

**Банковский ритейл**  
**Смирнов Александр Михайлович**  
студент

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия*  
*E-mail: [alexandersmirnoff@yandex.ru](mailto:alexandersmirnoff@yandex.ru)*

Данная работа посвящена изучению банковского ритейла и развитию его основных направлений в современной России.

Банковским Ритейлом принято называть деятельность банков по розничной продаже услуг. Опыт зарубежных банков показал, что ритейл является одним из важнейших факторов финансового роста кредитной организации, так как позволяет привлекать дополнительные финансовые средства (за счёт частных вкладов).

Спецификой банковско ритейла является в первую очередь его направленность на физических лиц, и, в связи с этим, широкое применение маркетинговых инструментов. Ритейл как сфера деятельности состоит из следующих основных элементов: анализ рыночных возможностей, сегментация и определение целевых рынков, разработка услуг, стратегии продаж, ценообразование, распространение услуг и стимулирование продаж.

Кроме того специфика банковского ритейла во многом определяется особенностями банковского продукта, а именно:

- 1) неосязаемость услуг, их абстрактный характер;
- 2) непостоянство качества услуг и неотделимость услуг от квалификации людей, их представляющих;
- 3) нематериальные банковские услуги приобретают зримые черты посредством имущественных договорных отношений;
- 4) большинство банковских услуг имеет протяжённость во времени - сделка, как правило, не ограничивается однократным актом, устанавливаются более или менее продолжительные связи клиента с банком.
- 5) потребитель приобретает не продукт как таковой, имеющий определенный набор свойств, а его способность удовлетворять конкретную свою потребность.

Розничные банковские услуги весьма разнообразны. К ним относятся валютные операции, сберегательные депозиты, депозитарии, депозиты до востребования, потребительское кредитование, брокерские и консультационные услуги, страхование.

Все эти услуги в полной мере представлены в странах с развитой банковской системой: в США, Европе, Японии и др.. В России же банковский ритейл начал развиваться лишь в конце 80-х - начале 90-х гг., и некоторые услуги до сих пор не распространены, хотя интерес и банков и населения к этой сфере увеличивается. По данным ЦБ РФ, доля вкладов физических лиц в структуре капитала кредитных организаций составила увеличилась на 39,3%, составив 2754,6 млрд рублей).

В настоящее время в России активно развивается потребительское кредитование. Потребительский кредит - это продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера (плата за обучение, медицинское обслуживание и т.п.) В 2006 году доля кредитов, выданных кредитными организациями физическим лицам составила ~18%

Как правило, российские банки выделяют отдельно кредиты на покупку транспортных средств, ввиду специфических характеристик этого товара и особых правил его приобретения. По разным оценкам, на конец 2003 года доля автомобилей, проданных в кредит, составляла 13—15%, а в конце прошлого года эксперты говорили уже о 30-процентной доле. При этом двукратный рост сопровождается существенным смягчением условий кредитования. На сегодняшний день ставки по автокредитам составляют 9-12% годовых в валюте и 12-20% годовых в рублях, кредиты выдаются на срок от года до трех лет. Стандартным обеспечением по автокредиту является сам

автомобиль, который должен быть полностью застрахован (страховка составляет 7-10% от его стоимости).

Весьма распространённым на Западе видом потребительского кредитования являются ссуды на оплату услуг: обучения, отдыха, медицинского обслуживания и др., однако так как для российского рынка эта область практически не освоена, за исключением кредита на образование. Так, в Сбербанке количество выдаваемых займов по программе "Образовательные кредиты" за последние 2003-2004 гг. выросло в три с половиной раза. Причем в регионах кредиты на обучение берут активнее, чем в Москве. В лидерах Волго-Вятский и Уральский регионы. Тем не менее эта услуга распространена в России значительно меньше чем, например, в США, где 70% студентов учатся в кредит. Во многом проблема заключается в отсутствии государственной поддержки, которая снизила бы риски коммерческих банков. По оценкам Ассоциации Российских Банков, для массового предоставления такого кредита требуется государственное финансирование в размере 1,7 млрд рублей в год, что составляет всего 1,5 – 2% государственных расходов на образование.

Среди прочих видов потребительского кредитования следует выделить ссуды на покупку жилья (ипотеку). Ипотечное кредитование позволяет решить жилищный вопрос, и по этому особенно важно для России. Тем не менее ипотечное кредитование развивается всё интенсивнее, доля ипотечных жилищных кредитов в общем объеме предоставленных физическим лицам кредитов растёт, хотя она ещё не велика - на 1 января 2005 года составляла 1,52%.

В последние годы всё большую роль в потребительском кредитовании играют пластиковые карты. Ещё в 2003 году, по оценкам Центробанка, общее количество пластиковых карт, выпущенных в России, составило 21,7 миллиона, а оборот по ним - 12 миллиардов. На сегодняшний день эмиссией или эквайрингом банковских карт занимаются 733 кредитные организации. Распространение пластиковых карт выводит банковский ритейл на новый технологический уровень, упрощая для клиентов пользование банковскими услугами и предоставляя банкам новые возможности.

### Литература

1. Тавасиева А.М., (2005) «Банковское дело – дополнительные операции для вкладчиков», Москва, изд-во «Статистика»
2. Тютюнник А.В., (2001) «Реинжиниринг кредитных организаций», Москва, изд. Группа «БДЦ-ПРЕСС»
3. [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) – сайт ЦБ РФ
4. [www.sbankrf.ru](http://www.sbankrf.ru) – сайт Сбербанка РФ
5. [www.citibank.ru](http://www.citibank.ru) – сайт Ситибанка
6. [www.mmb.ru](http://www.mmb.ru) – сайт Международного Московского Банка