

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА БАНКА

**В. Е. Малюгина<sup>1)</sup>, О. В. Машевская<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup> студентка 1 курса, Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: [vmalugina6@gmail.com](mailto:vmalugina6@gmail.com)

<sup>2)</sup> кандидат экономических наук, доцент, кафедра банковской экономики, Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: [omachevskay@gmail.com](mailto:omachevskay@gmail.com)

В статье рассмотрены некоторые из подходов к пониманию розничного банковского бизнеса, рассмотрены три варианта организации розничного бизнеса в банковском секторе и перечислены элементы розничного банковского бизнеса.

**Ключевые слова:** банковский бизнес; розничный бизнес; розничные банковские продукты; банковская услуга.

## THEORETICAL ASPECTS OF THE BANK'S RETAIL BUSINESS

**V. E. Malyugina<sup>1)</sup>, O. V. Mashevskaya<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup> 1-year Student, Belarusian State University, Minsk; Republic of Belarus, e-mail: [vmalugina6@gmail.com](mailto:vmalugina6@gmail.com)

<sup>2)</sup> PhD in Economics, Associate Professor, Department of Banking Economics, Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus, e-mail: [omachevskay@gmail.com](mailto:omachevskay@gmail.com)

The article discusses some of the approaches of a number of authors to understanding the retail banking business, considers three options for organizing a retail business in the banking sector, and lists the elements of a retail banking business.

**Keywords:** banking business; retail business; retail banking products; banking service.

Понятие «розничный банковский бизнес» является весьма неоднозначным в понимании многих экономистов. Специализированные терминологические словари определяют розничную банковскую деятельность (от англ. – *retail banking*) как предоставление банковских услуг для индивидуальных клиентов – широкий круг частных лиц, а именно домохозяйств и частных предпринимателей, кроме очень состоятельных слоев населения.

В таблице 1 представим наиболее существенные, на наш взгляд, определения розничного банковского бизнеса.

Несмотря на массовость реализации розничных банковских продуктов, целевая группа клиентов, на которую сориентирован банк, является достаточно широкой. Их сочетают небольшие по объему возможности потребление банковских продуктов, то есть это «мелкие» клиенты, подавляющее большинство которых составляют физические лица.

*Таблица 1 – Научные толкования понятия «розничный банковский бизнес»*

Автор	Определения
Х.-В. Деринг [1]	банковские операции с частными клиентами, в том числе и малый бизнес
А. Г. Баталов [2]	новый тип организации банковской деятельности, опирающийся на клиенто-ориентированную инновационную стратегию банков, и охватывает сегмент клиентов ритейла
Г. Ю. Мещеряков [3]	система отношений банка и клиента, основанная на предоставлении стандартизированных банковских услуг, с помощью метода текущих продаж частным лицам, предпринимателям и предприятиям
В. А. Романенко [4]	совокупность предоставленных банком услуг для широкого круга частных лиц и мелких предпринимателей
И. О. Спицын, Я. А. Спицын [5]	обслуживание банками «отдельных лиц (индивидуалов), представителей малого бизнеса
И. А. Основин [6]	функционально обособленная система отношений между банком и частными клиентами по продаже банковских продуктов на основе использования унифицированных процессов обработки банковской информации, единой технологии совершения банковских операций и инструментально-методического аппарата теории массового обслуживания

*Примечание* – Источник: составлено автором на основании [1–6].

Вместе с тем клиентами банков розничной деятельности являются не только отдельные физические лица, но и группы лиц, отдельные домохозяйства, небольшие фирмы, организации, субъекты малого бизнеса. Итак, объединяя все мнения ученых, отметим, что розничный банковский бизнес – это банковская деятельность и сфера самых разнообразных финансовых услуг индивидуальным клиентам, а именно физических лиц, частных предпринимателей (субъектов малого бизнеса).

Особой функцией, которую выполняют банки в экономике, является функция финансового посредничества, успешная реализации которой в большой степени определяется кругом банковских услуг, которые они предлагают

своим клиентам. Банк является сложным системным образованием, способным оказывать сотни нужных хозяйству услуг, а его посредническая роль определяется именно продуктивным характером банковской деятельности.

Функционирование банковских учреждений, как и других субъектов хозяйствования, в рыночных условиях имеет производственный характер. И хотя результаты этой деятельности не приобретают непосредственно материального воплощения в традиционном понимании (как продукция промышленности), они имеют свою стоимость, обусловленную общественными расходами. Результаты банковской деятельности имеют четко выраженный продуктовый характер. Банковский продукт, следует трактовать не как синоним банковской услуги, а как обобщающий результат деятельности банков, охватывающей совокупность предоставленных клиентам различных видов услуг.

Особенность функционирования банков определяется специфической сферой экономических отношений, где они действуют – денежной. Эта специфика определяет и содержание производственной деятельности банков, и тот результат, который при этом получается [7, с. 21].

Характерной чертой, отличающей банковский продукт среди других продуктов, является его нематериальный и денежный характер. Особенности банковского продукта являются:

- отсутствие амортизации;
- отсутствие возможности патентной защиты продукта;
- единообразие предлагаемых банками продуктов;
- зависимость от банковского или налогового законодательства;
- непосредственная продажа банковских продуктов клиентам.

Выделим основные характерные черты розничного банковского бизнеса в современных условиях:

- самостоятельная форма банковской деятельности, которой присущи черты розничной деятельности;
- четко выраженные состав и структура операций и услуг;
- четкая целевая направленность на обслуживание физических лиц, но до круга розничных клиентов банка принадлежат и субъекты малого бизнеса;
- социальный характер, поскольку способствует повышению жизненного уровня населения;
- является основным механизмом капитализации сбережений населения и их трансформации в инвестиции, поскольку основой розничного банковского бизнеса является предоставление розничных банковских и услуг, считаем целесообразным рассмотреть банковское обслуживание через призму экономических понятий «розничные банковские операции», «розничные банковские услуги» и «розничный банковский продукт».

