



**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинская академия управления»**

Экономическое обоснование мероприятий по увеличению дохода банка за счет продвижения инвестиционных продуктов (на примере ПАО "ВТБ")

Подготовила:

Кузнецова Анна Андреевна,

студентка 4-го курса

направление подготовки 38.03.01 «Экономика»,

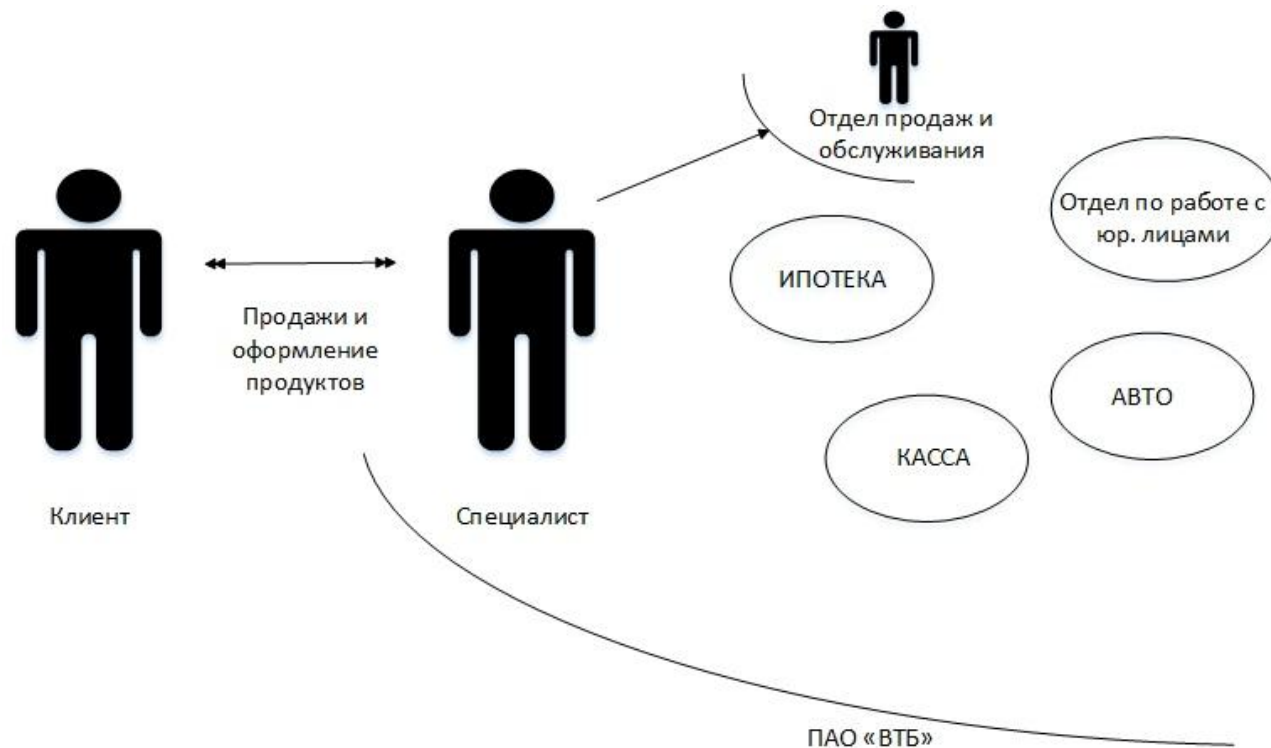
профиль «Экономика предприятий, финансы и кредит»

Описание организации и функциональное место



Банк

VTB — российский универсальный коммерческий банк с государственным участием. Второй по величине активов банк страны. Банк занимает второе место по объёму вкладов и кредитов физическим лицам. Сеть банка формируют более 1062 офисов в 72 регионах страны.



Анализ доходов банка

| | 2017 г. | 2018 г. | 2019 г. | Отклонение (+/-), млрд. руб. | | Темп роста/снижения, % | |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------------------------------|-----------|------------------------|--------------|
| | | | | 2018/2017 | 2019/2018 | 2018/2017 | 2019/2018 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5=3-2 | 6=4-3 | 7=(5/2)*100 | 8==(6/3)*100 |
| 1. Процентные доходы | 460,2 | 468,6 | 440,6 | +8,4 | -28 | +1,8 | -6 |
| 2. Комиссионные доходы | 95,3 | 90,0 | 108,5 | -5,3 | +18,5 | -5,6 | +34,6 |
| 3. Непроцентные доходы | 64,1 | 91,1 | 71,7 | +27 | -19,4 | +42,1 | -21,3 |

