

Содержание

Введение	4
1 Общая характеристика ПАО «Сбербанк»	6
2 Основные результаты финансово-экономической деятельности коммерческого банка Характеристика основных тарифов расчетно- кассового обслуживания	14
3. Характеристика основных тарифов расчетно- кассового обслуживания	22
2.1 Анализ макросреды коммерческого банка	24
2.2 Анализ микросреды коммерческого банка	33
Заключение	35
Список использованных источников	38

Введение

Эффективность рыночного механизма состоит в обеспечении сбалансированности экономики, в рациональном использовании трудовых, материальных и финансовых ресурсов, в создании гибких производств, восприимчивых к запросам потребителей и достижениям научно-технического прогресса. В условиях рынка коммерческий банк является одним из основных объектов хозяйствования, экономическое пространство для которого практически неограниченно, но всецело зависит от умения работать безошибочно, адаптируясь к условиям изменяющейся экономической среды, и именно от того, как осуществляется маркетинговая деятельность, зависит эффективность работы коммерческого банка.

Многолетняя практика маркетинговой деятельности убедительно доказывает, что в конкурентной среде только использование концепции маркетинга позволяет коммерческим банкам наиболее эффективно решать проблему реализации банковских продуктов.

Маркетинг может подсказать, куда двигаться коммерческому банку и чего в принципе в общих чертах можно ожидать в перспективе.

Также маркетинг применяется для определения конкурентной стратегии банка и является обязательным элементом в работе с потребителями банковских услуг.

Таким образом, сегодня обеспечение высокого качества управления коммерческим банком, под которым понимается эффективное и действенное управление сложной хозяйственной системой, состоящей из функционально взаимосвязанных специализированных структурных подразделений, исключающее принятие согласованных и качественных управленческих решений, приобретает первостепенное значение и особую актуальность, в обеспечении которых немаловажную роль играет подсистема маркетинга.

Объект и предмет исследования: в качестве объекта исследования выступает ПАО «Сбербанк». Предметом исследования является система

управления маркетинговой деятельностью банка.

Цель работы: анализ маркетинговой деятельности ПАО «Сбербанк».

Задачи работы:

- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности банка;
- исследовать маркетинговую среду банка;
- дать оценку эффективности реализации комплекса маркетинга в

коммерческом банке.

Теоретической основой исследования стали методологические принципы, теоретические положения, выводы фундаментальных и прикладных исследований зарубежных и отечественных ученых по проблемам управления маркетинговой деятельностью в коммерческом банке.

В работе применялись следующие методы: обобщение теории по исследуемой проблеме, системный, сравнительный, маркетинговый анализ.

Эмпирическую базу работы составили бухгалтерская отчетность коммерческого банка, а также результаты маркетингового исследования.

1 Общая характеристика ПАО «Сбербанк»

1.1 Основные сведения о коммерческом банке

ПАО «Сбербанк» на данный момент является крупнейшим банком Российской Федерации и СНГ. На долю лидера российского банковского сектора по общему объему активов приходится 28,7 процентов совокупных банковских активов. Более 50 процентов акций принадлежит Центральному Банку РФ, а следовательно, Сбербанк имеет поддержку государства, этим объясняется его многолетняя устойчивость к кризисам и другим неблагоприятным экономическим ситуациям.

Банк является основным кредитором российской экономики и занимает крупнейшую долю на рынке вкладов. На долю ПАО «Сбербанк» приходится 46 процентов (почти половина объёма вкладов РФ) вкладов физических юридических лиц, 38,7 процентов кредитов физическим лицам и 32,2 процента кредитов юридическим лицам.

В России у ПАО «Сбербанк» более 110 миллионов клиентов – около 75 процентов населения страны, за рубежом услугами Сбербанка пользуются 11 миллионов человек. Таких значительных показателей банк достиг благодаря своей многолетней репутации и постоянному стремлению к улучшению качества обслуживания.

ПАО «Сбербанк» сегодня – это 14 территориальных банков и более 16,5 тысяч отделений в 83 субъектах Российской Федерации, расположенных на территории 11 часовых поясов. Зарубежная сеть Банка состоит из дочерних банков, филиалов и представительств в СНГ, Центральной и Восточной Европе, Турции, Великобритании, США и других странах.

ПАО «Сбербанк» - современный универсальный коммерческий банк, удовлетворяющий потребности различных групп клиентов в широком спектре банковских услуг. Сбербанк России обслуживает физических и юридических лиц, в том числе крупные корпорации, предприятия малого и

среднего бизнеса, а также государственные предприятия, субъекты РФ и муниципалитеты.

Лозунг Банка - быть «домашним» для частного вкладчика, уважаемым в глазах корпоративного клиента, опорой и помощником для государства, признанным авторитетом на международном уровне.