Розничные банковские услуги – это услуги, наделенные высокой степенью персонификации, направленные на оптимальное удовлетворение потребностей физических лиц, которые не занимаются предпринимательской деятельностью и реализуются на рынке с целью получения прибыли.

Розничным банковским услугам присущи высокий уровень стандартизации, простота, возможность рациональной обработки запросов клиентов, что, в свою очередь, обеспечит увеличение количества клиентов.

Поскольку потребителями розничных банковских услуг являются физические лица, целесообразно в структуре этих услуг выделить такие элементы:

- 1) восприятие;
- 2) коммуникативная связь;
- 3) выполнение требований;
- 4) отдача.

Прежде чем обратиться в банк за услугой, розничный клиент должен ее воспринимать. Таким образом, создается предварительное представление клиента, его отношение к банку, к конкретному виду услуг. Факторами, которые влияют на данный элемент являются следующие: репутация банка, рекламная компания конкретного вида услуг, личные симпатии клиента.

Важным элементом розничной услуги является коммуникативная связь, поскольку в процессе общения с менеджером клиент делает выводы и формирует свое предыдущее мнение о ней. На данный элемент влияют такие факторы как информирование и предложение.

Выполнение предусматривает появление банковских операций. Розничные банковские операции – представление банковских услуг населению как:

- прием депозитов;
- предоставление потребительских кредитов;
- расчеты;
- ипотеки;
- пенсионные счета;
- расчеты;
- кредитные карточки [8, с. 185].

Розничные банковские операции осуществляются в секторе обслуживания физических лиц, предоставлением им различных банковских услуг.

Для удовлетворения запросов розничных клиентов в тех или иных услугах может применяться как стандартный набор операций, так и целый комплекс индивидуально подобранных операций в соответствии с характером услуги. Чрезвычайно важным элементом является отдача, поскольку подавляющее большинство банков предлагает своим клиентам примерно одинаковый перечень услуг, поэтому важна именно отдача, которую получает как банк, так и клиент.

На сегодняшний день можно выделить три варианта организации розничного бизнеса в банковском секторе:

- организация автономной банковской структуры, основным направлением деятельности которой является непосредственно розничный бизнес;
- выделение розничного бизнеса в структуре универсальной структуры банка как обособленного самостоятельного направления банковской деятельности;

- организованное автономное розничное развитие и организация дочерней банковской структуры в рамках существующей банковской группы.

Розничный банковский бизнес – это самостоятельное направление банковской деятельности, связанное с предоставлением стандартизованных услуг массовому потребителю, что и представлено на рисунке 1.



Рисунок 1 – Характерные особенности направления розничной банковской деятельности

*Примечание* – Источник: составлено на основании источника [8, с. 184].

Как считает Солтаханов А. У., и мы с ним согласны, что независимо от организационного оформления розничный банковский бизнес в обязательном порядке должен включать в себя следующие элементы:

- стабильный и дифференцированный ряд продуктов и услуг, который может оперативно изменяться в соответствии с потребностями различных групп клиентов;

- развитая розничная сеть филиалов и подразделений, которая в полной мере обеспечивает возможность оказания любой из предлагаемых финансовым учреждением услуг в непосредственной близости к клиенту;

- деловые связи с прочими компаниями, предлагающими финансовые услуги физическим лицам;

- эффективные технологии банковского бизнеса, которые позволяют оперативно оценивать рентабельность отдельных банковских продуктов, групп клиентов, рыночных сегментов и принимать решения в ответ на изменение рыночной ситуации;

- рыночная стратегия в обязательном порядке должна базироваться на изучении потребностей клиентов в финансовых услугах [8, с. 185].

Таким образом, розничный банковский продукт – это результат деятельности банка, который охватывает совокупность предоставленных клиентам различных розничных банковских услуг. А розничные банковские услуги, в отличие от розничных банковских продуктов, отражают конкретный результат банка. Что же касается розничного бизнеса в отличие, например, от корпоративного бизнеса, то он позволяет устанавливать персональные отношения и реализовывать концепцию «менеджер-клиент».

### **Библиографические ссылки**

1. Деринг Х.–У. Универсальный банк – банк будущего. М. : Международные отношения, 2001. 380 с.
2. Баталов А. Г., Самойлов Г. О. Банковская конкуренция. М. : Экзамен, 2010. 256 с.
3. Мещеряков Г. Ю. Почтово-банковские услуги как перспективное направление развития розничного бизнеса : автореф. д-ра экон. наук. Санкт-Петербург, 2010. 39 с.
4. Романенко В. А. Розничная стратегия универсального коммерческого банка : автореф. Дис. канд. экон. наук. Санкт-Петербург, 2007. 21 с.
5. Спицын И. О. Спицын Я. О. Маркетинг в банке. Тернополь : АО «Тарнекс» ; Киев : ЦММС «Писпайп», 1993. 656 с.
6. Основин И. А. Укрепление конкурентных позиций банка на розничном рынке банковских продуктов : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук : спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит». Ростов-на-Дону, 2008. 31 с.
7. Янина И. В. Исследование и формирование спроса на розничные услуги в коммерческом банке: дис. канд. экон. наук. СПб. , 2014. 222 с.
8. Солтаханов А. У. Проблемы и перспективы развития розничного кредитования в России // Инновационная наука. 2016. № 12 – 1. С. 183–187.