

следует отобрать 4-5 наиболее значимых и сформулировать их в редакции, отличной от редакции автореферата. Это необходимо потому, что заключение оформляется решением диссертационного совета, который не должен цитировать аспиранта. После каждого наиболее значимого вывода соискателем указываются страницы диссертации, на которых данный вывод был сформулирован и обоснован.

12. Кажется естественным, что соискатель или аспирант, вставая на путь подготовки диссертации, который мы называем «дорогой лишений и притерпеваний», будет стремиться сразу как бы примерить на себя объем предстоящей

работы, которую следует сделать. А каким образом этого можно достичь? Ответим сразу. Необходимо посетить заседание диссертационного совета и прочитать несколько диссертаций и авторефератов диссертаций. К сожалению, мы нередко сталкиваемся с соискателями и почти никогда с аспирантами, которые ни разу не присутствовали при защите диссертаций. Это большое упущение.

В заключение надеемся, что высказанные нами методические соображения помогут аспирантам и соискателям сделать первые шаги в научных исследованиях и избежать типовых ошибок, которые они часто совершают.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. Изд-е 4. М.: Советская энциклопедия, 1987.

REFERENCES

1. Soviet encyclopedic dictionary / chief editor A. M. Prokhorov. 4 edition. M.: Soviet encyclopedia, 1987.

УДК 336.71.078.3

ББК 65.262.101

Гончарова Марина Вячеславовна,

д-р экон. наук,

профессор каф. экономики и финансов предприятий

Волгоградского государственного технического университета,

г. Волгоград,

e-mail: goncharova.sofia@gmail.com;

Гончаров Александр Иванович,

д-р экон. наук, д-р юрид. наук,

профессор каф. экономики и финансов предприятий

Волгоградского государственного технического университета,

г. Волгоград,

e-mail: goncharova.sofia@gmail.com

НАСЕЛЕНИЕ И БАНКИ: РОЗНИЧНЫЙ БАНКОВСКИЙ БИЗНЕС В РОССИИ¹

POPULATION AND BANKS: RETAIL BANK BUSINESS IN RUSSIA²

Банковский розничный бизнес (ритейл) – это комплекс банковских услуг для частных клиентов. Отечественными банками долгое время он был недооценен, но, исчерпав возможности получения прибыли по другим направлениям бизнеса, банки обратили свое внимание на частных клиентов, как на поставщиков временно свободных денежных средств и потенциальных заемщиков. Развитие розничного банковского бизнеса в России перспективно не только для кредитных организаций, которые смогут увеличить клиентскую базу и диверсифицировать свою деятельность, но

и для населения страны. Граждане получают доступ к высококачественным финансовым услугам, в то же время многомиллиардная масса денежных средств, находящаяся у населения, может быть трансформирована в инвестиционные ресурсы, необходимые для развития экономики страны.

Bank retail business (retail) is the complex of bank services for the private clients. Domestic banks for a long time underestimated such complex, however, having exhausted the possibility of obtaining profit from other directions of business, banks paid

1 Продолжение... Начало: Гончарова М. В., Гончаров А. И. Население и банки: происхождение, сущность и функции кредитной организации // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 2 (15). С. 280–282; Население и банки: классификация коммерческих банков и их организационная структура // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 3 (16). С. 284–287; Население и банки: виды банковских операций // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 4 (17). С. 282–286; Гончарова М. В., Гончаров А. И. Население и банки: государственные гарантии по вкладам населения // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2012. № 1 (18). С. 284–287.

2 Continuation... Beginning: Goncharova M. V., Goncharov A. I. Population and banks: origin, essence and functions of the credit agency // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. # 2 (15). P. 280–282; Population and banks: classification of commercial banks and their organizational structure // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. # 3 (16). C. 284–287; Population and banks: types of bank transactions // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. # 4 (17). C. 282–286; Goncharova M. V., Goncharov A. I. Population and banks: state guarantees for population deposits // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2012. # 1 (18). P. 284–287.

attention on private clients as the suppliers of temporary free funds and potential borrowers The development of retail bank business in Russia is promising not only for the credit organizations, which can increase client base and diversify their activity, but also for populating of the country. Citizens obtain access to the high-quality financial services, at the same time multibillion mass of funds possessing by population can be transformed into the investment resources required for development of the country economy.

