

УДК 336.71

Л. В. Татарина*Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация***О. О. Перфильева***Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

БАНКОВСКИЙ РОЗНИЧНЫЙ БИЗНЕС: ЕГО РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

АННОТАЦИЯ. Розничный банковский бизнес является одним из приоритетных направлений развития кредитной организации. Быстро меняющиеся условия предоставления банковских услуг диктуют необходимость постоянного совершенствования и обновления методов и стандартов продвижения банковских продуктов. В статье изложены основные тенденции и проблемы развития розничного банковского бизнеса. Исследуется динамика кредитов, депозитов и прочих размещенных средств. Наблюдается тенденция снижения потребительской активности населения. Рассматривается структура кредитного портфеля на основе пяти крупнейших банков РФ. На основе проводимого анализа выявляется необходимость продвижения розничных банковских услуг в соответствии с новой методикой, которая позволит увеличить доходы коммерческого банка. Предлагается возможность комплексного предоставления услуг в зависимости от возрастной категории клиентов. Вводится понятие консолидированного пакета услуг. Это позволит увеличить доходы кредитной организации за счет расширения продуктовой линейки, повысить уровень финансовой грамотности, удовлетворенности и лояльности клиентов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Розничный бизнес; банковская услуга; банковский продукт; клиенты; физические лица; консолидированный пакет.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 8 апреля 2017 г.; дата принятия к печати 11 мая 2017 г.; дата онлайн-размещения 19 июня 2017 г.

L. V. Tatarinova*Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation***O. O. Perfilieva***Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation*

BANKING RETAIL BUSINESS: ITS ROLE AND IMPORTANCE IN CREDIT ORGANIZATION'S ACTIVITIES

ABSTRACT. The retail banking business is one of priority directions of developing the credit institution. The rapidly changing conditions of providing banking services dictate the need for continuous improvement and updating of methods and standards bank product promotion. The article presents the main tendencies and problems of developing the retail banking business. It investigates the dynamics of loans, deposits and other allocated funds. It reveals a tendency of decreasing consumer activity of the public involved. It examines the structure of the credit portfolio based on the five largest banks of the Russian Federation. On the basis of the conducted analysis it identifies the need for promoting retail banking services in accordance with the new methodology which will allow to increase the income of commercial banks. It offers a possibility of comprehensive provision of services depending on the age category of customers. It introduces a concept of the consolidated service package. This will allow to increase the income of credit institutions due to expanding the product line, to enhance the level of financial literacy, satisfaction and customers' loyalty.

KEYWORDS. Retail business; banking service; banking product; customers; individuals; consolidated package.

ARTICLE INFO. Received April 8, 2017; accepted May 11, 2017; available online June 19, 2017.

© Л. В. Татарина, О. О. Перфильева, 2017

Baikal Research Journal

электронный научный журнал Байкальского государственного университета

Рынок банковских услуг стремительно развивается. И уже, казалось бы, новаторские продукты уходят в прошлое и дают развитие совершенно новым инновационным предложениям. В условиях жесткой конкурентной борьбы наибольшее значение приобретает качество и разнообразие предлагаемых банковских продуктов и услуг. Инструментом достижения высоких темпов роста доходов банковского сектора является правильно выстроенная и организованная система продаж розничных банковских услуг.

Под розничной банковской услугой понимается полезный эффект банковской операции, состоящий в удовлетворении заявленной клиентом потребности [1, с. 27]. А, розничный банковский бизнес — это самостоятельное направление банковской деятельности, связанное с предоставлением стандартизированных услуг массовому потребителю. На данном рынке важно обеспечить стандартизацию продуктов, упрощение технологии их продвижения и на этой основе — снижение затрат банка. При этом «продуктовая линейка» должна быть достаточно широкой, чтобы удовлетворять потребности различных групп клиентов [2, с. 11].

