

УДК 336.71

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ «РОЗНИЧНЫЙ БАНКОВСКИЙ БИЗНЕС»

Д.А. РОДИОНОВА

(Представлено: И.А. СТРОГАНОВА)

Одним из привлекательных направлений деятельности коммерческого банка является обслуживание физических лиц. Несмотря на трудности, возникшие в банковском секторе, кредитные организации уделяют большое внимание обслуживанию физических лиц, поскольку в современных условиях конкурентную борьбу выдерживает тот банк, который постоянно расширяет круг оказываемых клиентам услуг и улучшает качество их обслуживания.

За недолгую историю современного банковского бизнеса белорусские банки прошли путь от сугубо корпоративных к универсальным финансовым организациям, в деятельности которых значительную роль играет розничный бизнес. Поиск новых сегментов рынка привел большинство кредитных организаций к работе с частными клиентами. Обслуживание физических лиц даже в современных условиях финансово-экономического кризиса является одним из наиболее привлекательных и прибыльных направлений деятельности коммерческого банка. Поэтому, несмотря на трудности, возникшие в банковском секторе, кредитные организации уделяют большое внимание развитию данного сегмента деятельности и продолжают расширять круг предоставляемых физическим лицам услуг.

Однако в Беларуси обслуживание физических лиц коммерческими банками освоено далеко не в полной мере. Кроме того, отношения между банком и клиентом строятся на добровольной основе. Каждый гражданин самостоятельно определяет, услугами какого банка ему следует воспользоваться. В связи с этим возникает конкурентная борьба между банками за привлечение новых и удержание существующих клиентов. В современных условиях конкурентную борьбу выдерживает тот банк, который постоянно расширяет круг предоставляемых клиентам услуг и улучшает качество обслуживания. Поэтому, разрабатывая новые формы обслуживания клиентов, банки пересматривают стратегию своего развития, вносят изменения во все аспекты розничного бизнеса с целью увеличения круга клиентов, создания дополнительных удобств для клиентов, снижения операционных затрат и, следовательно, способствуют достижению главной цели деятельности кредитной организации – получению прибыли.

В современной научной литературе не освещается такое понятие как «обслуживание физических клиентов банка». Существует схожее по природе, но более широкое понятие «розничный банковский бизнес».

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.

Следует отметить, что в литературе существует множество различных подходов к дефиниции определения «розничный банковский бизнес». Результаты исследования изучаемого понятия представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Дефиниции термина «розничный банковский бизнес»

Автор	Определения
1	2
Х. В. Деринг	«банковские операции с частными клиентами, в том числе и малый бизнес» [1]
А. Г. Баталов	«новый тип организации банковской деятельности, опирающийся на клиенто-ориентированную инновационную стратегию банков, и охватывает сегмент клиентов ритейла» [2]
Г. Ю. Мещеряков	«система отношений банка и клиента, основанная на предоставлении стандартизированных банковских услуг, с помощью метода текущих продаж физическим лицам, предпринимателям и предприятиям» [3]
В. А. Романенко	«совокупность предоставленных банком услуг для широкого круга частных лиц и мелких предпринимателей» [4]
И. О. Спицын, Я. А. Спицын	«обслуживание банками «отдельных лиц (индивидуалов), представителей малого бизнеса» [5]
И. А. Основин	«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» [6]

Окончание таблицы 1

1	2
Л. В. Татаринова, О. О. Перфильева	«это самостоятельное направление банковской деятельности, связанное с предоставлением стандартизированных услуг массовому потребителю» [7]
О. Н. Шестак	«предоставление стандартизированных услуг массовому потребителю» [8, с. 3]
Г. Р. Фаизова	«уникальный для каждого банка устойчивый и целенаправленный бизнес-процесс, имеющий ценность для потребителя, по предоставлению продуктов и услуг розничным клиентам банка, с определением владельцев бизнес-процесса, входов (ресурсов), выходов (результатов), модели (описание бизнес-процесса) и ресурсов бизнес-процесса в зависимости от специфики деятельности банка, его стратегии и ориентации на клиента, который по обозначенной технологии преобразует входы в выходы» [9, с. 13]

Примечание: собственная разработка на основе [1–10].

Исходя из приведенных дефиниций, становится понятным, что розничный банковский бизнес представляет собой специализированное направление деятельности коммерческих банков, направленное на обслуживание широкого круга частных клиентов и представителей малого бизнеса. Данный сегмент банковской деятельности характеризуется клиенто-ориентированным подходом, стандартизацией услуг и устойчивыми бизнес-процессами, адаптированными к потребностям массового потребителя.