Ключевые слова: комплекс банковских услуг, диверсификация банковских операций, каналы сбыта банковских продуктов, дистанционное банковское обслуживание.

Keywords: complex of bank services, diversification of bank operations, channels of distribution of bank products, remote bank services.

В последние годы в России стало активно развиваться такое направление в банковском бизнесе, как банковский ритейл, т. е. комплекс услуг для частных клиентов. Отечественные кредитные организации обратили свое внимание на этот сегмент банковского рынка в поисках наиболее прибыльных направлений деятельности и возможности диверсификации своих операций. Побуждающим мотивом для развития этого сегмента банковского рынка стало повышение в последние годы благосостояния населения, восстановление доверия к банковской системе, снижение доходности традиционных банковских услуг.

Банки рассматривают частных клиентов как поставщиков временно свободных денежных ресурсов, за счет которых банки могут формировать свои ресурсы (пассивы), и как потенциальных потребителей кредитных продуктов, позволяющих получать банкам доходы от размещения привлеченных средств. По мнению экспертов, объем сбережений населения России, не вовлеченных в денежный оборот, составляет 40–50 млрд долл. США [1, с. 44]. Это огромные резервы свободных денежных средств, так необходимые финансовым институтам для реализации их инвестиционной деятельности, которые могут быть направлены на финансирование инвестиционных проектов предприятий реального сектора экономики и развитие экономики страны в целом. В связи с этим расширение спектра услуг и банковских продуктов для частных клиентов в последнее время стало перспективным направлением деятельности многих российских коммерческих банков.

С другой стороны, население демонстрирует все возрастающий спрос на кредиты. Причем по оценкам экспертов этот спрос пока еще значительно превышает предложение на кредитном рынке страны. Также нельзя не учитывать, что население пользуется большим количеством прочих банковских услуг, за которые банки взимают комиссионное вознаграждение. Это и валютно-обменные операции, операции по расчетно-кассовому обслуживанию, денежные переводы и пр. Если раньше банки не придавали большого значения комиссионным доходам, то в последние годы они расширяют перечень комиссионных услуг, оказываемых населению, формируя собственную тарифную политику.

Сейчас для отечественного банковского бизнеса приоритетным становится обслуживание розничного клиента, причем банки стараются развивать весь спектр банковских операций с целью оказания комплекса финансовых услуг для частных клиентов. В связи с тем, что розничный рынок пока недостаточно освоен, у банков есть возможность успешно конкурировать, завоевать определенную долю рынка и даже ведущие позиции на рынке, предлагая наибо-

лее востребованные или инновационные банковские продукты. Комплексный подход к обслуживанию частных лиц позволяет повысить рентабельность розничного бизнеса коммерческого банка. В связи с чем розничный банковский бизнес выделился в самостоятельное направление банковской деятельности, связанное с предоставлением стандартизированных услуг массовому потребителю.

Следует заметить, что на развитие в России банковского ритейла большое влияние оказывает совершенствование государственного регулирования банковской деятельности. Так, позитивное влияние на розничный бизнес оказало формирование и дальнейшее совершенствование эффективной системы страхования вкладов физических лиц в российских коммерческих банках [2]. Позитивное влияние на развитие ритейла также оказывает совершенствующаяся банковская инфраструктура, включающая разнообразные организации, предоставляющие банкам информационные, консультационные, сервисные услуги, такие как бюро кредитных историй, коллекторские агентства, кредитные брокеры.