Современные коммерческие банки предлагают значительный спектр услуг для различных слоев населения. Массовый сегмент клиентов имеет доступ к стандартным услугам банка, премиальное обслуживание предполагает предоставление расширенного перечня услуг, в том числе инвестиционного характера и сегмент населения с доходами более высокого уровня требует особого подхода к обслуживанию. В этих условиях важно организовать розничный банковский бизнес коммерческого банка таким образом, чтобы охватить весь рынок услуг и клиентов с различным уровнем жизни и финансовыми возможностями. Очень важно уделять внимание не только объемам розничных банковских услуг их продвижению на рынок, но и качеству обслуживания так как это скажется на конкурентоспособности банка, а это значит, и на стабильности его доходов и прибыли [3, с. 131]. Мировой опыт и российская банковская практика показывают, что инвестиции в совершенствование качества обслуживания клиентов рассматриваются как интенсивное развитие и влияют на стабильность роста доходов банка [4; 5]. Прибыльность розничного банковского бизнеса напрямую зависит от объема оказываемых услуг и дохода, полученного банком при оказании данных услуг. Каждый коммерческий банк стремится расширить и разнообразить спектр предоставляемых услуг, а также повысить качество их предоставления клиентам. [6, с. 509]. Поэтому увеличивая прибыль коммерческого банка, внедряя новые продукты следует соблюдать стандарты качества предоставления розничных банковских услуг.

Наличие лояльности, т. е. благоприятного отношения потребителей к определенной кредитной организации и ее продуктам, служит основой для получения стабильного объема продаж, что, в свою очередь, является стратегическим показателем успешности коммерческого банка [7, с. 2–3].

До 2014 г. линейка розничных банковских услуг была более разнообразна и эффективна. Практически все универсальные банки были представлены на розничном рынке, они стремились занять лидирующие позиции, увеличивая долю розницы в общем бизнесе [8, с. 7]. Однако в условиях кризиса многие банки пересмотрели свои розничные стратегии, но никто полностью не отказался от этого направления бизнеса так как, не смотря на определенные сложности, перспективы розничного бизнеса и роль очевидны [9, с. 17]. К базовому набору розничных банковских услуг, которые предлагают практически все российские банки, работающие с физическими лицами, относят: платежно-расчетные услуги и услуги по переводу денежных средств, кредитование, прием депозитов и вкладов (сбережений) населения, предоставление пластиковых карт, аренда банковских ячеек и предоставление других банковских продуктов [10, с. 82].

Для оценки развития розничного банковского бизнеса проведем анализ предоставления отдельных банковских продуктов физическим лицам, что позволит отразить общую тенденцию развития и динамику предоставления розничных банковских услуг. Данные, представленные в табл. 1, демонстрируют динамику роста объема кредитов, депозитов и прочих размещенных средств, предоставленных организациям, физическим лицам и кредитным организациям с 1 января 2014 по 1 января 2016 г.

Таблица 1

**Динамика кредитов, депозитов и прочих размещенных средств
кредитными организациями Российской Федерации
в 2014–2016 гг. (на 1 января), млрд р.**

Показатель	2014		2015			2016		
	Сумма	Удельный вес, %	Сумма	Удельный вес, %	Темп роста, %	Сумма	Удельный вес, %	Темп роста, %
Кредиты, депозиты и прочие размещенные средства, предоставленные организациям физическим лицам и кредитным организациям	29 836	100,0	34 888	100,0	116,9	35 176	100,0	100,8
Кредиты, депозиты и прочие размещенные средства, предоставленные физическим лицам	9 719	32,6	11 028	31,6	113,5	10 395	29,6	94,3

Рассчитано по данным Банка России: URL: http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=bank_system/4-3-1_16.htm&pid=pdko_sub&sid=dopk.

Несмотря на введение экономических санкций в отношении Российской Федерации и ухудшение конъюнктуры мирового сырьевого рынка объемы размещенных средств кредитными организациями физическим и юридическим лицам продолжали расти. В 2014 г. темп рост предоставленных кредитов составил 116,9 %, и в 2015 г. — 100,8 %.

Значительную долю в общем объеме размещенных денежных средств кредитными организациями на протяжении всего анализируемого периода занимают именно потребительские кредиты, хотя и наметилась тенденция снижения их доли с 32,5 % в 2013 г. до 29,5 % в 2015 г. Это можно связать с удорожанием потребительских кредитов, которое происходило на фоне роста ключевой ставки Центрально банка РФ. Кроме этого в условиях низкого уровня потребительской уверенности и сохранения относительно высоких процентных ставок по кредитам и депозитам, номинированным в рублях, норма сбережений населения значительно повысилась (с 7,8 % в 2014 г. до 15,9 % в 2015 г.). Снижение доходов, ужесточение условий потребительского кредитования, переход к сберегательной модели поведения привели к сокращению потребительского спроса. В этих условиях населению становится сложнее планировать свои будущие поступления и расходы.