ПАО «Сбербанк» предоставляет розничным клиентам широкий спектр банковских услуг, включая депозиты, различные виды кредитования (потребительские кредиты, автокредиты и ипотеку), а также банковские карты, денежные переводы, банковское страхование и брокерские услуги. Все розничные кредиты выдаются по технологии «Кредитная фабрика».

ПАО «Сбербанк» обслуживает все группы корпоративных клиентов. На долю малых и средних компаний приходится более 20% корпоративного кредитного портфеля ПАО «Сбербанк». Банк также предоставляет депозиты, расчетные услуги, проектное, торговое и экспортное финансирование, услуги по управлению денежными средствами и прочие основные банковские продукты.

Стремясь сделать обслуживание более удобным, современным и технологичным, Сбербанк с каждым годом все более совершенствует возможности дистанционного управления счетами клиентов. В банке создана система удаленных каналов обслуживания, в которую входят:

- онлайн-банкинг «Сбербанк Онлайн» (более 30 млн активных пользователей);
- мобильные приложения «Сбербанк Онлайн» для смартфонов (более 18 млн активных пользователей);
- SMS-сервис «Мобильный банк» (более 50 млн активных пользователей);
- одна из крупнейших в мире сетей банкоматов и терминалов самообслуживания (более 90 тыс. устройств)

Группа Сбербанк сегодня – это команда, в которую входят более 325 тыс. квалифицированных сотрудников, работающих над превращением банка в лучшую сервисную компанию с продуктами и услугами мирового уровня.

В 2022 году более 250 тыс. человек прошли обучение по корпоративным программам, включая совместные программы для руководителей с ведущими мировыми бизнес-школами.

Главным событием в корпоративной жизни банка стало открытие нового комплекса Корпоративного университета, соответствующего самым современным стандартам ведущих бизнес-школ мира. Университет станет базой для обучения и развития молодых талантов, менеджеров нового уровня, способных успешно справляться с глобальными вызовами новой реальности и обеспечить выполнение стратегической цели – стать одним из лидирующих и инновационных мировых финансовых институтов.

Организационная структура ПАО «Сбербанк» определяется тремя основными моментами - чрезвычайно развитой филиальной сетью, структурой управления банком, структурой его функциональных подразделений и служб. Главное назначение органов управления - обеспечить эффективное руководство коммерческой деятельностью Сбербанка с целью реализации его основных функций в рыночной экономике. На рисунке 1 представлена организационная структура ПАО «Сбербанк».

Управление ПАО «Сбербанк» базируется на принципе корпоративности в соответствии с Кодексом корпоративного управления, утвержденным годовым Общим собранием акционеров Банка. Все органы управления Банком формируются на основании Устава ПАО «Сбербанк» и в соответствии законодательством Российской Федерации. Органами управления банка являются: общее собрание акционеров, Совет Банка и Совет директоров Банка. Высшим органом управления Банка является общее собрание акционеров, к исключительной компетенции которого относятся изменение Устава и уставного капитала, избрание Совета Банка, утверждение

годовых результатов деятельности, определение размера дивиденда по акциям Банка, организация и устранение дочерних банков.

