это переход от банков с простейшей организационной структурой, до финансовых конгломератов. Актуальность темы данной выпускной квалификационной работы обусловлена тем фактом, что наблюдаемые в настоящее время на международном финансовом рынке изменения определяют необходимость проведения глубокого анализа, для успешного внедрения инновационных форм финансовых организаций в России.

Объединение финансовых учреждений в супермаркет позволит повысить устойчивость финансовой и экономической государственной системы в кризисных условиях.

Перспективы развития финансовых супермаркетов на российском рынке есть, но успешное их функционирование зависит не только от ситуации на финансовом рынке, но и от позиции потенциальных инвесторов и актуальности заявленной миссии самих финансовых супермаркетов.

Проблема заключается в том, что если специфика деятельности и набор традиционных услуг банковских структур изучены достаточно подробно,

детально многими учеными и исследователями данного направления бизнеса, и существует множество трудов, которые посвящены данной теме, то особенности развития финансовых конгломератов, особенно финансовых супермаркетов, и оказываемое ими непосредственное и достаточно значительное, в большинстве своем – положительное влияние на национальную и мировую экономику, исследовано недостаточно детально. Данный фактор также подтверждает актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Вопросы развития финансовых рынков наиболее широко рассмотрены в работах О.Т. Богомолова, А.И. Евдокимова, А. Холопова, Е. Прасада, К. Рогоффа, Дж. Стиглица, Е.Ф. Авдокушина, Л.Н. Красавиной, Т.Г. Тумаровой, Б.Б. Рубцова, В.М. Шавшукова, Л. Зингалеса, Р. Мертона, Р. Раджана, и других.

Противоречие заключается в том, что при необходимости внедрения на национальном финансовом рынке инновационных финансовых структур, работ российских исследователей по вопросам развития российского финансового рынка и внедрения финансовых супермаркетов, крайне недостаточно.

Теоретическая и методологическая база исследования - работы отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования и развития международного и национального финансовых рынков, разработки стратегий развития финансовых организаций инновационных форм в условиях конкуренции; периодические издания, интернет-источники, отчетность финансовых супермаркетов.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ специфики развития финансовых супермаркетов в условиях конкуренции на российском рынке.

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие задачи:

- раскрыть сущность и особенности деятельности финансовых супермаркетов, изучить историю развития финансовых супермаркетов, рассмотреть специфику законодательного регулирования деятельности финансовых супермаркетов;
- проанализировать опыт развития финансовых супермаркетов в зарубежных государствах, обозначить специфику развития финансовых супермаркетов в

условиях конкуренции на российском рынке, провести анализ динамики показателей функционирования финансовых супермаркетов в России;

– обозначить перспективы российских финансовых супермаркетов, провести анализ деятельности Райффайзенбанка за 2017-2019 годы и указать направления повышения его эффективности.

Объект данного исследования – финансовые супермаркеты.

Предмет исследования – специфика развития финансовых супермаркетов в условиях конкуренции на российском рынке.

Структура выпускной квалификационной работы. Работа включает в себя введение, 3 главы, 8 параграфов, заключение, список использованных источников.

В 1 главе раскрыт теоретический аспект развития финансовых супермаркетов. Изучена сущность, особенности их деятельности. Раскрыты преимущества финансовых супермаркетов и проблемы их становления.

Показан процесс зарождения финансовых супермаркетов, развитие розничных финансовых услуг в новых формах существования бизнеса. Изучены правовые основы функционирования финансовых рынков и нормативные акты, регулирующие деятельность инфраструктуры финансовых рынков.

Во 2 главе представлена специфика развития финансовых супермаркетов в условиях конкуренции.

Доказана необходимость адаптации зарубежного опыта развития финансовых супермаркетов в российской практике.

Изучена особенность вектора развития конкуренции на рынке финансовых услуг. Проведен анализ наиболее масштабных российских финансовых супермаркетов (инвестиционных маркетплейсов).

В 3 главе проанализирована деятельность финансового супермаркета в России и перспективы развития российских финансовых супермаркетов на российском рынке как перспективного финансового института привлечения инвестиций

населения в российскую экономику. Дан анализ деятельности Райффайзенбанка за 2017-2019 годы и разработаны направления повышения его эффективности.

Работа включает в себя 95 листов, 22 рисунков, 4 таблицы, список использованных библиографических источников в количестве 46.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ СУПЕРМАРКЕТОВ

1.1 Финансовые супермаркеты: сущность, особенности деятельности.

Преимущества финансовых супермаркетов и проблемы их становления

Сфера финансовых услуг на российском финансовом рынке в настоящее время, в современных сложных условиях, тем не менее, является прибыльной, но при этом, по причине большого количества игроков на данном рынке, достаточно конкурентной средой. Финансовые организации ориентированы, как показывают исследования, проведенные экспертами рынка, на предоставление клиентам полного комплекса финансовых продуктов и финансовых услуг, то есть продукты, которые активно своим клиентам предлагают банковские учреждения, не являются на сегодняшний день абсолютно актуальными и исчерпывающими. На финансовом рынке России начинает постепенно формироваться, и получает активное развитие ранее слабо используемая на российском финансовом рынке, инновационная форма организации финансового учреждения - финансовый супермаркет.

Финансовый супермаркет – это подразделение кредитно-финансовой организации, которое может предложить, как реальному, так и потенциальному потребителю расширенный набор (или продуктовую линейку) финансовых услуг и продуктов. Кроме классической линейки банковских продуктов, клиентам предлагается широкая линейка инвестиционных, консультационных и страховых услуг [9].

Главная миссия финансовых супермаркетов – ускорение процесса получения клиентами необходимых финансовых продуктов и услуг.

Цель деятельности финансовых супермаркетов – сделать процесс предоставления услуг максимально удобным: сократить время ожидания, уменьшить величину финансовых расходов.

Несмотря на то, что финансовые супермаркеты - это универсальные учреждения, существует их классификация по сферам деятельности (рисунок 1):

- инвестиционные услуги;
- страховые услуги;
- банковские услуги [32, с. 23].

Цели деятельности финансовых супермаркетов:

- сформировать эффективно функционирующее объединение, корпорацию, которая предоставляет потребителям финансовые услуги и продукты;
- сформировать единую базу клиентов, объединяющую все направления деятельности финансового супермаркета;
- сократить финансовые затраты за счет роста масштабов деятельности. К примеру, оптимизировать численность персонала, сократив сотрудников с дублирующими функциональными обязанностями;
- снизить до минимальной величины расходы на проведение рекламной кампании и социологических исследований рынка и рыночных сегментов потребителей. Учредитель финансового супермаркета может одновременно заниматься продвижением нескольких видов услуг и продуктов.

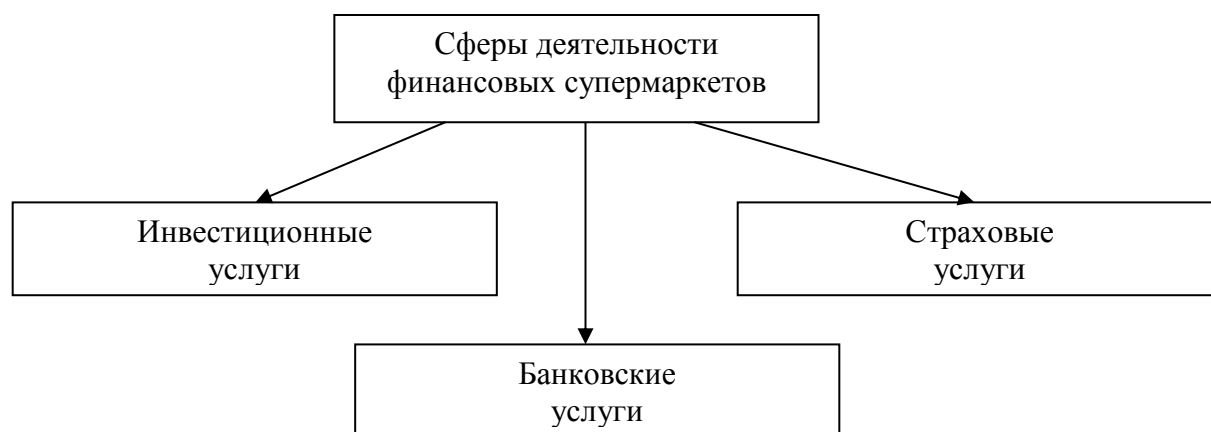


Рисунок 1 – Классификация финансовые супермаркеты [32, с. 23]

Причиной появления финансовых супермаркетов являются общемировые тенденции. Для сохранения конкурентоспособности, возникает необходимость объединения и укрупнения финансовых организаций [15, с.88].

Следовательно, финансовые супермаркеты возникли не случайно, а под влиянием определенных условий и факторов. В настоящее время банки заинтересованы в создании эффективных финансовых интегрированных посредников, предлагающие потребителям большой выбор финансовых продуктов и услуг. При этом разрабатываются программы по продвижению крупных финансовых альянсов, целью которых является уменьшение процентной маржи, разработка интересных предложений для крупных корпоративных клиентов.

В настоящее время данная форма финансовых организаций активно развивается, создавая собственные розничные сети. Финансовые супермаркеты стремятся к повышению качества обслуживания посетителей, расширению спектра предоставляемых продуктов и услуг, созданию новых направлений деятельности. Наиболее развита деятельность таких организаций в США, Японии, в государствах Юга Европы [33, с. 104].

В США наиболее распространены крупные розничные сети, их особенностью является постоянная работа над повышением уровня качества обслуживания, расширением линейки продуктов и услуг, они проводят постоянный анализ всех сегментов потенциальных потребителей, проводят исследования спроса на новые, инновационные финансовые и нефинансовые продукты.

В западных финансовых корпорациях созданы все условия для клиентов, офисы оснащены всем необходимым, как для совершения сделок, так и для отдыха, не только самих клиентов, но и их детей. Работа финансовых супермаркетов организована в режиме нон-стоп. Набор персонала осуществляется в соответствии с высокими критериями, касающимися личностных и профессиональных характеристик претендента на работу в такой компании.

Создаются финансовые супермаркеты ключевыми игроками финансового рынка, которые не боятся рисковать и способны, не получая убытков, заменить устаревшие бизнес-процессы – инновационными. Это банковские учреждения, которые входят в Топ-30 крупнейших банков страны. Создание финансового

супермаркета требует больших расходов: потребуется развитие нового формата сети, осуществление изменений в сфере IT-сопровождения, смена позиционирования финансового учреждения на рынке оказания банковских услуг.

Финансовый супермаркет является совместным предприятием. Как правило, такое предприятие включает в себя банковское учреждение, страховую фирму и инвестиционную компанию. Данный стратегический альянс осуществляет свою деятельность на основе дистрибьюторского договора. Банковское учреждение осуществляет продажу стандартных банковских услуг и продуктов и является владельцем инвестиционной или страховой организации. Посредством слияния трех финансовых структур образуется качественно новая структура - финансовый супермаркет.

Он предлагает потребителю большой набор финансовых услуги и финансовых продуктов под одним брендом [10, с. 55].

Финансовый супермаркет можно считать новым эволюционным этапом развития банковской системы. При этом, многие экономисты высказывают мнение о том, что данная модель является нежизнеспособной в современных экономических условиях. Основной проблемой они считают трудности практической деятельности финансовых супермаркетов, которые связаны с обширным спектром предоставляемых услуг и продуктов.

Структура, одновременно представляющая собой инвестиционную компанию, коммерческий банк, страховую фирму, хедж-фонд, - это сложно управляемый механизм. Руководитель, который эффективно может управлять различными направлениями деятельности финансового супермаркета, контролировать их, достаточно редко встречается в российской практике. Поэтому, после запуска первых российских финансовых супермаркетов, и обнаружении данной проблемы, появилась идея найма одновременно нескольких руководителей – по каждому направлению деятельности.

При этом они должны владеть общей ситуацией, совместно решать вопросы и проблемы деятельности финансового супермаркета. Как показала практика,

данная модель является неэффективной и требует единоначалия руководства, что ставит очередной вопрос по подготовке управленческих кадров определенной направленности в сфере финансовых супермаркетов (инвестиционных маркетплейсов) [24, с. 90].

В отличие от США, где первые финансовые супермаркеты появились еще в 20-х годах 19 века, в России они стали появляться только в 1990-х годах. Среди первых финансовых супермаркетов были «Финам», «Уралсиб», ВТБ.

Каждая такая организация по-своему трактует термин «финансовый супермаркет».

Наиболее распространены такие толкования данного понятия, как:

– холдинг, который может включать в себя управляющие и брокерские фирмы, банки, негосударственные пенсионные фонды, страховые компании и т.п.;

– агенты, созданные посредством объединения нескольких компаний;

– банковские учреждения, которые помимо основной деятельности, оказывают различные нефинансовые услуги, необязательно одного направления, они могут предоставлять нефинансовые услуги комплектом или набором.

В России в настоящее время не существует финансовых супермаркетов в «чистом виде», это могут быть универсальные банки, которые клиентам предоставляют широкий выбор финансовых и нефинансовых продуктов и услуг [34, с. 171].

Тем не менее, все больше руководителей финансовых организаций понимает преимущества создания финансовых супермаркетов, в первую очередь, это привлечение дополнительных клиентов, что позволит увеличить продажи и прибыль организации.

Клиенты данных организаций также будут удовлетворены предлагаемым спектром услуг и уровнем обслуживания. Для них существует ряд преимуществ: широкий спектр финансовых услуг и продуктов, возможность выбора,

комплексный, индивидуальный подход, высокие стандарты качества обслуживания, экономия времени и финансовых ресурсов.

Таким образом, несмотря на ряд очевидных преимуществ финансовых супермаркетов: большой ассортимент финансовых услуг и финансовых продуктов, быстрое обслуживание клиентов, экономия финансовых ресурсов и времени, существует и множество трудностей и проблем, среди которых основной является недоверие потребителей [46, с.97]. И если в крупных городах население более лояльно относится к данным финансовым структурам, то в небольших населенных пунктах финансовых супермаркеты, скорей всего, еще долго не будут востребованными.

Также, финансовое состояние жителей крупных агломераций выше, чем в маленьких городах, что замедляет широкое распространение финансовых супермаркетов. Кроме проблемы уровня доходов населения, и его способности приобретать предлагаемые финансовые продукты и услуги, финансовые супермаркеты сталкиваются с проблемой дефицита высококвалифицированных кадров.

Для каждого направления деятельности финансового супермаркета предполагается индивидуальное обслуживание, следовательно, сфера знаний менеджеров данной организации должна быть расширена в несколько раз. Менеджеру необходимо управлять сразу несколькими различными областями деятельности, как следствие - дефицит сотрудников, способных достичь необходимого уровня продаж всех видов предлагаемых продуктов и услуг.

В финансовые супермаркеты переходят, в основном, банковские учреждения. Им, в первую очередь, потребуется всеобщее переобучение персонала, ранее работавшего только в банковской сфере. То же касается и персонала страховых и инвестиционных компаний.

Тем не менее, несмотря на все проблемы и трудности, возможность активного развития данных финансовых структур в нашей стране в настоящее время существуют, и весьма реальные. По оценкам исследователей, для полноценного

существования финансовых супермаркетов в России, необходимо около 10 лет финансовых вложений в данную сферу. Тогда можно говорить о формировании настоящих финансовых супермаркетов, предлагающих широкий спектр услуг, с едиными стандартами качества.

Наиболее оптимальная для российских экономических условий модель - это объединение крупных банковских учреждений с ключевыми небанковскими посредниками [31, с.97].

Наряду с оптимистической точкой зрения, существует и другая, согласно которой финансовые супермаркеты не приживутся в России и в скором времени изживут себя в других странах.

На сегодняшний день, в ряде стран финансовые супермаркеты функционируют полноценно и эффективно. В России эта модель финансовых организаций развита достаточно условно. Фирмы, представляющие ее, можно назвать финансовыми супермаркетами только частично.

Таким образом, финансовый супермаркет - это подразделение кредитно-финансовой организации, предлагающее потребителям полный набор финансовых и нефинансовых услуг и продуктов. Кроме банковских, клиенты могут приобретать инвестиционные, консультационные и страховые продукты и услуги.

Главной миссией финансовых супермаркетов является упрощение процесса получения физическими и юридическими лицами финансовых продуктов и услуг.

1.2 История развития финансовых супермаркетов. Процесс зарождения финансовых супермаркетов, развитие розничных финансовых услуг в новых формах существования бизнеса

Сама идея формирования финансового супермаркета берет свое начало с 19 века, немного опередив идею создания супермаркета продуктового.

Понятие «финансового супермаркета» возникло в конце 19 века, но еще в его начале открывались организации, попадающие под определение «финансового супермаркета» [40, с. 63].

Первый финансовый супермаркет был расположен в гаражном боксе. Несмотря на набирающее популярность инновационное направление в развитии финансового рынка, в первой половине XX века данные финансовые организации не получили широкого распространения, так как в 1933 г. был принят нормативный акт - закон Гласа-Стигалла, запрещающий кредитным организациям перекрестную деятельность.

В конце XX века этот правовой акт отменили, что позволило исследуемой структуре финансовых организаций набирать обороты своего развития, наращивать величину продаж и прибыли.

Банком-пионером данного движения стала корпорация CitiGroup. Данная корпорация произвела практически революцию в финансовой сфере, внося в практическую деятельность банковских учреждений множество инноваций и смелых решений [26, с. 55].

В 2008 г. для финансовых супермаркетов начался кризисный период. Citigroup, несмотря на большой опыт работы, оказалась на грани банкротства. Еще один крупный американский банк - Goldman Sachs – сумел преодолеть кризисный период, хотя регуляторами высказывались обвинения в его адрес в незаконных действиях с ипотечными бумагами. Goldman Sachs предоставляет, в основном, инвестиционные банковские услуги.

Один из наиболее популярных в данной области, финансовый эксперт Нуриэль Рубини, на основании сложившейся критической ситуации сделал вывод о том, что у новоявленных крупных финансовых структур, вобравших в себя несколько направлений финансовой и нефинансовой деятельности, нет будущего.

В качестве аргумента против развития и продвижения на финансовом рынке такой финансовой структуры, как супермаркет, выдвигалось убеждение в том, что

руководитель не может эффективно контролировать все направления деятельности своей компании.

Оптимальным является вариант, при котором у каждого структурного подразделения имеется свой руководитель, который должен своевременно доводить до сведения генерального директора корпорации информацию о существующих проблемах, конфликтах, и спорных вопросах. Но, обычно, и это не приводит к оптимальным результатам деятельности компании. То есть, если разные организации оказывают виды финансовых и нефинансовых услуг, которые полностью соответствуют профилю деятельности компании, возникновение рисков значительно уменьшается.

Стивом Джобсом были учтены все нюансы создания и деятельности финансовых супермаркетов, и в последствии это помогло ему вернуть Apple былую популярность.

В России долгое время крупные банки не проявляли никакого интереса к возможности слияния и создания более стабильной, устойчивой и прибыльной финансовой структуры.

Только в конце 20 и в начале 21 века стал появляться интерес к данной структуре, этот интерес возник после ряда кризисных явлений, негативно сказавшихся на финансовом рынке и его ключевых игроках – крупных российских банках [38, с. 57].

После пережитых сложных кризисных периодов, многие участники финансового рынка, в большей степени, речь идет о крупных банках, пересмотрели свою позицию и стали функционировать уже по более современной модели бизнеса. К таким крупным игрокам российского финансового рынка можно отнести следующие: Финам, Уралсиб, ВТБ.

В настоящий момент инвестиционный холдинг «Финам» является одним из самых крупных российских брокеров, которые предоставляет услуги интернет-трейдинга клиентам, работающим на валютном рынке Forex. Также Финам специализируется на доверительном управлении ценными бумагами,

предоставляет инвестиционные банковские услуги, предлагает клиентам различные варианты инвестиций и финансовых вложений.

Компания «Финам» была основана в 1994 г. и сначала специализировалась на выпуске информационно-аналитического бюллетеня «Портфель инвестора». С 1997 г. «Финам» стал, в основном, предоставлять брокерские услуги. Компания получила лицензию ФКЦБ РФ, вошла в состав НАУФОР, стала работать на ММВБ, МФБ, РТС. Компания первой в России предложила свои услуги физическим лицам. Все это предопределило ее активное развитие - стали создаваться представительства и офисы компании во многих городах России. Через пять лет работы «Финам» насчитывал уже 34 офиса. На сегодняшний день «Финам» превратился в холдинг, который имеет 85 офисов, работающих на территории России.

С 2000 г. компания стала осваивать Интернет-трейдинг, сначала был предоставлен клиентам удалённый доступ на ММВБ с помощью коробочного софта, затем был запущен портал Finam.ru для российских трейдеров. После того, как закон о торговле на международном рынке Форекс в Российской Федерации был принят, «Финам» получил соответствующую лицензию от Центробанка и начал свою деятельность на бирже.

В 2001 г. открылся учебный центр брокера, начиная с 2002 г., «Финам» постоянно входит в Топ-5 лучших операторов фондового рынка, которые предоставляют свободный доступ своим клиентам на ММВБ и Форекс. Так, в 2014 г. в рейтинге агентства «Эксперт РА» «Финам» поднялся с уровня AA+ до A++, что говорит о самом высоком уровне надёжности компании. В 2004 г. холдинг «Финам» приобрел в собственность банк, сформировал 11 ПИФов, вышел на фондовый рынок США. Была запущена социальная сеть для торговцев WhoTrades, основан венчурный фонд FinSight Ventures.

