

Ориентированы ли отечественные банки на смещающуюся возрастную структуру населения ?

Научный руководитель – Шерешева Мария Юрьевна

Скандовский Артём Александрович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра маркетинга, Москва, Россия

E-mail: skandovski@gmail.com

Актуальность проблематики

Российскому сектору розничных финансовых услуг в настоящее время свойственна ориентация лишь на трудоспособное население среднего возраста, что объясняется наибольшей платежеспособностью данной группы [1][2]. Однако в условиях современных тенденций демографического развития в ближайшие годы страну ожидает сокращение численности населения трудоспособного возраста при одновременном росте зрелого [3]. В связи с этим приобретает актуальность ориентация банков в своем ценностном предложении не только на трудоспособное население, но и возрастающее в своем числе зрелое.

Если рассматривать социально-экономический авангард страны - Москву и Санкт-Петербург, то можно констатировать что за период с 1990 по 2014 год численность пожилого населения Москвы повысилась на 60%, Санкт-Петербурга — на 29% на фоне повышения по стране на 25% по сравнению с показателями в 1990 году [4]. В дальнейшем старение населения продолжится: в соответствии со средним вариантом прогноза ФСС, население моложе трудоспособного возраста уменьшится в абсолютном выражении на 15% к 2035 году, трудоспособного - на 4%, при этом старше трудоспособного - вырастет на 17% [6].

Цель и методология исследования

Проведенное исследование ставило целью оценку предложения на рынке розничных банковских услуг в части его ориентации на старшее поколение (50+ лет). В качестве методологии был выбран анализ вторичных данных, в частности интернет-сайтов кредитных организаций, на предмет наличия дифференцированных предложений стандартных продуктов, а также специальных сервисов и услуг. Проведенный анализ дополнен сравнением с европейскими банками, ранее вступившими в сходную демографическую среду. Выборка представлена крупнейшими розничными банками России по размеру кредитного портфеля физических лиц, на долю которых приходится более 80% рынка (21 банк).

Результаты исследования

Результаты исследования демонстрируют невысокий уровень дифференциации продуктов для старшего поколения, большая часть специализированных продуктов сосредоточена в некредитной группе, специальные сервисы и услуги не распространены.

В части кредитных продуктов банки предлагают специализированные продукты в потребительском кредитовании (8 банков выборки) - базовом продукте, представляющим собой заем на неопределенные, общие нужды. При этом в других категориях продуктов (авто, ипотека, кредитные карты) выделенные предложения представлены лишь двумя банками в части кредитных карт. В части вкладов и расчетных продуктов обнаруживается большее количество предложений (10 банков выборки), что связано с более простым созданием продуктов (нет необходимости разработки особых риск-моделей, учитывающих вероятность дожития) и более распространенной потребностью этой группы в сохранении и использовании накопленных средств, нежели чем в получении кредитных. Лишь один

банк предоставляет дополнительные услуги и сервисы для зрелой аудитории (Сбербанк) - образовательные курсы, запись к врачу, релевантные предложения партнеров.

Обращаясь к европейскому опыту, можно отметить, что проблема адаптации финансовых продуктов под нужды зрелой аудитории была поднята на национальный уровень уже в двухтысячные годы. Например, в Англии в 2007 году была принята стратегия финансовой инклюзивности, одним из аспектов которой являлась адаптация финансового рынка под возрастающее количество зрелой аудитории [5].

Обзор интернет сайтов крупнейших зарубежных розничных банков (HSBC, BNP Paribas, Lloyds, Barclays и другие) демонстрирует более сфокусированный подход. Помимо аналогичных российскому рынку специальных предложений и льгот на отдельные продукты, широко распространены выделенные разделы для зрелой аудитории, включающие в себя предложения комплексного обслуживания, широкий спектр дополнительных услуг. Банки предоставляют зрелой аудитории финансовое планирование пенсии, консультации по организации получения различных видов пенсионных пособий, налоговую оптимизацию, услуги по передаче состояния, широкий выбор страховых программ, а также подбор и финансирование дополнительного образования. В настоящее время российские банки не осуществляют подобной работы с массовой аудиторией, комплексное финансовое планирование доступно только премиальному сегменту клиентов.

Помимо продуктов и услуг европейские банки уделяют внимание обучению и особому подходу в обслуживании зрелой аудитории. На сайтах финансовых организаций можно найти обучающие курсы по использованию цифровых технологий, финансовой грамотности, записаться на групповые встречи.

Выводы

Несмотря на существенную долю населения зрелого возраста, большинство российских банков не имеет специализированного продуктового набора для этой аудитории в части кредитных продуктов, дополнительные сервисы и услуги почти не распространены. Учитывая опыт европейских банков при опережающем старении населения, имплементация комплексного подхода, включающего в себя финансовое планирование пенсии, консультации по правовым и налоговым вопросам, внедрение сопутствующих сервисов (дополнительное образование, передача наследства и др.) и специального подхода к зрелой аудитории может помочь как конкретным банкам нарастить клиентскую базу, так и обеспечить включение пожилой возрастной группы в полноценное использование финансовых услуг.

Источники и литература

- 1) Вишневецкий А.Г., Андреев Е.М., Щербакова Е.М. Демографические вызовы России. Часть первая - население и пространство // Демоскоп Weekly. 2017. № 749-750.
- 2) Галкина Н.А. Потенциальные сегменты населения для расширения клиентской базы коммерческих банков в условиях старения населения // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2015. № 1. С. 60-86.
- 3) Голенищева Е.А., Езангина И.А. Банковские продукты пенсионерам: проблемы, перспективы // Экономические исследования и разработки // 2017
- 4) Сафарова Г. Л., Калмыкова Н. М., Сафарова А. А. Динамика продолжительности жизни в старших возрастах в Москве и Санкт-Петербурге // Региональные институты развития и использования потенциала людей старшего возраста, 2017
- 5) Treasury Н. М. Financial inclusion: an action plan for 2008-11 //HM treasury, London. – 2007
- 6) Демографический прогноз до 2035 года, версия от 22.12.2017, ФСГС: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/progn3.xls