Вывод: За последний год наблюдается снижение процентных и непроцентных доходов

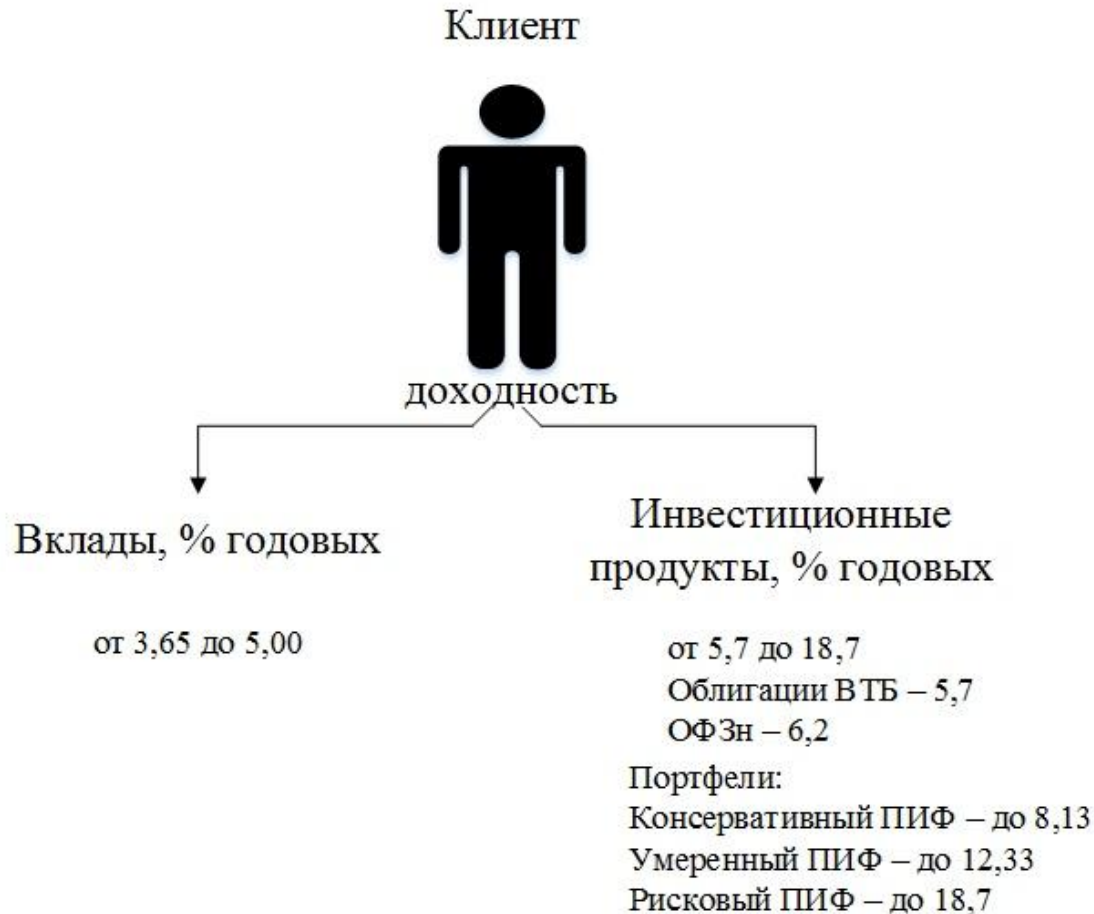
Анализ средств физических лиц на вкладах

| | 2017 г. | 2018 г. | 2019 г. | Отклонение (+/-), млрд. | | Темп снижения, % | |
|---|---------|---------|---------|-------------------------|-----------|------------------|-------------|
| | | | | руб. | | 2018/2017 | 2019/2018 |
| | | | | 2018/2017 | 2019/2018 | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5=3-2 | 6=4-3 | 7=(5/2)*100 | 8=(6/3)*100 |
| Средства клиентов на вкладах, млрд. руб. | 5 042 | 4 850 | 4 316 | -192 | -534 | -3,8 | -11 |
| Количество клиентов вкладчиков, тыс. чел. | 8 807 | 8 167 | 7 387 | -640 | -780 | -7,3 | -9,6 |
| Доход банка от вкладов, млрд. руб. | 7,9263 | 7, 3503 | 6,6483 | -0,576 | -0,702 | -7,3 | -9,6 |

Анализ средств физических лиц в инвестиционном направлении

| | 2017 г. | 2018 г. | 2019 г. | Отклонение (+/-) , млрд. руб. | | Темп роста, % | |
|--|----------|----------|----------|----------------------------------|-----------|---------------|-------------|
| | | | | 2018/2017 | 2019/2018 | 2018/2017 | 2019/2018 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5=3-2 | 6=4-3 | 7=(5/2)*100 | 8=(6/3)*100 |
| Средства клиентов в инвестиционном направлении, млрд. руб. | 244, 510 | 246, 098 | 254, 527 | +1,588 | +8, 429 | +0,6 | +3,4 |
| Количество клиентов частных инвесторов, чел. | 815 034 | 820 327 | 848 425 | +5 293 | +28 098 | +0,6 | +3,4 |
| Доход банка от инвестиционного направления, млрд. руб. | 3, 667 | 3,691 | 3,817 | +0,024 | +0,126 | +0,7 | +3,4 |
| Вывод: по данному направлению практически отсутствует динамика, так как оно не пользуется популярностью среди клиентов. | | | | | | | |

Доходность для клиентов



Задача: Увеличение комиссионного дохода банка на 3% за счет развития брокерской деятельности.

