

Солуянов Никита Степанович

студент

Сатаров Александр Сергеевич

студент

Васьковская Екатерина Дмитриевна

студентка

ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»

г. Москва

ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ СОСТОЯТЕЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ БАНКА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация: в данной статье рассмотрены вопросы, связанные с формированием и обслуживанием состоятельного сегмента клиентов регионального рынка банковских услуг. Авторами выявлены особенности потребительских предпочтений в рамках основных регионов, в которых сконцентрированы потенциальные клиенты департаментов *Private Banking* и изучены основные пути совершенствования системы обслуживания состоятельного сегмента клиентов.

Ключевые слова: *private banking*, состоятельный сегмент клиентов, клиентская база, потенциальные регионы, услуги *private banking*, статусные карты, *vip*-мероприятия.

В последнее время в деятельности многих банков в регионах РФ начинает преобладать тенденция развития рынка услуг по управлению активами состоятельных лиц. Это вызвано омоложением клиентуры в данном сегменте, что, в свою очередь, и обуславливает необходимость все большей адаптации предлагаемых продуктов и услуг к все более сложным потребностям таких клиентов.

Private Banking – это система отношений между клиентом и банком, которую характеризует персональный подход к клиенту, комплексность услуг и высококлассное обслуживание [2]. При правильно построенном механизме данное направление способно обеспечивать до 80% прибылей банка [4].

На территории России сегодня можно выделить пять основных регионов, в которых сконцентрированы потенциальные клиенты департаментов Private Banking [5]:

– Московский регион – регион является первым в РФ по количеству жителей. Кроме того, Москва – экономический, политический и финансовый центр РФ, здесь сконцентрировано более 60% капитала и 80% банковских организаций РФ;

– Санкт-Петербургский регион – Санкт-Петербург является вторым по количеству жителей и концентрации капитала городом России; в Ленинградской области находится много промышленных центров и крупных промышленных предприятий [3];

– Уральский регион – промышленный центр РФ; лидер в рудной и угольной промышленности, а также сталелитейной отрасли;

– Западная Сибирь – регион является центром нефтегазовой отрасли РФ;

– Северный Кавказ – крупный нефтедобывающий и аграрный регион РФ.

Анализ потенциальной клиентской базы Private Banking в России представлен в таблице 1 [4].

Таблица 1

Анализ потенциальной клиентской базы Private Banking в России

<i>Российские банки частного обслуживания</i>	<i>Российские инвестиционные банки</i>	<i>Иностранные банки частного обслуживания</i>	<i>Иностранные инвестиционные банки</i>
ВТБ 24 Росбанк Сбербанк Уралсиб Банк Москвы	Альфа Банк	HSBC Raiffeisen	Credit Suisse Deutsche Bank UBS

Высокая доходность депозитов. Рублевые обеспеченные кредиты. Кредитные/дебетовые карты	Высокий уровень обслуживания операций с ц/б на российском рынке и квалиф. консультирование	Мировой бренд. Высокая доходность депозитов. Оффшоры Кредитные/дебетовые карты	Мировой бренд. Высокий уровень обслуживания и консультирования сделок с ц/б на локальном и мировых рынках
Официальные лица (PEP), аффилированные лица, мелкие и средние предприниматели, молодая элита	Менеджеры высшего звена, крупные предприниматели и промышленники, молодая элита	Крупные и средние предприниматели и промышленники, менеджеры высшего звена	Крупные предприниматели, менеджеры высшего звена, молодая элита, официальные лица

Каждая из клиентских групп нуждается в получении определенного типа услуг Private Banking. При этом тремя определяющими факторами, влияющими на выбор клиента, являются высокие надежность и доходность инвестиций, а также возможность получения дополнительных услуг в рамках Private Banking. Каждая из отмеченных выше региональных клиентских групп, скорее всего, имеет предпочтение к одному из критериев.

В таблице SWOT-анализа (таблица 2) клиентских групп и их ключевых характеристик представлено значение каждого из критериев для клиентских групп, а также сделан вывод о наиболее привлекательных для них банковских продуктах.

Таблица 2

SWOT-анализ клиентских групп и их ключевых характеристик [3]

Сегмент	Факторы (1-макс, 3 – мин)			Ключевые характеристики персонального менеджера	Популярные продукты
	Надежн	Доход	Доп. услуги		
Московские executives	3	1	2	Отличное знание инвестиционных продуктов	Оффшоры, инвест. консультирование, торговля ц/б, депозиты
Московская молодая элита	3	1	2	Стильный и харизматичный	Инвест. консультирование, торговля ц/б, статусные карты, lifestyle
Санкт-Петербургские предприниматели	3	1	2	Стильный и харизматичный	Оффшоры, депозиты, инвест. консультирование,

					фонды, торговля ц/б, статусные карты
Уральские executives	1	2	3	Отличное знание инвестиционных продуктов	Оффшоры, инвест. консультирование, фонды, золото, торговля ц/б
Сибирские executives	1	2	3	Знание нефтегазового сектора, русскоговорящий	Оффшоры, депозиты, инвест. консультирование, фонды, золото, торговля ц/б
Северокавказские предприниматели	2	3	1	Иностранец, желателно русскоговорящий, отличное знание инвестиционных продуктов	Инвест. консультирование, торговля ц/б, депозиты, фонды, золото

Под высокой надежностью в данном случае мы понимаем стремление клиента, в первую очередь, сохранить свое состояние.

Высокая доходность инвестиций интересует клиентов, которые стремятся к получению максимального дохода от тех денежных средств, которые у них имеются, при этом они достаточно терпимы к риску.

Третий критерий (доп. услуги) является для российского регионального банковского рынка достаточно новым: банки стали предоставлять сопутствующие банковскому обслуживанию продукты в регионах РФ сравнительно недавно. Клиенты этого типа могут быть заинтересованы как в высоком уровне обслуживания и удобном местоположении банка, так и в услугах family offices, lifestyle services, concierge services, статусных картах, vip-мероприятиях для клиентов банка и т. д.

Таким образом, целесообразно выработать такую формацию регионального российского бизнеса Private Banking, которая позволит отстаивать собственные позиции на данном рынке при активной конкуренции с мировыми и признанными игроками данного бизнеса.

Список литературы

1. Кидяев Ю. Успешная деятельность подразделений Private Banking: баланс между продажей услуг и экспертной консультацией / Ю. Кидяев // Банковское дело. – 2014. – №9. – С. 98–99.

2. Китаев А.А. Private banking (частное банковское обслуживание) в России и перспективы его развития в регионах / А.А. Китаев // Финансы и кредит. – 2008. – №36. – С. 21–25.

3. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: Проспект, 2010. – 424 с.

4. Колмогоров Д.А. Private banking в России / Д.А. Колмогоров // Банковское обозрение. – 2012. – №12. – С. 13–17.

5. Леонтьев П.А. Методические подходы к оценке эффективности процессов предоставления банковских услуг / П.А. Леонтьев // Банковские услуги. – 2013. – №10. – С. 15–24.