В 2002 г. «Уралсиб» начал увеличивать свое присутствие в регионах. Им были приобретены контрольные пакеты 6 кредитных организаций. На сегодняшний день «Уралсиб» имеет 330 точек продаж. Его сеть банкоматов составляет более

2,6 тысячи устройств. Функционирует более 520 терминалов оплаты и 26 400 POS-терминалов. Клиентами «Уралсиб» являются более 100 тысяч юридических лиц и более 5 млн физических лиц.

Клиентам доступно следующее (рисунок 2):

- персональное обслуживание;
- инвестирование в паевые инвестиционные фонды;
- лизинговые операции;
- операции с драгоценными металлами и др.

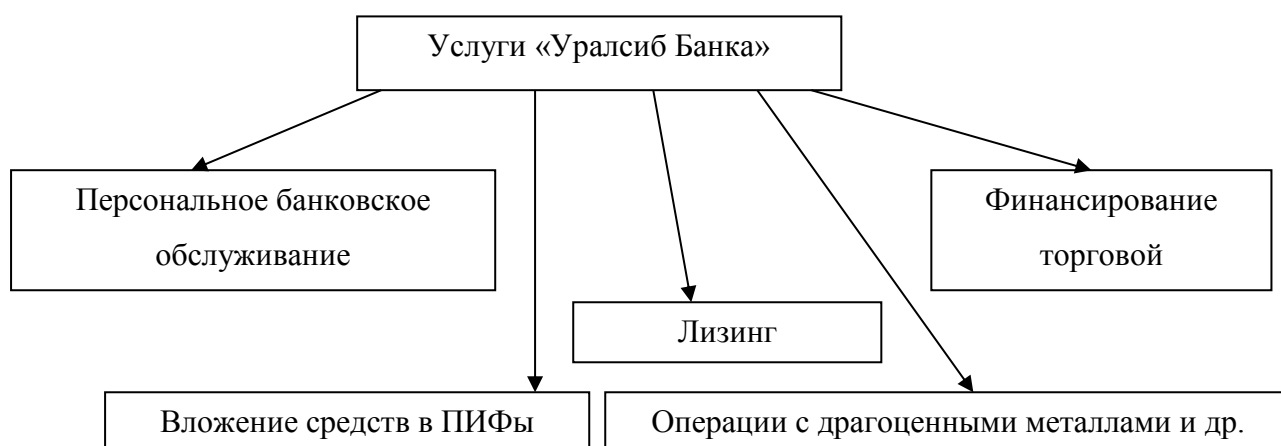


Рисунок 2 – Услуги Уралсиб Банка

«Уралсиб» Банк является одним из крупнейших универсальных банков федерального значения с такими основными направлениями деятельности как розничный, корпоративный и инвестиционно-банковский бизнес.

На сегодняшний день «Уралсиб» предоставляет достаточно широкий спектр услуг как частным лицам, так и корпоративным клиентам.

С 2012 года ВТБ также стал укрупняться. Это произошло за счет покупки ОАО «ТрансКредитБанк» в 2012 г., поглощения Банка Москвы в 2016 г., объединения с банком ВТБ24 в 2018 г., интеграции банка Возрождение в 2018 г.

На сегодняшний день ВТБ представляет собой масштабную структуру, интересы которой выходят за пределы банковской сферы. В состав ВТБ входит более 20 дочерних компаний. Среди которых финансовые организации, базирующиеся не только на территории России, но и в других странах: Беларуси,

Армении, Грузии и др., пенсионный фонд, брокерская компания, депозитарий. ВТБ принадлежат доли в ВТБ-Арена, АО Тандер (сеть Магнит) и Первого Канала.

Несмотря на начавшееся движение в этом направлении, финансовые супермаркеты слабо распространены.

Существующие крупные финансовые альянсы выбирают себе различные организационные формы, но мало кто из них позиционирует себя финансовым супермаркетом в классическом его понимании.

В настоящее время в России сама трактовка «финансового супермаркета» в какой-то степени является размытой, нет четких границ и отличий данной формы финансовой структуры от других, схожих по выполняемым функциям, организаций [19, с. 79].

Если крупные банки могут решиться на серьезный шаг, организовать альянс, объединившись с другими банками, начать оказывать не только финансовые услуги, но и предоставлять клиентам продукты нефинансового характера, или набор услуг и продуктов широкой линейки, то мелкие и средние банки могут столкнуться с массой рисков и проблем.

Население в настоящее время несклонно полностью доверять банковским учреждениям, люди не располагают достаточными финансовыми средствами для инвестирования их или покупки ценных бумаг. Даже приобретая финансовые и нефинансовые услуги в одном месте, клиент будет опасаться, что данное финансовое учреждение обанкротится, и он потеряет все.

Соответственно, клиенты будут делать выбор в пользу разных организаций. Спрос на услуги финансовых супермаркетов существует, но он сконцентрирован, в основном, в мегаполисах.

В небольших городах уровень финансовой грамотности россиян низок, большинство людей не могут адекватно оценить риски и возможности, которые можно получить от совершения сделки или приобретения финансовых, либо нефинансовых услуг.

Существуют также и кадровые проблемы. Для работы в финансовых супермаркетах предполагается наличие специалистов высокого класса, качественное обслуживание клиентов требует высокого профессионализма всего персонала компании.

Сотрудники финансового супермаркета должны обладать знаниями, превышающими знания рядового клиентского менеджера, в несколько раз. Текучесть кадров в финансовых супермаркетах, по причине высоких требований, достаточно большая, поэтому данная организация рискует превратиться в финансовое учреждение, где можно приобрести только упрощенные и стандартизированные финансовые услуги, и продукты.

Кадровая проблема на сегодняшний день пока не решена, что серьезно осложняет развитие финансовых супермаркетов.

Клиентов в финансовом супермаркете может привлечь доступная стоимость финансовых продуктов и услуг. В европейских странах, к примеру, данные финансовые структуры и их персонал серьезно занимается изучением потребностей клиентов, эксперты тщательно анализируют спрос, выделяют наиболее популярные продукты и услуги, чтобы впоследствии сформировать из них набор услуг или продуктовую линейку. Покупка набора услуг обойдется клиенту намного дешевле, если он будет приобретать их в розницу и в различных банковских учреждениях [14, с. 33].

Финансовые супермаркеты позволяют клиентам сэкономить их финансовые средства, кроме этого, экономятся и временные ресурсы, так как клиенту уже не надо ходить по различным финансовым учреждениям, все услуги он может получить в одном месте. Так как предполагается, что в финансовом супермаркете работает сплоченная и активная команда профессионалов, клиент может быть уверен, что ему дадут профессиональную консультацию о том, как выгоднее разместить свободные средства и получить от этого, максимальную прибыль.

В свою очередь, крупные финансовые структуры также получают ряд преимуществ: это возможность сэкономить на аренде офисных площадей, на оптимизации штата персонала, на маркетинговых исследованиях и др.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что несмотря на существующее множество проблем, для популяризации и развития новых финансовых структур существуют реальные предпосылки в России. К проблемам можно отнести несовершенство законодательства, разную подчиненность финансовых и нефинансовых структур, недоверие населения и т.п.

Выявленные в ходе проведенного исследования преимущества финансовых супермаркетов, основные из которых: экономия средств и времени клиента, дополнительная прибыль и расширение клиентской базы финансовой корпорации, позволяют увидеть реальные перспективы будущего активного развития финансовых супермаркетов в нашей стране.

1.3 Законодательное регулирование деятельности финансовых супермаркетов.

Правовые основы функционирования финансовых рынков. Нормативные акты, регулирующие деятельность инфраструктуры финансовых рынков

Государственное управление и законодательное регулирование финансовых супермаркетов влияет на эффективность их развития [39, с.88].

Государственное регулирование касается аккумуляции финансовых ресурсов, обеспечения условий для успешного функционирования финансовых структур как на уровне национального финансового рынка, так и на международном финансовом рынке.

Государство вправе оказывать государственную поддержку и помощь в осуществлении деятельности финансовым учреждениям, это предоставление различных льгот, государственные инвестиции, разработка и реализация государственных программ и т.п.

В настоящее время достаточно актуальной проблемой является приведение деятельности финансовых организаций к единым нормам и стандартам, чтобы не было отличий в предоставлении услуг и продуктов как на национальном уровне, так и на международном.

Государственный мониторинг не должен оказывать давление на процесс самостоятельного регулирования своей деятельности самим финансовым учреждением. Наиболее эффективная модель функционирования крупных финансовых структур – это взаимодействие государственного контроллинга с саморегулированием.

Государство не должно вмешиваться в деятельность финансовых супермаркетов, оно реализует контрольную функцию, осуществляя надзор за деятельностью финансовых организаций.

Основной закон в данной сфере – Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 №39-ФЗ [5], а также ряд норм и положений Гражданского кодекса РФ [2].

Также необходимо выделить такие нормативно-правовые акты, как Федеральные законы «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-1 (в ред. от 27.12.2019 № 507-ФЗ) [3], «Об организации страхового дела в Российской Федерации» от 27.11.1992 № 4015-1 (в ред. от 20.07.2020 № 212-ФЗ) [8], «Об инвестиционных фондах» от 29.11.2001 № 156-ФЗ (в ред. от 20.07.2020 № 212-ФЗ) [7], «О негосударственных пенсионных фондах» от 07.05.1998 № 75-ФЗ (в ред. от 20.07.2020 № 212-ФЗ) [4].

Проект «Маркетплейс» (всеобщий финансовый супермаркет), который реализуется участниками финансового рынка под эгидой Центрального Банка России, в 2020 году обрел правовую основу: соответствующий закон принят 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» [6].

Концепция marketplace изложена в данном законе и корреспондирующих поправках, которые содержатся в документе-спутнике.

Через финансовые супермаркеты (marketplace) население может проводить сделки на предоставление банковских, страховых услуг, услуг на рынке ценных бумаг, проводить различные операции с использованием финансовых инструментов.

Договор в пользу третьего лица, если прибегнуть к помощи такой платформы, может быть заключен только при наличии полиса страхования: все остальные договоры заключаются только с организацией и самим клиентом. Оператор данной площадки не имеет права взимать вознаграждение со страхователя, если с ним был заключен договор обязательного страхования.

В законе прописано право эмитентов (в значении закона «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ (в ред. от 31.07.2020 № 306-ФЗ)) напрямую через финансовую платформу осуществлять финансовые сделки со своими ценными бумагами[5]. Сторонами сделок, которые совершаются с активами и ценными бумагами, могут выступать исключительно только физические лица с одной стороны и эмитенты ценных бумаг – с другой стороны, а также лица, которые действуют по их поручению, они называются дилерами. При этом, необходимо учитывать, что по финансовым сделкам, совершенным с финансовыми активами и с ценными бумагами, которые могут быть допущены к организованным торгам, в роли покупателей ценных бумаг могут являться исключительно физические лица.

Обеспечивать осуществление сделок между финансовыми организациями или эмитентами и физическими лицами должен оператор финансовой платформы, созданный в форме акционерного общества (АО). Оператор не имеет права осуществлять данную деятельность, совмещая ее с деятельностью в кредитной организации, кроме деятельности организатора в сфере торговли, или депозитария.

Оператор не имеет права являться стороной финансовых сделок, которые осуществляются при помощи финансовой платформы [6].

Оператор проводит расчеты с применением специального счета. Через данный счет клиентам начисляются доходы от проводимых сделок, а также списываются средства за предоставленные услуги.

Счет открывается только в банке, который является расчетным центром, или в кредитной организации, при условии, что она имеет высокий кредитный рейтинг, на уровне, установленного Центральным Банком России, или выше.

Минимум собственных средств оператора – обозначен в сумме 100 млн рублей. Их реестр формируется и ведется Центральным Банком России.

Так как через инвестиционные платформы можно открывать банковские вклады, в Законе от 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» прописаны все нюансы получения застрахованной части вкладов (1 400 тыс. рублей) в АСВ: возмещение клиент получает автоматически, с зачислением на свой счет, заявление не прикладывается [6].

В законе прописана отдельная статья, которая полностью раскрывает все требования, которые предъявляются к размещению информации, касающейся совершению финансовых сделок. Согласно данному закону, информация не может гарантировать или обещать клиенту в перспективном периоде большую доходность инвестированных средств, в том числе, даже если они рассчитаны по фактическим показателям, продемонстрированным в предыдущих периодах. Разрешается размещать только те сведения и только для услуг и продуктов, которые стабильно показывают определенный фиксированный уровень доходности.

Все возможные затраты потребителя прописываются при совершении сделки. В законе указано, что исключается прямое или косвенное влияние получаемого вознаграждения на результаты сделки, за то, что оператор предварительно провел сравнительный анализ ранее произведенных сделок и посоветовал клиенту наилучший вариант.

До 2023 года на операторов финансовых платформ не действуют нормативы Банка России, которыми утверждаются отраслевые стандарты бухучета.

Таким образом, с помощью системы «Маркетплейс» финансовые организации смогут сократить расходы на привлечение и обслуживание клиентов. Потребители, в свою очередь, получают беспрепятственный доступ к широкому спектру финансовых услуг в течение суток, независимо от места своего нахождения.

Взаимодействие потребителей и поставщиков услуг будет происходить на финансовых платформах, которые осуществляют операции с соблюдением всех требований по информационной безопасности. Все операторы платформ должны быть включены в специальный реестр Банка России. Информация о том, состоит ли оператор в данном реестре, размещается на сайте регулятора.

Для работы на платформе, клиент должен зарегистрироваться на ней один раз, после чего он может беспрепятственно открывать вклады, покупать финансовые и нефинансовые услуги продукты во всех подключенных к ней банках, страховых компаниях и т.д.

Например, можно собрать в единую «корзину» на финансовой платформе несколько вкладов в различных банковских учреждениях и перевести деньги всего лишь за один клик [6].

Высокую надежность системы «Маркетплейс» обеспечивает также регистратор финансовых транзакций, в котором содержится юридически значимая информация по произведенным на платформах сделкам. Сведения являются доступными для клиентов в личном кабинете на портале Государственных услуг РФ.

Финансовые супермаркеты имеют хорошие перспективы успешного и активного развития в России, так как они выгодны для всех участников сделок: клиентов и финансовых структур.

Клиенты экономят время и деньги, финансовые организации – наращивают прибыль, развивая одновременно несколько направлений своей деятельности [17, с. 114-115].

Проблемы связаны с недостаточной финансовой грамотностью населения, пробелами в действующем законодательстве, специфике подчиненности финансовых и нефинансовых структур. Но все эти проблемы решаемы, путем совершенствования законодательной базы, просвещения потенциальных клиентов в вопросах финансовой грамотности и выгоды финансовых сделок.

Государственное регулирование и поддержка ключевых игроков финансового рынка, приведение их деятельности к общим стандартам, позволит привлечь внимание клиентов к новой модели финансовых организаций, что положительно скажется не только на развитии финансового рынка, но и на развитии территорий и предприятий реального сектора экономики.

Выводы по главе один

Таким образом, финансовый супермаркет - это подразделение кредитно-финансовой организации, предлагающее потребителям полный набор финансовых и нефинансовых услуг и продуктов. Кроме банковских, клиенты могут приобретать инвестиционные, консультационные и страховые продукты и услуги.

Главной миссией финансовых супермаркетов является упрощение процесса получения физическими и юридическими лицами финансовых продуктов и услуг.

Несмотря на существующее множество проблем, для популяризации и развития новых финансовых структур существуют реальные предпосылки в России. К проблемам можно отнести несовершенство законодательства, разную подчиненность финансовых и нефинансовых структур, недоверие населения и т.п.

Выявленные в ходе проведенного исследования преимущества финансовых супермаркетов, основные из которых: экономия средств и времени клиента,

дополнительная прибыль и расширение клиентской базы финансовой корпорации, позволяют увидеть реальные перспективы будущего активного развития финансовых супермаркетов в нашей стране.

Государственное регулирование и поддержка ключевых игроков финансового рынка, приведение их деятельности к общим стандартам, позволит привлечь внимание клиентов к новой модели финансовых организаций, что положительно скажется не только на развитии финансового рынка, но и на развитии территорий и предприятий реального сектора экономики.

2 СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ СУПЕРМАРКЕТОВ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

2.1 Опыт развития финансовых супермаркетов в зарубежных государствах.

Необходимость адаптации зарубежного опыта развития финансовых супермаркетов в российской практике

Финансовые супермаркеты активно развиваются в зарубежных странах, по причине удобства получения услуг клиентами. Клиент может получить набор нужных ему финансовых и нефинансовых продуктов и услуг в одном месте, не затрачивая дополнительного времени на посещение различных организаций финансовой и нефинансовой сферы.

Таким образом, процесс получения нужной услуги значительно ускоряется и упрощается [24, с. 90].

Первые финансовые супермаркеты возникли в Соединенных Штатах Америки в начале 20 века, но их распространение и развитие было заторможено на законодательном уровне.

В европейских государствах данные финансовые институты стали открываться уже ближе к концу 20 века, как правило, возникали они посредством объединения (слияния, поглощения более крупными) банковских и страховых организаций.

Вторая волна распространения финансовых супермаркетов зафиксирована в Соединенных Штатах Америки и Японии в конце 20 – начале 21 вв., и уже к двум направлениям: банковскому и страховому, данные корпорации стали добавлять инвестиционную деятельность. Это позволило привлечь больше клиентов, расширить клиентскую базу, повысить уровень обслуживания, увеличить спектр предоставляемых продуктов и услуг. Как следствие, увеличилась лояльность клиентов, возник интерес у постоянных клиентов банковских организаций к услугам нефинансового характера, и, наоборот.

В России начало продвижения финансовых супермаркетов было положено в самом начале 21 века, но так и не получило широкого распространения [26, с. 55].

Платформой создания финансовых супермаркетов является банковское учреждение. Это оптимальное решение, так как основным направлением деятельности, все равно, остается предоставление финансовых услуг: расчетно-кассовое обслуживание, депозитарная деятельность, осуществление банковских транзакций и т.п.

Финансовые супермаркеты могут обслуживать как юридические, так и физические лица. Розница пользуется большей популярностью, так как финансовая организация может предложить широкую продуктовую линейку, выше получаемая маржа и процентный доход.

Розничные банковские продукты представлены на рисунке 3.

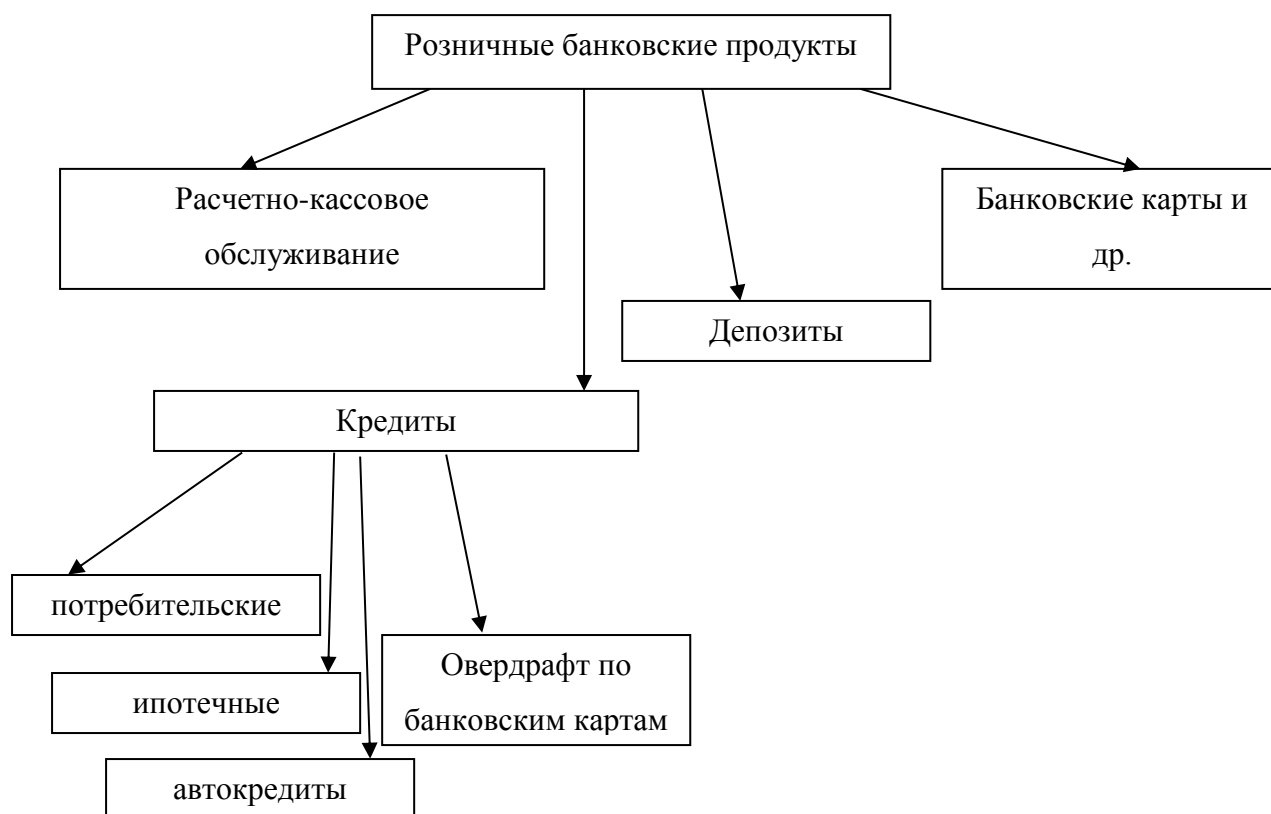


Рисунок 3 – Розничные банковские продукты [39, с. 78]

Кроме ключевой традиционной банковской деятельности и соответствующих продуктов, и услуг, финансовые супермаркеты имеют право предлагать клиентам

страховые продукты. Линейка страховых продуктов и услуг представлена на рисунке 4.