Мероприятия по решению задачи

Мероприятие 1: Создание дополнительных рабочих мест с функционалом телефонных продаж по инвестиционным продуктам

Затраты на Мероприятие 1.

| Наименование | | Затраты, руб. |
|--------------------------------------|---|--|
| Текущие затраты | Оплата заработной платы | $(70 \text{ чел.} * 60\,000 \text{ руб.} * 12 \text{ мес.}) + 30,2\% = 65\,620\,800$ |
| | Интернет, связь, коммунальные услуги | $50\,000 \text{ руб.} * 12 \text{ мес.} = 600\,000$ |
| Итого текущие затраты: | | 66 220 800 |
| Единовременные затраты | Мебель | $15\,000 \text{ руб.} * 70 \text{ чел.} = 1\,050\,000$ |
| | Офисная техника (ноутбуки, микрофоны и тд.) | $40\,000 \text{ руб.} * 70 \text{ чел.} = 2\,800\,000$ |
| Итого единовременные затраты: | | 3 850 000 |
| Итого затраты по мероприятию: | | 70 070 800 |

Экономический эффект от Мероприятия 1

| Показатель | Значение |
|--|---|
| Текущие затраты за 2020 г., руб. | 66 220 800 |
| Прогнозируемое количество новых клиентов, чел. | 105 000 |
| Прогнозируемый доход от новых клиентов, руб. | $105\,000 \text{ чел.} * 300\,000 \text{ руб.} * 1,5\% = 472\,500\,000$ |
| Экономический эффект, руб. | 406 279 200 |

Мероприятия по решению задачи

Мероприятие 2: Проведение рекламной кампании направления

Затраты на Мероприятие 2.

| Наименование | Затраты, руб. |
|--|--|
| Реклама в сети интернет | |
| Instagram | 45 000 руб. * 50 нед. = 2 250 000 |
| Youtube | (300 000 руб. * 6 раз) + (12 500 руб. * 365 дней) = 1 800 000 руб. + 4 562 500 = 6 362 500 |
| Итого реклама в интернете | 8 612 500 |
| Телевидение | |
| Съемка рекламного ролика | 500 000 |
| Рекламный герой/лицо направления (актер/телеведущий/спортсмен) | 17 000 000 |
| Эфирное время | 30 000 руб. * 5 раз * 365 дней = 54 750 000 |
| Итого реклама на телевидении | 72 250 000 |
| Итого: | 80 862 500 |

Экономический эффект от Мероприятия 2.

| Показатель | Значение |
|---|--|
| Затраты за 2020 г., руб. | 113 712 500 |
| Прогнозируемое количество новых клиентов, чел. | 511 000 |
| Прогнозируемый доход от новых клиентов, руб. | 511 000 чел. * 300 000 руб. * 1,5% = 2 299 500 000 |
| Экономический эффект, руб. | 2 185 787 500 |

Замечание: Затраты в первой и во второй таблице не совпадают: 80862500 и 113 712 500 (старый расчет)

Суммарный экономический эффект

Замечание: Затраты по рекламной кампании в первой таблице 80862500, а здесь 113 712 500 (старый расчет)

| Мероприятия | Количество возможных клиентов | Затраты на мероприятия, руб. | Прирост дохода, руб. | Годовой эффект, руб. |
|--------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------|----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5=4-3 |
| Создание дополнительных рабочих мест | 105 000 | 66 220 800 | 472 500 000 | 406 279 200 |
| Проведение рекламной кампании | 511 000 | 113 712 500 | 2 299 500 000 | 2 185 787 500 |
| Всего: | 616 000 | 179 933 300 | 2 772 000 000 | 2 592 066 700 |

Комиссионный доход банка до и после внедрения мероприятия

| Показатель | 2019 г. | 2020 г. | Изменение абсолют. | Темп прироста, % |
|------------------------------------|---------|---------|-----------------------|------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4=3-2 | 5=4*100/2 |
| Комиссионные доходы, млрд. руб. | 108,5 | 111,272 | 2,772 | 2,6 |

Замечание: Ничего не сказано про окупаемость единовременных затрат. Тогда это нужно проговорить устно со ссылкой на раздаточный материал и текст ВКР.

Оценка мероприятий

| Задача | Решение | Результат | Критерий оценки |
|-------------------------------------|--|--|--------------------------------------|
| Увеличение дохода банка на 3% | Создание дополнительных рабочих мест | Количество новых клиентов 105 тыс. | Рост дохода на 472 500 000 руб. |
| | Проведение рекламной кампании | Количество новых клиентов 511 тыс. | Рост дохода на 2 299 500 000 руб. |
| | Итого: | Количество новых клиентов 616 тыс. | Рост дохода на 2 772 000 000 руб. |

Благодарю за внимание!