Снижение потребительской активности в значительной степени влияет на розничный банковский бизнес и приводит к снижению доходов банка. В условиях экономической нестабильности предоставление услуг требует особого подхода, новейших методик продаж, клиентоориентированности, разнообразия каналов продвижения и способов доставки банковских продуктов.

Для оценки деятельности кредитных организаций на рынке потребительского кредитования необходимо в первую очередь определить кредитные организации, занимающие лидирующие позиции по предоставлению розничных услуг, так как именно эти банки являются основными проводниками розничных услуг. Из рейтинга коммерческих банков по объему потребительского кредитования (табл. 2)

видно, что что ПАО «Сбербанк России» занимает лидирующую позицию в рейтинге на протяжении долгих лет. Банк развивает различные направления розничного блока, охватывает новые сегменты рынка, активно внедряет новейшие разработки. В 2015 г. возросли объемы потребительского кредитования АО «Россельхозбанка». В первую очередь это связано с активным предоставлением кредитов на развитие личного подсобного хозяйства. Наблюдается снижение объемов потребительского кредитования АО «Газпромбанк» и АО «Альфа-банк».

Таблица 2

Рейтинг коммерческих банков по объему потребительского кредитования в 2015 и 2016 гг. (на 1 января), млрд р.

Название банка	2015	Название банка	2016
ПАО Сбербанк России	4 069	ПАО Сбербанк России	4 134
ПАО ВТБ 24	1 395	ПАО ВТБ 24	1 390
АО Газпромбанк	303	АО Россельхозбанк	292
АО Альфа-банк	280	АО Газпромбанк	289
АО Россельхозбанк	276	АО Альфа-банк	243

Рассчитано по данным: URL: http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY_ID=200.

Не всегда лидирующая позиция коммерческого банка в предоставлении потребительских кредитов говорит о их высокой доле в кредитном портфеле. Крупные коммерческие банки развивают различные направления деятельности и предоставляют продукты и услуги как физическим, так и юридическим лицам. Поэтому будет интересно посмотреть, а какие из представленных банков будут занимать лидирующие позиции по доле потребительского кредитования в кредитном портфеле (табл. 3).

Таблица 3

Рейтинг коммерческих банков по доле потребительского кредитования в кредитном портфеле в 2015 и 2016 гг. (на 1 января), %

Название банка	2015	Название банка	2016
ПАО ВТБ 24	83,4	ПАО ВТБ 24	85,9
ПАО Сбербанк России	27,4	ПАО Сбербанк России	26,8
АО Альфа-банк	19,4	АО Россельхозбанк	17,2
АО Россельхозбанк	19,2	АО Альфа-банк	16,3
АО Газпромбанк	10,0	АО Газпромбанк	8,4

Рассчитано по данным: URL: http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY_ID=200.

Из рейтинга видно, что наибольшее внимание потребительскому кредитованию уделяет банк ПАО «ВТБ 24». В составе его кредитного портфеля кредиты физическим лицам занимают в 2014 г. — 83,4 % и в 2015 г. — 85,9 %. ПАО «Сбербанк России» развивает другие направления кредитования, хоть и занимает лидирующую позицию по объемам предоставления потребительских кредитов. Это говорит о том, что важно рассматривать структуру кредитного портфеля банка, только тогда можно делать выводы о приоритетном направлении развития кредитной организации.

Кроме потребительских кредитов коммерческие банки активно развивают такое направление розничного бизнеса как привлечение средств физических лиц во вклады. Сбережения представляют собой высокопотенциальный инвестиционный ресурс, который может принести и приносит коммерческому банку финансовую прибыль.

Рынок банковских вкладов сегодня является наиболее развитым сегментом российского рынка розничных банковских услуг, одновременно способным бы-

стро и эффективно меняться, подстраиваться под условия текущей рыночной конъюнктуры [11, с. 89]. Несмотря на то что доходность по банковским вкладам, как правило, не превышает уровень инфляции, банковские вклады для большинства населения остаются самым понятным, а потому самым популярным видом вложений [12, с. 32]. Рассмотрим рейтинг коммерческих банков по депозитам и прочим размещенным средствам, предоставленным физическим лицам (табл. 4). ПАО Сбербанк России занимает лидирующие позиции на рынке розничных банковских услуг как по объемам предоставленных кредитов физическим лицам, так и по объемам привлеченных денежных средств от физических лиц. Именно данный банк оказывает существенное влияние на развитие розничного банковского бизнеса на территории Российской Федерации. На начало 2016 г. АО Газпромбанк расширяет линейку вкладов, проводит более активную маркетинговую политику по привлечению средств физических лиц, что сказалось на объемах привлеченных денежных средств (темп прироста 34,2 %) и банк обгоняет по данному показателю АО Альфа-банк (темп прироста привлеченных денежных средств на 1 января 2016 г. — 26,3 %). Самые высокие темпы прироста вкладов физических лиц несмотря на последнее место в рейтинге показал АО Россельхозбанк — 57,7 %.