С целью организации эффективной розницы банкам необходимо обеспечить:

- наличие широкого продуктового ряда банковских продуктов для частных клиентов;
- развитую филиальную и банкоматную сеть, возможность on-line обслуживания клиентов;
- маркетинговую стратегию и политику, основанные на постоянном изучении потребностей и предпочтений частных клиентов в банковских услугах, конъюнктуры на финансовом рынке, позиций конкурентов;
- внедрение инновационных банковских технологий, техническое оснащение коммерческих банков, развитие электронных каналов коммуникаций и сбыта банковских продуктов;
- постоянное повышение скорости и качества обслуживания, квалификации банковского персонала.

При организации розничного бизнеса банки классифицируют частных клиентов на широкую банковскую клиентуру и на VIP-персоны.

Для состоятельных (VIP) клиентов банки обычно предлагают финансовые услуги, сочетающиеся с высоким уровнем сервисного обслуживания. Это отдельные залы повышенной комфортности для индивидуального обслуживания состоятельных клиентов, включая оказание всего спектра банковских услуг, индивидуальные консультационные услуги и пр. Причем плата за оказание таких услуг достаточно высока, но востребованность их у клиентов не снижается. Обслуживание VIP-клиентов – это предоставление стандартных по своему экономическому содержанию услуг на особых условиях: например, депозит с повышенной ставкой, бесплатная услуга интернет-банкинга как дополнительная к пластиковой карточке, ускоренный выпуск и перевыпуск карточек, кредитование на специальных условиях выдачи и погашения кредита.

Для широкой клиентуры формируется диверсифицированная продуктовая линейка банковских стандартизированных услуг, для получения которых частные клиенты могут обратиться в офис банка или воспользоваться электронными каналами связи.

Современные отечественные банки предоставляют частным клиентам следующие виды финансовых услуг:

- прием вкладов от населения, до востребования и на определенный срок (в рублях и иностранной валюте);
- операции с пластиковыми картами (дебетовыми и кредитными);

- выдача различных видов кредитов;
- операции по покупке / продаже иностранной валюты, дорожных чеков;
- денежные переводы;
- предоставление в аренду индивидуальных банковских сейфовых ячеек;
- прием платежей в пользу государства и юридических лиц (в том числе налоговые платежи, оплата коммунальных услуг и т. п.);
- операции по доверительному управлению средствами клиента, брокерские услуги, операции с ценными бумагами по поручению клиента;
- покупка / продажа слитков и монет из золота, серебра, платины и палладия.

Розничные банковские сети организуются таким образом, чтобы обеспечить возможность оказания любой из существующих услуг в каждом отделении банка (или на расстоянии, с использованием автоматизированных технологий). Банковские отделения должны располагаться в непосредственной близости к потребителю, что предполагает увеличение их числа и покрытие сетью банковских учреждений всей территории страны.

Для повышения эффективности розничного бизнеса и расширения продуктовой линейки многие банки в последнее время заключают соглашения о сотрудничестве со страховыми, управляющими компаниями, инвестиционными, паевыми фондами и др. с целью удовлетворения потребностей клиента в комплексе не только банковских, но и иных финансовых услуг.

Современный розничный банковский бизнес во многом зависит от новых финансовых технологий, организации бизнес-процессов в банке, развития коммуникационных каналов и каналов сбыта банковских продуктов. Все существующие каналы сбыта можно подразделить на три группы:

1. Каналы прямого сбыта банковских продуктов. Это структурные подразделения банков, в которых клиент может получить весь спектр услуг посредством контакта с сотрудником банка. В свою очередь, структурные подразделения банка (офисы, филиалы, отделения, операционные кассы) могут предлагать частным клиентам как полный перечень банковских продуктов, так и специализироваться на оказании отдельных видов услуг. Так, в российской банковской практике имеют место отделения (филиалы) банка, специализирующиеся на выдаче ипотечных кредитов (ипотечные центры), проведении переводов, обменные пункты и т. д. Однако в последнее время в связи с усилением банковской конкуренции реализации концепции «финансового супермаркета», получившей в последнее время широкое распространение как в зарубежной, так и российской банковской практике, коммерческие банки стремятся к универсализации своей деятельности и удовлетворению комплексных потребностей клиентов в финансовых услугах.

