

УДК 336.71

СОВРЕМЕННЫЙ PRIVATE BANKING В РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ: СОДЕРЖАНИЕ, ПРОДУКТОВОЕ НАПОЛНЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Е.А. Исаева

Московский государственный университет экономики, статистики
и информатики. Москва

Статья посвящена вопросам организации обслуживания состоятельных клиентов в российских и европейских private banking. Структурированы наиболее востребованные продукты и услуги, предлагаемые состоятельным клиентам: карточные продукты, депозитные операции, инвестирование на фондовом рынке и т.д. Выделен спектр дополнительных услуг: страхование, консьерж-сервисы, другие программы лояльности. Исследованы практики private banking 8 крупнейших банков России и Европы. Выделены ориентиры обслуживания состоятельных клиентов, предложены возможные пути его совершенствования.

Ключевые слова: *private banking, банковское обслуживание, VIP-клиент, репутационный риск, финансовые инструменты, клиентская лояльность.*

Введение. Сегодня российский рынок банковских услуг характеризуется возросшей конкуренцией, сформированной под влиянием европейского рынка. Коммерческие банки стремятся переманить друг у друга клиентов, приносящих наибольшую прибыль. В такой ситуации необходимо перестраивать технологии обслуживания клиентов, реорганизовывать предлагаемую продуктовую линейку. Одним из методов повышения устойчивости функционирования банка и, соответственно, увеличения показателей прибыли, является применение принципов эффективного клиентского обслуживания. А обслуживание состоятельных клиентов для российских банков становится все более привлекательным направлением бизнеса. Необходимость организации персонального обслуживания для важных клиентов признают большинство банков. В решении данной задачи российские банки ориентируются на своих европейских коллег: на продуктовое предложение, наполнение, уровень сервиса и т.п.

Состоятельные клиенты и уровень их удовлетворенности – это для банка не только дополнительные мощные активы, но и репутационные риски. Именно поэтому в банках создаются обособленные подразделения по работе с этим сегментом клиентов.

Содержание и регулирование private banking. Понятие «private banking» означает персональное банковское обслуживание состоятельных физических лиц.

VIP-банкинг – услуга по природе своей эксклюзивная, выделить какое-либо стандартное ее направление или отдельные компоненты невозможно: работа с клиентами ведется индивидуально и "пакетная" модель не практикуется. Специфика такого обслуживания состоит, прежде всего, в полной конфиденциальности, экономии времени клиента и комплексном подходе к проведению операций. Основная цель VIP-обслуживания – максимально комфортный доступ клиента к банковским услугам. С каждым VIP-клиентом работает закрепленный персональный менеджер. Эта практика изначально зародилась в Европе. В России она также представлена, но до сих пор существуют отхождения от лучших европейских практик, и VIP-клиент обращается не к закреплённому за ним персональному менеджеру, а к свободному сотруднику. От персонального менеджера клиент ждет не столько оказания конечной услуги, сколько гарантии качественного ее предоставления, компетентности и конфиденциальности.

Развитие индивидуального банковского обслуживания состоятельных клиентов в России в последние годы связано с целым рядом факторов: с появлением слоя граждан, располагающих достаточным личным капиталом для инвестирования, с конкуренцией за состоятельных частных вкладчиков и т.д. Главная задача менеджеров, как в России, так и в Евросоюзе (ЕС), работающих в сфере private banking, - создание максимально комфортных условий частного банковского обслуживания с использованием наиболее эффективных методов сохранения и приумножения капитала.

Российские и европейские частные банки ведут целенаправленную работу по привлечению состоятельных клиентов: в рамках светских мероприятий, среди топ-менеджеров крупнейших отечественных компаний, по рекомендациям уже обслуживающихся в банке бизнесменов. Клиенты часто обращаются в частный банк по собственной инициативе. Традиционным подходом для private banking является привлечение клиентов по рекомендациям от существующих клиентов.

Банки разрабатывают внутренние концептуальные методики оценки клиентов. Европейских банкиров интересуют только средства, которые клиент готов разместить в банке. В России создаются методики оценки клиентов, которые включают в себя так называемый портрет клиента. Как правило, оценка строится из таких параметров как возраст, социальный статус, место работы и специфика бизнеса, уровень дохода, публичность, наличие в собственности имущества и т.д.

На основании указанных параметров проводится аналитическое заключение и выносится решение по возможности принять на обслуживание конкретного клиента. В ряде случаев такое решение выносится высшим органом управления банка. Данный подход характерен для России в силу социально - экономических особенностей (коррупции, слабого государственного регулирования денежных

потоков внутри страны, высокого показателя преступности по отмыванию доходов).

Обращение любого клиента в банк, в том числе и VIP-клиента, сопровождается процедурой идентификации. Законодательство регламентирует правила идентификации физических лиц резидентов и нерезидентов, как для российских, так и европейских клиентов. Идентификация - совокупность мероприятий по установлению сведений о клиентах, их представителях, выгодоприобретателях, по подтверждению достоверности этих сведений с использованием оригиналов документов и (или) надлежащим образом заверенных копий. [3, 6] Ознакомившись с порядком идентификации клиента, представленным в российской и европейской практике, отметим, что в первом случае он достаточно массивный, однако имеет место быть и формат упрощенной идентификации, например, для переводов денежных средств по поручению физических лиц без открытия банковских счетов.