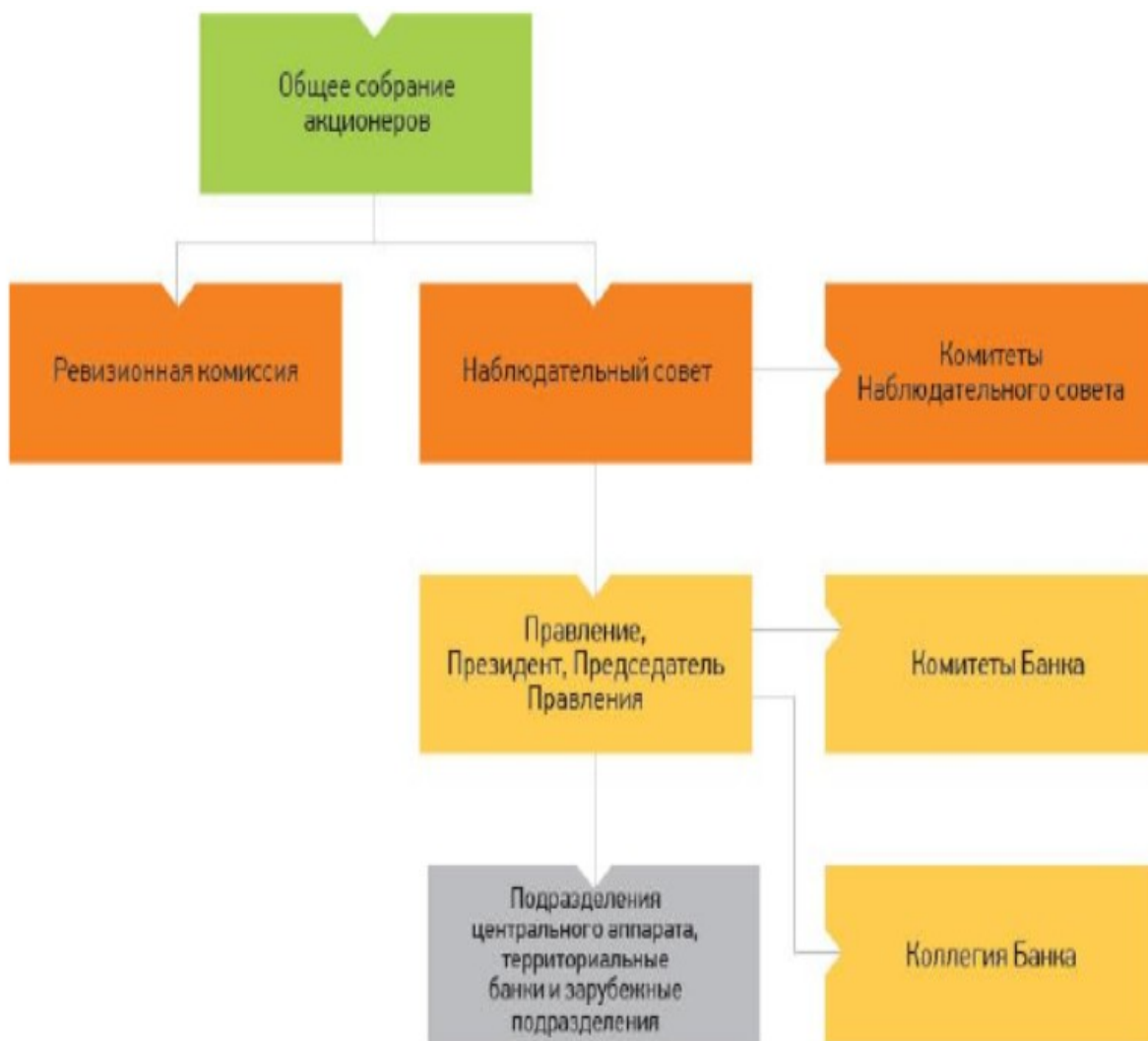


Рисунок 1 – Организационная структура ПАО «Сбербанк»

Наблюдательный совет Банка состоит из 17 директоров, среди которых 6 представителей Банка России, 2 представителя ПАО «Сбербанк», 1 внешний и 8 независимых директоров. Управление состоит из 13 членов. Возглавляет Управление Банка – Президент и Председатель Правления Банка. В промежутках между общими собраниями высшим органом управления Банка является Совет Банка. В полномочия Совета Банка входит решения всех вопросов деятельности Банка, если они не отнесены к исключительной компетенции общего собрания.

По представлению Президента Наблюдательный Совет Банка утверждает состав Правления Банка. Правление является исполнительным органом Банка. В период между собраниями акционеров и заседаниями Совета Банка Правление руководит всей деятельностью Банка в пределах компетенции, определенной Уставом. Учредителем и основным акционером Сбербанка России выступает Центральный банк Российской Федерации, владеющий 50% уставного капитала плюс и одной голосующей акцией, свыше 40% акций принадлежит зарубежным компаниям. Приблизительно половина российского рынка частных вкладов, а также каждый третий корпоративный и розничный кредит в России приходятся на ПАО «Сбербанк».

Специфика деятельности ПАО «Сбербанк» проявляется и в его функциях. ПАО «Сбербанк» как кредитная организация имеет право выполнять в соответствии с Уставом следующие операции:

- размещать привлеченные средства в экономику;
- кредитовать потребительские нужды населения;
- привлекать вклады (депозиты) и предоставлять кредиты по соглашению с заемщиками;
- осуществлять расчеты по поручению клиентов, в том числе физических лиц, и банков-корреспондентов, включая нерезидентов, и их кассовое обслуживание;
- выпускать, покупать, продавать и хранить платежные документы и ценные бумаги (чеки, аккредитивы, векселя, акции, облигации и другие документы), осуществлять иные операции с ними;
- приобретать права требования по поставке товаров и оказанию услуг, принимать риски исполнения таких требований и инкассировать эти требования (форфейтинг), а также выполнять эти операции с дополнительным контролем за движением товаров (факторинг);
- покупать и продавать в России и за ее пределами драгоценные металлы, камни, а также изделия из них;

- принимать и размещать драгоценные металлы, камни во вклады, осуществлять иные операции с этими ценностями в соответствии с международной банковской практикой;
- оказывать брокерские, консультационные услуги, осуществлять лизинговые операции;
- производить другие операции и сделки по лицензии Центробанка России, выдаваемой в пределах его компетенции и др.