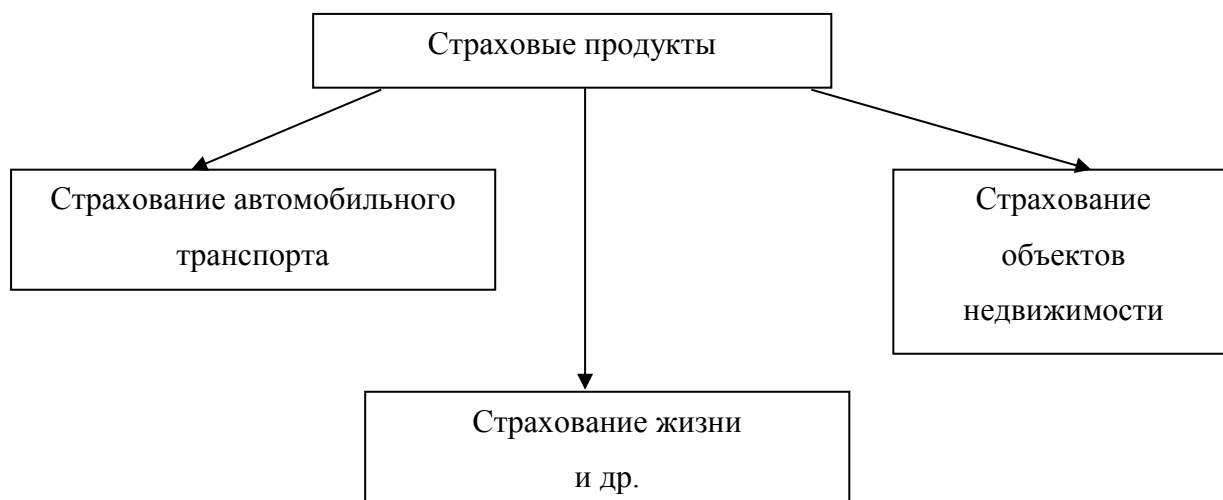


Рисунок 4 – Страховые продукты [39, с. 80]

В настоящее время все больше финансовых корпораций оказывают клиентам не только банковские и страховые продукты и услуги, но и инвестиционные услуги. Линейка инвестиционных продуктов представлена на рисунке 5.

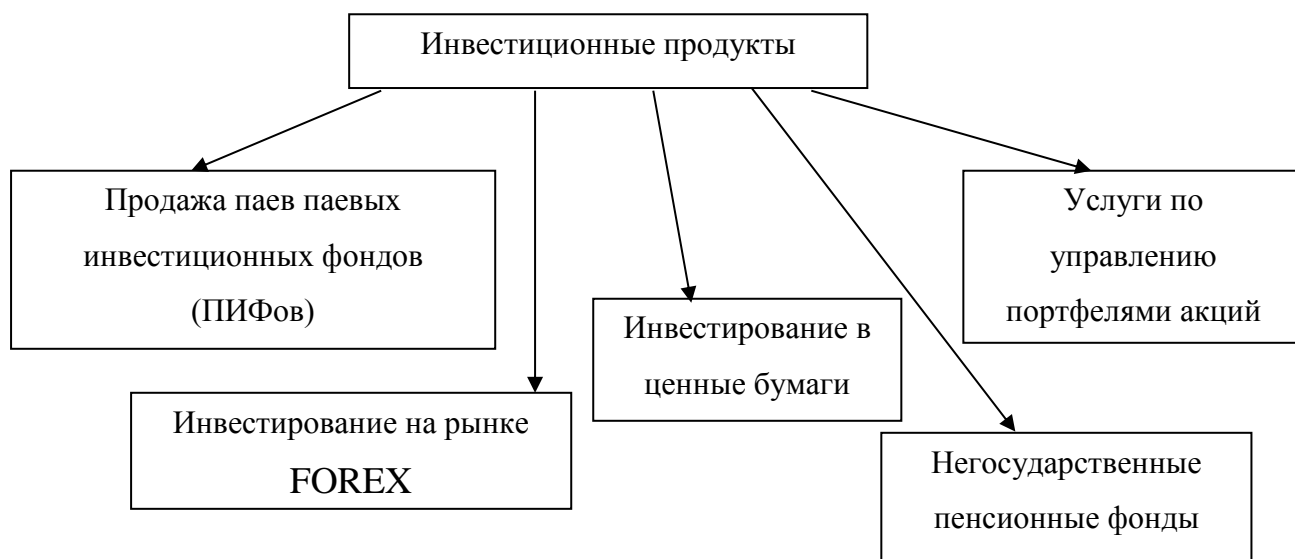


Рисунок 5 – Инвестиционные продукты [39, с. 88]

Как уже неоднократно подчеркивалось в ходе проведенного исследования, финансовые супермаркеты обладают рядом несомненных преимуществ, по сравнению с однопрофильными финансовыми или нефинансовыми организациями.

Для наглядности, отобразим ключевые преимущества финансовых супермаркетов на рисунке 6.

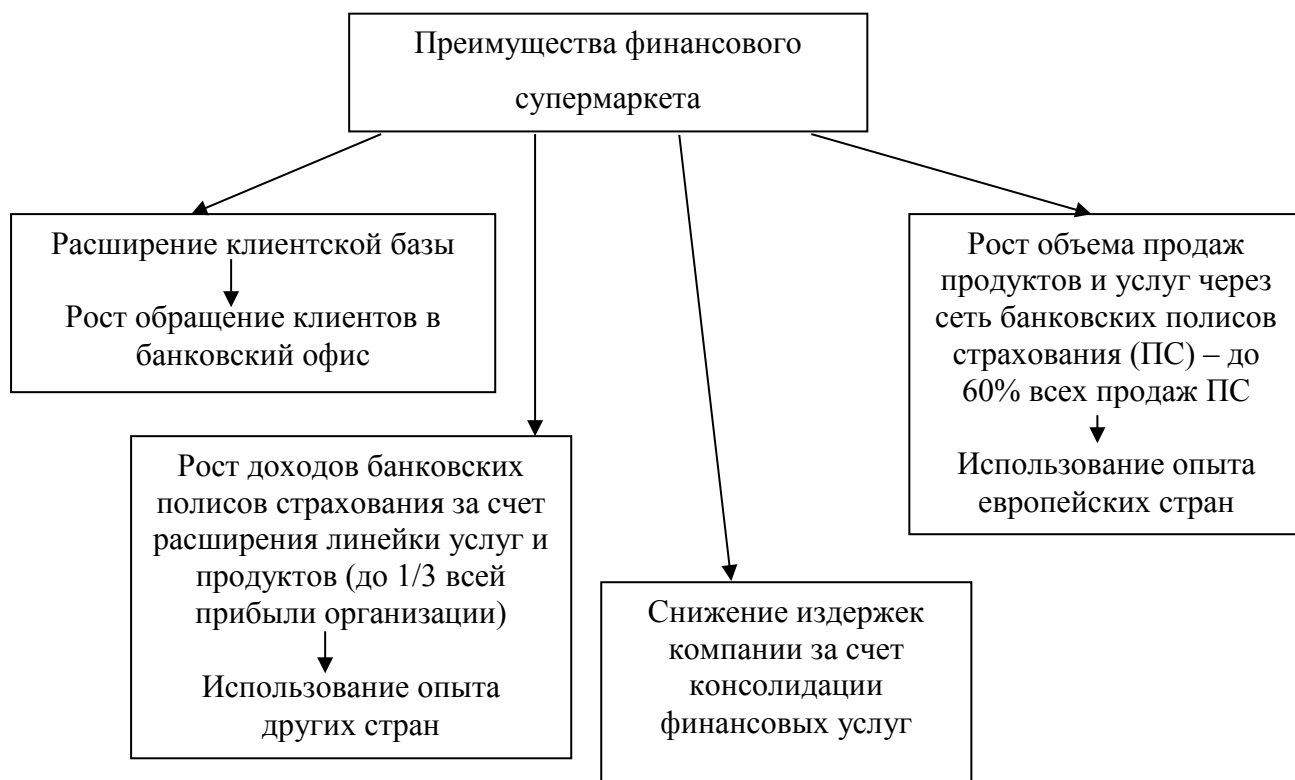


Рисунок 6 – Преимущества финансового супермаркета

В последнее время, на финансовом рынке преобладает ряд тенденций и факторов, влияющих на стабильность предприятий – ключевых игроков финансового российского рынка:

- во-первых, работать финансовым организациям приходится в условиях жесткой конкуренции;
- во-вторых, все чаще происходят процессы объединения мелких или средних финансовых организаций или, что встречается намного чаще, более крупные финансовые компании поглощают мелкие организации или организации, имеющие сложное, кризисное финансовое и экономическое положение;
- в-третьих, изменение действующего законодательства в пользу совмещения банковской деятельности с другими нефинансовыми направлениями деятельности;

– в-четвертых, финансовые супермаркеты приоритетно начинают развивать розничное направление бизнеса, так как снижается процентная маржа и усиливается борьба финансовых учреждений за корпоративных клиентов;

– в-пятых, в борьбе за получение лояльности клиентов, финансовые организации объявляют себя финансовыми супермаркетами [40, с. 63].

В целом, необходимо отметить общее, что характеризует данные структуры на российском и зарубежном рынке, которое заключается в том, что финансовые супермаркеты предлагают для клиентов комплексный подход. Финансовые супермаркеты стремятся к максимальному росту величины совместных продаж [42, с. 43].

Выгодность создания финансовых супермаркетов как для клиентов, так и для самих кредитных организаций, позволяет предположить, что будущее у данной структуры финансовых корпораций есть не только в зарубежных странах, но и в России.

Первым в России финансовым учреждением, которое можно признать в определенной степени финансовым супермаркетом, стала Компания Кредитмарт.

Компанией был набран персонал, состоящий из сотрудников, имеющих большой опыт работы в финансовых структурах, включая зарубежные финансовые корпорации. Были привлечены специалисты, которые имеют широкие навыки, знания и умения в сфере развития рынка жилищного и потребительского кредитования [24, с. 91].

В качестве основного направления деятельности данной компании выступает ипотечное, потребительское кредитование и предоставление услуг страхования.

В настоящее время партнерами Кредитмарт являются такие коммерческие банки, как Сбербанк, ВТБ24, Абсолют банк, Unicredit, Альфа-Банк, ОТП банк, БМ-Банк, Банк жилищного финансирования и др.

Несмотря на достаточно широкую степень развития компании Кредитмарт, можно выделить ряд факторов, сдерживающих потребности клиентов в предоставляемых компанией услугах. Один из наиболее значимых факторов - это

быстрорастущие тарифы на услуги, стоимость на услуги может быть намного выше, чем в обычных банковских учреждениях [24, с. 92].

Таким образом, несмотря на наличие серьезных проблем, перспективы создания полноценных финансовых супермаркетов в России, есть, но данный процесс может занять достаточно продолжительный период времени - 5-10 лет и потребуются также значительные инвестиции. Финансовый супермаркет предлагает потребителям широкую линейку товаров и услуг, которые являются стандартизированными.

В условиях роста соперничества российских финансовых компаний с зарубежными компаниями, имеющими свои представительства в России, укрупнение финансовых организаций стало достаточно актуальной задачей.

Слияние нескольких финансовых учреждений позволит укрепить их экономическое состояние, повысить уровень конкурентоспособности. Крупной финансовой корпорации легче удержаться «на плаву» в сложных кризисных условиях конкурентного финансового рынка [26, с. 57]. Успешное и эффективное использование зарубежной модели в практической деятельности российских финансовых организаций, позволит не только привлечь клиентов и повысить их лояльность, но также снизить собственные расходы, как на содержание штата, так и на другие расходы, такие как содержание офисных площадей, маркетинговые исследования и т.п.

Таким образом, можно сделать вывод, что для успешного функционирования и дальнейшего развития крупных финансовых корпораций в России, отечественным банкам необходимо постепенно внедрять практику зарубежных стран.

Инновационные формы деятельности в любой сфере, включая финансовую деятельность, всегда с трудом и с сопротивлением внедряются на практике, но, сумев преодолеть все проблемы и трудности, на выходе можно получить полноценный финансовый супермаркет, чья деятельность принесет выгоду всем участникам финансового рынка.

2.2 Специфика развития финансовых супермаркетов в условиях конкуренции на российском рынке. Особенность вектора развития конкуренции на рынке финансовых услуг

На создание финансовых супермаркетов, и их эффективное функционирование, оказывают влияние следующие факторы:

1. Стремление банков к получению максимально возможной прибыли. Это можно достигнуть за счет интенсивного (совершенствование деятельности) или экстенсивного развития (освоение новых рыночных сегментов).

2. Чтобы банковское учреждение длительное время оставалось конкурентоспособным, ему необходимо увеличивать и обновлять линейку продуктов и услуг, привлекать клиентов с помощью комплексной формы обслуживания [26, с. 58].

3. Необходимость расширения рынка охвата своими услугами, то есть завоевание новых сегментов.

Основные продукты и услуги современного финансового рынка, направленные, в основном, на привлечение частного инвестора представлены на рисунке 7.

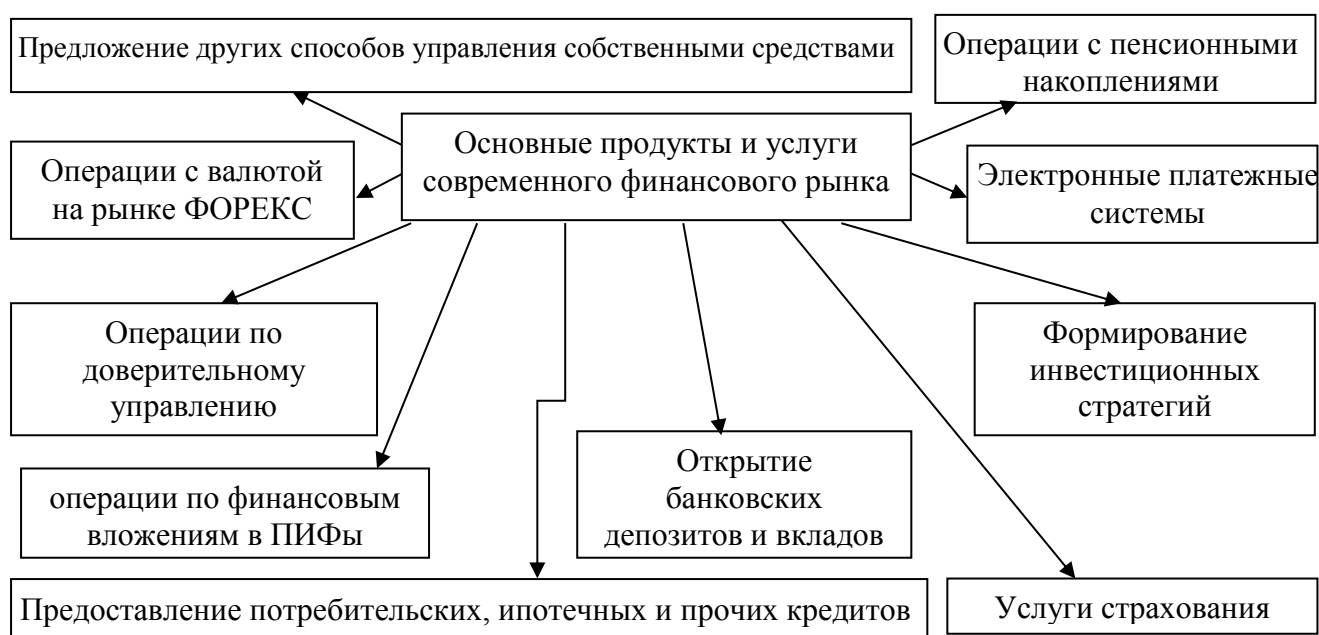


Рисунок 7 – Основные продукты и услуги финансового рынка [29, с. 70]

Финансовые супермаркеты предпочитают осуществлять свою деятельность на розничном рынке – обслуживают физические лица, предоставляют широкий спектр продуктов.

На российском рынке в настоящее время действует множество финансовых организаций, многие из них являются универсальными, то есть предлагают различные услуги своим клиентам и осуществляют свою деятельность по нескольким направлениям. Наиболее близки по своей структуре, функциям, задачам и специфике деятельности к финансовым супермаркетам три российские компании: Тройка Диалог, Альфа-Банк и Финам.

Кратко их описание представлено на рисунке 8.



Рисунок 8 – Краткая характеристика российских финансовых супермаркетов [9]

Более подробно рассмотрим схему функционирования финансового супермаркета на примере компании «Финам».

Компания постоянно увеличивает спектр своих услуг, ее представительства и офисы расположены в разных странах, в том числе на территории России – их более 100.

Дилинговый центр «Финам» открывает свободный доступ для своих клиентов к отечественным, зарубежным площадкам, инвесторы получают финансовые продукты с защитой капитала. Площадка осуществляет личные консультации, с привлечением опытных инвесторов и управляющих.

С пакетом «Единый счет», который предлагает «Финам», инвестор может работать на МосБирже, площадках NYSE и NASDAQ.

Компания «Финам» предлагает клиентам список бесплатных услуг на фондовом рынке. С помощью пакета Trade Center, работающим в рамках программы «Автоследование», клиент отслеживает тактики, определенные операции управляющих с лучшими портфелями.

Финам является лидером по числу открытых ИИС, это позволяет жителям РФ повысить уровень эффективности инвестиций в отечественные ценные бумаги, за счет льготы в виде вычета налога в 13% от вложенных средств. Это актуально в том случае, если деньги инвестируются на срок более трех лет.

В конце 2015 года компанией был запущен революционный сервис, у которого нет аналогов на территории России. Любой желающий может за пару кликов стать инвестором через интернет-магазин ценных бумаг. Чтобы приступить к торговле, нужен только доступ в интернет и карта банка. Через магазин предоставляется возможность работы с инструментами отечественных бирж. Открыта покупка активов иностранных компаний без посещения офиса фирмы. Чтобы приступить к торговле, клиент должен пройти регистрацию. Необходимо зайти на сайт компании «Финам», используя ссылку <https://www.finam.ru>, выбрать раздел «Брокерские услуги», затем - «Открыть счет» (рисунок 9).

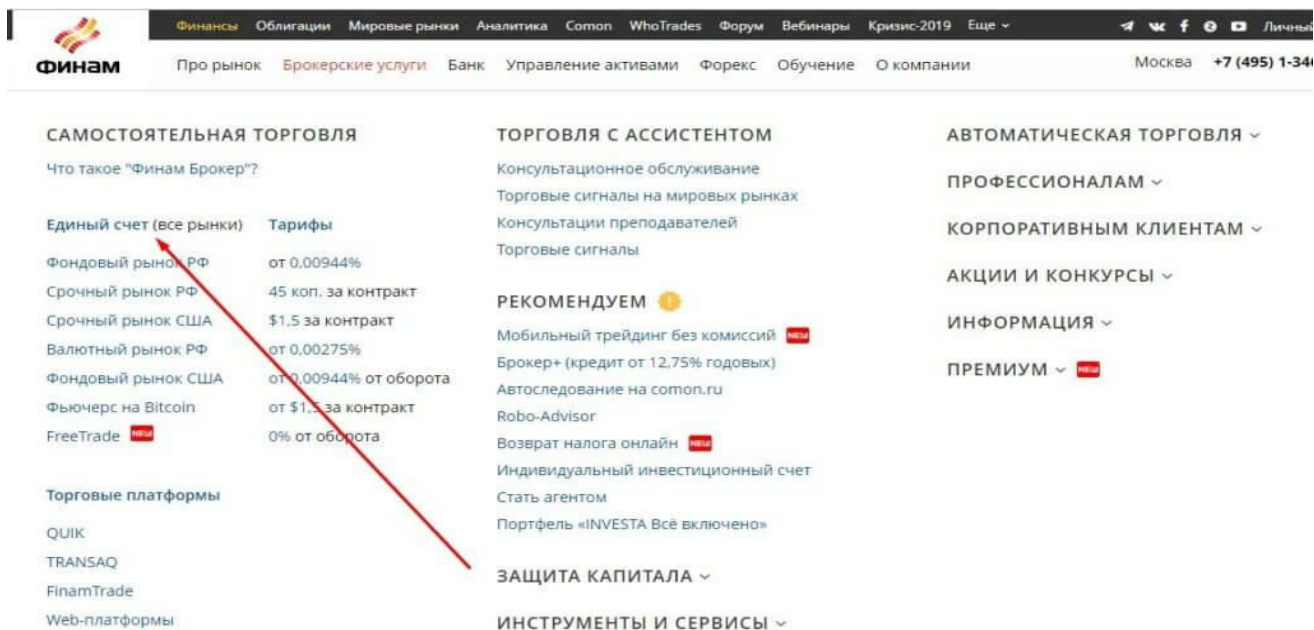


Рисунок 9 – Регистрация на сайте компании «Финам»

После вышеуказанных действий, откроется регистрационное поле (рисунок 10).

