

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО БАНКИНГА К ПОДДЕРЖАНИЮ И РАЗВИТИЮ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Шарипова Хадича Рустамовна*

К.э.н., ассистент

khadicha.rustamzoda2020@mail.ru.

Файзуллоев Бахриддин Сайфуллоевич*

Ассистент

baha_tj@mail.ru

*Таджикский национальный университет
Республика Таджикистан, г. Душанбе

Аннотация:

В статье авторами рассматривается последствие пандемии коронавируса COVID-19 и анализируется состояние финансового рынка в периоде экономической нестабильности на мировом уровне. Используя аналитические данные авторами, приводится ряд факторов влияющие на развитие и формирование клиентского портфеля, также возможности повышение конкурентоспособности банка. Отмечается существующая тенденция привлечения на обслуживание малоодоходных сегментов клиентов. Анализируются современное состояние, проблемы обслуживания и возможные конкурентные преимущества от обслуживания банками молодежи.

Ключевые слова:

экономическая нестабильность, банковские услуги, кредит, молодежный банкинг, студенческий банкинг, лояльность, возрастная категория, конкурентоспособность банка, клиентский портфель банка

УДК 336.71

Для цитирования: Шарипова Х.Р., Файзуллоев Б.С. Формирование и развитие молодежного банкинга к поддержанию и развитию банковского сектора в условиях экономической нестабильности / Х.Р. Шарипова, Б.С. Файзуллоев // Контентус. – 2023. – № 75. – Т.7. – С. 99 – 106.

Экономическое развитие всех стран на прямую связано с формированием и устойчивым развитием финансового рынка. Сегодняшняя сложившаяся ситуация подтолкнула субъектов финансового рынка принимать стратегические и оперативные решения, для удержания

своей позиции на рынке. Одной из главных задач стоящей перед банковским сектором - это масштабирование удельных технологий и расширение сферы банковских услуг, как антикризисный подход для поддержания этой сферы.

Главными субъектами функционирующие в этом рынке являются коммерческие банки, которые выполняют функции финансового посредника. Коммерческие банки, совершавшие определённые банковские услуги, имеют право на посредничество в перемещении денежных средств между кредиторами и заемщиками, а также продавцов и покупателям. По мнению ряд ученых функции, осуществляющие коммерческими банками можно разделить на несколько синтетические функции [8, с.37];

- кредитование субъектов экономики деньгами;
- выпуск кредитных денег;
- эмиссионно-учредительская функции;
- предоставления и консультирование финансовой и экономической информации;
- осуществляя операции с ценными бумагами, коммерческие банки способствуют развитию фондового рынка;
- коммерческие банки выполняют роль консультантов своих клиентов по проведению отдельных банковских, экономических и фондовых операций.
- обеспечение субъектов экономики специфически банковскими продуктами [8, с.38].

Необходимо отметить, пандемия коронавируса COVID-19 и нестабильная политическая положение многих стран дал сильный толчок всем коммерческим банкам независимости от масштаба деятельности. Реализация банковских услуг в этот период связана с возникновением конкуренции между продуктами банков и между банковскими и небанковскими продуктами, удовлетворяющими аналогичные потребности [7, с.66].

Особенно после 2020 г., когда в первые в Таджикистане было объявлено пандемия COVID-19, многие экономические секторы были в растерянности и принимали поспешные решение, не учитывая возникающие последствия.

По аналитическим данным Центрального Банка России, только за февраль-октябрь 2022 года банки уже реструктурировали 17,9% своего корпоративного кредитного портфеля, что превышает запас капитала банковского сектора на 1 февраля 2022 года (6,6 трлн рублей) на 31,8%. С февраля по октябрь объем кредитов, реструктурированных 18 крупнейшими банками, превысил 10,15 трлн рублей (85,7% этой суммы — кредиты корпоративных заемщиков, 8,7 трлн рублей) [9].

На мировой финансовый рынок банки перераспределили ликвидность по своим международным операциям и обернули эти потоки обратно в последующих кварталах по мере ослабления стресса на финансовых рынках. Хотя в первом квартале 2020 г. объем международных трансграничных операции банковского сектора значительно расширились (рис 1.) [1, 13].