Первым и основополагающим принципом деятельности ПАО «Сбербанк» является работа в пределах реально имеющихся ресурсов. Это означает, что банк должен не только обеспечивать количественное соответствие между своими ресурсами и кредитными вложениями, но и добиваться соответствия характера банковских активов специфике мобилизованных им ресурсов.

Вторым важнейшим принципом, на котором базируется деятельность ПАО «Сбербанк», является экономическая самостоятельность, подразумевающая и экономическую ответственность банка за результаты своей деятельности.

Миссия ПАО «Сбербанк»: «Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты.

Анализируя миссию ПАО «Сбербанка», можно сделать вывод, что она определяет смысл и содержание деятельности банка, подчеркивая его важнейшую роль в экономике России. Клиенты, их потребности, мечты и цели есть основа всей деятельности банка как организации. Миссия банка также устанавливает амбициозную цель устремлений банка – стать одной из лучших финансовых компаний мира – и подчеркивает, насколько важны для ПАО «Сбербанка» его сотрудники, и насколько реализация его целей невозможна без реализации их личных и профессиональных целей. Высокие цели достигаются командой единомышленников, которых объединяет общая система ценностей.

Основной целью деятельности Сбербанка является привлечение денежных средств от физических и юридических лиц, осуществление кредитно-расчетных и иных банковских операций и сделок с физическими и юридическими лицами для получения прибыли.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- внедрить новую идеологию работы с клиентом, основанную на сочетании стандартных технологий с индивидуальным подходом к каждому клиенту. Обеспечить внедрение эффективных методов работы с клиентами и повышение качества их обслуживания;
- сохранить лидирующую роль на розничном рынке страны. Увеличить долю на рынке кредитования населения до 30%, при этом объемы кредитования физических лиц должны вырасти не менее чем в 2 раза;
- обеспечить максимальную помощь государству в реализации государственных инвестиционных программ и программ поддержки отечественного экспорта;
- внедрить в Банке полнофункциональную систему управления рисками и т.д.

Для достижения целей развития банка планируется сфокусироваться на четырех основных направлениях преобразований, которые предполагают значительные модификации во всех областях его деятельности:

1 Максимальная ориентация банка на клиента и в этом смысле превращение ПАО «Сбербанка» в «сервисную» компанию. Это значит, что банк будет стараться удовлетворить максимальный объем потребностей в финансовых услугах каждого клиента и тем самым максимизировать свои доходы от каждого набора клиентских отношений. Это означает, что качество и глубина отношений с клиентом, а также навыки и возможности банка в области продаж и обслуживания, станут важнейшей основой конкурентного преимущества банка.

2 Модернизация ПАО «Сбербанк» предполагает комплексную перестройку процессов и систем их перевод на новейшую «промышленную»

основу. Схожая «индустриализация» систем и процессов в банке повысит уровень управляемости, снизит затраты, усовершенствует качество сервиса клиентов и позволит банку более результативно править рисками. Построение промышленных систем и процессов в большом количестве случаев подразумевает консолидацию или централизацию функций, как инструмента улучшения управляемости и снижения затрат, а также пересмотр множества основополагающих процессов, большую формализацию методик работы и построение нынешних систем электронного документооборота, способных работать в масштабах всего банка. Это также потребует существенного развития информационных систем.

3 Индустриализация ПАО «Сбербанк» позволит увеличить результативность, управляемость и качество, принципиально меняя логику работы систем и процессов «сверху вниз». Для достижения этого третьим направлением изменений станет формализация «Производственной Системы Сбербанка», как новой идеологии правления банком. Разрабатываемый на базе технологий Lean2, этот подход полагает интегрированную работу по оптимизации и рационализации деятельности по всем направлениям «снизу вверх», создание в банке систематической способности к обновлению и совершенствованию, а также модификация менталитета и ценностных установок сотрудников. Первым направлением работы банка, которое будет затронуто этим процессом, станет организация работы розничных отделений и внутренних структурных подразделений, однако поэтапно «Производственная Система Сбербанка» получит повсеместное распространение.

4 ПАО «Сбербанк» ставит перед собой задачу стать значимым участником мировой финансовой системы, поэтому выделяет развитие операций на международных рынках как одно из приоритетных направлений.

1.2 Основные результаты финансово-экономической деятельности коммерческого банка

Начать следует с анализа структуры отчета о финансовом положении банка. В таблице 1 представлен анализ показателей баланса за указанный период:

Таблица 1 – Анализ активов банка за период 2020-2022 гг.

