

# ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА С ЧАСТНЫМИ КЛИЕНТАМИ

## Горбач Н. П.

*Горбач Никита Павлович - соискатель степени магистра,  
направление: банковские технологии,  
Департамент финансовых рынков и банков,  
Институт заочного и открытого образования,  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*



**Аннотация:** в статье рассмотрены понятия «клиент банка», классификация операций, осуществляемых с физическими лицами коммерческими банками, операции в банке по обслуживанию частных клиентов, услуги для частных клиентов ПАО «ВТБ 24», недостатки в деятельности банка и предложены рекомендации по их устранению.

Клиент банка – это юридическое или физическое лицо, пользующееся услугами коммерческого банка. Клиентом банка является любое лицо, обратившееся в банк для совершения кредитных, депозитных, расчетных, валютных и других банковских операций [3, с. 144].

Мы согласны с определением, которая дала Пухова А. В. - «частный клиент для банка – это любое частное (физическое) лицо, которое обращается в банк за каким-либо банковским продуктом или услугой» [4]. То есть это любой гражданин, пришедший в банк для того, чтобы получить кредит, внести свои деньги на депозит («открыть вклад»), осуществить перевод, оплатить налог, обменять валюту, оплатить какую-либо услугу или совершить другую операцию из длинного перечня услуг, предлагаемых банком своим частным клиентам.

Если говорить о классификации операций с частными клиентами, то Г. Г. Коробова, например, выделяет кредитные операции, операции с ценными бумагами, посреднические операции, валютные операции, кассовые операции, операции с пластиковыми карточками и дистанционное банковское обслуживание [2, с. 15].

Предложенная классификация представлена в таблице 1.

*Таблица 1. Классификация операций, осуществляемых с физическими лицами коммерческими банками*

Основание	Группировка операций	Характеристика
В зависимости от важности	Основные	Операции, которые для банка наиболее значимы
	Дополнительные	Могут отсутствовать в перечне обязательных операций, направленных на привлечение новых клиентов
Период появления	Традиционные	Операции, осуществляемые банком длительное время
	Современные	Операции, которые возникли под воздействием научно-технического прогресса, направленные на совершенствование обслуживания клиентов
Характер операции	Кредитные	Размещение денежных средств
	Депозитные	Привлечение денежных средств
	Расчетно-кассовые	Расчетные и кассовые операции, включая валютные
	Прочие	Неосновные банковские операции, направленные на получение дополнительной прибыли

Спектр операций, предлагаемых банками частным клиентам, разнообразен. Деление их на основные и дополнительные по обслуживанию физических лиц представлено на рисунке 1.

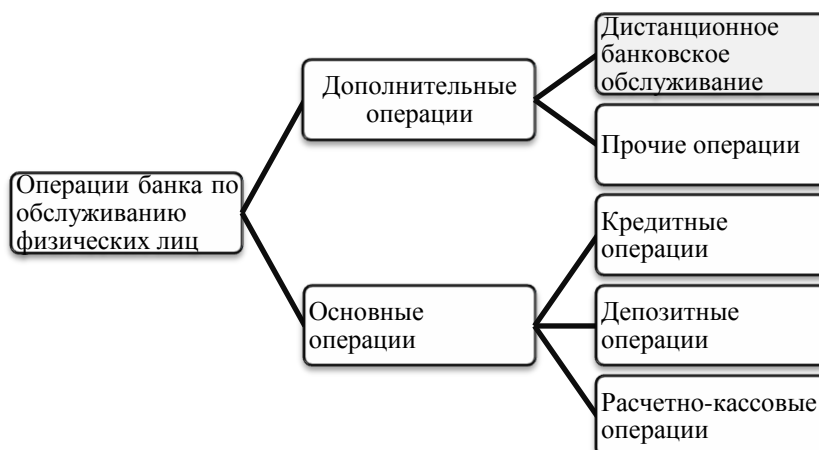


Рис. 1. Основные и дополнительные операции по обслуживанию частных клиентов коммерческого банка

Публичное акционерное общество ПАО «ВТБ 24» - один из крупнейших участников российского рынка банковских услуг. Банк входит в международную финансовую группу ВТБ и специализируется на обслуживании физических лиц, индивидуальных предпринимателей и предприятий малого бизнеса [5].

Основная концепция любого коммерческого банка: надежный клиент — устойчивый банк. Вся деятельность Банка должна быть ориентирована на клиента. «ПАО «ВТБ 24» своевременно реагирует на все изменения в финансово-экономической сфере, совершенствует технологии своих операций, внедрения новых технологических процессов.

Анализ финансово-экономической деятельности ВТБ 24 представлен в таблице 2.