Таблица 4

Рейтинг коммерческих банков по вкладам (депозитам) привлеченных от физических лиц в 2015 и 2016 гг. (на 1 января), млрд р.

Название банка	2015	Название банка	2016
ПАО Сбербанк России	8 347	ПАО Сбербанк России	10 673
ПАО ВТБ 24	1 510	ПАО ВТБ 24	2 009
АО Альфа-банк	485	АО Газпромбанк	627
АО Газпромбанк	467	АО Альфа-банк	613
АО Россельхозбанк	303	АО Россельхозбанк	478

Расчитано по данным: URL: http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY_ID=60.

Можно сделать вывод о том, что кредитные организации активно развивают и продвигают розничные банковские услуги. Продукты банков востребованы практически у всего населения страны, это объясняется разнообразием и качеством их предоставления. Приоритетом развития розничного бизнеса банков является переход от предложения населению отдельных банковских продуктов и услуг к формированию комплексной модели взаимодействия с клиентами. Комплексная модель взаимодействия с клиентом предполагает предоставление банковских услуг в совокупности и на более высоком уровне обслуживания. В рамках комплексной модели считаем более целесообразным внедрение пакетного предоставления банковских услуг.

На практике все банковские услуги предоставляются клиентам индивидуально и в единичном экземпляре. Для расширения клиентской базы и увеличения уровня продаж было бы интересным для банка предоставить потребителям банковских услуг возможность выбора комплекса услуг в рамках одного пакета, при этом важно учесть возрастную категорию клиентов. Целесообразно предоставлять пакетные услуги для молодежи, клиентов зрелого возраста и пенсионеров. Данная сегментация клиентов банка позволит более детально учесть их потребности в банковских услугах (табл. 5).

Отличительной особенностью консолидированного пакета услуг будет являться более низкая цена в сравнении с единичным предложением банковских продуктов. Консолидированный пакет услуг представляет собой набор продуктов и услуг в рамках деления по возрастным категориям клиентов. Большой охват аудитории и разнообразие услуг в рамках пакета не допустит снижение дохода коммерческого банка.

Таблица 5

Комплексная модель предоставления услуг

Пакет услуг		Банковские продукты
Молодежный		Дебетовые карты Обязательное пенсионное страхование Мобильный банкинг
Взрослый	кредитный пакет	Потребительский кредит Кредитная карта
	депозитный пакет	Дебетовые карты Обязательное пенсионное страхование Вклады Индивидуальный пенсионный план
Зрелый возраст	кредитный пакет	Потребительский кредит Кредитная карта
	депозитный пакет	Дебетовые пенсионные карты Вклады

Наиболее востребованными услугами молодого населения страны являются: дебетовые карты, перевод накопительной части пенсии, мобильный банкинг, мобильное приложение. Перечисленные продукты будут входить в состав пакета «Молодежный». При обращении в коммерческий банк клиенту будет предложен пакет услуг с более выгодными условиями. При этом возможно удовлетворение нескольких потребностей клиента. Преимуществом данной услуги является возможность снижения расходов на банковское обслуживание и сниженная стоимость данной услуги для населения страны.

Для клиентов, находящихся в возрастном диапазоне от 25 до 45 лет будет предложен пакет услуг «Взрослый». В зависимости от потребности клиентов данный пакет услуг будет разделен по двум направлениям: кредитный и депозитный. Это деление позволит наиболее точно выявить потребности клиента и удовлетворить их в полном объеме. Условия кредитного пакета услуг будут представлять сниженные процентные ставки по потребительским кредитам и предодобренные кредитные карты. Оформление карты будет являться обязательным условием выдачи потребительского кредита. Депозитный пакет услуг позволит клиентам на более выгодных условиях открыть вклад и дебетовую карту, а также предоставит возможности перевода накопительной части пенсии и оформления индивидуального пенсионного плана. Выгодные условия пакета «Взрослый» позволят привлечь клиентов, расширить перечень потенциальных возможностей, повысить качество и уровень банковского обслуживания, а также индекс удовлетворенности и лояльности клиентов.