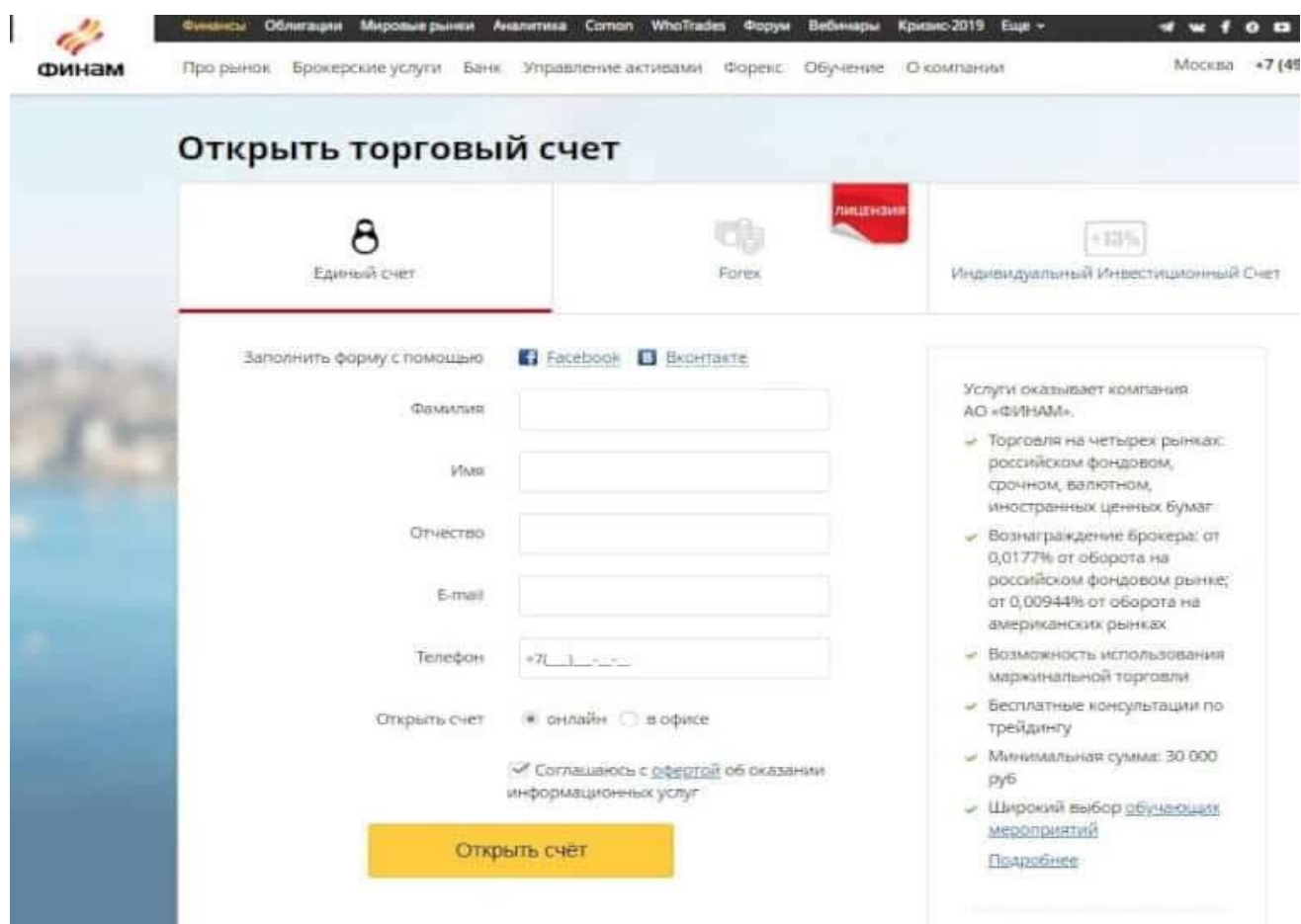


Рисунок 10 – Регистрационное поле для открытия торгового счета

Далее клиент указывает свои личные данные, вводя актуальную информацию, не допуская ошибок. Предлагается изучить соглашение, прежде чем поставить галочку в ячейке «Согласен». «Финам» для удобства клиентов предлагает два варианта: открыть счет через сайт или прийти в офис компании лично.

Также для удобства клиентов используется демо-счет – он особенно полезен для новых инвесторов. Регистрация подтверждается кодом, который поступает на телефон клиента в смс-сообщении.

Клиенту остается выбрать самостоятельно тип демо-счета (рисунок 11).

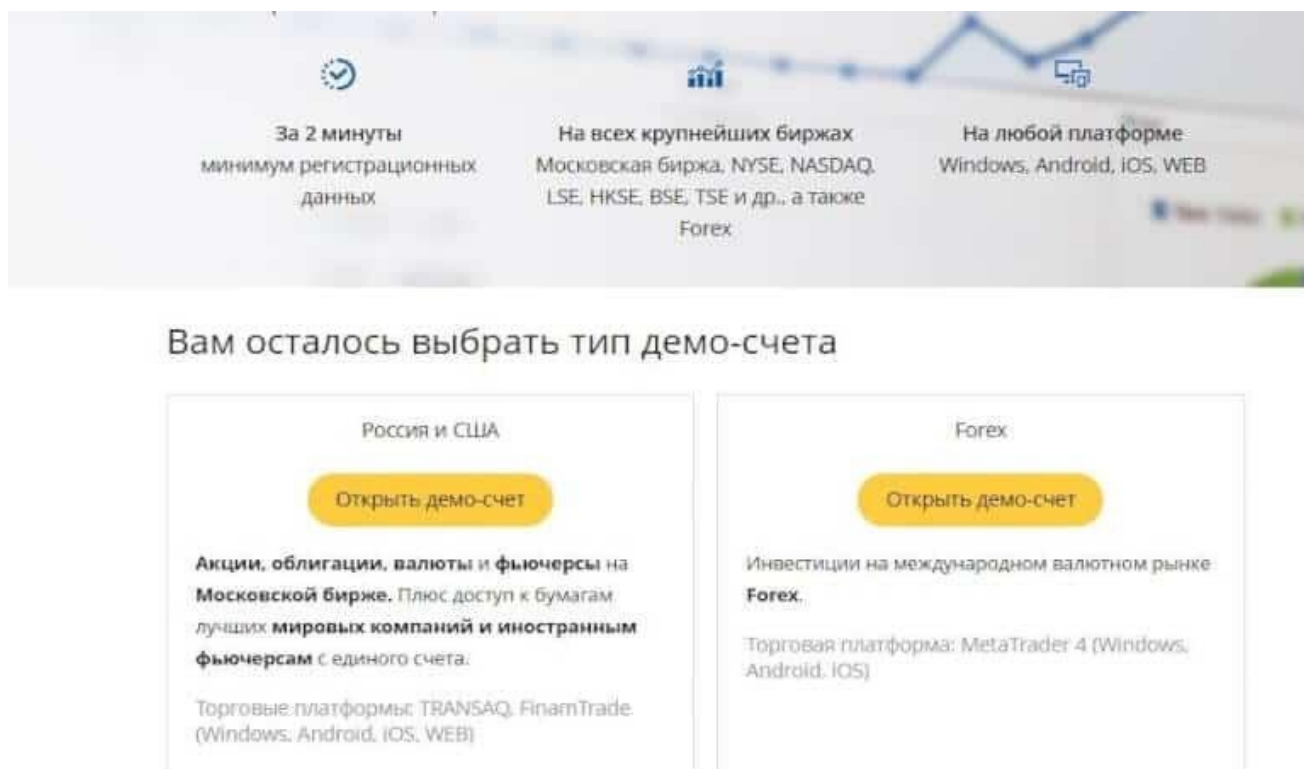


Рисунок 11 – Выбор типа демо-счета

На официальном сайте может ознакомиться со списком услуг, которые предоставляет финансовый супермаркет. Можно выбрать узкий тип счета для работы с несколькими активами, например, с валютными парами. Клиенту предоставляется возможность приобрести акции, не выходя из дома, открыв ИИС дистанционно.

Единый счет «Финам» обладает рядом преимуществ, по сравнению с обычным брокерским депозитом: общий риск-менеджмент, кросс-обеспечение.

Данный тип счета обеспечивает доступ к следующим рынкам:

- рынок срочных контрактов и ценных бумаг РФ;
- фондовый рынок США;
- валютный рынок.

Изучить тарифную сетку также можно на сайте компании. Если возникли трудности, предоставляется возможность обращения за помощью к менеджеру компании.

Брокерские услуги предоставляются только совершеннолетним жителям РФ, старше 18 лет. В процессе заполнения регистрационного поля, в обязательном порядке следует изучить декларацию о возможных рисках.

Открыть счет можно по данным ЕСИА, воспользовавшись сайтом Государственных услуг РФ в онлайн-режиме.

В личном кабинете «Финам» для клиента открывается доступ к опциям и функциям. Здесь клиент может следить за балансом, процессами, которые связаны с выводом и вводом средств. Впервые посещая персональный кабинет, инвестор должен произвести загрузку ключей, так как компания действительно заботится о безопасности своих клиентов.

Менеджмент компании «Финам» следит за своевременностью обновления процессов, интеграцией нововведений. Клиенты самостоятельно осуществляют выбор программного обеспечения, компания предлагает несколько вариантов.

Специальную программу устанавливать не нужно, так как вся работа осуществляется в браузере. Для каждого терминала и разных операционных систем разработаны мобильные приложения. Если у клиента нет доступа к компьютеру, компания «Финам» позволяет ему следить за торгами через смартфон или планшет.

Для этого компанией разработаны следующие приложения:

- QUICK. Популярная площадка с просмотром биржевых котировок в виде графиков и таблиц. Сделки осуществляются в быстром режиме, без задержек. Существует функция закладок на экране;

– TRANSAQ. Терминал для участия в торгах на срочных рынках ММВБ, ФОРТС и РТС. Существует и возможен к использованию экспорт данных с технического анализа, встроен язык для написания персональных алгоритмов. Также сюда добавлено обучение, сервис перевода клиентских транзакций. Данные поступают в виде комбинированного графика — обобщения разных индикаторов.

«Finam Trade» - это персональная разработка компании, которая поддерживает трейдинг на рынках как валютных, так и срочных, фондовых. Существует сервис клонирования операций самых успешных инвесторов, представлено множество графиков, котировок. Зачастую используется стакан и общий аккаунт для управления депозитами, встроен оперативный новостной модуль.

Также для удобства клиентов, отдельно выведены программы для торговли (рисунок 12).

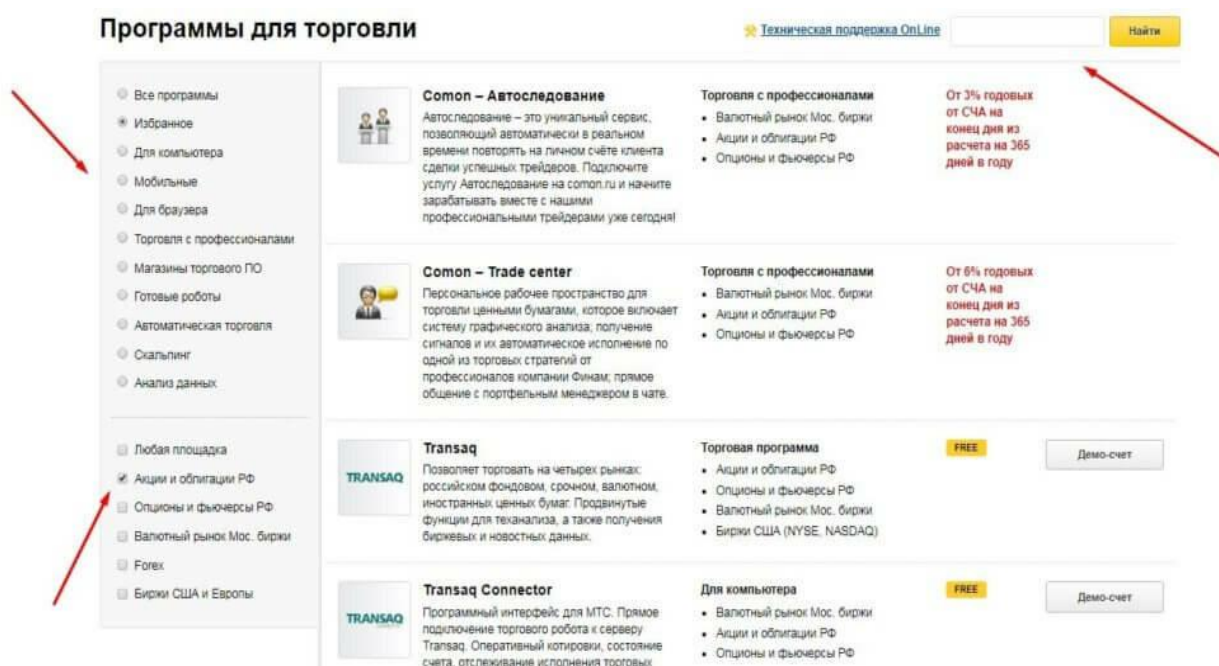


Рисунок 12 – Программы для торговли

Программы для автоторговли вынесены отдельно. Можно открыть демо-счет для тестирования определенного софта.

Функционал для ввода и вывода средств – это банковские переводы и фирменные интернет-банки. Действующей валютой является рубль. Денежные

переводы от трех и более лиц, компанией не допускается, требуется подтверждение персональной информации как в процессе пополнения счета, так и в процессе вывода средств. Срок снятия денежных средств со счета не превышает 2 рабочих дней.

При открытии счета, клиент должен пополнить баланс. Для исключения ошибок в ходе данного процесса, на сайте компания выложена подробная инструкция.

Также, для облегчения работы на сайте компании, для клиентов представлен широкий ассортимент обучающих материалов (рисунок 13). Один из самых интересных и наиболее востребованных – это наблюдение за операциями самых опытных инвесторов через «Торговый зал».

Предлагается подключение к онлайн-трансляции. Так же можно наблюдать за трейдингом профессиональных брокеров, работой скальперов. Новички могут открыть чат для обсуждения, постановки вопросов, изучения причин открытия и завершения сделки. Это не является детальным и пошаговым руководством, но дает прекрасную возможность понять, как работают опытные трейдеры.

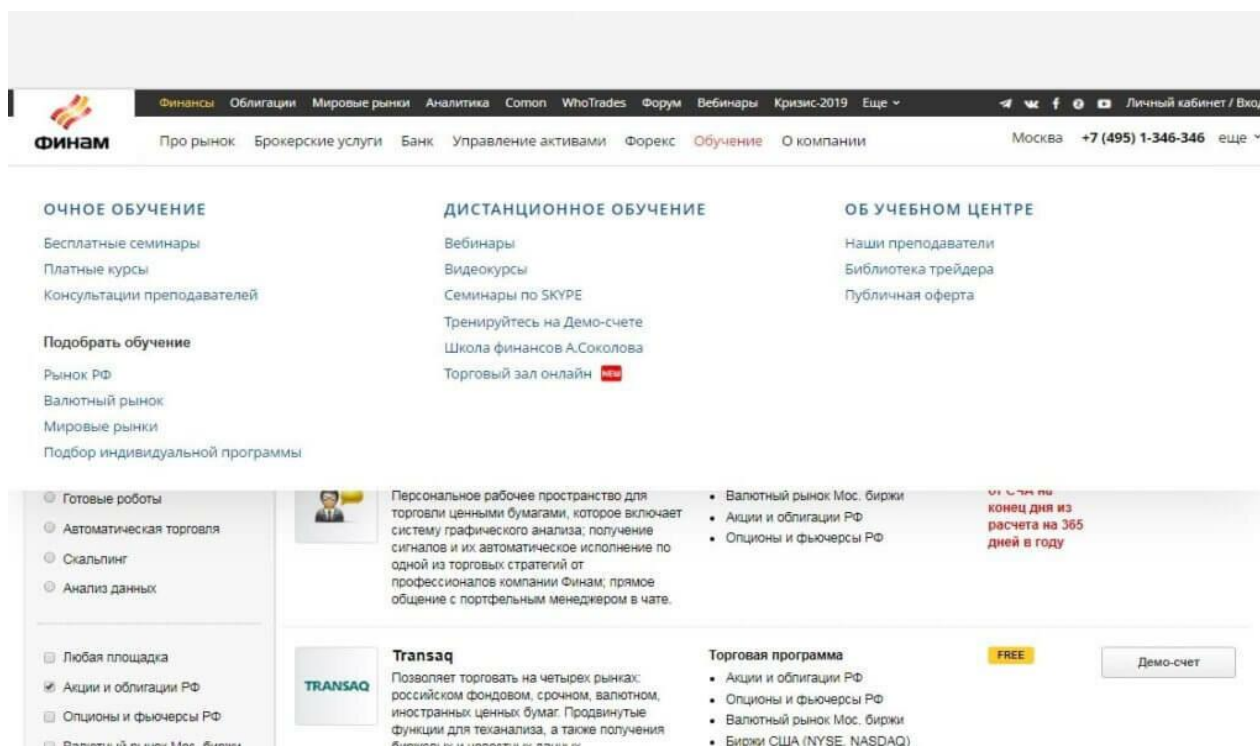


Рисунок 13 – Обучающие материалы компании

На сайте представлены обучающие вебинары, семинары, платные занятия. Добавлены бесплатные уроки для новичков. Клиент может самостоятельно изучить все нюансы терминала, азы технического анализа и инструментов, без которых невозможно обойтись.

Клиентам с VIP-аккаунтами предлагаются консультации, сделки с советником. Услуги предоставляются пакетам. Цена зависит от пакетного набора сервисов.

Раздел со стратегиями базируется на скриншотах. Информация представлена в удобном виде, она понятна, наглядна. То есть, клиенту не понадобятся другие источники информации.

Библиотека Трейдера представляет собой источник полезной информации в текстовом формате. Она включает в себя материалы по фондовому рынку и инструкции, которые значительно упрощают работу. Здесь же размещены пособия по работе с личным кабинетом и терминалами. Для старта, представленной информации более, чем достаточно.

Очень часто «Финам» проводит акции, конкурсы, которые позволяют клиентам компании показать свой профессионализм и получить дополнительный заработок. В отдельном разделе компанией собраны для клиентов инструменты и сервисы, которые будут особенно полезны и эффективны для проведения операций на электронной площадке компании. Все счета и депозиты компании надёжно защищены. У компании существуют страховки и портфели инструментов, которые позволяют заработать максимально возможные суммы.

Тем не менее, несмотря на вышеприведенные несомненные преимущества, данный финансовый институт мало распространен.

Существует ряд факторов, которые препятствуют завоеванию российского рынка финансовыми супермаркетами. К таким факторам относятся следующие:

– слабая конкурентная среда на отечественном финансовом рынке. Мелкие и средние финансовые компании не в состоянии конкурировать с крупными финансовыми корпорациями;

- нет инвесторов, готовых финансировать деятельность финансовых супермаркетов;
- существующая необходимость повышения финансовой грамотности населения;
- слабое взаимодействие банковских и небанковских учреждений;
- нет поддержки финансовых супермаркетов со стороны российской законодательной системы;
- ограниченность создания финансовых супермаркетов на других площадках, кроме банковских подразделений;
- влияние негативного опыта создания и деятельности финансовых супермаркетов в других странах;
- кризисное состояние некоторых финансовых супермаркетов, в качестве примера можно привести негативный опыт Citibanka.

Тем не менее, если предположить, что в перспективном периоде произойдет рост благосостояния населения, повышение интереса к финансовым и нефинансовым услугам и продуктам, то вполне возможно, что импульс развития финансовых супермаркетов в России будет задан.

Необходимо более широко освещать все преимущества, которые предоставляют финансовые супермаркеты своим клиентам. Это возможность покупки набора необходимых продуктов и услуг финансового и нефинансового характера, экономия времени и средств, получение профессиональной консультации, выгодное вложение денежных средств, навыки работы на валютных и национальных финансовых рынках [46, с. 97].

Основные преимущества финансовых супермаркетов, которые необходимо еще раз подчеркнуть:

- высокий уровень обслуживания клиентов, использование индивидуальных и комплексных подходов;
- постоянное обновление продуктовой линейки;
- возможность приобрести продукты и услуги в одном месте;

- экономия средств клиента;
- экономия времени клиента;
- расширение базы клиентов и географии охвата финансовым супермаркетом рыночных сегментов;
- повышение прибыльности, привлечение клиентов за счет снижения цены услуг за счет их комплексности и массовости;
- возможность стандартизации и унификации услуг за счет объединения разных финансовых и нефинансовых компаний в единую группу.

Для эффективного и успешного развития финансовых супермаркетов в России, необходимо решить следующие задачи:

- устранить пробелы в существующем законодательстве, ликвидировать значительные различия в государственном и отраслевом регулировании финансовых и нефинансовых организаций (страховых, инвестиционных и т.п.);
- устранить проблемы в создании и функционировании финансовых посредников, на государственном и законодательном уровне;
- увеличить направленность государственной политики на решение проблем беспрепятственного создания комплексных финансовых и нефинансовых продуктов и услуг в рамках единой финансовой группы, объединившей в себе несколько разнонаправленных организаций, таких, как банковские, страховые, инвестиционные компании;
- сформировать унификационную систему, которая позволила бы подвести под единые стандарты все финансовые продукты и услуги [9];
- ускорить процесс получения потребителем комплекса услуг и продуктов;
- исключить дополнительные непроизводительные временные, трудовые и организационные затраты, что является актуальным для физических и юридических лиц, особенно в условиях современных мегаполисов.

Таким образом, можно сделать вывод, что на российском финансовом рынке, в отличие от развитых финансовых рынков Европы и США, неразвита система работы с частными инвесторами. Население не привыкло обращаться к

финансовым структурам за консультацией по вопросам инвестиций, в то время, как в других странах население пользуется данной услугой, не затрачивая при этом больших денежных сумм, так как европейские и американские инвестиционные компании, и инвестиционные супермаркеты имеют приоритетную общую цель - расширение клиентской базы, а не получение прибыли, как это сложилось на сегодняшний день в российской финансовой системе [41, с. 58].

