

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-3-2

УДК 336.717.061

БАНКОВСКИЙ РОЗНИЧНЫЙ БИЗНЕС: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И СПЕЦИФИКА

Фаизова Г.Р.

Роль и значение розничного банковского бизнеса для банковского сектора продолжает расти. В статье рассмотрено текущее состояние розничного банковского бизнеса, и выявлены специфичные черты данного направления в условиях растущего спроса на банковские продукты и услуги со стороны населения и интереса со стороны кредитных организаций.

Цель: Исследование текущего состояния розничного банковского бизнеса и выявление специфики данного направления.

Метод и методология проведения работы: В процессе анализа и исследования поставленного вопроса использовались методы экономико-статистического анализа, методы сравнения и обобщения.

Результаты: Делается вывод о том, что интерес к банковскому розничному бизнесу продолжает расти. Выявлена роль и значение стандартизированных процессов обслуживания и предоставления стандартизированных продуктов и услуг как одного из основных направлений развития сегмента розничного бизнеса.

Ключевые слова: кредитные организации; розничный банковский бизнес; специфика; стандартизация.

RETAIL BANKING BUSINESS: CURRENT STATE AND SPECIFIC FEATURES

Faizova G.R.

The role and importance of the retail banking business in the banking sector continue to grow. The current state of the retail banking business is considered and specific features of this area in the face of growing demand for banking products and services by the public and interest from lending institutions are identified by the article.

Purpose: Research of current state of retail banking business and detection specific features of this area.

Methodology: In the process of analysis and research of the question the methods of economical and statistical analysis, methods of comparison and generalization were used.

Results: The conclusion is that interest in the retail banking business continues to grow. There were revealed the role and the importance of standardized service processes and standardized products and services delivering as one of the main line of development in the segment of retail business.

Keywords: credit institutions; retail banking; specific features; standardization.

С 2000 года в банковском секторе наблюдается достаточно уверенный рост банковских активов (см. Рисунок 1). По данным Банка России с 1 января 2000 года по 1 января 2013 года активы банковского сектора увеличились с 1,6 трлн руб. до 49,5 трлн руб., а за последние пять лет активы увеличились вдвое. При этом темпы прироста активов банковского сектора выше темпов прироста ВВП. С 2000 года удельный вес совокупных активов банковского сектора в экономике (отношение суммарных активов банковского сектора к ВВП) увеличился с 32% до 79,4%. На 1 февраля 2013 года активы банковского

сектора составили 48,4 трлн. руб., произошло снижение с начала текущего года на 2%.

Следует отметить, что на протяжении рассматриваемого периода с 2005 года по 2012 год темп прироста активов банковского сектора в год превышал темп прироста ВВП (см. Рисунок 2). Наибольший прирост активов банковского сектора был в 2006, 2007 годах (44%), наименьший в 2009 году (5%).

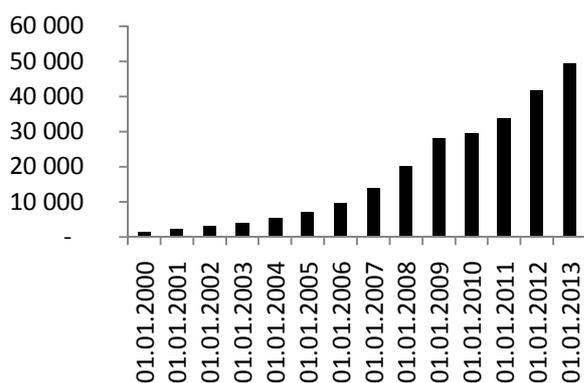


Рисунок 1. Совокупные активы (пассивы) банковского сектора, млрд. руб.

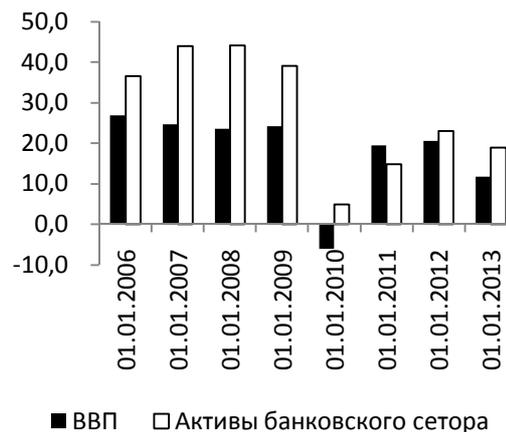


Рисунок 2. Темпы прироста активов банковского сектора и ВВП (% за год)