Показатели	2020г.		2021г.		2022г.	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Денежные средства и эквиваленты	2 329,4	8,6%	2 560,8	10,1%	2098,0	6,7
Обязательные резервы на счетах в ЦБ	427,1	1,6%	402,0	1,6%	222,1	0,7
Средства в банках	1317,8	4,9%	965,4	3,8%	1420,7	4,6%
Кредиты и авансы клиентам	18488, 1	68,2%	17 361,3	68,4%	19585, 0	62,8%
Ценные бумаги	3030,5	11,2%	2 603,6	10,3%	3442,5	11,0%
Финансовые инструменты, заложенные по договорам репо	258,9	1,0%	113,9	0,4%	307,0	1,0%
Требования по производным финансовым инструментам	140,9	0,5%	206,6	0,8%	177,6	0,6%
Отложенный налоговый актив	15,5	0,1%	13,9	0,1%	15,3	0,0%

Основные средства	516,2	1,9%	4 82,9	1,9%	593,9	1,9%
Активы групп выбытия и внеоборотные активы, удерживаемые для продажи	10,5	0,0%	5,8	0,0%	2569,9	8,2%
Прочие активы	577,3	2,1%	6 52,3	2,6%	764,7	2,5%
ИТОГО	27112, 2	100%	25368, 5	100%	31196, 7	100%

Проанализировав консолидированные данные по активам банка, можно сделать несколько ключевых выводов.

Валюта баланса показала существенный рост за последние три года, увеличившись на 23 %. Это особенно необычно для такого «гиганта», как ПАО «Сбербанк»; если пересчитать данный прирост в стоимостном выражении, то он составит внушительные 5,8 трлн. руб.

Вполне типично, что на протяжении рассматриваемого периода наибольшую долю в активах банка составляют кредиты и авансы клиентам – их доля стабильна в пределах 62-69 % от валюты баланса.

Особо заметен колоссальный прирост в активах групп выбытия и внеоборотных активах, удерживаемых для продажи: так, в 2022 году их значение составило значимые 2,5 трлн руб, в то время как в 2021 году их насчитывалось всего 10 млрд руб. Если обратиться к соответствующему примечанию в отчетности, то можно увидеть, что данные активы практически на 100 % состоят из активов и обязательств Denizbank. В мае 2022 года ПАО Сбербанк и Emirates NBD Bank PJSC («Emirates NBD») заключили обязывающее соглашение о продаже 99,85% акций Denizbank за 14,6 миллиардов турецких лир. Цена основана на консолидированных собственных средствах Denizbank на 31 октября 2021 года.

Другим ключевым изменением в структуре активов кредитной организации можно назвать довольно ощутимое снижение денежных средств и их эквивалентов: так, за два года они снизились на 22,06 % или 500 млрд руб. в денежном выражении.

В таблице 2 представлена динамика структуры обязательств кредитной организации.

Таблица 2 – Анализ обязательств банка за период 2020-2022 г.

Показатели	2020г.		2021г.		2022г.	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Средства банков	6 93,3	2,6%	561,9	2,2%	1096,8	3,5%
Средства физических лиц	13420,3	49,5%	12449,6	49,1%	13495,1	43,3%
Средства корпоративных клиентов	6393,9	23,6%	6235,2	24,6%	7402,2	23,7%
Выпущенные долговые ценные бумаги	934,6	3,4%	1161,0	4,6%	8 43,6	2,7%
Прочие заемные средства	247,3	0,9%	261,4	1,0%	56,5	0,2%
Обязательства по производным финансовым инструментам и по поставке ценных бумаг	164,4	0,6%	212,9	0,8%	181,6	0,6%
Отложенное налоговое обязательство	27,7	0,1%	55,1	0,2%	33,4	0,1%

Обязательства групп выбытия	-	0,0%	0,8	0,0%	2235,1	7,2%
Прочие обязательства	1078,4	4,0%	9869,1	3,4%	1 290,1	4,1%
Субординированные займы	716,3	2,6%	739,9	2,9%	707,3	2,3%
ИТОГО	23676,2	87%	22546, 9	89%	27341,7	88%

При рассмотрении обязательств банка за аналогичный период также можно сделать несколько ключевых выводов: Блок обязательств показывает крайне консервативную динамику, если исключить резко возросшие обязательства групп выбытия, о которых шла речь в блоке активов – они составили 2,2 трлн. Руб. в 2022 году. Абсолютно традиционно ПАО «Сбербанк» продолжает консолидировать большую часть вкладов физических лиц населения, которые суммарно превышают колоссальное значение в 13 трлн. Руб. на момент 2022 года. С 2020 года они прибавили немногим более триллиона рублей, игнорируя заметное снижение ставок по депозитам. Именно этот фактор во многом обеспечивает сравнительно недорогое фондирование банка и составляет 43 % от совокупных обязательств банка за 2022 год. Быстрее вкладов физических лиц росли только средства юридических лиц, портфель которых банк агрессивно наращивает на протяжении последних лет – за 2 года они прибавили 1,4 трлн руб. и составили почти четверть обязательств банка. Здесь же стоит отметить и поступательный прирост фондирования за счет средств банков, профинансировали исследуемую кредитную организацию на 1 трлн. рублей. Далее, предлагается рассмотреть изменения в собственных средствах банка, которые изображены в таблице 3:

Таблица 3 – Анализ собственных средств банка за период 2020-2022 гг.