При обращении в банк клиентов пенсионного возраста интересуют льготные условия обслуживания. В связи с этим, коммерческому банку необходимо внедрить пакет услуг «Зрелый возраст». На данный момент ПАО «Сбербанк России» предлагает клиентам оформить карту Maestro «социальная» с повышенным процентом на остаток, а именно 3,5 % годовых. Для клиентов было бы интересно в рамках пакета «Зрелый возраст» оформление потребительского кредита на льготных условиях и зачисление кредита на социальную дебетовую карту. Кроме того, по желанию клиента возможно оформление вклада с повышенной процентной ставкой.

На начальном этапе внедрения консолидированного предложения услуг могут возникнуть проблемы адаптации потребителей и сотрудников к новому банковскому продукту, но по мере его распространения будет набирать больший интерес со стороны покупателей. Основными факторами увеличения интереса к услуге будет являться:

1. Снижение стоимости услуг в рамках пакета.
2. Качество предоставления и обслуживания.

3. Оперативность предоставления услуги.
 4. Имидж продавца услуги.
 5. Быстрота и простота оформления.
- Низкие процентные ставки.

Внедрение услуги позволит повысить уровень финансовой грамотности населения, уровень удовлетворенности потребителей, значительно разнообразит спектр услуг, предоставляемых банком. На основе расширения продуктовой линейки возможен рост потребительской активности и увеличение спроса на розничные банковские продукты со стороны потребителей. Тем самым это будет сопровождаться ростом доходов розничного банковского бизнеса.

Расходы по внедрению новой линейки продуктов не будут предполагать значительных затрат, так как предложение продуктов будет упрощено и будет включать уже действующие услуги, которые теперь будут носить комплексный характер. Качественное обслуживание и стандарты предоставления услуги позволят банку увеличить предложение продукта.

Рассмотренные нововведения и проведенный анализ розничного банковского бизнеса показывают значимость и необходимость развития и совершенствования предоставления услуг физическим лицам. Работа с частными клиентами действительно важна в деятельности любого коммерческого банка. Она увеличивает доходы банка, создает положительную репутацию на рынке, способствует укреплению финансового состояния, укрепляет конкурентную позицию банка. Внедрение комплексного предоставления услуг только укрепит лидирующие позиции, повысит профессиональный уровень персонала кредитной организации, взаимодействующего с частными клиентами. Как результат для банка работа с физическими лицами принесет высокий уровень доходов, позволит прирастить доходы населения и страны в целом.

Список использованной литературы

1. Тавасиев А. М. Банковское дело: базовые операции для клиентов : учеб. пособие / А. М. Тавасиев, В. П. Бычков, В. А. Москвин ; под ред. А. М. Тавасиева. — М. : Финансы и статистика, 2005. — 304 с.
2. Банковское дело: розничный бизнес : учеб. пособие / под ред. Г. Н. Белоглазовой, Л. П. Кроливецкой. — М. : КноРус, 2016. — 414 с.
3. Хакимова Е. А. Анализ качества обслуживания клиентов в коммерческом банке / Е. А. Хакимова // Вестник Челябинского государственного университета. — 2011. — № 6. — С. 131–137.
4. Жуков Е. Ф. Менеджмент и маркетинг в банках : учебник / Е. Ф. Жуков. — М. : Банки и биржи : Юнити, 2011. — 287 с.
5. Лаврушин О. И. Основы банковского дела : учебник / О. И. Лаврушин. — М. : КноРус, 2011. — 392 с.
6. Бокова Ф. М. Исследование эффективности и качества банковских услуг / Ф. М. Бокова // Инженерный вестник Дона. — 2011. — Т. 15, № 1. — С. 509–514.
7. Акинин П. В. Совершенствование качества банковского сервиса / П. В. Акинин, В. П. Акинина, И. О. Алимова // Финансы и кредит. — 2016. — № 6. — С. 2–13.
8. Фаизова Г. Р. Банковский розничный бизнес: современное состояние и специфика / Г. Р. Фаизова // Современные исследования социальных проблем. — 2013. — № 3. — С. 3–17.
9. Заернюк В. М. Перспективы развития розничных банковских услуг на российском рынке / В. М. Заернюк, Г. Р. Фаизова // Финансы и кредит. — 2012. — № 38. — С. 17–23.
10. Смирнова Е. В. Современные стратегии развития российского банковского ритейла / Е. В. Смирнова, Н. Р. Язмухамедова // Вестник Международного института экономики и права. — 2013. — № 3. — С. 82–90.
11. Голощапова И. В. Современное состояние розничного банковского рынка / И. В. Голощапова // Наука и современность. — 2013. — № 3. — С. 87–90.