За 2012 год активы банковского сектора выросли на 19%. По данным рейтингового агентства Эксперт РА даже без активной государственной поддержки банковский сектор в ближайшие 2-3 года сохранит темпы прироста активов на уровне 15-20%, а отношение активов к ВВП достигнет 90% к 2014 году[1]. На 1 января 2013 года по данным Банка России данный показатель составил 79,4%. Следует отметить, что растут в целом банковские портфели, в частности достаточно сильно растет розничное кредитование, особенно сегмент необеспеченной розницы.

Интерес к розничному сектору банковского бизнеса продолжает расти как со стороны банков, с целью расширения своей деятельности и наращивания розничных портфелей, так и со стороны населения. Частные лица достаточно быстро смогли восстановить свою платежеспособность после кризиса, в

отличие от корпоративных клиентов, что также оказало существенное влияние на изменение отношения российских банков к розничному сегменту [2, с. 93].

На качественное изменение в спросе населения на банковские услуги, выражающееся в его росте, непосредственное влияние оказывает сохраняющийся на протяжении последних лет рост денежных доходов населения. Так на 1 января 2013 года денежные доходы населения составили 39 005,3 млрд. руб. (см. Рисунок 3, Рисунок 4).

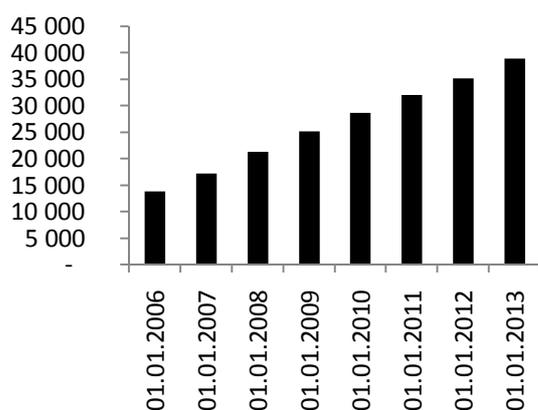


Рисунок 3. Денежные доходы населения за период 2005-2012 год, млрд. руб.

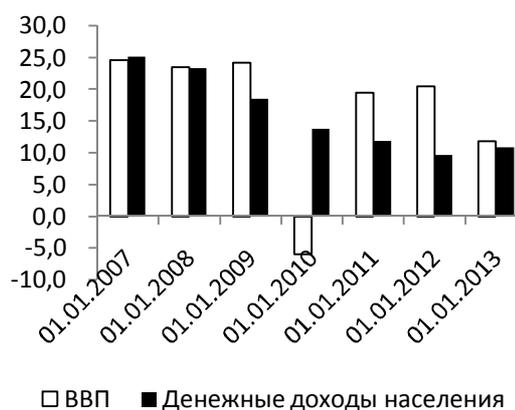


Рисунок 4. Динамика темпа прироста ВВП и денежных доходов населения с 2007-2013 год, в % за год

Уровень денежных доходов населения является своего рода индикатором развития рынка розничных банковских услуг, являющийся ориентиром в сегменте банковского бизнеса.

Розничный банковский бизнес является одним из важнейших направлений в функционировании доминирующего числа кредитных организаций, который может выступать в качестве существенного по значимости источника привлечения ресурсов, а также перспективным вариантом размещения средств банками с целью получения высокого финансового результата. В настоящее время розничный бизнес является одним из основных факторов роста банковского сектора и ключевым сегментом деятельности большинства банков. Доля розничного направления в банковском секторе будет расти по мере возрастания достатка российских граждан и

возникновения на этой основе у них большей потребности в кредитных, расчетных, инвестиционных и прочих финансовых услугах[3,с. 17].

Объемы розничных услуг в банковском секторе России за последние четырнадцать лет представлены в Таблице 1.

За рассматриваемый период доля розничного кредитования в общем объеме предоставленных кредитов выросла почти в 5 раз и составила на начало текущего года 27,9%. Доля вкладов физических лиц также существенно возросла, и на 1 января 2013 года составила 59,7%.

