

Коновалов П.А.,
аспирант Ульяновского
Государственного Университета
e-mail: pavel271184@mail.ru

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ И РОЗНИЧНЫЕ БАНКИ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ОПЕРАЦИИ И РИСКИ

Данная публикация посвящена анализу определений «универсальный» и «розничный» банк, отличию и точках соприкосновения этих понятий. В статье дается характеристика особенностей операций и видов рисков банковского розничного бизнеса и бизнеса универсального банка.

Несмотря на многочисленные поиски толкования понятий «розничный банковский бизнес», «розничный банк» даже в зарубежной литературе периода с середины 20 века до 2005 года включительно, как например, в зарубежных публикациях журнала «The economist» и учебнике «Economics» [4, с. 403-416], результатов проведенный поиск не дал.

Первая публикация в России о розничном банковском бизнесе появилась после 2005 года. Считаем, что именно она положила начало теоретическому закреплению такого вида банковского бизнеса, как розничный. Наиболее полно к ответу на многочисленные вопросы о розничном банковском бизнесе и о его месте в современной банковской практике на наш взгляд подошли авторы книги «Банковский розничный бизнес» Калистратов Н.В., Кузнецов В.А., Пухов А.В. В дальнейшем стали известны другие публикации в периодических изданиях, например, – работа Гавриша П. [3, с. 14].

Сберегательное дело, кредитная работа, карточный, валютно-обменный бизнес, системы денежных переводов и другие направления – неотъемлемые составляющие «банковской розницы», указание на которые учеными дано еще в аннотации к своему труду.

Также отмечается, что некоторые банки были с момента своего возникновения изначально ориентированы на частных клиентов (Сбербанк, Русский Стандарт) [1, с. 12]. Большинство же остальных банков обслуживало сугубо корпоративный сегмент. Корпоративные интересы в данном случае преобладали в совокупных интересах.

Основываясь на таком замечании, позволим сделать выводы, что развитие розничного банковского бизнеса в большинстве российских банках происходило следующим образом:

1. Существовали некоторые банки, ориентированные только на корпоративных клиентов;
2. Далее указанные финансовые учреждения стали включать в общий перечень предлагаемых корпоративным клиентам услуг операции условно-

розничного характера, а именно обслуживания зарплатных проектов корпоративных клиентов.

3. Расширив, таким образом, перечень своих услуг, банки увеличили и клиентскую базу. Через проекты, подобные зарплатным, они вплотную «подобрались» к частному сектору. Банки сочли выгодным предлагать населению услуги по обслуживанию физических лиц, превратившись в универсальные банки, то есть в такие, которые могли обслуживать и корпоративных клиентов, и частных клиентов.

Таким образом, как замечают и другие авторы, произошла переориентация банков на розничного потребителя банковских услуг [2, с. 46].

Заметим, что термины «корпоративный», «корпорация» были бесспорно заимствованы российской наукой. Корпорация (от новолат. *corporatio* — объединение) — юридическое лицо, которое, будучи объединением физических лиц, при этом независимо от них. В широком смысле под корпорацией можно понимать всякое объединение с экономическими целями деятельности. Также заметим, что понятие юридического лица закреплено в Гражданском кодексе РФ, и нашло отражение в других нормативно-правовых актах РФ.

Сами авторы книги «Банковский розничный бизнес» особое внимание уделяют соответствию проводимых банками операций законодательству государства. Примером тому служит раскрытие в научном труде понятия «электронные деньги» и анализ легитимности их применения не только в различных странах мира, но и в России; легитимность обслуживания банками систем, эмитирующих электронные деньги [1, с. 282, 308]. Таким образом, более логично и удобно даже с точки зрения законодательства РФ вести речь не о «корпоративных клиентах», а о «юридических лицах».

По мнению авторов, универсальные банки в подавляющем большинстве являются розничными банками, но не всегда также бывает наоборот.

«Подавляющее большинство», по нашему мнению, следует считать абсолютным по одной простой причине – если применяется термин «универсальный банк», то он уже по смыслу исходя из названия должен базироваться и на обслуживании юридических лиц, и на обслуживании физических лиц. То есть, считаем, что абсолютно точно любой универсальный банк должен быть розничным. Выдвинуто предположение, что универсальный банк – это тот банк, который, обладая внутринациональным характером деятельности, имеет право вести операции на международном уровне, как с физическими, так и с юридическими лицами. Но тогда следует, по нашему мнению, применить опыт Великобритании и называть такие банки «глобальными универсальными банками», а еще правильнее и точнее «международными универсальными банками».

А способность розничных банков быть не столько универсальными, сколько специализированными также легко объяснима. В данном случае банк, являясь розничным, то есть, обслуживая физических лиц, может в таком обслуживании остановиться сугубо на каком-то определенном направлении или нескольких направлениях. Это уже будет специализация розничного банка.

Розничный банковский бизнес обладает дополнительными важными двумя характеристиками:

1. Организационно-правовое оформление. Розничный банковский бизнес может быть юридически обособлен, то есть существовать в виде отдельного юридического лица, а может быть оформлен в виде сети розничных отделений принадлежащих тому же банку, который осуществляет обслуживание корпоративных лиц, но эта сеть будет существовать как независимая бизнес-единица и иметь независимый бренд.

2. Наличие «особой инфраструктуры», иначе такой бизнес просто не существовал бы и не смог обслуживать своих клиентов и привлекать новых.

Анализируемая книга дает интересную мысль о том, что в универсальном банке всегда у менеджера будет стоять дилемма: либо оказать корпоративную услугу, либо розничную. И, скорее всего, центр будет смещен в сторону оказания корпоративной услуги, так как обслуживание юридических лиц дает большую прибыль. Поэтому, по мнению авторов, «розничный бизнес должен быть независимым центром генерации прибыли и курироваться отдельно от корпоративного бизнеса» [1, с. 22]. Создается структура «банк в банке» и специализация выходит на первый план.

Если предположить, что в банке происходит конфликт корпоративных и розничных интересов, то представляется неизбежным возникновение нового вида риска - риска убытка в розничном подразделении банка в связи с конфликтом интересов с корпоративным блоком. Акцент поставим на розничном банковском бизнесе, поскольку он представляет большую научную ценность при написании дальнейших публикаций, связанных с розницей.

Разделение банков на розничные, корпоративные, универсальные дает поле деятельности для все большей детализации понятий банковского риск-менеджмента. То есть классификацию рисков в банковском бизнесе уже можно проводить исходя из ориентации на клиента (физических лиц, юридических лиц): риски розничного банка, риски универсального банка (по определению включающего розничный блок); риски розничного общего банковского бизнеса, риски розничного специализированного банковского бизнеса; риски международного универсального банка и т.д.

Несомненно, присутствует необходимость в детализации указанных определений. И это – материал для написания последующих публикаций.

Список литературы:

1. Калистратов Н.В., Кузнецов В.А., Пухов А.В. Банковский розничный бизнес – Издательская группа «БДИ-пресс», 2006 г. 424 С.
2. Лепехин Герман, Кузьмин Михаил. Розничный банковский бизнес. Потребительские кредиты: тенденции и скрытые угрозы // Промышленник России, специальный выпуск. – 2007. – с. 46-48.
3. Гавриш Петр. Розничный банковский бизнес: состояние и перспективы // Промышленник России, специальный выпуск. – 2007.
4. David Begg, Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch. Economics. Published by McGRAW-HILL BookCompany Europe. Filmset by Mid-Country Press, London. Printed and bound in Great Britain by M. & A. Thomson Litho, Glasgow. 1991. 646 Pages.