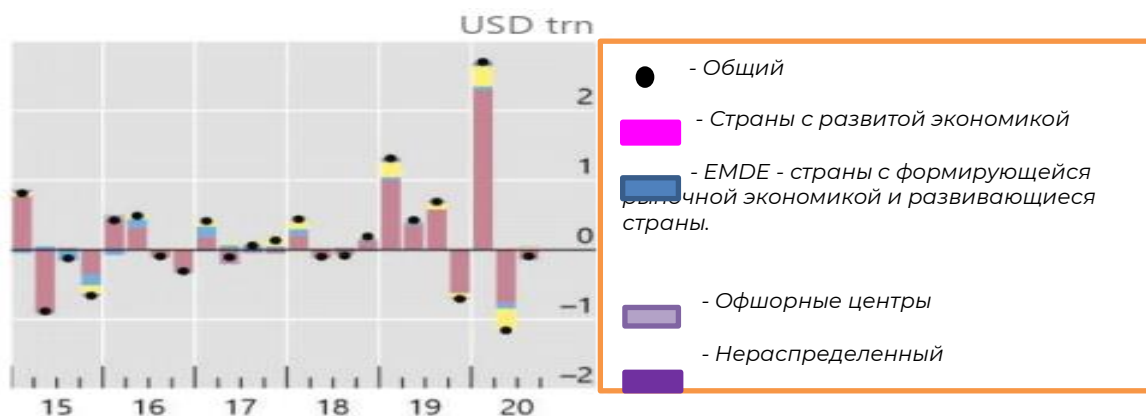


Рисунок 1 – Ежеквартальное изменение на мировом финансовом рынке

В этот период годовые темпы сильно снизилось до критического уровня, где международные требования банков к *EMDE* (страны с формирующейся рыночной экономикой и развивающиеся страны) сократились почти на 100 миллиардов долларов во втором квартале (-82 млрд. долл.) и третьем квартале 2020 года (-13 млрд. долл.) (Рис. 2) [1, 14].

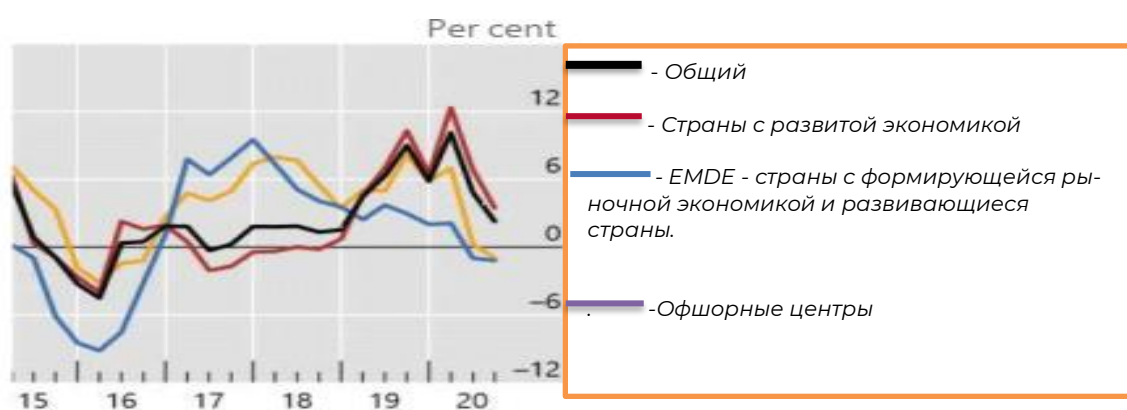


Рисунок 2 – Годовой рост на международном рынке банковского сектора

Отличительной особенностью финансового рынка в этот период является сложность формирования банком эффективного портфеля потребителей. Основные цели банка при формировании такого портфеля это удержание существующих клиентов и привлечение новых потенциальных клиентов к банковской услуге.

Кроме того, отметим, что, не смотря сильное сотрясение банковского сектора в начало появления коронавируса и нестабильная экономическая положения в конце 2020 до 2023 гг. банки расширили свои услуги с помощью онлайн обслуживание клиентов, что дало резкий скачок к

развитию. Но один из основных проблем при формировании клиентского портфеля является сокращение возможностей простого комплексного расширения клиентской базы, что объясняется отсутствием экономии, не покрываемой банковскими услугами или не удовлетворяемых качеством. Если раньше банковские учреждение в первую очередь обратили свое внимание на обслуживании «прибыльных покупателей», т.е. клиентов, располагающих основным экономическим потенциалам и формирующих основной доходов банка, то в настоящее время они должны обратиться к другим менее доходным сегментам клиентов. Подтверждением является бурное развитие банковского бизнеса, розничного сектора.

Необходимо отметить, основой развитию объема банковского бизнеса розничной услуги был сформирован благоприятной макроэкономической средой. Но и как всякое развивающийся сектор, и в розничном сегменте есть проблемы с привлечением клиентов [3]:

- сильная конкуренция, так как многие клиенты являются как правило клиентами нескольких банков;
- низкий уровень квалификации кадров в сфере финансовых услуг;
- возможность мошенничества при смене банка.