Таблица 1

Объемы розничных услуг в банковском секторе России за период с 1999 по 2012 год

Отчетная дата	Кредиты, предоставленные финансовым организациям и физическим лицам, млрд. руб.	в том числе предоставленные физическим лицам, млрд. руб.	Удельный вес розничного кредитования, в %	Средства, привлеченные от организаций и вклады физических лиц, млрд. руб.	в том числе вклады физических лиц, млрд. руб.	Удельный вес вкладов физических лиц, в %
01.01.2000	497	28	5,6	419	300	71,7
01.01.2001	841	45	5,3	665	453	68,1
01.01.2002	1286	95	7,3	942	690	73,2
01.01.2003	1796	142	7,9	1306	1030	78,8
01.01.2004	2685	300	11,2	1827	1514	82,9
01.01.2005	3807	538	14,1	2541	1977	77,8
01.01.2006	5541	1056	19,1	3691	2755	74,6
01.01.2007	8181	1883	23,0	5956	3810	64,0
01.01.2008	12503	2971	23,8	8679	5159	59,4
01.01.2009	16861	4017	23,8	10852	5907	54,4
01.01.2010	16453	3574	21,7	12952	7485	57,8
01.01.2011	18148	4085	22,5	15854	9818	61,9
01.01.2012	23947	5546	23,2	20239	11871	58,7
01.01.2013	27709	7737	27,9	23871	14251	59,7

Источник: составлено автором по данным годовых отчетов Банка России «Бюллетеня банковской статистики» / URL:<http://www.cbr.ru>

Агентство РБК.Рейтинг опубликовало рейтинг лучших розничных банков по итогам 2011 года (см. Таблица 2)[4]. Приведем данные по первым 10 банкам из данного рейтинга, это наиболее активные кредитные организации, чей бизнес, в том числе, направлен на розничного потребителя, предлагая ему

наиболее полный спектр банковских услуг. Полный список содержит 65 кредитных организаций, против 55 годом ранее.

РБК. Рейтинг поясняет, что в итоговый рейтинг не вошли, с одной стороны: моно-банки, чей бизнес четко определен каким-то одним направлением – например, автокредиты, с другой, – банки, которые не захотели, по разным причинам, раскрывать данные по тому или иному разделу, а также те, кто временно или навсегда прекратил развивать одно из указанных в анкете направлений (автокредитование, ипотека и т.д.).

Таблица 2

Лучшие розничные банки по итогам 2011 года [4]

№	Банк	Итогов ый балл	Количество пластиковых карт в обращении на 1 января 2012 года (шт.)	Общее количество собственных банкоматов по России на 1 января 2012 года (шт.)	Объем выданны х автокреди тов в 2011 году (млн. руб.)	Объем выданных ипотечных кредитов в 2011 году (млн. руб.)	Объем выданных беззалоговы х кредитов в 2011 году (млн. руб.)
1	Сбербанк	325	68 625 692	34 486	59 197.87	345 722.42	825 371.53
2	ВТБ 24	319	9 081 690	5 757	49 411.77	80 393.31	198 488.36
3	Росбанк	311	3 137 446	2 945	38 732.64	13 083.88	54 912.08
4-5	Райффайзенб анк	297	1 373 076	1 875	18 971.52	9 611.59	34 750.53
4-5	Уралсиб	297	3 112 451	3 022	11 411.71	9 617.91	14 366.45
6	Юникредит Банк	281	624 471	936	36 372.39	7 974.32	19 000.14
7	Ханты- Мансийский Банк	276	773 430	729	2 617.20	9 026.93	20 602.17
8	Альфа-Банк	269	10 037 054	2 479	461.73	2 279.07	123 406.78
9	Кредит Европа Банк	265	1 247 213	550	24 527.49	1 301.35	39 193.61
10	АК Барс	261	768 024	885	2 613.16	4 775.20	10 913.44

РБК. Рейтинг поясняет, что в итоговый рейтинг не вошли, с одной стороны: моно-банки, чей бизнес четко определен каким-то одним направлением – например, автокредиты, с другой, – банки, которые не захотели, по разным причинам, раскрывать данные по тому или иному разделу, а также те, кто временно или навсегда прекратил развивать одно из указанных в анкете направлений (автокредитование, ипотека и т.д.).

Очевидно, что банки, обозначенные как розничные, помимо розничных операций осуществляют и другие банковские операции, в том числе и обслуживание юридических лиц.