Показатели	2020г.		2021г.		2022г.	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Уставный капитал и эмиссионный доход	320,3	1,2%	320,3	1,3%	320,3	1,0%
Собственные акции, выкупленные у акционеров	- 15,3	-0,1%	- 7,9	0,0%	- 18,1	-0,1%
Прочие резервы	6 8,4	0,3%	70,0	0,3%	- 10,9	0,0%
Нераспределенная прибыль	3058, 6	11,3%	2 435,7	9,6%	3560,7	11,4%
ИТОГО	3432, 0	13%	2 818,1	11%	3852,0	12%

В блоке собственных средств довольно несложно увидеть основную тенденцию, состоящую в планомерном росте доли нераспределенной прибыли в валюте баланса банка, которая на момент 2022 года составила 11,4 % от активов кредитной организации, прибавив более триллиона рублей за исследуемый период.

Если обратиться к структуре капитала банка в динамике, то можно увидеть постепенный сдвиг в сторону фондирования за счет собственных средств, в первую очередь, за счет нераспределенной прибыли, которая была рассмотрена в блоке собственных средств

Далее, обратимся к анализу ликвидности банка с использованием показателей Н2, Н3 и Н4, более известными как коэффициенты мгновенной, текущей и долгосрочной ликвидности. Все они являются фундаментальными показателями, опираясь на которые ежедневно функционирует любой коммерческий банк, предотвращая таким образом «гэп» ликвидности. Так, показатель мгновенной ликвидности «ограничивает риск потери банком

ликвидности в течение одного операционного дня и определяет минимальное отношение суммы высоколиквидных активов банка к сумме обязательств (пассивов) банка по счетам до востребования, скорректированных на величину минимального совокупного остатка средств по счетам физических и юридических лиц до востребования».

Для ПАО «Сбербанк» данный показатель составляет 186,49 % на 1 января 2020 года. Норматив ЦБ составляет не менее 15 %. Здесь можно отметить видимую неэффективность в виду того, что банк держит слишком большой запас мгновенной ликвидности, однако, не стоит забывать о масштабе госбанка и его значимости для финансовой системы страны. Именно этот фактор является ключевым в обосновании столь высокого значения норматива Н2. С другой стороны, если обратиться к динамике данного показателя с горизонтом в 5 лет, то можно увидеть, что наибольший прирост ликвидности пришелся на начало 2016 года, который характеризуется посткризисным моментом для российской экономики. С тех пор ПАО «Сбербанк» стабильно повышает уровень данного коэффициента. Далее, обратимся ко второму нормативу, при помощи которого оценивают текущую ликвидность – Н3; так, он «регулирует (ограничивает) риск потери банком ликвидности в течение ближайших к дате расчета норматива 30 календарных дней и определяет минимальное отношение суммы ликвидных активов банка к сумме обязательств (пассивов) банка по счетам до востребования и со сроком исполнения обязательств в ближайшие 30 календарных дней, скорректированных на величину минимального совокупного остатка средств по счетам физических и юридических лиц до востребования и со сроком исполнения обязательств в ближайшие 30 календарных дней».

Отметим, что данный норматив на момент 1 января 2020 года составил 232,77 %, что также превышает норматив ЦБ, который предписывает поддержание текущей ликвидности на уровне не менее 50 %. Возможным объяснением данной политики руководства банка можно считать фактор,

который был упомянут выше при рассмотрении норматива Н2: так, в период с 1 января 2016 по 1 октября 2021 он вырос почти в 4 раза, и с тех пор поддерживается на том же уровне. Наконец, рассмотрим показатель, с помощью которого оценивается долгосрочная ликвидность банка – Н4, который «регулирует (ограничивает) риск потери банком ликвидности в результате размещения средств в долгосрочные активы и определяет максимально допустимое отношение кредитных требований банка с оставшимся сроком до даты погашения свыше 365 или 366 календарных дней, к собственным средствам (капиталу) банка и обязательствам (пассивам) с оставшимся сроком до даты погашения свыше или 366 календарных дней, скорректированным на величину минимального совокупного остатка средств по счетам со сроком исполнения обязательств до 365 календарных дней и счетам до востребования физических и юридических лиц (кроме банков-клиентов). Несоблюдение Н4 говорит о том, что банк злоупотребляет размещением в долгосрочные активы краткосрочных пассивов (например банк выдает ипотеку сроком на 25 лет, при этом деньги на эти кредиты он заимствует у банков-контрагентов на 30 дней)».