Все это может не только понизит уровня качество клиентского портфеля банка, но и увеличить риски и расходы банка. В свою очередь, удержание обслуживающих лиц связано не только с необходимостью удовлетворения их финансовых потребностей, но и с формированием высокого уровня лояльности к банку, что в случае существующих клиентов требует больших усилий и затрат.

Вышеуказанные проблемы можно преодолеть, совершенствование банковских услуг, изучая молодежный сегмент и привлекая его к службе, т.е. те субъекты, которые только вступают в период экономической активности. По мнению экспертов этой области, наиболее число потенциальный клиентов являются молодое поколения начиная с 18-36 возраста особенно студенты и молодое поколение которые с легкостью используют онлайн банковские услуги (график1.) [6].

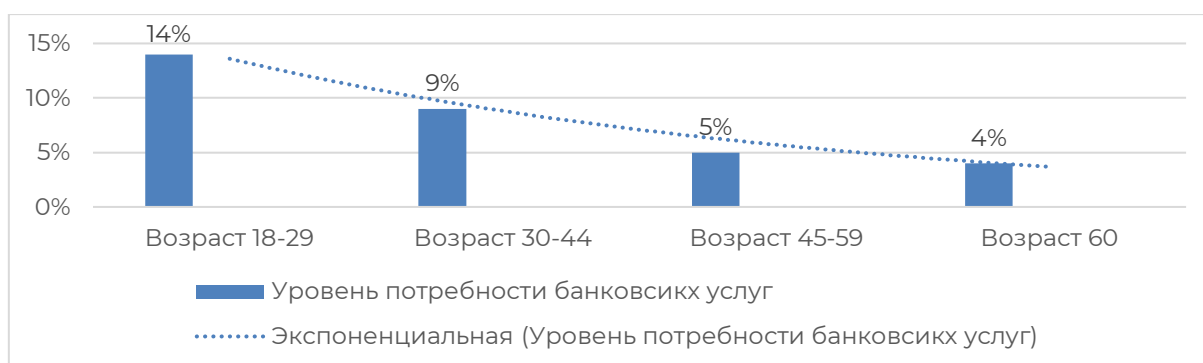


Рисунок 3 – Активность использования банковских услуг в зависимости от возраста

Служба поддержки молодежи имеет ряд особенностей, которые должны знать и правильно использовать для привлечения клиентской базы, что может позитивно повлиять на конкурентоспособности банка [5, с. 39].

- небольшое количество и небольшой объем (сумма) выполненных транзакций;
- высокие затраты на обслуживание;
- необходимость создания специальных продуктов;
- возможность повышения активности в части развития банковских продуктов;
- необходимость формирования финансовой культуры и лояльности;
- отсутствие высоких доходов в ближайшее время.

Рассматриваемая категория клиентов неоднородна. По возрасту и финансовым потребностям молодежную аудиторию можно разделить на две группы: студенты и работающая молодежь. Различия между группами относительно связанные финансовой самостоятельности. Исходя из это можно сформулировать Возможности формирования конкурентных преимуществ банка за счет использования студенческого банкинга (табл. 1).

Таблица 1 – Возможности формирования конкурентных преимуществ банка за счет использования студенческого банкинга

№	Конкурентное преимущество	Основание для формирования конкурентного преимущества
1.	Увеличение клиентской базы	<i>Возможность привлечения потенциальных клиентов на стадии становления самостоятельности</i>
2.	Повышение уровня лояльности клиентов банка	<i>Возможность максимально полного удовлетворения изменяющихся финансовых потребностей. Возможность воспитания «Своего клиента» при помощи инструментов формирования лояльности</i>
3.	Стабилизация клиентской базы	<i>Возможность снижения оттока клиентов за счёт формирования лояльности к банку</i>
4.	Опережающие разработка и продвижение перспективных банковских продуктов. Апробация использования и развития новых технологий и банковских услуг	<i>Восприимчивость молодёжи к нововведениям. Наличие высокого уровня владения компьютерным технологии</i>
5.	Высокий уровень финансовой грамотности клиентов	<i>Возможность развита финансовых навыков за счёт предложения банковских продукта с элементами обучения</i>

В таблице 1. перечислены некоторые из конкурентных преимуществ, которые банк получает благодаря развитию студентов-банкиров.

Указанные в таблице позволяют банкам не только формировать клиентскую базу, получая при этом конкурентные преимущества и максимально полно выполнять свои непосредственные функции.