Вопросы, связанные с деятельностью международных и российских структур, осуществляющих контроль за легализацией (отмыванием) доходов, крайне часто затрагивает состоятельных клиентов private banking по всему миру. Привилегированные клиенты совершают множество операций, которые с точки зрения современного законодательства рассматриваются как потенциально связанные с легализацией доходов, поэтому большинство из них подлежит обязательному контролю.

Существует международная программа по борьбе с отмыванием доходов, полученных преступным путем. В мировом сообществе и Еврозоне в частности это служба по борьбе с терроризмом и легализацией денежных средств – ФАТФ (англ. FATF – Financial Action Task Force on Money Laundering) – Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег, которая занимается формированием мировых стандартов в сфере противодействия отмывания доходов, полученных преступным путем, а также финансирования терроризма (ПОД/ФТ), и оценкой национальных систем на их соответствие. Россия является одним из членов данной международной организации [16].

К примеру, законодательство Франции уполномочивает осуществлять регулирование в рамках ПОД/ФТ органам по надзору над финансовыми рынками, а также органам по надзору за игровым рынком [12, 14]. Требования к идентификации клиента в данной стране, с точки зрения предъявляемых документов, схожи с требованиями в Российской Федерации. В Германии вопросы контроля в этом направлении решает Общество банковского надзора[18]. В разных европейских странах требования к обязательно контролируемым суммам также разнятся: в Италии и Германии, например, контролирует транзакции в размере 15 тыс. евро, в Испании – от 3 тыс. евро, во Франции минимальный порог 8 тыс. евро. Швейцария не контролирует операции на сумму до 5 тыс. швейцарских франков в месяц, Бельгия на суммы меньше 10 тыс.

евро [8]. Таким образом, мы видим, что российские нормы по борьбе за чистоту средств значительно жестче, чем в Европе.

Но даже с учетом всех правовых норм, по всему миру действует принцип «Know Your Customer» (с англ. – «Знай своего клиента»), который является ключевым в случае с состоятельными клиентами, поскольку требует взаимного уважения и четкого понимания операций клиента.

Анализ продуктовой линейки private banking. Спектр услуг для привилегированных клиентов, который предоставляется на мировом уровне, активно осваивается российским private banking. Отечественные банки идут в ногу с мировыми «новинками» банковского сектора, но это касается скорее классических банковских продуктов и сервисов, нежели инвестиционной составляющей, на которую делается акцент во всем мире.

Среди финансовых инструментов, предлагаемых сегодня клиентам популярны карточные продукты, депозитные операции и операции, связанные с расчетно-кассовым обслуживанием, услуги по сопровождению наличности; инвестирование на фондовом рынке через ПИФы либо индивидуально (доверительное управление); участие в фондах прямых инвестиций и венчурных проектах; приобретение драгоценных металлов и т.д.

Дополнительно клиенты могут воспользоваться широким спектром консультаций, в их числе: страхование имущества, здоровья, рисков и т.д.; адвокатская поддержка, налоговое планирование, консультации по зарубежным рынкам, управление архивом семьи; консультации по вопросам строительства или покупки недвижимости (включая организацию юридической экспертизы), решение проблем наследования, помощь в организации образования детей, управление благотворительностью; различные дисконтные программы, связанные с приобретением товаров и услуг класса deluxe; консультации в области lifestyle и т.п.

Для проведения анализа рынка банковских продуктов автором был выбран ряд крупных европейских и российских банков: французский BNP Paribas, испанский Banco Santander, немецкий Deutsche Bank, швейцарский UBS и российские Сбербанк, ВТБ, Альфа-Банк, ЗАО Банк Русский Стандарт. На основании проведенного исследования сделаны следующие выводы.

Очевидно, что карточные продукты российских банков представлены в более полной линейке как с точки зрения разнообразия платежных систем, так и с точки зрения градаций самих карт. В Европе отношение к банковской карте как к платежному инструменту, поэтому акцент на нее не делается. Банковская карта рассматривается скорее как одно из несущественных дополнений к основной финансовой программе. Российский рынок продает не комплекс услуг, а отдельные продукты. Именно поэтому банковская карта – крайне насыщенный и доходный продукт.

В целом на рынке самыми популярными картами являются MasterCard, Visa и American Express категории Platinum. Средний размер предлагаемого кредитного лимита 30 - 35 тыс. евро. За редким исключением банки выбиваются из данного диапазона, но в целом такой номинал удовлетворяет состоятельных клиентов, как в России, так и в Европе. При этом уровень комиссий за обслуживание по картам в России зашкаливает. Это, в том числе, связано с избытком собственных и дополнительных сервисов и программ лояльности, подключенных к данному продукту, да и себестоимость самого продукта для эмитента очень дорога.