Таблица 2. Анализ финансово-экономической деятельности ВТБ 24

Наименование показателя	Величина показателя		Отклонение , (+,-)	Темп прироста, %
	01.01.201	01.01.201		
Уставный капитал, тыс. руб.	5 91564891	6 10397326	+12408369	+13,55
Собственные средства (капитал), тыс. руб.	7 26161229	4 26695433	+5342037	+2,04
Чистая прибыль (непокрытый убыток), тыс. руб.	28081806	-6699066	-34780872	-123,86
Рентабельность активов, %	1,0	-0,2	-1,2	-120,00
Рентабельность капитала, %	10,7	-2,5	-13,2	-123,36
Привлеченные средства: (кредиты, депозиты, клиентские счета и т.д.), тыс. руб.	49 23071139	33 26099616	+302847684	+13,13

ПАО «ВТБ 24» предлагает большое количество услуг для частных клиентов, которые активно развиваются в последние годы. Так анализ показал, что по итогам 2015 года банк показал не очень хорошие результаты - банк получил убыток в размере 6,699 млрд рублей. В сравнении, за 2014 год Банк получил прибыль в размере 28,082 млрд рублей. Соответственно, за счет получения убытка Банком, показатели рентабельности активов и рентабельности капитала приняли отрицательные значения.

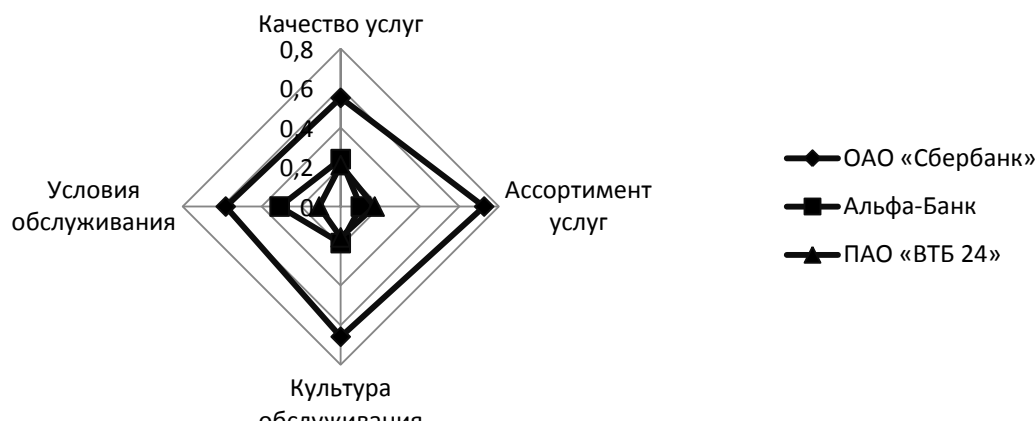


Рис. 2. Конкурентоспособность услуг, предлагаемых частным клиентам в ПАО «ВТБ 24» в сравнении с конкурентами

Из рисунка 2 видно, что наибольшую конкурентоспособность услуг имеет ПАО «Сбербанк». На втором месте находится ПАО «ВТБ 24», и на третьем – «Альфа-Банк».

Оценка эффективности услуг частным клиентам, оказываемых банком, показала, что в целом банк находится на хорошем уровне как по оценкам независимых экспертов, так и по самостоятельно проведенному исследованию.

На основе выявления новейших тенденций развития банковской розницы должны определяться пути преобразования банков, работающих на розничном рынке, технологические решения, позволяющие организовать эффективное обслуживание розничных клиентов.

Предлагаются следующие мероприятия для совершенствования организации работы коммерческих банков с частными клиентами:

1. Создание «Банка идей для сотрудников и клиентов».
2. Повышение доверия граждан к информации за счет использования форума.
3. Внедрение системы гарантии возврата денежных средств при некачественном обслуживании.
4. Усовершенствование мобильного приложения.
5. Внедрение регламента работы с частными клиентами.

Таким образом, проблем в организации взаимодействия банков с частными клиентами много, решать их нужно быстро и комплексно, вовлекая при необходимости государственные органы. Рассмотренные проблемы и предложенные пути их решения могут обеспечить повышение качества оказываемых банками услуг, повышение лояльности и удовлетворенности клиентов и тем самым сохранить и преумножить клиентскую базу.

#### Список литературы

1. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 (ред. от 29.12.2014) «О банках и банковской деятельности» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2015) // «Собрание законодательства РФ», 05.02.1996. № 6. Ст. 492.
2. Банковское дело: учебник / под ред. Г. Г. Коробовой. М.: Юристъ, 2002. 751 с.
3. Барышникова В. В. Оценка эффективности обслуживания физических лиц отделением банка / В. В. Барышникова // Проблемы экономики и менеджмента, 2013. № 12 (28). С. 144-148.
4. Пухов А. В. Продажи и управление бизнесом в розничном банке [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studentlibrary.ru/> А. В. Пухов. М.: ЦИПСИР: КНОРУС, 2012. 272 с. ru/ (дата обращения: 03.02.2017).
5. Официальный сайт банка ВТБ 24 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vtb24.ru/> (дата обращения: 04.02.2017).