Для ПАО «Сбербанк» данный показатель на тот же момент времени составлял 64 %, что также соответствует нормативам, установленным ЦБ – не более 120 %. После расчета коэффициентов ликвидности необходимо уделить внимание еще одной не менее важной группе показателей, которые строго регламентирует Центральный Банк – показатели достаточности капитала: Н1, Н1.1, Н1.2. Данная группа показателей является характерной для банковского сектора по причине специфики их деятельности. Разберем их более подробно. Для начала стоит вспомнить, что собственный капитал банка – финансовая основа его функционирования и развития. Он занимает относительно небольшую долю в структуре пассивов хозяйствующего субъекта, в отличие от прочих видов предпринимательской деятельности, что характеризует специфику банковского бизнеса. Как известно, собственный капитал играет роль защитного механизма для вкладчиков и других

кредиторов банка. Однако, необходимо различать два уровня капитала, которые имеют особенности, оказывающие влияние на способность организации купировать непредвиденные расходы: капитал первого уровня – основной, базовый капитал; капитал второго уровня – дополнительный капитал.

Таким образом, основной капитал отличается от базового на величину добавочного капитала. К добавочному капиталу относятся привилегированные акции и эмиссионный доход от их размещения, а также бессрочные субординированные кредиты. Методика расчета всех нормативов имеет крайне схожую модель и подразумевает отношение соответствующего типа банковского капитала (совокупного, базового или основного) к сумме активов банка, взвешенных с учетом рыночного, кредитного и операционного рисков. Так, Н1.0 определяется как отношение размера собственных средств (капитала) банка к сумме его активов (за вычетом сформированных резервов на возможные потери и резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности, взвешенных по уровню риска. Для ПАО «Сбербанк» данный норматив составляет 14,9 % при нормативе ЦБ не менее 8 %. Что касается показателя Н1.1 и Н1.2, то они представляет собой достаточность базового капитала банка и достаточность основного капитала банка, которые составляют 11,1 %. При этом допустимые нормативы ЦБ по данным показателям равны не менее 4,5 % и 6 % соответственно.

В качестве заключения финансового анализа банка следует проанализировать в разрезе трех лет ключевые финансовые метрики, которые характеризуют доходность активов, капитала и др. (см. таблицу 4).

Таблица 4 – Сводные финансовые метрики для ПАО «Сбербанк»

Коэффициенты рентабельности	2020г.	2021г.	209г.
Рентабельность капитала (ROE)	19,2%	20,8%	21,6%
Рентабельность активов (ROA)	2,1%	2,6%	2,7%
Оборачиваемость активов (выручка/активы)	12,2%	11,0%	10,4%
CIR (Cost-to-income ratio)	39,9%	35,3%	34,2%
Коэффициент финансовой независимости	11,1%	12,7%	12,4%
Чистая процентная маржа	5,7%	6,0%	5,7%

После анализа данных показателей можно сделать следующие выводы. Банк стабильно и уверенно увеличивает доходность капитала и активов, что является крайне важным индикатором качественной работы топ-менеджмента. Еще одним принципиальным аспектом можно назвать постепенное снижение отношения операционных расходов к операционным доходам, что также указывает на эффективность решений, которые принимает управленческое звено. Наконец, необходимо отметить стабильность чистой процентной маржи, которая, несмотря на планомерное снижение ставки рефинансирования, остается примерно на уровне 2016 года.

Итак, подводя итог проведения краткого финансового анализа следует сделать несколько важных выводов относительно финансового положения банка:

Валюта баланса банка растет темпами намного быстрее уровня среднерыночных, что, учитывая текущий размер крупнейшей кредитной организации страны, является феноменальным результатом функционирования компании.

Российский госбанк уверенно движется в направлении цели в 1 трлн. рублей чистой прибыли по МСФО, что подчеркивает непоколебимость менеджмента несмотря на все «встречные ветры» в виде санкций, замедления

мировой и отечественной экономики, снижения процентных доходов и других негативных факторов.

Банк строго выполняет все нормативы, установленные Центральным Банком, включая нормативы ликвидности и достаточности капитала, причем, как правило, имеет колоссальный запас прочности в отношении данных коэффициентов. 4 ПАО «Сбербанк» является одним из самых прибыльных в отрасли – это подтверждают полученные коэффициенты рентабельности капитала и активов. Также, отмечается высокий уровень эффективности, который подкрепляется низкими значениями CIR-ratio и стабильным уровнем процентной маржи.