Усиление интеграции между банковским и небанковским сектором, поддержка этого на законодательном уровне, позволит выработать единые стандарты, обеспечивать перекрестный доступ к клиентской базе, значительно сократить расходы на содержание и развитие персонала, сформировав сильную команду профессионалов, обладающих знаниями в банковской, страховой, инвестиционной сферах деятельности. Объединение банковских, страховых, инвестиционных компаний в единую группу позволит также сократить расходы на маркетинговые исследования и PR-деятельность, снизить риски банкротства, так они будут распространяться не на одно направление деятельности, а на несколько. Также, возможно значительное расширение клиентской базы, так как клиенты, которые пришли за получение банковских услуг, могут заинтересоваться страховыми или инвестиционными услугами, и, наоборот.

2.3 Динамика показателей функционирования финансовых супермаркетов в России. Анализ наиболее масштабных российских финансовых супермаркетов (инвестиционных маркетплейсов)

В настоящее время в России финансовые супермаркеты или инвестиционные маркетплейсы представлены в разной степени готовности, существует ряд крупных и не очень компаний. Кроме них, ежегодно появляются десятки финансовых структур аналогичной направленности.

Наиболее масштабные российские финансовые супермаркеты:

– Тинькофф Инвестиции – надстройка над основным бизнесом банка. Открывает для владельцев карты банка возможности по операциям с акциями, облигациями, ETF, полисами ИСЭ и паевыми фондами одной управляющей компании-партнера;

– АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» – позиционирует себя как розничный брокер, а также инвестиционная группа, предоставляющая клиентам трейдерские, инвестиционные, банковские услуги, операции по доверительному управлению денежными средствами и ценными бумагами, инвестированию на валютном рынке Forex;

– финансовая платформа (проект Группы компаний «Инфитиум») – это электронная площадка, которая предоставляет управляющим компаниям полноценный дистанционный канал продаж, а инвесторам – возможность совершать операции с паями российских УК. Действует система удаленной идентификации через ЕСИА;

– Маркетплейс Центрального Банка России – основной функцией является регистрация финансовых транзакций и аккумулирование информации о них в едином надежном источнике.

При этом маркетплейс использует систему удаленной идентификации через биометрию, которая была запущена в России с 1 июля 2018 года;

– Мой Капитал – предлагаются котировки акций, облигаций, анализ предложений по ИИС, существует возможность расчета страховой части пенсии, консультирование в подборе пластиковых карт. В перспективе возможно открытие брокерского счета и приобретение акций. Имеет сервис по обучению начинающих инвесторов;

– Banki.ru – дает пользователям возможность воспользоваться такими услугами, как вклады и кредиты, выбрать акции, облигации (как российских, так и зарубежных компаний), страховые продукты, ПИФы и др. [9]

Более подробно рассмотрим наиболее крупные российские финансовые супермаркеты – это Тинькофф Инвестиции и АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ».

За 9 месяцев 2020 года, Тинькофф Инвестиции получил 78,4 млрд рублей процентных доходов, это на 43% выше аналогичного периода 2019 году, в основном, за счет увеличения выдачи кредитных карт в 3 раза. Чистая маржа при этом увеличилась также почти в 3 раза.

Динамика чистого процентного дохода за период 2013 – 2020 годы представлена на рисунке 14.

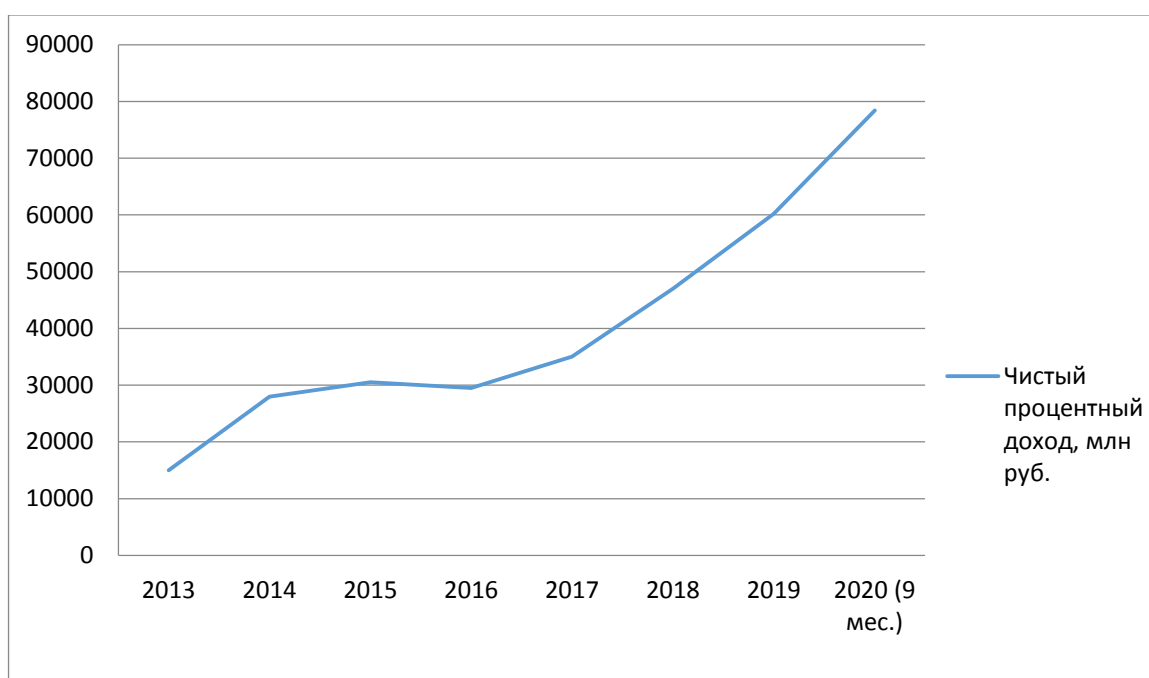


Рисунок 14 – Динамика чистого процентного дохода Тинькофф банк [9]

Комиссионные доходы банка за 9 месяцев 2020 года возросли к ретро-периоду на 177%, и составили 24,8 млрд рублей (рисунок 15).

При этом, основной вклад в доходы принесло обслуживание индивидуальных предприятий и прочих организаций, эквайринг и кредитное страхование.

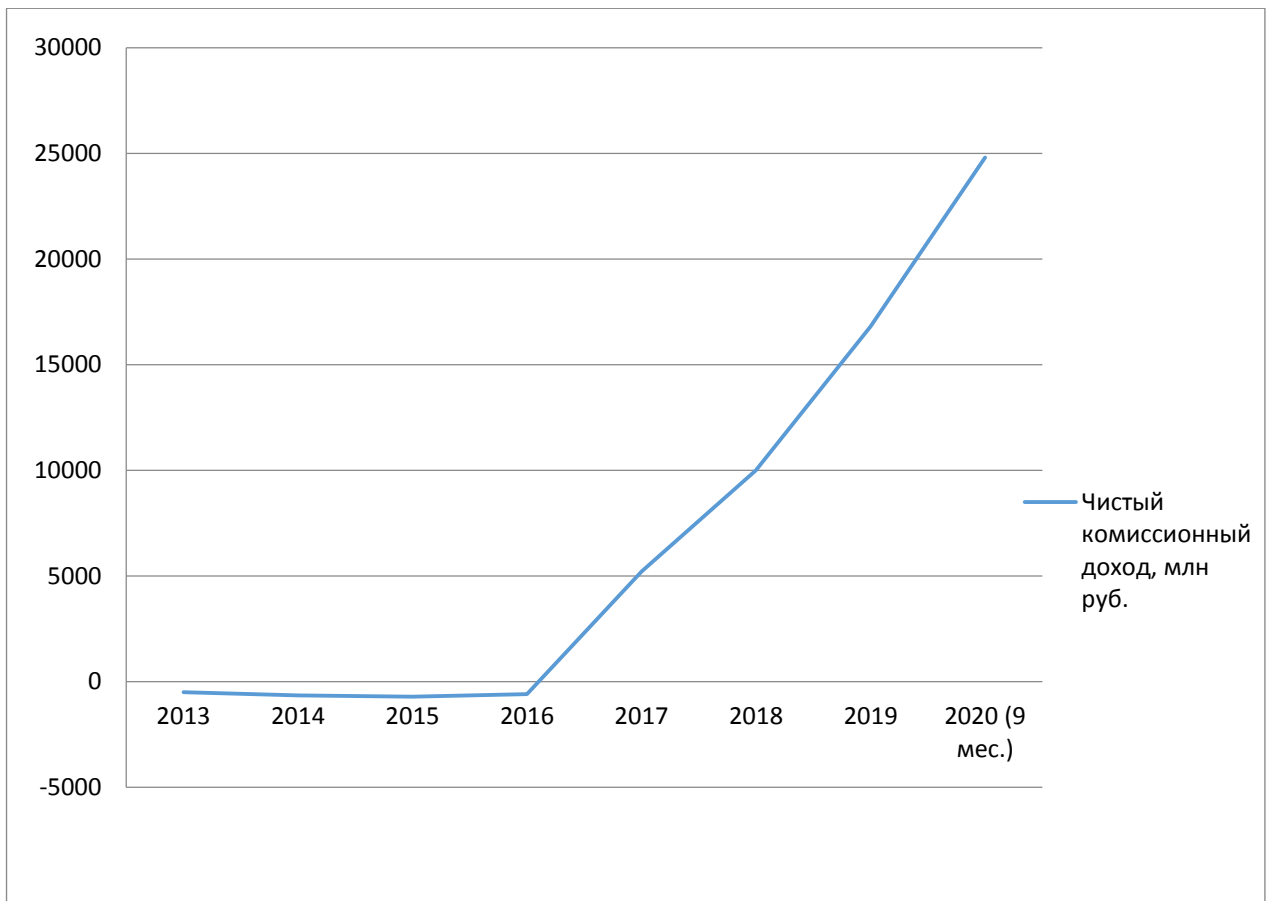


Рисунок 15 – Динамика чистого комиссионного дохода Тинькофф банк [9]

Прибыль за 9 месяцев 2020 года составила 21,7 млрд рублей, рост с аналогичным периодом прошлого года составил 22% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года (рисунок 16).

Вместе с прибылью увеличились административные расходы – на 177%, а также расходы на повышение лояльности клиентов. Так как компания не имеет своих представительств и фактически является онлайн-банком, расходы на продвижение услуг: маркетинговые исследования и рекламные кампании высоки, за 9 месяцев 2020 года они составили 6,1 млрд рублей.

Если сравнить данные показатели с показателями Сбербанка, то Сбербанком было потрачено за этот же период на аналогичные нужды всего 4,9 млрд руб. Увеличение всех расходов предопределили уменьшение темпов роста чистой прибыли.

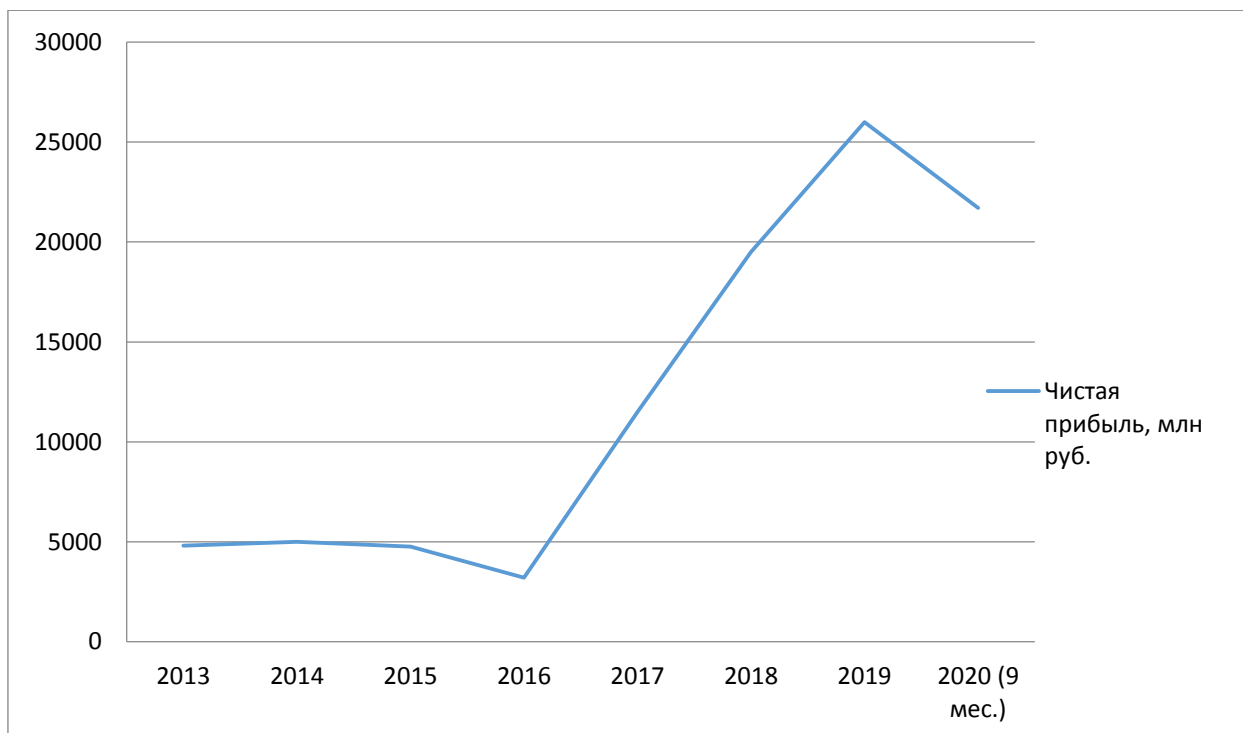


Рисунок 16 – Динамика чистой прибыли Тинькофф банк [9]

Капитал компании по итогам 9 месяцев 2020 года составил 76,6 млрд рублей, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года составил 20%, за счет снижения выплат дивидендов и принятию конкретных эффективных мер по поддержанию достаточности капитала и выполнению требований по Базель III. Часть средств от размещения GDR на бирже также были направлены на рост достаточности капитала. Компания смогла привлечь 329,4 млн \$. На сегодняшний день компания имеет показатель оценки качества капитала в 9,5%, это выше, чем в прошлом году (8,3% в 2019 году). Результат оценки капитала компании составляет 1 (единицу), что является достаточно высоким уровнем.

Несмотря на положительную динамику основных показателей, средняя доходность по итогам 3-х лет не поднималась выше 4%, что характерно для компаний роста, демонстрирующих опережающие темпы роста выручки и прибыли.

Тем не менее, TCS Group (Тинькофф банк) является отличным примером компании роста, чьи финансовые показатели наглядно показывают опережающую

динамику по сравнению с другими представителями данного сектора финансового рынка.

Для наглядности, представим сильные и слабые стороны компании, а также ее возможности и риски в виде SWOT-анализа (таблица 1).

Таблица 1 - SWOT-анализ TCS Group (Тинькофф банк) [9]

Сильные стороны бизнеса (S)	Слабые стороны бизнеса (W)
<p>Ускоренные темпы роста ЧПД и ЧКД. За 9 месяцев 2020 года рост на 43% и 117% соответственно.</p> <p>Чистая процентная маржа 21,7%.</p> <p>Высокие темпы роста прибыли – 22% за 9 месяцев 2020 года.</p> <p>Высокая рентабельность капитала ROE – 39,7%.</p> <p>Ежегодное увеличение капитала. В 2020 году – 77 млрд руб.</p>	<p>Ускоренный рост административных доходов.</p> <p>Необходимость формировать резерв под Базель III.</p> <p>Низкая дивидендная доходность, около 4%.</p> <p>Высокий мультипликатор P/E = 9,2, но характерен для IT-компаний.</p> <p>P/BV = 3,6, говорит о перекупленности акций</p>
Возможности (O)	Риски (T)
<p>Развитие своей экосистемы.</p> <p>Развитие в IT (финтех) направлении.</p> <p>Позитивные рекомендации инвестиционных домов.</p>	<p>Геополитические риски.</p> <p>Не гибкая система управления.</p> <p>Риски поглощения (присоединения).</p> <p>Высокая конкуренция со стороны крупных банков.</p> <p>Ухудшение конъюнктуры и риски отрасли.</p>

Компания позиционирует себя финансовым супермаркетом, поэтому не является банком в узком смысле. Это и страховая и IT компания. Благодаря онлайн продажам и отсутствию расходов на представительства, ее эффективность увеличивается ежеквартально. Компания привлекает инвесторов не только растущей динамикой, но и хорошими перспективами. На текущий момент компания не платит высоких дивидендов, успешно формирует капитал, при этом, в перспективе дивидендные доходности должны резко возрасти.

За анализируемый период банку удалось привлечь много новых клиентов, а также увеличить их лояльность по отношению к банку.

Компания стала активнее продвигать и реализовывать кредитные продукты, открывать брокерские счета, открывать индивидуальные инвестиционные счета для своих клиентов.

Необходимо подчеркнуть основное конкурентное преимущество АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» - это высокий уровень собственных средств. Высокий уровень собственных средств повышает уровень финансовой надежности компании и дает высокие гарантии сохранности и приумножения средств клиентов.

Достижения АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» в последние годы как по операционно-финансовым показателям, так и в направлении повышения качества корпоративного управления неизменно получают высокую оценку, как от российских, так и от зарубежных рейтинговых агентств.

АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» работает на всех российских торговых площадках, обеспечивает своим клиентам беспрепятственный доступ на любую из них.

Компания делает все возможное для привлечения новых клиентов, ставит для себя задачу повышения их лояльности, постоянно для этой цели расширяет и обновляет продуктовую линейку, повышает качество предлагаемых клиентам продуктов и услуг.

Компания предлагает услуги брокерского обслуживания и доверительного управления как физическим, так и юридическим лицам.

В Компании клиенты могут получить такую востребованную в настоящее время услугу, как размещение денежных средств на бирже через сделки РЕПО с Центральным контрагентом (ЦК). Данной услугой пользуются клиенты, заключившие с компанией договор на брокерское обслуживание и/или доверительное управление. Возможность совершения сделок РЕПО с ЦК представляет интерес для клиента, по той причине, что он может иметь дополнительный доход по текущей рыночной ставке. Также компанией предоставляется услуга по открытию Индивидуальных Инвестиционных Счетов (ИИС), они необходимы для получения налогового вычета.

В компании создан и функционирует Учебный центр. Он предоставляет информационную и аналитическую поддержку клиентам, обучает их основам

деятельности на финансовом и инвестиционном рынках. Клиентам предоставляется профессиональная консультационная помощь по любым интересующим их вопросам в соответствующей сфере деятельности компании.

По итогам 2019 г. комиссионный доход возрос на 26% по сравнению с 2018 годом (рисунок 17).

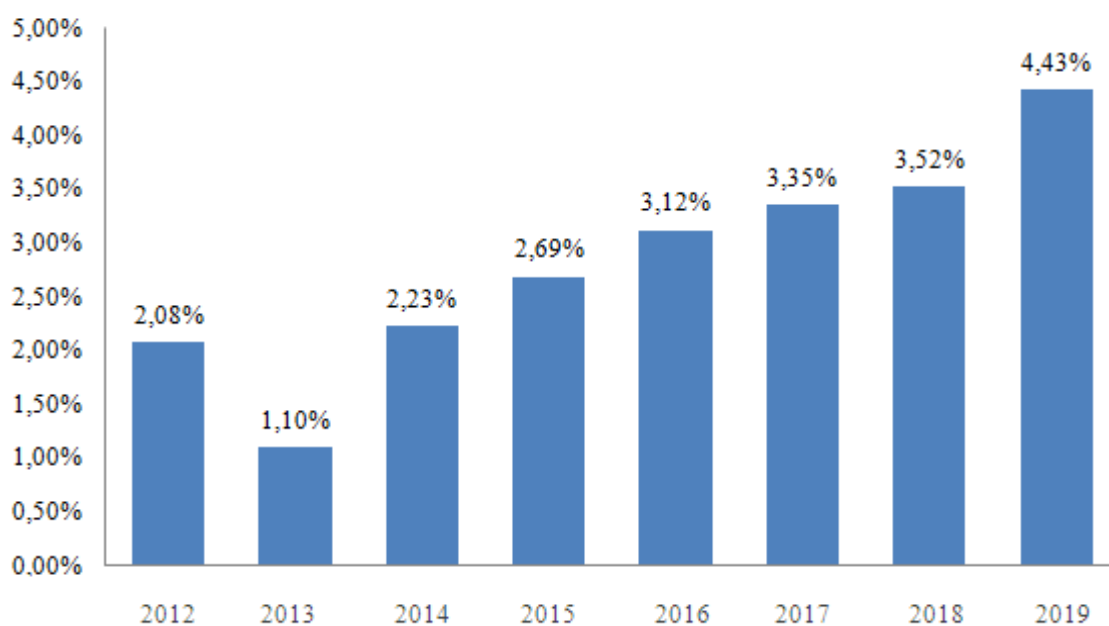


Рисунок 17 – Динамика комиссионного дохода АО «ИК «ФИНАМ» за 2012 г. - 2019 г. [9]

Суммарный клиентский оборот составил по итогам 2019 года 194 631,29 млн руб., что на 12,3% выше уровня 2018 года. Основное увеличение оборотов приходилось на срочный рынок.

На рисунке 18 отражена динамика торговых оборотов за период с 2011 г. по 2019 г.