РБК.Рейтинг также регулярно публикует список крупнейших банков по размеру чистых активов. Учитывая, что Таблица 2 составлена по итогам 2011 года, поэтому для дальнейшего анализа будем использовать рейтинг крупнейших банков по итогам 2011 года, несмотря на наличие данных за I полугодие 2012 года. Первые позиции в рейтинге крупнейших банков по размеру чистых активов занимают: Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Россельхозбанк, Банк Москвы, ВТБ 24, Альфа-Банк, Юникредит Банк, Росбанк, Райффайзенбанк.

Мы видим, что крупнейшие отечественные банки занимают первые места в рейтинге лучших розничных банков.

Большинство кредитных организаций по-прежнему уделяют значительное внимание розничному сегменту бизнеса. В докризисный период эффективность и значимость данного направления деятельности вообще не обсуждались. Все универсальные банки были представлены на розничном рынке, все стремились занять лидирующие позиции, увеличивая долю розницы в общем бизнесе. Однако в условиях кризиса многие банки пересмотрели свои розничные стратегии, но никто не отказался от этого бизнеса. Надо сказать, что в настоящее время многие области банковского бизнеса испытывают определенные сложности, но перспектива розницы и ее роль очевидны [3, с. 17].

Так, например, одной из существующих проблем в активных операциях розничного банкинга является— установление цены на кредитный продукт. Формально в качестве платы за кредит выступает процентная ставка, однако банки, желая максимизировать свой доход и при этом стремясь избежать увеличения процентной ставки (поскольку это может оттолкнуть клиентов), взимают с заемщиков ряд дополнительных платежей: это может быть комиссия за выдачу кредита наличными, комиссия за зачисление денег, ежемесячный

платеж за обслуживание счета и т. д. В результате реальная процентная ставка может в разы превышать заявленную [5, с. 87].

Другой, крайне серьезной проблемой для всего банковского сектора, и столь очевидно присущей розничному кредитованию на отечественном рынке банковских услуг, нерешаемой уже многие годы является проблема невозвратов. К настоящему времени сложилась довольно непростая ситуация с возвратом просроченных долгов, и, надо признаться, что это обстоятельство тревожит не только финансовые власти, кредитные институты, но и их регуляторов [3, с.18]. Поскольку взыскание задолженности не является для банка профильным видом деятельности и требует наличия специфических ресурсов и компетенций, соответствующие операции зачастую передают специализированным фирмам – коллекторам [6, с. 204]. Но и здесь возникает множество проблем, как в процессе взаимодействия банков и коллекторов, коллекторов и клиентов банка, так и в самом процессе возврата проблемной задолженности.

Современный розничный банковский бизнес имеет свою специфику, выявление которой позволит построить более полную картину о сущности данного сегмента банковского бизнеса.

Одной из самых заметных и ярковыраженных специфик розничного банкинга является то, что его существенная часть представляется и осуществляется посредством стандартизированных процессов обслуживания и предоставления стандартизированных продуктов и услуг. Данная черта является решающим фактором роста и повышения доходности розничного банкинга в современных условиях. Розничные банковские операции основаны на предложении стандартизированных продуктов. Разработка и внедрение стандартных условий предоставления клиентам банковских услуг является необходимым условием для успешного развития розничного банкинга в силу его массовой направленности. К стандартизированным продуктам можно

отнести продукты потребительского кредитования, экспресс-кредиты, платежные карточки, вклады, расчетные операции и т.д.

Стандартизация процессов обслуживания клиентов, сбыта продуктов оказывает непосредственное влияние на ситуацию в пользу клиентов и банков, позволяя реализовать качественное предложение услуг и оптимизировать внутренние бизнес-процессы банка.

Наличие четко сформированных стандартизованных процессов обслуживания и продуктов позволят в случае необходимости произвести мобильное изменение в соответствии с меняющимися потребностями клиентов.

Специфичной чертой розничного банкинга также является то, что все условия о предоставлении продуктов данного направления, в том числе их стоимость, открыто публикуются на сайтах банков, информационно-аналитических и справочных порталах (в части процентных ставок по вкладам и кредитам). В отличие, например, от формата публикации данных по продуктам и услугам, предлагаемых корпоративным клиентам, которые, как правило, требуют индивидуального согласования.

Важнейшим фактором развития современного розничного банковского бизнеса является динамичное расширение территориального присутствия в регионах России. Развитие сети точек продаж, осуществляющих массовую реализацию розничных продуктов, является необходимым условием успешного развития данного направления. Экспансия в регионы осуществляется посредством открытия представительств и филиалов, либо через покупку других банков.