3. Характеристика основных тарифов расчетно- кассового обслуживания

Заключение

В данной работе нами был проведен анализ маркетинговой среды ПАО «Сбербанк», что позволило сделать ряд выводов. Сегодня сложно представить современный коммерческий банк, который не имеет штатный отдел маркетинга и рекламы. Даже в небольших банках, которые не имеют возможности содержать полноценный департамент маркетинга и рекламы в штате есть человек, который занимается этими вопросами.

Маркетинг в коммерческом банке важен не меньше, чем рекламная деятельность. Банк, который не следит за действиями своих конкурентов, не когда не сможет претендовать на место лидера рынка, так как она будет совершать те же неизбежные ошибки, что и её конкуренты. Так же очень важно отслеживать новые продукты и рекламные активности, которые предлагают конкуренты для того, чтобы успешно продвигать свой продукт на рынке.

Оценивая все конкурентные силы ПАО «Сбербанка», можно сказать, что на данный момент Сбербанку не грозит высокий уровень угрозы стороны поставщиков, потребителей, товаров-заменителей, потенциальных новичков и уровень самой конкурентной борьбы относительно минимален.

Установлено, что стратегия Сбербанка направлена на дальнейшее укрепление его позиций в качестве одного из ведущих и стабильных финансовых институтов мира. За ближайшие пять лет банк планирует удвоить показатели чистой прибыли и активов, добиться прорыва в эффективности управления расходами, повысить показатели достаточности капитала первого уровня, а рентабельность собственного капитала останется выше мировых

Анализируя миссию ПАО «Сбербанка», можно сделать вывод, что она определяет смысл и содержание деятельности банка, подчеркивая его важнейшую роль в экономике России. Клиенты, их потребности, мечты и цели есть основа всей деятельности банка как организации. Миссия банка также устанавливает амбициозную цель устремлений банка — стать одной из

лучших финансовых компаний мира — и подчеркивает, насколько важны Сбербанку его сотрудники, и насколько реализация его целей невозможна без реализации их личных и профессиональных целей. Высокие цели достигаются командой единомышленников, которых объединяет общая система ценностей.

Список использованных источников

Алексунин, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / В.А. Алексунин – М.: Издательство Проспект, 2020 – 516 с.

Васильева, Г.В. Управление маркетингом / Г.В. Васильева– М.: Издательство Экономика, 2021 – 560с.

Гурьянов, С.А. Маркетинг банковских услуг: учебное пособие / С.А. Гурьянов –М.: Издательство Юрайт, 2015 – 320с.

Жуков, Е.Ф. Банковское дело. В 2 ч. Ч. 1: учебник для академического бакалавриата / Е.Ф. Жуков – М.: Издательство Юрайт, 2016 – Ч.1. – 312 с.

Иванов, В.В. Банки и банковские операции: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Иванов – М.: Издательство Юрайт, 2020 –189 с.

Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020 – 595 с.

Короткова, Т.Л. Коммерциализация и маркетинг инноваций: учебное пособие / Т.Л. Короткова, А.В. Власов. – М.: Издательство Креативная экономика, 2012 – 168 с.

Котлер, Ф. Основы маркетинга / – М.: Издательство Прогресс, 2021 – 648 с.

Липсиц, И.В. Маркетинг-менеджмент. Учебник и практикум для бакалавров /И. В. Липсиц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2016 – 379 с.

Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник / И. М. Лифиц. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2020 – 437 с.

Мартыненко, Н.Н. Деньги, кредит, банки: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Мартыненко – М.: Издательство Юрайт, 2020 – 369 с.

Медведев, П.М. Организация маркетинговой службы с нуля / П.М. Медведев – М.: Издательство Эксмо, 2015 – 224с.

15 Ойнер, О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. К. Ойнер. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020 – 350 с.

Пунин, Е.И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях в условиях рыночной экономики/ Е.И. Пунин – М.: Издательство Международные отношения. – 2022 – 345 с.

Родин, В.Г. Основы маркетинга / В.Г. Родин – М.: Издательство Проспект, 2022 – 328 с.

Соловьев, Б.А. Основы теории и практики маркетинга / Б.А. Соловьев – М.: МИНХ им. Г.В. Плеханова, 2021 – 268 с.

Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг / В.Е. Хруцкий – М.: Издательство Финансы и статистика, 2021 – 542 с.

Чернышева, А. М. Управление продуктом: учебник / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – М.: Издательство Юрайт, 2022 – 373 с.

22 Годовой отчет Сбербанка [http://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports- and-publications/annual-reports](http://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/annual-reports).