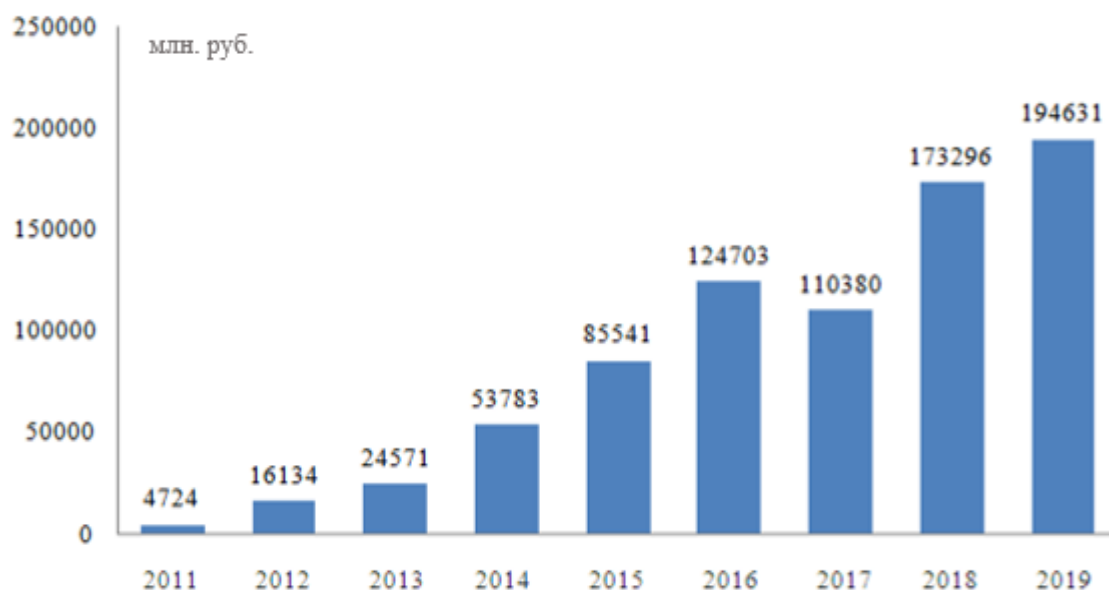


Рисунок 18 – Динамика комиссионного дохода АО «ИК «ФИНАМ» за 2011 г.- 2019 г. [9]

АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» продолжает работу по расширению набора предлагаемых услуг и продуктов клиентам, особое внимание компания обращает на возможность сохранения и увеличения доли рынка и связанные с этим риски.

Компании, несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, удается улучшать показатели эффективности текущей деятельности и добиваться дальнейшего прогресса в оптимизации расходов.

Структура формирования чистой прибыли в 2019 году показывает, что вклад прибыли от продаж в итоговый показатель, составил около 54%, а около 46% составил вклад положительных НКД по торгуемым облигациям.

Вклад от переоценки портфельных ценных бумаг оказался минимальным (рисунок 19).

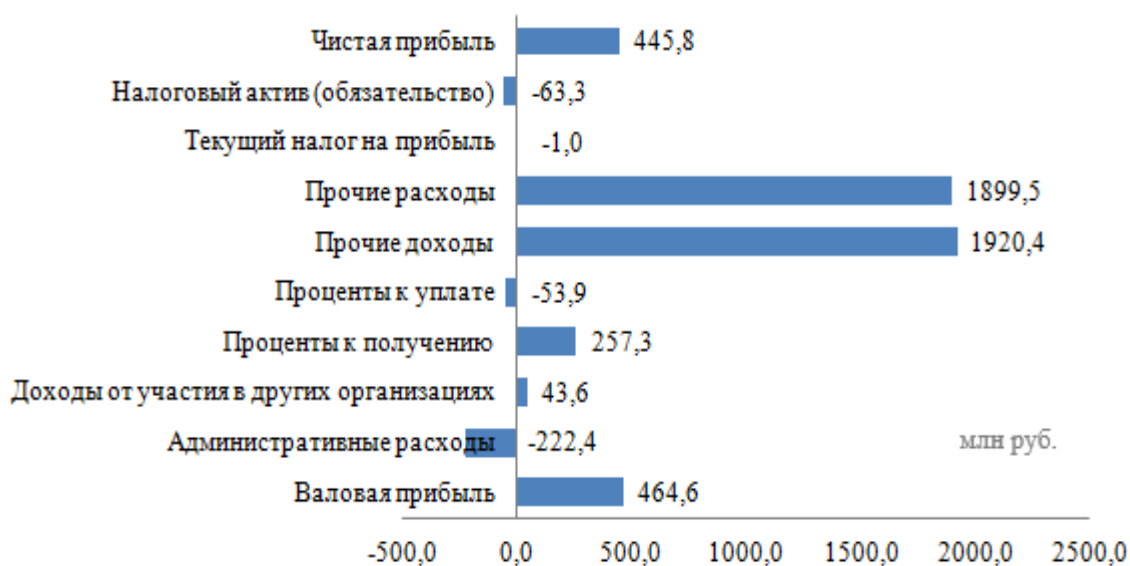


Рисунок 19 – Структура формирования чистой прибыли АО «ИК «ФИНАМ» за 2020 год [9]

Рост чистой прибыли обуславливается, в первую очередь, ростом эффективности торговых операций.

В условиях нестабильной ситуации на российском финансовом рынке, АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» продолжает осуществлять сбалансированную стратегию проведения торговых операций, которая объединяет краткосрочные спекулятивные операции с перспективными инвестициями на перспективные периоды: среднесрочный и долгосрочный.

По итогам 2019 г. уровень доходности активов, когда достигается покрытие административных и коммерческих расходов, составил 4,9% (Break Even Point).

Точка безубыточности по итогам 2019 года от среднегодовой стоимости активов АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» представлена на рисунке 20.

Точка безубыточности компании достигается при следующих показателях: около 5 % доходности активов (валовой прибыли) или 230 млн рублей расходов (затрат) «Финам».

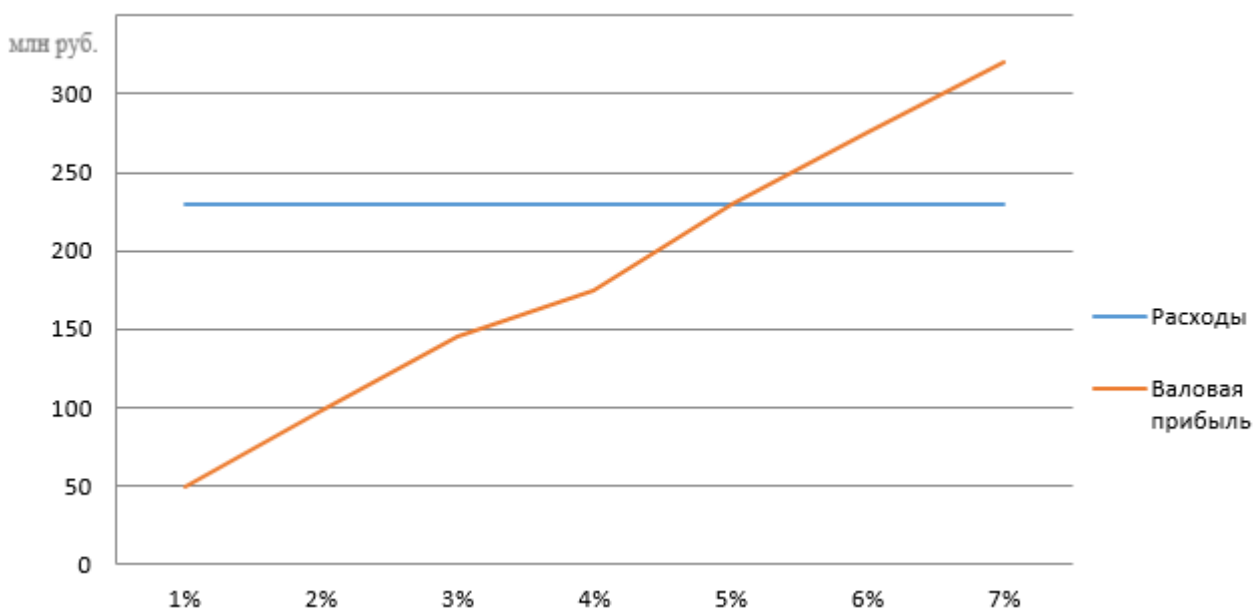


Рисунок 20 – Точка безубыточности по итогам 2019 года от среднегодовой стоимости активов АО «ИК «ФИНАМ» [9]

Стратегия АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» на 2020 г. в качестве приоритетных целей ставит рост эффективности текущей деятельности, увеличение доходов посредством углубления диверсификации бизнеса, расширение линейки продуктов и услуг, увеличение клиентской базы, разработку и реализацию перспективных инвестиционных проектов. Руководство компании уделяет повышенное внимание оптимизации расходов с целью роста эффективности управления акционерным капиталом, для соблюдения интересов всех акционеров АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ».

Следовательно, финансовые супермаркеты создаются с определенными целями:

- получить эффективно функционирующее объединение, корпорацию, которая предоставляет потребителям финансовые продукты и услуги;
- осуществить обмен базами клиентов между различными направлениями деятельности финансового супермаркета;

- сэкономить финансовые и трудовые ресурсы за счет роста масштабов деятельности. К примеру, оптимизировать количество рабочих мест, сократив должности с дублирующими друг друга функциональными обязанностями;

- максимально снизить расходы на рекламную деятельность и маркетинговые исследования, за счет продвижения одновременно нескольких продуктов и услуг.

Причины возникновения финансовых супермаркетов на российском рынке:

- рост конкуренции на финансовом рынке, что особенно остро ощущается в прибыльных сегментах банковской сферы;

- одно из условий выживания финансовых институтов в сложившейся ситуации на российском финансовом рынке – это их объединение или укрупнение;

- упрощение законодательной базы.

Таким образом, финансовые супермаркеты образуются не случайно, а под воздействием ряда факторов и обстоятельств. Финансовые супермаркеты способны предложить комплексный, индивидуальный подход своим клиентам. Увеличивают свою эффективность и прибыльность посредством роста до максимальных размеров величины перекрестных продаж банковских и небанковских продуктов.

В современном мире такие модели финансовых организаций активно развивают собственные розничные сети, увеличивают уровень качества процесса обслуживания клиентов, расширяют линейку продуктов и услуг, осваивают новые направления деятельности.

На первый взгляд, можно сделать вывод, что финансовый супермаркет – это новая эволюционная ступень в развитии финансового рынка. Но при этом, многие ведущие экономисты приходят к такому мнению, что данная модель неприемлема в современных условиях развития экономики.

Главная сложность ее воплощения в практическую деятельность связана именно с расширенным комплексом предоставляемых услуг. Организацией, которая одновременно является инвестиционным, коммерческим банком,

страховой фирмой, хедж-фондом, очень сложно управлять. Сложно найти такого руководителя, который в полной мере сможет управлять такими разнообразными направлениями деятельности, контролировать их.

На сегодняшний день, полноценных финансовых супермаркетов в российских городах нет, если исходить из традиционного понимания данного финансового института.

Существуют универсальные банки, которые предлагают клиентам разнообразные финансовые продукты и услуги.

«Плюсы» таких организаций для учредителей:

- рост величины продаж посредством комплексного развития розничных сетей;

- получение комиссионных дополнительных сборов;

- расширение базы клиентов, повышение их лояльности.

Для посетителей также существуют определенные «плюсы»:

- большой выбор разнообразных финансовых услуг и продуктов;

- комплексный, индивидуальный подход;

- стандартизация всех предоставляемых продуктов и услуг;

- экономия временных и денежных ресурсов.

При всех обозначенных «плюсах» — разнообразный ассортимент финансовых услуг, быстрое обслуживание клиентов, экономия денежных средств и времени, современные российские финансовые супермаркеты сталкиваются с определенными проблемами и трудностями:

- недоверие населения;

- низкие доходы большинства населения, что не позволяет приобретать финансовые продукты;

- отсутствие специализированных высококвалифицированных кадров.

Как показывает проведенное исследование, ни один из функционирующих на территории РФ финансовых супермаркетов нельзя признать таковым в полном

значении этого слова, особенно, при проведении сравнения его структуры и организации деятельности с зарубежными аналогичными структурами.

Таким образом, в ряде стран на сегодняшний день уже функционируют полноценные финансовые супермаркеты. В России данная модель финансовых учреждений развита условно. Фирмы, представляющие ее, являются финансовыми супермаркетами лишь частично.

Но перспективы развития данной формы финансовых учреждений в России все же имеются. Для развития финансовых супермаркетов в нашей стране потребуется около 10 лет инвестирования. Тогда можно будет получить классическую форму финансовых супермаркетов с максимальным набором услуг, и едиными стандартами качества. Наиболее приемлемая для России модель — это слияние крупных банков со значимыми небанковскими посредниками.

Выводы по главе два

Для успешного функционирования и дальнейшего развития крупных финансовых корпораций в России, отечественным банкам необходимо постепенно внедрять практику зарубежных стран.

Инновационные формы деятельности в любой сфере, включая финансовую деятельность, всегда с трудом и с сопротивлением внедряются на практике, но, сумев преодолеть все проблемы и трудности, на выходе можно получить полноценный финансовый супермаркет, чья деятельность принесет выгоду всем участникам финансового рынка.

Усиление интеграции между банковским и небанковским сектором, поддержка этого на законодательном уровне, позволит выработать единые стандарты, обеспечивать перекрестный доступ к клиентской базе, значительно сократить расходы на содержание и развитие персонала, сформировав сильную команду профессионалов, обладающих знаниями в банковской, страховой, инвестиционной сферах деятельности. Объединение банковских, страховых,

инвестиционных компаний в единую группу позволит также сократить расходы на маркетинговые исследования и PR-деятельность, снизить риски банкротства, так они будут распространяться не на одно направление деятельности, а на несколько. Также, возможно значительное расширение клиентской базы, так как клиенты, которые пришли за получение банковских услуг, могут заинтересоваться страховыми или инвестиционными услугами, и, наоборот.

Для полноценного развития финансовых супермаркетов в нашей стране потребуется около 10 лет инвестирования. Тогда можно будет получить классическую форму финансовых супермаркетов с максимальным набором услуг, и едиными стандартами качества.

3 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИНАНСОВОГО СУПЕРМАРКЕТА В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

3.1 Перспективы развития российских финансовых супермаркетов. Развитие финансовых супермаркетов на российском рынке как перспективного финансового института привлечения инвестиций населения в российскую экономику

Отношения, которые возникают в сфере оказания операторами финансовых платформ услуг, связанных с совершением финансовых сделок между потребителями финансовых услуг и финансовыми организациями с использованием финансовых платформ, а также правовые основы деятельности операторов финансовых платформ, регулируются Федеральным законом от 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы».

Интерес к финансовым супермаркетам в России возник после 2008 г., но до настоящего времени их развитие не стало более активным, несмотря на то, что финансовый супермаркет предлагает клиентам наиболее полный спектр финансовых услуг и продуктов в одном и том же месте под одним брендом.

Данный финансовый институт может иметь хорошие перспективы развития, так как позволит максимально упростить процедуры получения оптимального пакета финансовых продуктов и услуг, которые нужны клиенту в данный момент с минимальными затратами времени, с максимальным учетом его потребностей и обеспечением требуемого уровня сбережений. Финансовые супермаркеты предлагают все финансовые услуги в комплексном виде: банковские, страховые, инвестиционные и консультационные [16, с. 90].

К причинам более активного развития финансовых супермаркетов в России в будущем, можно отнести следующие:

1. Необходимость увеличения уровня прибыли банков и инвестиционных компаний. Доходность традиционных банковских продуктов и услуг в последние

годы неуклонно снижается, поэтому кредитные учреждения вынуждены заниматься поиском новых способов роста прибыли, таких, как расширение продуктовой линейки, выход на розничный рынок, где норма прибыли намного выше, при этом необходимо учитывать, что начальные организационные и маркетинговые расходы будут достаточно высоки.

2. Необходимость роста конкурентоспособности на финансовом рынке. Для того, чтобы привлечь клиентов и увеличить их лояльность, мало просто предложить им интересные условия предоставления продуктов и услуг. Чтобы банковское учреждение в будущем не снижало уровень конкурентоспособности, ему необходимо расширить предложение продуктов и услуг для клиентов, обеспечивая при этом комплексное обслуживание.

3. Необходимость расширения сегментов постоянных клиентов, увеличение клиентской базы. Предоставление в одном месте широкого набора финансовых продуктов и услуг должно привлечь новых клиентов и повысить лояльность постоянных клиентов. При этом, клиенты, которые интересуются небанковскими услугами и продуктами, становятся клиентами банка, и, наоборот, клиенты, которых интересовали только банковские услуги, как правило, начинают приобретать также страховые, консультационные и другие нефинансовые услуги, которые предлагает финансовый супермаркет.

Основные, и наиболее востребованные продукты, и услуги современного финансового рынка:

- доверительное управление ценными бумагами;
- разработка вариантов инвестирования в фондовый рынок;
- депозиты и вклады;
- потребительские, ипотечные и прочие кредиты;
- страхование;
- инвестирование в паи ПИФов;
- проведение финансовых операций на международном валютном рынке ФОРЕКС;

- ЭПС (электронные платежные системы);
- доверительное управление пенсионными накоплениями;
- прочие способы управления собственными активами [17, с. 115].

Линейка продуктов и услуг финансовых супермаркетов основана на потребностях клиентов. Клиентами финансовых супермаркетов могут быть как физические лица, так и предприятия малого и среднего бизнеса, корпоративные клиенты. В основном финансовые супермаркеты предпочитают осуществлять свою деятельность на розничном рынке, когда клиенты – это физические лица, а также создаются универсальные финансовые супермаркеты, которые предоставляют обслуживание всем сегментам клиентов и предоставляют им широкую продуктовую линейку. Таким образом, основная задача финансовых супермаркетов – предлагать на основе комплексного обслуживания, широкий набор продуктов и услуг. На российском рынке функционируют универсальные банки, которые предлагают различные финансовые продукты, но большинство исследователей не хотят признать их финансовыми супермаркетами, так как они не являются ими в классическом понимании этого явления [29, с. 75].

Наиболее близки к статусу финансовых супермаркетов следующие российские финансовые институты:

- инвестиционная компания «Тройка Диалог». Слияние инвестиционной компании «Тройка Диалог» и ПАО «Сбербанк» позволило компании выйти на более высокий уровень взаимоотношений с клиентами, предлагая им широкую продуктовую линейку и большой выбор инвестиционных стратегий. Данную компанию на сегодняшний день можно признать абсолютным лидером финансового рынка России;

- банковская группа «Альфа-Банк». Данная компания предлагает помимо большого набора банковских продуктов и услуг, также услуги инвестирования и страхования, помощь в проведении валютных операций на рынке ФОРЕКС;

- холдинг «Финам». Данная компания предоставляет широкий доступ на все российские биржи, обеспечивает своих клиентов детальной актуальной

финансовой информацией, разрабатывает и реализует образовательные программы по инвестированию, пенсионным программам, бюджетированию. Для клиентов компании возможен доступ на фондовый рынок при условии краткосрочного кредитования.

Данные финансовые институты можно отнести к пионерам зарождающегося рынка финансовых супермаркетов в России. Незначительная на сегодняшний день роль на российском рынке финансовых супермаркетов объясняется несколькими нижеперечисленными факторами, которые не дают полноценно развиваться данному направлению финансовой деятельности:

- отсутствие конкурентной борьбы на российском финансовом рынке. Это связано с недостаточным числом инвестиционных компаний, которые имеют высокий финансовый потенциал; высокой долей неграмотного в финансовых вопросах населения, а также низким показателем ликвидности на рынке. Все это приводит к ситуации, в которой банковские и небанковские финансовые организации почти не взаимодействуют друг с другом;

- российское законодательство не предусматривает такой модели финансовой деятельности, как финансовый супермаркет. Для предоставления банковских, инвестиционных и страховых услуг существуют различные нормы, нормативы и правила, также имеются ограничения, так, финансовые супермаркеты могут создаваться только на базе подразделений банковских учреждений. Объясняется это тем, что ряд банковских услуг можно приобретать только в банке: например, открыть счет, провести транзакцию, разместить вклады и депозиты;

- негативный международный опыт деятельности финансовых супермаркетов. Например, кризисная ситуация с одним из наиболее крупных финансовых супермаркетов – Citibank (Ситибанком).

Тем не менее, несмотря на ряд проблем и отрицательных факторов, будущее у финансовых супермаркетов на российском рынке определено есть.

Прогнозируемый рост благосостояния российского общества в будущем периоде и, соответственно, увеличивающийся интерес к финансовым услугам, позволят активно развиваться финансовым супермаркетам. Это будет иметь важное значение для российского финансового рынка, так как супермаркеты предоставляют очень много преимуществ своим клиентам. В настоящее время российский финансовый рынок испытывает недостаток в получении инвестиций от частных лиц, это объясняется недостаточностью денежных средств для целей инвестирования, а также сформировавшимся за последние годы определенным уровнем недоверия к финансовым институтам [40, с. 63]. Тем не менее, нельзя сказать, что доверие населения к банковским учреждениям уже до конца утрачено, так как оно в настоящее время имеет определенную устойчивую тенденцию к укреплению, чему, к примеру, способствует новая схема страхования вкладов. Соответственно, финансовые супермаркеты, которые формируются на базе банковских организаций, имеют наиболее перспективные варианты развития на российском рынке, так они предоставляют клиентам следующее:

- комплексное обслуживание, что экономит время клиентов;
- широкий набор банковских и небанковских продуктов и услуг;
- обширная сеть филиалов предприятий - лидеров финансового российского рынка;
- унификация, централизация и стандартизация обслуживания клиентов, клиент не зависит от одного конкретного офиса;
- возможность снижения цены продуктов и услуг финансового супермаркета на 10–15%, с использованием трансфертного ценообразования, которое допускается между компаниями, составляющими одну финансовую группу [41, с. 58].