2. Косвенные (дополнительные) каналы банковского обслуживания. В последнее время большое распространение получили офисы банков (удаленное рабочее место) в торговых сетях, организованные для предоставления стандартизированных банковских продуктов (депозиты, потребительское кредитование и т. п.) с целью максимального приближения банка к потребителю.

3. Дистанционное банковское обслуживание. Это автоматизированные средства и технологии оказания банковских услуг населению, такие как банкоматы, платежные терминалы, мобильный банкинг, интернет-банкинг, позво-

ляющие выполнять стандартные банковские операции (получение и внесение наличных денег, получение выписки по счету, проведение расчетных операций, погашения кредитов, перевод денег со счета на счет и др.).

Банкоматы отличаются доступностью, быстротой и точностью совершаемых операций. Через банкомат возможно проведение операции по получению наличных денежных средств, внесению наличных средств на счет карты, получение выписки о состоянии счета или информации о движении денежных средств. В последнее время многие банкоматы можно использовать для проведения расчетов, путем безналичного списания средств со счета банковской карты. Также для этих целей в помещении банков или в торговых сетях устанавливаются платежные терминалы.

Мобильный банкинг позволяет совершать банковские операции посредством мобильного телефона. Интернет-банкинг – это банковское обслуживание на основе использования сети Интернет.

Дистанционное обслуживание позволяет сделать доступным банковское обслуживание для частных клиентов в любой точке мира и в любое время суток. Также повышается скорость проведения операций, что позитивно отражается на качестве обслуживания. Однако использование методов дистанционного банковского обслуживания требует от клиентов определенного уровня финансовой и технической грамотности, что пока является сдерживающим фактором развития этих каналов сбыта банковских продуктов и услуг. Также остается открытым вопрос безопасности финансовых транзакций с использованием электронных каналов связи. Кроме того, online-сервис, предоставляемый клиентам, является для банков менее трудозатратным по сравнению с предоставлением клиентам услуг через операционные офисы. Стоит упомянуть, что себестоимость клиентского сервиса через офис в 5–10 раз выше аналогичных затрат через виртуальную сеть, в то время как предоставление банковской услуги лишь одному клиенту через банковский сайт на 21 % дешевле, чем аналогичная услуга, предоставляемая в сети отделений [3].

Для развития и повышения эффективности розничного бизнеса в первую очередь необходимо обеспечить доступность банковских услуг для населения страны. В России имеется серьезный перекоп в обеспеченности финансовыми (в частности банковскими) услугами населения различных регионов страны. Так, примерно 80 % кредитных учреждений расположены в центральной части страны, и только 20 % банков – на остальной территории Российской Федерации. Кроме того, по разным оценкам, от 60 до 80 % населения России вообще не имеют доступа к банковскому обслуживанию вследствие отсутствия на территории их проживания кредитных учреждений. Российским коммерческим банкам необходимо расширять филиальную сеть, открывая дополнительные офисы (филиалы, отделения, операционные кассы) не только в экономических центрах, но и в регионах, где имеется недостаток кредитных учреждений и потенциальные клиенты особо нуждаются в банковских услугах.

В настоящее время одним из главных направлений развития банковской розницы является создание небольших отделений – точек продаж, которые предлагают клиентам расширенный спектр услуг и передвижных пунктов кассового обслуживания – специально оборудованных машин, предусмотренных для обслуживания частных клиентов в населенных пунктах, как правило, расположенных в сельской местности.

Все большее значение в свете развития ритейла приобретает качество банковского обслуживания, которое обусловлено рядом факторов:

- доступностью банковского обслуживания;
- режимом работы банковских подразделений;
- качеством предлагаемых услуг;
- уровнем квалификации персонала;
- наличием и уровнем банковской корпоративной культуры и др.