Как правило, коммерческие банки, позиционирующие себя как розничные, обладают обширной филиальной сетью. Для банков, представленных в Таблице 2 и для крупнейших банков по размеру чистых активов, приведем данные по количеству их подразделений (см. Рисунок 5, Рисунок 6).

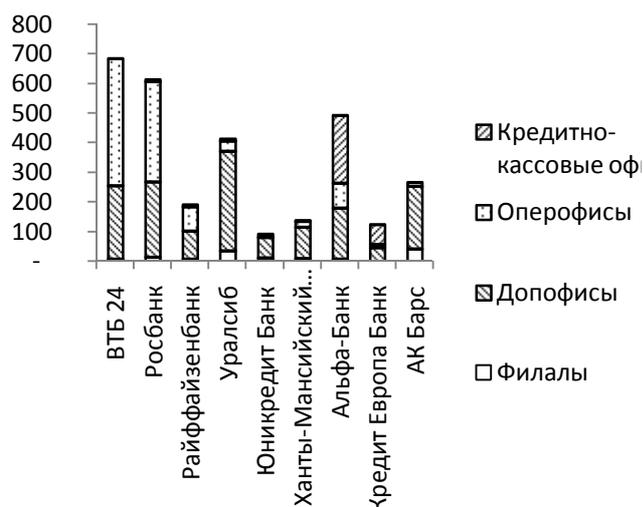


Рисунок 5. Сложившаяся структура внутренних подразделений банков-лидеров розничного бизнеса

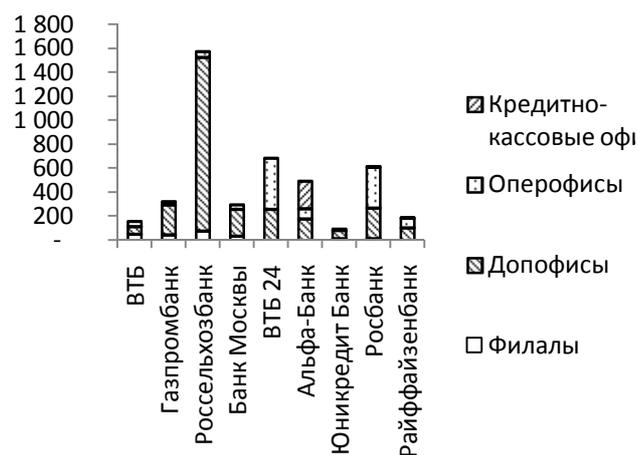


Рисунок 6. Сложившаяся структура внутренних подразделений крупнейших банков

Рисунок 5 и Рисунок 6 показывают нам, что у банков, признанных лучшими розничными банками количество подразделений больше, что соответствует тому, что экспансия в регионы является необходимым условием для успешного развития розничного банкинга.

Если рассматривать данный аспект в разрезе по регионам, то, несомненно, показатели обеспеченности банковскими услугами г. Москва и Московской области существенно выше, чем у других субъектов РФ. Так, например, по данным Банка России на 1 января 2013 года удельный вес кредитных организаций и филиалов г. Москва и Московской области к кредитным организациям и филиалам России составляет 18%, по Центральному федеральному округу – 20%, по всем остальным федеральным округам данный показатель варьируется от 1% до 6%.

Наряду с расширением продуктовой линейки и упором на разработку и внедрение инновационных продуктов для розничного сегмента банковского бизнеса важное значение имеет современное решение, обеспечивающие автоматизацию всех стадий обслуживания клиента, способствующих повышению качества бизнес-процессов и улучшения клиентского сервиса. Высокий уровень автоматизации, несомненно, оказывает существенное

влияние на качество и скорость обслуживания клиента. Технологические решения способствуют развитию продуктовой линейки банка, повышая привлекательность предлагаемых услуг.

Автоматизация бизнеса также дает возможность дистанционного управления своими финансами самим клиентом, тем самым являясь одним из положительных факторов, оказывающих влияние на клиента при выборе банка. Возможность использования сервиса «Интернет-банк» позволяет клиентам проводить соответствующие операции, не выходя из дома в круглосуточном режиме, и владеть актуальной информацией по банковским продуктам и услугам.