Активное развитие финансовых супермаркетов на российском финансовом рынке, предопределяет решение ряда задач:

1) внести изменения в законодательство по ликвидации бизнес-различий между банками, инвестиционными и страховыми компаниями, так как это порождает проблемы в деятельности интегрированных финансовых посредников, устранение разногласий в правовой сфере различных видов существующих на финансовом рынке компаний - посредников, а также корректировка антимонопольного законодательства с целью увеличения возможностей свободного формирования комплексных наборов продуктов и услуг в рамках одной финансовой группы;

2) реструктурировать систему контроля за деятельностью финансовых супермаркетов (например, за счет формирования эффективного мегарегулятора на российском финансовом рынке);

3) разработать эффективную систему стандартизации продуктов и услуг. Во всех платежных системах банка клиентам должны предоставляться стандартные продукты и услуги, все операции должны осуществляться за кратчайшее время, одинаковое во всех офисах банка и т. п.;

4) должен быть максимально упрощен процесс оформления комплексных предложений, а также, при необходимости, процессы добавления новых продуктов и услуг в продуктовую линейку предприятия, или пролонгации договора без непроизводительных временных и организационных затрат, что является особенно актуальным для современных мегаполисов [24, с. 91].

Можно предложить следующую модель финансового супермаркета, на основе проекта, разработанного группой компаний «Инфитиум», которая состоит из трех платформ (рисунок 21).

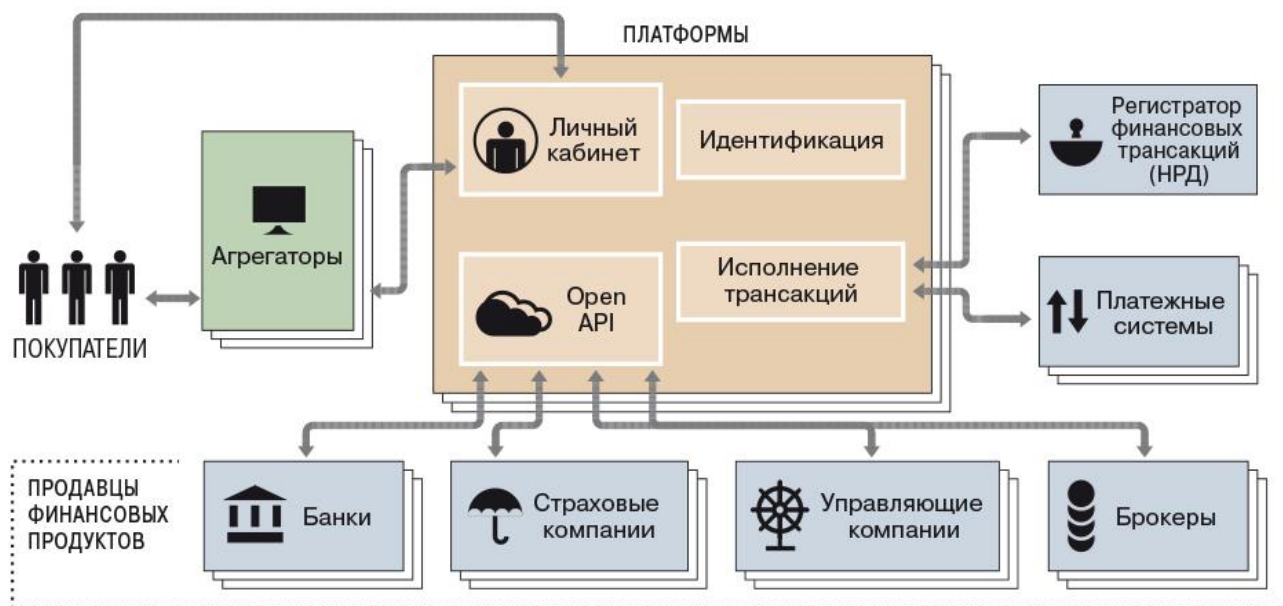


Рисунок 21 – Новая модель финансового супермаркета

Три платформы, представленные в данной модели финансового супермаркета, это: дистанционное открытие вкладов, реализация региональных облигаций и онлайн-продажа паев открытых ПИФов.

Предлагаемая таким финансовым супермаркетом доступность продуктов онлайн — это ключевой тренд рынка. Это позволяет привлечь на финансовый рынок больше населения за счет дистанционных каналов продаж. Однако необходимо помнить, что рост онлайн-продаж невозможен без сильной маркетинговой составляющей, то есть необходима грамотная рекламная компания и разработка мероприятий по продвижению финансовых услуг.

Наличие единой высокотехнологической платформы, которая объединит три специализированные платформы, позволит компаниям, не обладающим огромными рекламными бюджетами, успешно представить свои продукты, снизить комиссионные расходы. Продавцами финансовых услуг в данной модели выступают банки, страховые компании, управляющие компании, брокеры.

Свои услуги они предлагают через API - специальный интерфейс платформы. Исполнение транзакций осуществляется через платежные системы и регистратор финансовых транзакций. Покупатели приобретают услуги в личном кабинете через идентификацию. Встроенный в платформу агрегатор позволяет группировать покупателей на основании запрашиваемых ими финансовых услуг.

Оператор электронной платформы дает возможность сторонам сделки провести расчеты по ней с использованием специального счета оператора платформы либо сервиса быстрых платежей платежной системы ЦБ России.

Все вклады, которые будут оформляться через маркетплейс, будут страховаться Агентством по страхованию вкладов (АСВ). Это значит, что если у банка, в котором у пользователя открыт вклад, отзовут лицензию или он обанкротится, то АСВ сможет возместить всю сумму вклада, при этом оговаривается ее максимальный размер - 1,4 млн рублей.

В дальнейшем планируется запустить также продажу кредитов (в частности, ипотеки) и других финансовых, страховых и инвестиционных продуктов.

Перед тем, как получить доступ к финансовому маркетплейсу, пользователю необходимо предоставить свои биометрические данные: изображение лица и запись голоса. Эти данные передаются в единую биометрическую систему. Сдать биометрию можно будет в отделениях банков, которые являются продавцами финансовых услуг данного маркетплейса. Услуга оказывается бесплатно.

Далее клиент должен будет пройти идентификацию на финансовой платформе, которая подключена к маркетплейсу, — это сайт Госуслуг, где нужно будет авторизоваться и прочитывать на камеру случайную последовательность цифр.

После этого потребитель может открывать вклады в любом банке, который будет доступен в данном финансовом маркетплейсе (даже если пользователь не является клиентом этого банка), оформлять продукты в страховых компаниях, покупать ценные бумаги и получать другие финансовые услуги. Например, можно будет собрать в одну «корзину» на финансовой платформе несколько вкладов в разных банках и перевести деньги в один клик.

Технически структура взаимодействия клиента с маркетплейсом представлена на рисунке 22. Данная структура разработана на основе проекта группы компаний «Инфитиум».



Рисунок 22 – Структура взаимодействия клиента с финансовым маркетплейсом

Собирать, хранить и предоставлять пользователям информацию обо всех покупках и сделках, которые будут совершаться через финансовый маркетплейс, будет регистратор финансовых транзакций (РФТ) — Национальный расчётный депозитарий (НРД).

Информация, которая будет храниться в реестре зарегистрированных сделок, должна обладать статусом «золотой записи», для того, чтобы потребитель мог иметь юридическое подтверждение сделки, при отсутствии бумажных договоров. В случае спорной ситуации между продавцом финансовой услуги и ее потребителем, информация из РФТ будет являться доказательством совершения сделки — это застрахует клиента от возможного риска недобросовестного предоставления финансовых услуг.

Получить выписку о своих покупках и сделках клиент сможет на портале государственных слуг (госуслуги), в личном кабинете, по запросу. Выписку скачивается по ссылке в течение 72 часов, затем удаляется. Для повторной выписки, клиент должен сделать еще один запрос. Данные процедуры гарантируют защиты информации клиента.

Чтобы обеспечить дополнительную безопасность, РФТ может использовать собственный сервис, на котором каждый файл защищается с помощью выписки уникальных паролей.

Законодательством должны быть определены правовые основы деятельности операторов электронной платформы, а также отношения по заключению сделок с финансовыми организациями с использованием информационных технологий. Также законом должно быть предусмотрено создание единого реестра финансовых транзакций, в котором будет аккумулироваться информация об обязательствах финансовой организации перед потребителем финансовых услуг по договорам банковского вклада, заключенным с использованием электронной платформы.

Создание данного реестра должно увеличить удобство и прозрачность информации о сделках на финансовом рынке в целях развития конкуренции и повышения финансовой доступности.

На сегодняшний день действует Федеральный закон от 20.07.2020 № 211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» [10]. Новый закон регулирует правила оказания операторами финансовых платформ услуг по совершению финансовых сделок в интернете между потребителями финансовых услуг и финансовыми организациями или эмитентами с использованием финансовых платформ, а также определяет правовые основы деятельности таких операторов.

Данные новшества потребовали внесения корреспондирующих поправок в целый ряд законов. Эти поправки содержатся в документе-спутнике — Федеральном законе от 20.07.2020 № 212-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам совершения финансовых сделок с использованием финансовой платформы» [11]

К примеру, в «антиотмывочном» Законе № 115-ФЗ зафиксировали положения, в частности, об идентификации оператором финансовой платформы клиента-

физлица, представителя клиента, выгодоприобретателя и бенефициарного владельца [12].

Финансовый маркетплейс создается для удобства клиентов. В настоящее время, чтобы оформить вклад в банке, необходимо стать его клиентом — открыть счёт и, завести дебетовую карту. Для этого клиент посещает отделение банка или встречается с курьером, который проводит идентификацию: фотографирует клиента с паспортом и подписывает документы. Чтобы открыть несколько вкладов в разных банковских учреждениях, данную процедуру необходимо пройти многократно.

В финансовом маркетплейсе идентификация проводится один раз, после чего клиент получает неограниченный доступ ко всем услугам, банкам, страховым и финансовым компаниям, которые интегрированы в систему маркетплейса.

Маркетплейс наиболее актуален для жителей населённых пунктов с низким охватом финансовыми услугами и для маломобильных категорий населения. При этом финансовые платформы не планируют брать комиссионный сбор с пользователей — они будут зарабатывать на комиссиях банков и страховых компаний.

Изначально в систему маркетплейс попадают не все банки, страховые и финансовые компании. На первоначальном этапе могут быть зарегистрированы порядка 14 - 15 банков, среди которых наиболее крупные и стабильные банковские учреждения, такие как Газпромбанк, Россельхозбанк, ФК Открытие, Тинькофф Банк и другие.

Рассмотрим ожидаемые результаты финансовых маркетплейсов:

- в течение двух-трех следующих лет тренд на развитие финансовых маркетплейсов будет доминировать на рынке банковских услуг [44];

- создание подобного маркетплейса будет способствовать обеспечению доступности финансовых услуг широким слоям населения и увеличению конкуренции на рынке банковских услуг за счет малых региональных банков - клиентов электронной платформы, которые смогут предлагать финансовые

продукты клиентам независимо от географического распространения филиальной сети таких банков в регионе проживания потенциальных клиентов;

- через такой маркетплейс можно будет осуществлять не только вклады, но и получать различные финансовые услуги, которые относятся непосредственно к рынку ценных бумаг и другим финансовым инструментам, такие, как страховые услуги;

- появятся новые юридические организации, а значит новые рабочие места и люди с опытом работы в банковской сфере смогут попробовать себя в этой области;

- на финансовом рынке будут работать три-четыре реальных маркетплейса и множество (пятьдесят-сто) при банках и страховых организациях. Вторые со временем отомрут, так как через них будет предоставлять услуги только их родительские структуры;

- все финансовые сделки на платформе будут осуществляться с использованием электронной подписи;

- оператор будет проводить расчёты с использованием специального счёта. Через этот счёт клиентам будут начисляться доходы от сделок, а также списываться средства за предоставленные услуги. Счёт может быть открыт только в банке с определённым статусом;

- прозрачность и оперативность получения достоверной информации о финансовых продуктах и действующих обязательствах финансовых организаций перед клиентами;

- увеличение объема вкладов населения (За январь–сентябрь 2020 года объем вкладов в российских банках в номинальном выражении увеличился на 7,1%, или на 2,2 трлн рублей, говорится в сообщении Банка России. Несмотря на пандемию и тенденцию снижения ставок, депозиты населения в среднем на человека выросли примерно на 9 тыс. рублей в апреле–сентябре.), в том числе через приложение в мобильном телефоне можно будет сравнить процентные ставки по банковским вкладам разных банков, выбрать вклад и тут же открыть его [28];

- оптимизация процесса возмещения средств физическим лицам по вкладам, договора по которым заключены в системе, в случае отзыва (аннулирования) лицензии у банка;

- в 2021 году на Финуслугах планируется запустить беззалоговое кредитование, которое будет работать по тому же принципу, что и открытие вкладов: клиент сможет выбрать и оформить подходящий кредит в «одном окне» [32];

- следующий этап развития платформы — низкорисковые инвестиционные продукты: облигации федерального займа для населения (ОФЗ-н), паевые инвестиционные фонды (ПИФы), коробочные страховые продукты и другое.

По оценкам Банка России, пользователями финансового маркетплейса могут стать несколько десятков миллионов людей в первые три года работы. [28]

Разберем прогнозируемые объемы инвестиций в российскую экономику посредством финансовых маркетплейсов. Сведения о размещенных и привлеченных средствах представлены в таблице 2

Таблица 2 - Средства на счетах организаций, банковские депозиты (вклады) и другие привлеченные средства юридических и физических лиц (в целом по Российской Федерации), млн руб. [28]

Наименование	01.01.2018	01.01.2019	01.01.2020	01.12.2020	Ожидаемый объем привлеченных средств через финансовые маркетплейсы	
					01.01.2022 (в течение 2021 г.)	01.01.2023 (в течение 2022 г.)
Средства клиентов, всего	53.117.284	60.207.366	63.624.267	73.517.496	4043462	8086924

Объем кредитов, предоставленных юридическим лицам - резидентам и индивидуальным предпринимателям показан в таблице 3

Таблица 3 - Объем кредитов, предоставленных юридическим лицам – резидентам и индивидуальным предпринимателям, по видам экономической деятельности и отдельным направлениям использования средств, млн руб.[28]

Наименование	2019	январь-октябрь 2020	Ожидаемый объем предоставленных кредитов через финансовые маркетплейсы	
			2021	2022
ВСЕГО	57.310.958	59.862.601	3790840	7581680

Положительная динамика позволяет выполнить прогноз объема привлеченных средств, а также объемов кредитов, предоставляющих юридическим лицам, то есть фактически инвестиционным ресурсам. Для этого использованы результаты исследований Московской биржи, согласно которым доля депозитов, открытых через маркетплейс в 2021 году составит около 5 %, а 2022-10% [25].

Такие же параметры предположительно будут относиться к объему привлеченных инвестиций с помощью финансовых платформ.

В Российской Федерации имеется много регионов и населенных пунктов, в которых функционирует единственный банк или совсем отсутствуют банковские учреждения, которые были бы зарегистрированы на данной территории. При этом данные регионы обладают важным стратегическим значением и решают серьезные задачи, в том числе имеющие производственный, социальный и инфраструктурный характер.

Экономика данных территорий обслуживается филиалами банков других регионов и не может аккумулировать, и привлекать финансовые ресурсы местных региональных банков.

Все это доказывает необходимость создания финансовых супермаркетов, создание и развитие которых позволит повысить свой потенциал регионам и населенным пунктам, а также федеральным округам, на территории которых они расположены. Многие федеральные округа, в числе которых находится и Уральский федеральный округ, имеют недостаточный банковский потенциал.

Финансовые супермаркеты с их обширной филиальной сетью позволят всем федеральным округам увеличить темпы экономического роста, так как многие из них обладают большими природными ресурсами, от освоения которых зависит будущее государства.

Следовательно, идея создания финансовых супермаркетов подтверждается наличием объективных предпосылок, которые ведут к образованию синергетического эффекта от аккумуляции и интеграции развитых и развивающихся банков и небанковских финансовых учреждений. Данное слияние финансовых учреждений в супермаркет позволит увеличить устойчивость финансовой и экономической государственной системы в условиях кризиса., привлечь дополнительные инвестиции в российскую экономику.

Таким образом, необходимо констатировать, что в настоящее время в России существует проблема работы с частным инвестором. Нет свободных денег для инвестирования, существует определенное недоверие со стороны частных лиц к инновационным формам финансовых институтов.

Воспользовавшись опытом зарубежных стран, необходимо выстроить такую систему работы с частным инвестором, которая позволила бы человеку или компании получать инвестиционное консультирование, не затрачивая при этом слишком больших сумм, так как инвестиционные фирмы и финансовые супермаркеты на мировом финансовом рынке видят успех своей деятельности в постоянном росте сегмента своих потенциальных клиентов.

При этом, чем сильнее будет интеграция между банками и небанковскими финансовыми посредниками, тем проще будет разработать комплекс единых стандартов, обеспечить перекрестный доступ к клиентской базе, снизить уровень затрат на штат сотрудников, маркетинговые исследования и PR, при этом значительно увеличив клиентскую базу.

Таким образом, перспективы развития финансовых супермаркетов на российском рынке есть, но успешное их функционирование зависит не только от

ситуации на финансовом рынке, но и от позиции потенциальных инвесторов и актуальности заявленной миссии самих финансовых супермаркетов.

3.2 Анализ деятельности Райффайзенбанка за 2017-2019 годы и направления повышения его эффективности

АО «Райффайзенбанк» - это крупный российский банк, занимающий 11-е место по активам и 9-е по собственному капиталу на конец 2019 года. АО «Райффайзенбанк» состоит в списке системно-значимых финансовых учреждений, его сеть включает в себя 5 филиалов, 115 дополнительных офисов, 57 операционных офисов и 2 операционные кассы вне кассового узла.

Банк работает в России с 1996 года и признан одним из самых надежных российских банков, предлагающим эффективные финансовые решения для частных и корпоративных клиентов, резидентов и нерезидентов РФ.

Ключевые факты и показатели деятельности банка:

- более 120 лет осуществляет деятельность в банковской сфере, входит в международную банковскую Группу Райффайзенбанк Интернешнл;
- входит в топ-лист 12 системно значимых банков РФ;
- региональная сеть банка включает в себя 5 филиалов и 129 отделений;
- кредитные рейтинги: Baa3 (Moody's), BBB (Fitch), BBB- (S&P), AAA(RU) (АКРА), ruAAA (РАЕХ (Эксперт РА));
- является самым надежным банком в России, согласно версии Forbes;
- является лучшим банком в России, согласно версии Forbes;
- входит в топ-10 по величине активов за 9 месяцев 2020 года (рэнкинг Интерфакс-100);
- занимает 7 место по величине средств физических лиц за 9 месяцев 2020 года (рэнкинг Интерфакс-100).

Высокое кредитное качество и надежность банка подтверждаются рейтингами международных и российских агентств, которые оценивают деятельность банка

на самом высоком уровне. Банк постоянно занимает высокие позиции в кредитных рейтингах в российской банковской системе.

12 февраля 2019 года рейтинговое агентство Moody's повысило долгосрочный рейтинг депозитов банка в иностранной валюте до уровня Baa3, это самый высокий инвестиционный уровень среди банков, которые осуществляют свою работу на территории России. Долгосрочный рейтинг депозитов в национальной валюте был подтвержден на уровне Baa3. 7 сентября 2020 года международное рейтинговое агентство S&P Global Ratings присвоило Банку рейтинги на уровне «BBB-/A-3»; прогноз — «Стабильный». Рейтинг собственной кредитоспособности был присвоен на уровне «bbb-» — это наивысший рейтинг среди всех российских банков, которые имеют кредитный рейтинг от агентства S&P.

Международное рейтинговое агентство Fitch Ratings 10 сентября 2020 года подтвердило высокий рейтинг банка на уровне BBB, прогноз — «Стабильный».

Российские рейтинговые агентства также присваивают самые высокие рейтинги надежности на уровне AAA (ru) от АКРА, самый высокий от Эксперт РА на уровне ru AAA, в первый раз был присвоен банку в апреле 2018 года.

Надзор за деятельностью Райффайзенбанка осуществляется Департаментом надзора за системно значимыми кредитными организациями Банка России.

Аудиторская организация банка — ООО «Эрнст энд Янг».

Качество системы корпоративного управления, риск-менеджмента, комплаенса (соответствия внутренним и внешним нормам и требованиям) и организации бизнес-процессов оцениваются экспертами финансового рынка на высоком уровне, банк в своей работе применяет методики и опыт международных банковских групп. Банк имеет достаточный запас ликвидных активов, выполняет нормы достаточности капитала (Н1.0 = 13,074%, Н1.1 = 11,127% на 01.01.2020 г. при нормативных значениях - 8% и 4,5% соответственно).

Высокое качество кредитного портфеля и нормативный уровень балансовой просроченной задолженности (на 01.10.20 по РСБУ по розничному кредитному

портфелю– 2,02%, по кредитам, предоставленным юридическим лицам - 2,57%) позволяют банку оставаться стабильно прибыльным уже более 10 лет [27].

Кроме положительных, существуют и негативные факторы, и условия:

- высокая отраслевая концентрация кредитного портфеля (на 5 отраслей 54,91% и 37,37% на кредиты физ. лицам, - согласно информации МСФО, за 2019 год;

- существующие ограничения на инвестиции в РФ со стороны Европейского Союза, могут негативно повлиять на возможность предоставления поддержки со стороны основного акционера.

Ключевые финансовые показатели банка за период 2017 – 2019 годы даны в таблице 4. Как видно из таблицы 4, финансовые показатели банка ежегодно повышаются. Выросла валюта баланса с 820 млн руб. в 2017 году, до 1216 млн руб. в 2020 году. Также выросли чистый процентный доход и чистый коммерческий доход и составили в 2020 году 70 млн руб. и 22,6 млн руб. соответственно.