Согласно исследуемым определениям, можно выделить несколько ключевых аспектов розничного банковского бизнеса. В первую очередь, это взаимодействие банка с частными клиентами, основанное на предоставлении финансовых услуг, разработанных с учетом потребностей отдельных лиц и предпринимателей (Х. В. Деринг, А. Г. Баталов, В. А. Романенко, И. О. Спицын, Я. А. Спицын). Вторым важным компонентом является стандартизация процессов обслуживания, обеспечивающая удобство и доступность банковских продуктов за счет унифицированных технологий обработки информации (Г. Ю. Мещеряков, И. А. Основин, Л. В. Татаринова, О. О. Перфильева, О. Н. Шестак). Наконец, розничный банковский бизнес рассматривается как устойчивый и целенаправленный бизнес-процесс, включающий элементы стратегического управления и модели трансформации ресурсов (Г. Р. Фаизова).

Для более глубокого осмысления специфики розничного банковского рынка целесообразно начать с анализа ассортимента предлагаемых на нём продуктов и оказываемых услуг. Важно отметить, что в настоящее время данный спектр отличается значительным разнообразием и охватывает широкий круг финансовых предложений, ориентированных преимущественно на частных клиентов. В учебной и научной литературе по банковскому делу существует множество подходов к классификации этих услуг, причём выбор конкретной типологии определяется целями анализа, исследовательскими задачами, а также методологическим подходом, лежащим в основе классификации.

Розничные банковские услуги представляют собой финансовые операции и предложения, характеризующиеся высокой степенью персонализации и ориентированные на удовлетворение потребностей физических лиц – потребителей, не осуществляющих предпринимательскую деятельность. Главной целью оказания таких услуг является получение прибыли банком путём эффективного удовлетворения потребительских запросов. Эти услуги предоставляются через разветвлённую инфраструктуру банков и зачастую основаны на стандартизированных процедурах, что позволяет банкам оказывать их массово, быстро и с минимальными затратами.

Отличительными чертами розничных банковских услуг можно считать стандартизацию, унифицированные процедуры обслуживания, простоту получения, удобство для клиентов, а также возможность системной обработки их запросов с помощью современных информационных технологий. Такая организация сервиса способствует увеличению клиентской базы, росту уровня удовлетворённости пользователей и повышению конкурентоспособности банка на рынке.

Что касается организационных форм ведения розничного бизнеса в банковском секторе, в современной практике принято выделять три основные модели:

1. Создание самостоятельной банковской организации, основная деятельность которой полностью сосредоточена на обслуживании розничного сегмента. Такая структура обладает высокой степенью автономии и может гибко адаптироваться к меняющимся потребностям клиентов.

2. Интеграция розничного направления в состав универсального банка в качестве одного из самостоятельных подразделений. Этот подход позволяет банку оптимально распределять ресурсы между различными направлениями деятельности, сохраняя целенаправленность и специализацию розничных операций.

3. Организация дочернего розничного банка в рамках существующей банковской группы. Такой подход способствует развитию независимого бренда и даёт возможность более чёткого позиционирования на рынке, одновременно сохраняя управленческую и финансовую поддержку со стороны головного учреждения.

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».

ЛИТЕРАТУРА

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. Татарина Л.А., Перфильева О.О. Банковский розничный бизнес: его роль и значение в деятельности кредитной организации // Baikal Research Journal. – 2017. – № 2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskiy-roznichnyy-biznes-ego-rol-i-znachenie-v-deyatelnosti-kreditnoy-organizatsii>. – Дата доступа: 22.06.2025.
8. Завьялова Лилия Владимировна, Узинская Светлана Владимировна Обслуживание физических лиц в коммерческом банке: методологический и организационный аспекты // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. – 2010. – № 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obslyuzhivanie-fizicheskikh-lits-v-kommercheskom-banke-metodologicheskii-i-organizatsionnyy-aspekty>. – Дата доступа: 22.06.2025.
9. Шестак О. Н. Розничный бизнес банка: учебное пособие / Шестак О. Н., Левченко Л. П. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 144 с.
10. Фаизова Г. Р. Совершенствование розничного банковского бизнеса в России (методический аспект): диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.10 / Фаизова Гузель Рефкадовна; [Место защиты: Российский государственный университет туризма и сервиса]. – Пушкино, 2014. – 138 с.