12. Звонова Е. А. Банковские вклады как основной инструмент аккумуляции сбережений населения в современных условиях / Е. А. Звонова // Экономика. Налоги. Право. — 2015. — № 1. — С. 27–36.

References

1. Tavasiyev A. M., Bychkov V. P., Moskvina V. A. *Bankovskoe delo: bazovye operatsii dlya klientov* [Banking: basic operations for clients]. Moscow, Finansy i statistika Publ., 2005. 304 p.
2. Beloglazova G. N., Kravetskiy L. P. (eds). *Bankovskoe delo: roznichnyi biznes* [Banking: retail business]. Moscow, KnoRus Publ., 2016. 414 p.
3. Khakimova E. A. Analysis of client service quality in commercial banks. *Vestnik Chuvashskogo universiteta = Bulletin of Chuvash State University*, 2011, no. 6, pp. 131–137. (In Russian).
4. Zhukov E. F. *Menedzhment i marketing v bankakh* [Management and marketing in banks]. Moscow, Banki i birzhi Publ., Yuniti Publ., 2011. 287 p.
5. Lavrushin O. I. *Osnovy bankovskogo dela* [Basics of Banking]. Moscow, KnoRus Publ., 2011. 392 p.
6. Bokova F. M. Study of efficiency and quality of banking services. *Inzhenernyi vestnik Dona = Don Engineering Bulletin*, 2011, vol. 15, no. 1, pp. 509–514. (In Russian).
7. Akinin P. V., Akinina V. P., Alimova I. O. Improving the banking service quality. *Finansy i kredit = Finance and Credit*, 2016, no. 6, pp. 2–13. (In Russian).
8. Faizova G. R. Retail banking business: current state and specific features. *Sovremennye issledovaniya sotsialnykh problem = Modern Research of Social Problems*, 2013, no. 3, pp. 3–17. (In Russian).
9. Zayernyuk V. M., Faizova G. R. Prospects of developing retail banking services in the Russian market. *Finansy i kredit = Finance and Credit*, 2012, no. 38, pp. 17–23. (In Russian).
10. Smirnova E. V., Yazmukhamedova N. R. Modern strategies of the Russian banking retail development. *Vestnik Mezhdunarodnogo instituta ekonomiki i prava = Bulletin of International Institute of Economics and Law*, 2013, no. 3, pp. 82–90. (In Russian).
11. Goloshchapova I. V. Current state of retail banking market. *Nauka i sovremennost' = Science and Modernity*, 2013, no. 3, pp. 87–90. (In Russian).
12. Zvonova E. A. The bank deposits as a basic tool of accumulating public savings in the current context. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economy. Taxes. Law*, 2015, no. 1, pp. 27–36. (In Russian).

Информация об авторах

Татарина Лариса Валентиновна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра банковского дела и ценных бумаг, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: baikal253@mail.ru.

Перфильева Ольга Олеговна — магистрант, кафедра банковского дела и ценных бумаг, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: Olga.irk.93@mail.ru.

Authors

Larisa V. Tatarinova — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Banking and Securities, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation; e-mail: baikal253@mail.ru.

Olga O. Perfil'yeva — Master Degree Student, Chair of Banking and Securities, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation; e-mail: Olga.irk.93@mail.ru.

Библиографическое описание статьи

Татарина Л. В. Банковский розничный бизнес: его роль и значение в деятельности кредитной организации / Л. В. Татарина, О. О. Перфильева // Baikal Research Journal. — 2017. — Т. 8, № 2. — DOI: [10.17150/2411-6262.2017.8\(2\).11](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2017.8(2).11).

Reference to article

Tatarinova L. V., Perfil'yeva O. O. Banking retail business: its role and importance in credit organization's activities. *Baikal Research Journal*, 2017, vol. 8, no. 2. DOI: [10.17150/2411-6262.2017.8\(2\).11](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2017.8(2).11). (In Russian).