В настоящее время многие банки также предоставляют клиентам возможность осуществлять банковские операции с мобильного устройства (см. Таблица 3) [7].

Таблица 3

**Распределение ответов на вопрос «Используете ли Вы мобильный телефон для управления и контроля за своими финансовыми операциями?»,
% респондентов [7]**

	2011 год	2012 год
Да, использую	20	32
Нет, не использую	78	67
Затрудняюсь ответить	2	1

По данным Национального агентства финансовых исследований доля населения, использующего свой мобильный телефон для управления и контроля за финансовыми операциями, постепенно растет (32% – в 2012 году против 20% – в 2011 году). И это чаще всего россияне в возрасте от 25 до 34 лет, а также жители двух столиц. Самой распространенной практикой было год назад и остается получение СМС-оповещений об операциях по банковской карте. Помимо этого респонденты переводят деньги со своего мобильного телефона для пополнения баланса другого мобильного (таких пользователей

стало чуть больше, на 5 п.п.), а также оплачивают услуги со счета мобильного телефона (9% в – 2011 году и 12% – в 2012 году)[7].

Развитие каналов дистанционного банковского обслуживания будет способствовать улучшению качества сервиса и расширению перечня услуг интернет-банка.

Таким образом, проведенный анализ текущего состояния банковского розничного бизнеса позволяет сделать следующие выводы:

1. Интерес к данному направлению продолжает расти как со стороны клиентов, так и со стороны кредитных организаций. Банки смогут выстроить эффективную систему розничного бизнеса, в первую очередь, при наличии четко сформированных стандартизованных процессов обслуживания и продуктов, посредством высокого уровня автоматизации и региональной экспансии.
2. В современных условиях технологические решения способствуют развитию продуктовой линейки банка, повышая привлекательность предлагаемых услуг, а информационная открытость предложения является необходимым условием привлечения розничных клиентов.

Список литературы

1. Будущее российского банковского сектора: соединить рост и стабильность // Рейтинговое агентство Эксперт РА. URL: http://www.raexpert.ru/researches/banks/future_bank_sector_2012/ (дата обращения: 01.12.2012).
2. Фаизова Г.Р. Проблемные вопросы государственного регулирования розничного банковского бизнеса // Сервис plus. 2013. №1. С. 92-96.
3. Заернюк В.М., Фаизова Г.Р. Перспективы развития розничных банковских услуг на российском рынке // Финансы и кредит. 2012. №38. С. 17-23.

4. Лучшие розничные банки 2011 года // РБК.Рейтинг. URL: <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2012/05/21/33656900> (дата обращения: 01.12.2012).

5. Котляров И.Д. Особенности маркетинга кредитных продуктов // Финансовый журнал. 2012. №2. С. 81-88.

6. Котляров И.Д. Коллекторская деятельность в Российской Федерации: критический анализ // Управление корпоративными финансами. 2012. №4(52). С. 204-210.

7. Немобильные финансыот 19.11.2012 // Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ). URL: <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10616.html> (дата обращения 01.03.2013).

References

1. ExpertRA. http://www.raexpert.ru/researches/banks/future_bank_sector_2012/ (accessed December 1, 2012).
2. Faizova G.R. *Servis plus* [Service plus], no. 1 (2013): 92-96.
3. Zaernyuk V.M., Faizova G.R. *Finansy i kredit* [Finance and credit], no. 38 (2012): 17-23.
4. RBC.Rating. <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2012/05/21/33656900> (accessed December 1, 2012).
5. Kotlyarov I. D. *Finansovyy zhurnal* [Financial journal], no. 2 (2012): 81-88.
6. Kotlyarov I. D. *Upravlenie korporativnymi finansami* [Management of corporate finances], no. 4 (2012): 204-210.
7. *Natsionalnoe agentstvo finansovykh issledovaniy* [The National Agency for Financial Studies]. <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10616.html> (accessed March 1, 2013).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Фаизова Гузель Рефкадовна, преподаватель, аспирант

Российский государственный университет туризма и сервиса

*ул. Главная, 99, поселок Черкизово, Пушкинский район, Московская область,
141221, Россия*

guzel_faizova@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Faizova Guzel Refkadovna, Teacher, graduate

Russian State University of Tourism and Service

*99, Main street, village Cherkizovo, Pushkin District, Moscow Region, 141221,
Russia,*

guzel_faizova@mail.ru