В рамках оказания услуг на биржевом рынке банк предлагает операции с ценными бумагами на Московской бирже MOEX. Также доступен внебиржевой рынок, на котором производятся следующие операции с активами, наиболее востребованные у клиентов:

- иностранные акции и облигации;
- депозитарные расписки (ADR/GDR);
- ETF, фонды недвижимости;
- еврооблигации Минфина РФ.
- корпоративные облигации в валюте США.

Таблица 4 – Ключевые финансовые показатели банка за 2017-2019 годы [27]

Показатели	2019 год	2018 год	2017 год
1	2	3	4
RoA, %	3,08	2,61	2,82
RoE, %	22,02	20,47	20,76
Лeverидж / дост. капитала, %	7,1 / 14,0	7,8 / 12,8	7,4 / 13,6
ЧПМ, %	6,37	6,28	6,35

Продолжение таблицы 4

1	2	3	4
Доходность активов, %	8,07	8,06	8,95
Стоимость пассивов, %	2,44	2,21	2,98
Чистый спрэд, %	5,63	5,85	5,97
Cost / income, %	39,80	45,00	41,20
Cost of assets, %	3,37	3,61	3,90
Валюта баланса, руб.	1 215 960 581	1 028 648 132	820 953 460
Средний капитал, руб.	170 418 104	131 476 110	111 671 418
Средние % активы, руб.	1 096 545 741	945 326 214	741 813 499
Средние % пассивы, руб.	1 006 201 927	867 214 068	685 550 617
ЧПД, руб.	69 853 439	59 397 909	47 164 528
ЧКД, руб.	22 558 311	19 009 736	16 996 756
ЧКД / ЧПД, %	32,3	32,0	36,0

Используемый банком программный комплекс QUIK позволяет пользователям следить за ситуацией с движением активов в пределах брокерского обслуживания, в режиме онлайн. Наличие информативных графиков позволяет принимать наиболее рациональное решение в финансовых вложениях.

Используемая банком электронная платформа R-Trader позволяет проводить торговлю на международном валютном рынке ФОРЕКС на условиях TOD, TOM, SPOT и со свопами ON, TN, открывает доступ к глобальной ликвидности Raiffeisen Bank International.

Для увеличения надежности и доступности банковских сервисов, а также для дальнейшего развития банковских систем, продуктов и сервисов Райффайзенбанк применяет широкий спектр технологий. Разработчики работают на платформах: Tomcat/RHEL7, Scala stack, IBM WAS/AIX, IIS/Win2012, AS400, IBM BPM/WPS, IBM ESB, пишут на Python, Kotlin, RPG, Swift, Java, C/C++ и C#. Райффайзенбанк использует несколько платформ для хранения и обработки данных большого объема и различной структуры: DB2, Oracle, SQL-server, PostgreSQL. Для задач, связанных с Big Data, используется Hadoop. Также банк осуществляет свою деятельность на крупных промышленных платформах, таких как Oracle Siebel, Misys, BankFusion Midas, TSYS Prime [27].

В 2020 году Райффайзенбанк запускает новый сервис для корпоративных клиентов — мультибанковскую платформу. Она представляет собой единый интерфейс, который работает на базе SAP и объединяет во внутренней системе управления (ERP) все банки, взаимодействующие с компанией. Платформа позволит сократить нагрузку на казначейство крупной компании и ускорит прохождение платежей.

Мультибанковская платформа позволит Райффайзенбанку, который работает с множеством банков, получать все финансовые сервисы в одной точке.

В сегодняшних сложных экономических условиях и в реалиях традиционного финансового российского рынка, банкам достаточно непросто объединиться и работать сообща. Но это неизбежно, так как того требуют новые конкурентные условия. Ключевым фактором борьбы за клиента являются инновационные сервисы, создающие дополнительные удобства для клиентов.

Финансовый супермаркет как раз и является таким сервисом, тем более на сегодняшний день он по своей сути достаточно уникален на российском рынке, как считает большинство финансовых экспертов.

Конкуренция выступает сдерживающим фактором для объединения банков, и даже под давлением клиентов банки неохотно идут на взаимодействие друг с другом. С технологической точки зрения подобные проекты необходимо реализовывать на базе распределенных технологий, так как в ином случае шансы на построение больших полноценных финансовых институтов невелики.

Перед Райффайзенбанком стоит стратегическая задача завершить цифровую трансформацию и начать работать на гибких методологиях там, где это более эффективно. Банк уже добился значительных успехов в плане запуска модели дистанционного обслуживания малого бизнеса в городах присутствия и в городах без отделений, в том числе посредством удаленного кредитования. В ближайшей перспективе будет запущен ряд других онлайн сервисов для бизнеса, которые в совокупности будут собраны в экосистему для SME [27].

В перспективном периоде планируется расширение использования моделей машинного обучения в персонификации предложений, онбординге, предотвращении оттока и обслуживании клиентов малого и микро-бизнеса.

Райффайзенбанк сделал ставку на цифровую трансформацию, при этом он остается универсальным банком и не планирует закрывать отделения банка, так как они дают свои преимущества в обслуживании клиентов. Райффайзенбанк неизменно поддерживает высокий уровень сервиса в отделениях, благодаря развитию технологий качество обслуживания увеличивается, что полностью соответствует новым реалиям современной экономической ситуации.

Объем выдач кредитов ежегодно растет, темпы роста кредитного портфеля в сегменте малого и микро-бизнеса Райффайзенбанка соответствуют рыночным. Интерес к кредитованию у предпринимателей стабилен на протяжении последних лет. На сегодняшний день, в условиях кризисной экономической ситуации наблюдается высокая доля ненадежных заемщиков, однако консервативный подход к рискам и кредитной политике Райффайзенбанка обеспечивает ему достаточно низкий уровень просроченной задолженности.

По данным Центрального банка России, на конец 2020 года Райффайзенбанк занимает 7-е место среди российских банков по величине остатков на счетах предпринимателей — это является основной характеристикой позиций банка по направлению работы с предпринимателями, и третье место в России в рейтинге «Эксперт РА» по величине выданных кредитов.

По первому показателю целью банка является войти в топ-5 за ближайшие пять лет, а по второму — сохранять динамику роста кредитного портфеля на уровне 20-25%, сохраняя при этом уровень его качества.

Выводы по главе три

Перспективы развития финансовых супермаркетов на российском рынке есть, но успешное их функционирование зависит не только от ситуации на финансовом рынке, но и от позиции потенциальных инвесторов и актуальности заявленной миссии самих финансовых супермаркетов.

Райффайзенбанк сделал ставку на цифровую трансформацию, при этом он остается универсальным банком и не планирует закрывать отделения банка, так как они дают свои преимущества в обслуживании клиентов. Райффайзенбанк неизменно поддерживает высокий уровень сервиса в отделениях, благодаря развитию технологий качество обслуживания увеличивается, что полностью соответствует новым реалиям современной экономической ситуации.

Создание финансового маркетплейса будет способствовать обеспечению доступности финансовых услуг широким слоям населения и увеличению конкуренции на рынке банковских услуг за счет малых региональных банков - клиентов электронной платформы, которые смогут предлагать финансовые продукты клиентам независимо от географического распространения филиальной сети таких банков в регионе проживания потенциальных клиентов.

Через такой маркетплейс можно будет не только открывать вклады, но и получать различные финансовые услуги, например, которые относятся к рынку ценных бумаг и другим финансовым инструментам, таким, как страховые услуги.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Финансовый супермаркет – это подразделение кредитной, финансовой организации, предоставляющее клиентам широкую линейку финансовых услуг и продуктов. Кроме традиционных банковских продуктов, финансовые супермаркеты могут предоставлять своим клиентам инвестиционные, консультационные и страховые услуги.

Проблемами развития финансовых супермаркетов в России могут быть незнание банкирами страхового и инвестиционного рынка, а страховщиками и представителями инвестиционных компаний банковских нюансов. Кроме того, в России для различных финансовых структур законодательные требования разные, каждая финансовая организация регулируется своей инстанцией, что также затрудняет их интеграцию.

Несмотря на наличие серьезных проблем, перспективы формирования полноценных финансовых супермаркетов в России, существуют, но на данный процесс требуется продолжительный период времени – около 10 лет и значительные инвестиции. Финансовый супермаркет должен предоставлять потребителям максимально возможный набор товаров и услуг, которые являются стандартизированными.

В ряде стран на сегодняшний день уже функционируют полноценные финансовые супермаркеты. В России данная модель финансовых учреждений развита условно. Фирмы, представляющие ее, являются финансовыми супермаркетами лишь частично.

Наиболее приемлемая для России модель — это слияние крупных банков со значимыми небанковскими посредниками.

Воспользовавшись опытом зарубежных стран, необходимо выстроить такую систему работы с частным инвестором, которая позволила бы физическому или юридическому лицу получать инвестиционное консультирование, не затрачивая при этом слишком большие ресурсы, так как инвестиционные фирмы и финансовые супермаркеты на мировом финансовом рынке заинтересованы в

привлечении и удержании клиентов. При этом, чем глубже будет взаимодействие между банками и небанковскими финансовыми посредниками, тем легче будет выработать единые стандарты, обеспечить взаимный доступ к клиентской базе, сократить уровень затрат на содержание штата сотрудников, маркетинговые исследования и PR, при этом значительно повысив лояльность клиентов.

Предлагаемая модель финансового супермаркета будет включать три платформы, это: дистанционное открытие вкладов, реализация региональных облигаций и онлайн-продажа паев, открытых ПИФов.

Предлагаемая таким финансовым супермаркетом доступность продуктов онлайн — это ключевой тренд рынка. Это позволяет привлечь на финансовый рынок больше населения за счет дистанционных каналов продаж. Однако необходимо помнить, что рост онлайн-продаж невозможен без сильной маркетинговой составляющей, то есть необходима грамотная рекламная компания и разработка мероприятий по продвижению финансовых услуг.

Наличие единой высокотехнологической платформы, которая объединит три специализированные платформы, позволит компаниям, не обладающим огромными рекламными бюджетами, успешно представить свои продукты, снизить комиссионные расходы. Продавцами финансовых услуг в данной модели выступают банки, страховые компании, управляющие компании, брокеры.

Свои услуги они предлагают через API - специальный интерфейс платформы. Исполнение транзакций осуществляется через платежные системы и регистратор финансовых транзакций. Покупатели приобретают услуги в личном кабинете через идентификацию. Встроенный в платформу агрегатор позволяет группировать покупателей на основании запрашиваемых ими финансовых услуг.

Оператор электронной платформы дает возможность сторонам сделки провести расчеты по ней с использованием специального счета оператора платформы либо сервиса быстрых платежей платежной системы ЦБ России.

Все вклады, которые будет оформляться через маркетплейс, будут страховаться Агентством по страхованию вкладов (АСВ). Это значит, что если у

банка, в котором у пользователя открыт вклад, отзовут лицензию или он обанкротится, то АСВ сможет возместить всю сумму вклада, при этом оговаривается ее максимальный размер - 1,4 млн рублей.

В дальнейшем планируется запустить также продажу кредитов (в частности, ипотеки) и других финансовых, страховых и инвестиционных продуктов.

Перед тем, как получить доступ к финансовому маркетплейсу, пользователю необходимо предоставить свои биометрические данные: изображение лица и запись голоса. Эти данные передаются в единую биометрическую систему. Сдать биометрию можно будет в отделениях банков, которые являются продавцами финансовых услуг данного маркетплейса. Услуга оказывается бесплатно.

Далее клиент должен будет пройти идентификацию на финансовой платформе, которая подключена к маркетплейсу, — это сайт Госуслуг, где нужно будет авторизоваться и прочитывать на камеру случайную последовательность цифр.

После этого потребитель может открывать вклады в любом банке, который будет доступен в данном финансовом маркетплейсе (даже если пользователь не является клиентом этого банка), оформлять продукты в страховых компаниях, покупать ценные бумаги и получать другие финансовые услуги. Например, можно будет собрать в одну «корзину» на финансовой платформе несколько вкладов в разных банках и перевести деньги в один клик.

Собирать, хранить и предоставлять пользователям информацию обо всех покупках и сделках, которые будут совершаться через финансовый маркетплейс, будет регистратор финансовых транзакций (РФТ) — Национальный расчётный депозитарий (НРД).

Маркетплейс наиболее актуален для жителей населённых пунктов с низким охватом финансовыми услугами и для маломобильных категорий населения. При этом финансовые платформы не планируют брать комиссионный сбор с пользователей — они будут зарабатывать на комиссиях банков и страховых компаний.

Изначально в систему маркетплейс попадают не все банки, страховые и финансовые компании. На первоначальном этапе могут быть зарегистрированы порядка 14 - 15 банков, среди которых наиболее крупные и стабильные банковские учреждения, такие как Газпромбанк, Россельхозбанк, ФК Открытие, Тинькофф Банк и другие.

Создание подобного маркетплейса будет способствовать обеспечению доступности финансовых услуг широким слоям населения и увеличению конкуренции на рынке банковских услуг за счет малых региональных банков - клиентов электронной платформы, которые смогут предлагать финансовые продукты клиентам независимо от географического распространения филиальной сети таких банков в регионе проживания потенциальных клиентов.

Через такой маркетплейс можно будет не только открывать вклады, но и приобретать различные финансовые услуги, которые, к примеру, относятся к рынку ценных бумаг и другим финансовым инструментам, таким, как страховые услуги.

Финансовые супермаркеты с их широкой филиальной сетью позволят всем федеральным округам ускорить динамику экономического роста, так как многие из них обладают большими природными ресурсами, от эффективного освоения которых зависит будущее государства.

Следовательно, идея создания финансовых супермаркетов подтверждается наличием объективных предпосылок, которые ведут к образованию усиленного эффекта от аккумуляции и интеграции развитых и развивающихся банков и небанковских финансовых учреждений. Данное объединение финансовых учреждений в супермаркет позволит повысить устойчивость финансовой и экономической государственной системы в кризисных условиях.

Таким образом, перспективы развития финансовых супермаркетов на российском рынке есть, но успешное их функционирование зависит не только от ситуации на финансовом рынке, но и от позиции потенциальных инвесторов и актуальности заявленной миссии самих финансовых супермаркетов.

АО «Райффайзенбанк» - это крупный российский банк, занимающий 11-е место по активам и 9-е по собственному капиталу на конец 2019 года. АО «Райффайзенбанк» состоит в списке системно-значимых финансовых учреждений, его сеть включает в себя 5 филиалов, 115 дополнительных офисов, 57 операционных офисов и 2 операционные кассы вне кассового узла.

Райффайзенбанк делает ставку на цифровую трансформацию, при этом он остается универсальным банком и не планирует закрывать отделения банка, так как они дают свои преимущества в обслуживании клиентов. Райффайзенбанк неизменно поддерживает высокий уровень сервиса в отделениях, благодаря развитию технологий качество обслуживания увеличивается, что полностью соответствует новым реалиям современной экономической ситуации.

В ближайшей перспективе будет запущен ряд новых онлайн сервисов для бизнеса, которые в совокупности будут собраны в экосистему для SME. В перспективном периоде планируется расширение использования моделей машинного обучения в персонализации предложений, онбординге, предотвращении оттока и обслуживании клиентов малого и микро-бизнеса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 года (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 01.07.2020 N 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, 01.07.2020, N 31, ст. 4398

2 Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: Кодекс Российской Федерации, часть первая от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ, часть вторая от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

3 О банках и банковской деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 (в ред. от 27.12.2019 № 507-ФЗ). – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

4 О негосударственных пенсионных фондах [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 07.05.1998 № 75-ФЗ (в ред. от 20.07.2020 № 212-ФЗ). – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

5 О рынке ценных бумаг [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ (в ред. от 31.07.2020 № 306-ФЗ). – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

6 О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

7 Об инвестиционных фондах [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 29.11.2001 № 156-ФЗ (в ред. от 20.07.2020 № 212-ФЗ). – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

8 Об организации страхового дела в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 27.11.1992 № 4015-1 (в ред. от 20.07.2020 № 212-ФЗ). – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

9 О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 23 декабря 2003 г. № 177-ФЗ Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

10 О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 20.07.2020 № 211-ФЗ Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

11 О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам совершения финансовых сделок с использованием финансовой платформы [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 20.07.2020 № 212-ФЗ Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

12 О внесении изменений в Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» и статью 13 Федерального закона «Об аудиторской деятельности» [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 23.04.2018 № 112-ФЗ Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

13 Абдулбарова, Ю. Финансовый супермаркет: особенности деятельности и перспективы развития [Электронный ресурс] / Ю. Абдулбарова. – Электрон. дан. - Режим доступа: <https://fb.ru/article/460013/finansovyyi-supermarket-osobennosti-deyatelnosti-i-perspektivy-razvitiya>

14 Актуальные вопросы дистанционного банковского обслуживания с использованием интернет-технологий / Петушкова П.О., Лазарева О.А., Мишин А.А. // ЭКОНОМИКА И СЕРВИС: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ С. 257– 260

15 Базелюк, И.А. Построение финансовых супермаркетов / И.А. Базелюк // Организация продаж банковских продуктов. – 2017. - № 2. – С. 55-68.

16 Банковское дело: учебник / под ред. Г.Г. Коробовой., 2-е изд., перераб. И доп. – М: Магистр, 2015. – 592 с.

17 Банковское дело: Учебник / под ред. В.И. Колесникова, Л.П. Кроливецкая. – М., 1998. – 345 с.

18 Банковское дело: Учебник / под ред. О.И. Лаврушина. – М., 2011. – 768 с.

19 Гамза, В. Банковская система России: основные проблемы развития / В. Гамза // Мировая экономика и международные отношения. – 2003. - № 10. – С. 79.

20 Голикова, Ю.С. Денежно-кредитная политика Центрального банка: современный инструментарий и его активизация / Ю.С. Голикова // Деньги и кредит. – 2017. - № 8. – С. 90.

21 Гарант-сервис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/news/1301926/#ixzz6VTQBMwGP>

22 Екушов, А.И. Анализ ликвидности и его применение при управлении активами и пассивами банка / А.И. Екушов // Управление в кредитной организации. – 2017. - № 3. – С. 85.

23 Козлов, А.А. Вопросы модернизации банковской системы России / А.А. Козлов // Деньги и кредит. – 2006. - № 6. – С. 90-92.

24 Масленников, В.В. Национальная банковская система / В.В. Масленников, Ю.А. Соколов. – М.: Элит. – 2019. – 421 с.

25 Московская биржа [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.moex.com/>

26 Моисеева, Р.Ю. Развитие банковских технологий с применением дистанционного банковского обслуживания / Моисеева Р.Ю. // Финансовые рынки и банки. – №2. – 2018. – с. 38–41.

27 Официальный сайт Райффайзен Банка [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.raiffeisen.ru/>

28 Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/fintech/market_place/

29 Пахомов, В.Ю. Технологии продажи розничных банковских продуктов / В.Ю. Пахомов // Банковский ритейл. – 2018. - № 2. – С. 70 - 79.

30 Пещанская, И.В. Краткосрочный кредит: теория, методология, практика / И.В. Пещанская. – перераб. И доп. – М: Магистр, 2017. – 432 с.

31 Погодина, Т. В. Инвестиционный менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. В. Погодина. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 311 с.

32 Российский деловой еженедельник – журнал «Эксперт». Новости экономики и политики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://expert.ru/>

33 Робулец, Т.Ю. Легенды Российского страхования / Т.Ю. Робулец. – М.: Проспект, 2019. – С. 268.

34 Румянцева, Ю.В. Организация и перспективы развития маркетплейсов / Ю.В. Румянцева, Д.С. Готов. – Курск, 2020. – 208 с.

35 Самойлов, Е.В. Индикация состояния ликвидности банка с помощью GAP-анализа / Е.В. Самойлов // Управление в кредитной организации. – 2016. - № 6. – С. 90.

36 Свиридов, О.Ю. Финансы, денежное обращение, кредит / О.Ю. Свиридов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2019. – 550 с.

37 Слепов, В.А. О взаимосвязи финансовой политики, стратегии и тактики / О.Ю. Свиридов, Е.К. Громова // Финансы. – 2020. - № 8. – С. 88.

38 Тавасиев, А.М. Банковское кредитование: учебник для бакалавров / А.М. Тавасиев. – М: Издательство ИНФРА-М, 2018. – 366 с.

39 Тихомирова, Е.В. Развитие системы краткосрочного банковского кредитования / Е.В. Тихомирова // Деньги и кредит. – 2020, - № 2. – С. 43.

40 Тавасиев, А.М. Банковское дело: учебник для бакалавров / А.М. Тавасиев. – М: Издательство Юрайт, 2016. – 647 с.

41 Унгур Д.И. Как убрать регуляторные барьеры, препятствующие финансовым инновациям / Д.И. Унгур // Аналитический журнал «Управление в кредитной организации». – 2016. - №4. с. 114-115.

42 Ушвицкий, И.В. Финансовая стратегия предприятия: формирование и реализация / И.В. Ушвицкий // Научная монография. 2016. С. 156

43 Финансы: учебник / под ред. С.И. Лушина, В.А. Слепова. – М.: Экономистъ, 2007. – 682 с.

44 Хмель, И.Г. Финансовые маркетплейсы как новая модель банковского бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bankir.ru/publikacii/20160609/finansovye-marketpleisy-kak-novaya-model-bankovskogo-biznesa-10007647/>

45 Хейнсворт, Р. Переход от банковского сектора к банковской системе: условия достаточные и условия необходимые / Р. Хейнсворт // Деньги и кредит. - 2018. - № 6. – С. 86.

46 Эртштейн, О. Стратегии роста и решений в управлении развитием финансовых супермаркетов / О. Эртштейн // Управление в кредитной организации. – 2018. - № 4. – С. 97.