У студентов более высокий уровень финансовой независимости, хотя их следует рассматривать как субъект с неполной (ограниченной) независимостью. Кроме того, финансовые потребности студентов

приближаются к потребностям финансово активных клиентов, а зачастую и превышают их по отдельным направлениям. В то же время банки обычно не создают отдельных продуктовых предложений для студенческой общественности. Более того, банки намеренно или неохотно отсекают эту категорию клиентов, налагая высокие барьеры на отдельные продукты. В целом рынок банковских продуктов для студентов и молодежи можно оценить, как недостаточно развитый. Практически отсутствует сформулированная концепция студенческого банкинга.

Тем не менее перспективы этого направления не вызывают сомнений. При обслуживании молодежи возникают определенные функции и возможности, которые можно рассматривать как вероятную основу для формирования конкурентного преимущества банка.

Таким образом изучая проблему развития молодежного банкинга, мы предлагаем ряд предложение для развития и поддержки банковского сектора в условиях экономической нестабильности:

1. Анализ и оценка экономической нестабильности и проблемы развития банковских услуг.

2. Принятие стратегических решения на будущую перспективу (анализ получателей, поставщиков, импорт и экспорт товаров, непрерывность бизнеса, получение доходов и т. д.);

3. Внедрение процесса мониторинга клиентов по возрастным категориям:

4. Расширение банковских услуг, учитывая знание и использование клиентами удобства онлайн приложения;

5. Разработка стратегических решений сценариев доход для конкретных групп клиентов банка на основе интернет отзывов потребителей.

6. Предоставления низкие проценты кредиты для развитие молодежной клиентской базы.

Список использованных источников

1. Как COVID-19 меняет мир: статистическая перспектива ТОМ III. [Электронный ресурс] // URL: <https://unstats.un.org/unsd/ccsa/pubs/documents/CCSA-COVID19-Publication-III-Russian.pdf> Дата обращения: 15.11.2021 г.
2. **Коробов Ю.И., Фомичева О.Е.** Сущность и роль детского банкинга. / Ю. И. Коробов, О. Е. Фомичева // Наука и общество.- 2013. №6 (15). С.121-127.
3. Множественность расчетных счетов корпоративных клиентов банка и клиента с контрольными функциями кредитного учреждения/ Серебренникова А. И. // В сборнике: Ценные бумаги, корпоративные финансы и инвестиции 2003. С. 121-126.
4. Оценка товаров в соответствии с российскими стандартами и МСФО/ Горохов А. А., Прищепа Л.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 5 (15). С. 48-56.
5. Оценка привлекательности клиента для банка/ Серебренникова А. И. // В сборнике: Ценные бумаги, корпоративные финансы и инвестиции, Сборник научных трудов. Екатеринбург, 2002. С. 36-43.
6. «Предпочтения розничных клиентов банковской сфере России» Исследование Компания «Делойт», СНГ Сентябрь 2020 года. [Электронный ресурс] // URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents> Дата обращения: 30.04.2021 г.
7. **Серебренникова А.И.** CRM-система как инструмент повышения конкурентоспособности банка/ А. И. Серебренникова // Управленец. – 2016. №4. С.66-75.
8. **Тавасиев А.М.** Банковское дело: учебник для бакалавров. / А.М. Тавасиев. - М.: Издательство Юрайт, 2015. – 647с.
9. Факты и итоги 2022 года в экономике и на финансовых рынках: Режим доступа: <https://m.realnoevremya.ru/articles/268849-ekonomika-i-finansovye-rynki-itogi-2022-goda>. Дата обращения: 14.04.2023г.
10. **Шарипова Х.Р.** Дополнительные услуги как фактор обеспечения конкурентоспособности гостиничных предприятий / Х. Р. Шарипова, Ф. Ф. Махкамов // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – 2020. – № 9. – С. 52-57. – EDN MRENTQ.

FORMATION AND DEVELOPMENT OF YOUTH BANKING TO SUPPORT AND DEVELOPMENT OF THE BANKING SECTOR IN CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY

Sharipova Khadicha Rustamovna **

Ph.D., assistant

khadicha.rustamzoda2020@mail.ru.

Fayzulloev Bakhridin Saifulloevich***

Assistant

baha_tj@mail.ru

**Tajik National University

Republic of Tajikistan, Dushanbe

Abstract:

In the article, the authors consider the consequences of the COVID-19 coronavirus pandemic and analyze the state of the financial market in a period of economic instability at the global level. Using analytical data, the authors present a number of factors influencing the development and formation of the client portfolio, as well as the possibility of increasing the competitiveness of the bank. There is an existing trend of attracting low-income customer segments for servicing. The current state, service problems and possible competitive advantages from servicing young people by banks are analyzed.

Keywords:

economic instability, banking services, credit, youth banking, student banking, loyalty, age category, bank competitiveness, bank client portfolio