К указанным факторам также следует добавить уровень деловой репутации коммерческого банка. Поскольку кредитные организации, в основном, оперируют привлеченными денежными средствами, постольку они в огромной степени зависят от доверия клиентов и вкладчиков. Следовательно, успешность банковского бизнеса весьма существенно зависит от репутации кредитной организации, сложившейся на рынке. Принятие решений потенциальными клиентами о сотрудничестве с конкретным банком зависит от того, насколько банк узнаваем, как долго работает на рынке, насколько успешна его финансовая деятельность и насколько он открыт для общества. Поэтому для успешной работы на розничном банковском рынке и поддержания конкурентоспособности кредитная организация должна обеспечить и поддерживать высокий уровень деловой репутации.

Розничный банковский бизнес в России, начав развиваться только в последние несколько лет, набирая обороты, все

еще имеет значительный резерв для развития. Отечественными банками долгое время он был недооценен, но, исчерпав возможности получения прибыли по операциям обслуживания и кредитования корпоративных клиентов, операциям с иностранной валютой, банки обратили свое внимание на частных клиентов. Конкуренция на рынке банковской розницы довольно быстро повышается, занять значительную долю этого рынка смогут, конечно, не многие кредитные организации, а только обладающие длительной историей работы на отечественном рынке, имеющие положительную деловую репутацию, высокую корпоративную культуру, а также предлагающие широкий ассортимент банковских продуктов и услуг, качественный уровень обслуживания, имеющие разветвленную филиальную и банкоматную сеть, масштабные контрагентские отношения с торговыми, страховыми организациями, инвестиционными и управляющими компаниями. Развитие розничного банковского бизнеса в России перспективно не только для кредитных организаций, которые смогут увеличить клиентскую базу и диверсифицировать свою деятельность, но и для населения страны. Граждане будут иметь возможность доступа к высококачественным финансовым услугам, при этом многомиллиардная масса денежных средств, находящаяся у населения, может быть трансформирована в инвестиционные ресурсы, необходимые для модернизации экономики страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Золотарева Г. А., Подопрigора И.В. Сбережения как необходимое условие осуществления инвестиций // Известия Томского политехнического университета. 2011. Т. 319. № 6. С. 44.
2. Гончарова М. В., Гончаров А. И. Население и банки: государственные гарантии по вкладам населения // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2012. № 1 (18). С. 284–287.
3. Grief Stuart, Wetenhall P., Marte Bjorn. Banking in Internet Time. BCG, 2005.
4. Гончарова М. В., Гончаров А. И. Население и банки: происхождение, сущность и функции кредитной организации // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 2 (15). С. 280–282.
5. Гончарова М. В., Гончаров А. И. Население и банки: классификация коммерческих банков и их организационная структура // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 3 (16). С. 284–287.
6. Гончарова М. В., Гончаров А. И. Население и банки: виды банковских операций // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 4 (17). С. 282–286.

REFERENCES

1. Zolotareva G. A., Podoprigora I. V. Savings as a required condition of making investments // News of Tomsk technical University. 2011. V. 319. # 6. P.44.
2. Goncharova M. V., Goncharov A. I. Population and banks: state guarantees for population deposits // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2012. # 1 (18). P. 284–287.
3. Grief Stuart, Wetenhall P., Marte Bjorn. Banking in Internet Time. BCG, 2005.
4. Goncharova M. V., Goncharov A. I. Population and banks: origin, essence and functions of the credit agency // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. No.2 (15). P. 280–282.
5. Goncharova M. V., Goncharov A. I. Population and banks: classification of commercial banks and their organizational structure // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. # 3 (16). С. 284–287.
6. Goncharova M. V., Goncharov A. I. Population and banks: types of bank transactions // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. # 4 (17). P. 282–286.