Как ни странно, уровень процентных ставок за использование кредита в Европе и России несущественно отличается. Российский рынок кредитует, пусть даже VIP-клиентов, в среднем под 24% годовых, в то время как европейские банки предоставляют овердрафты под 15-16% годовых. Но надо понимать, что при этом на межбанковском рынке европейские банки кредитуются под 0,5-1,5%, а российские банки – под 8,25%.

Комиссии за снятие наличных в Европе практически не градируются в зависимости от того в банкомате банка эмитента проходит операция или в стороннем банке. В России же это дополнительный источник заработка для банка, и градиация присутствует.

Мощным отличием можно назвать программы «доходности», которые представлены услугами «cash-back», «начисление процентов на остаток» и «бонусные баллы/ авиа мили». Здесь сконцентрирована доходность, которую банк может предложить клиенту, и лояльность, с которой впоследствии клиент к банку будет относиться.

В российских банках разнообразные программы лояльности за последние несколько лет получили широчайшее развитие и популярность. Из проведенного анализа очевидно и то, что практически ни один крупный банк, работающий с состоятельными клиентами в России, не отказался от этой составляющей, и помимо многочисленных сервисов, делает серьезную ставку еще и на такой вид привилегий по банковским картам.

Исследуя кредитные линейки банков, следует вывод о том, что информация по эффективным ставкам очень закрыта. В частности в российских банках она не афишируется на официальных сайтах в принципе; европейские банки не видят в этом тайну и уровень ставок освещают.

Очевиден и существенный разрыв между российскими и европейскими депозитными продуктами в одной валюте. Безусловно, это связано с макроэкономическим состоянием страны, с внутренним уровнем инфляции, ставкой рефинансирования, ставкой межбанковского кредитования и пр. Разница в ставках по массовым и привилегированным вкладам на российском рынке составляет не более

1,5%, а на европейском банковском рынке в десять раз меньше – 0,15-0,10%.

Европейские банки не предлагают широкий перечень валют в рамках депозитных программ. Наиболее ходовые валюты – это евро и швейцарские франки. Средняя ставка по вкладам в евро находится на отметке 1%, что привлекательно для состоятельных людей.

Российские банки обращают на себя внимание клиентов, озвучивая перечень валют, с которыми можно работать. Безусловными лидерами здесь являются банки с государственным участием – ВТБ и Сбербанк. Для коммерческих банков наличие множества валют затратно, поэтому фактически они представляют только наиболее ходовые – рубли РФ, евро и доллары США. Средняя ставка в рублях на рынке private banking сейчас в пределах 10,5%, за последние месяцы уровень ставок снизился, причем значительно. В 2013 г. по депозиту с повышенной ставкой можно было ожидать годовую доходность в размере 12-12,5% годовых по рублям РФ, 6-5,5% по долларам и евро, сейчас картина существенно изменилась, и доступны только максимальные 11,85% по рублям, 5% годовых по долларам и 4,5% по евро. Снижение ставок на российском рынке наблюдается весь последний год. Европейский рынок не демонстрирует существенных колебаний уже продолжительное время, что является очередным свидетельством устойчивости экономической системы, несмотря на проблемы с Грецией, Испанией и Португалией.

Предлагая невысокую ставку по вкладам, европейские банки устанавливают высокие ставки за пользование кредитом по карточным продуктам. Российские банки, устанавливающие ставки по использованию овердрафтных денежных средств в размере 20% годовых, готовы предлагать и по депозитам высокие ставки – от 10,5 до 11,85%, а это свидетельствует о том, что доля прибыльности операции для банка снижается по сравнению с европейскими примерами.

В последнее десятилетие состоятельные клиенты российских банков проявляют интерес к инвестиционным продуктам. Данный вид вложения безмерно популярен за рубежом. Банки по-прежнему широко предлагают паевую линейку. Например, Швейцарский UBS готов предложить до 200 ПИФов различных по своему наполнению как собственных, так и партнерских [12]. Российский рынок, который в начале развития рынка инвестиций также активно предлагал ПИФы, сейчас не акцентирует на них внимание.

Фокус сейчас находится на доверительном управлении, брокеридже и составлении индивидуальных стратегий инвестирования. Банки как в России, так и в мире не предлагают более 7 стратегий инвестирования. Но пороги по суммам, подлежащим доверительному управлению, в разы различаются. Если российские банки в среднем называют сумму в 3 млн. рублей, в качестве входного порога на рынок с определенной стратегией, то европейские коллеги видят смысл

инвестирования как минимум в 400 тыс. евро, что соответствует более 17 млн. рублей.

В Европе состоятельные клиенты не заинтересованы в инвестировании в драгоценные металлы и монеты. Напротив, их интересуют сложно структурированные, комплексные продукты, которые не так широко представлены на российском рынке. В силу того, что в Европе клиенты уже могут видеть результаты инвестиций, оценивают срок окупаемости и прочее, они готовы подчиниться главному закону рынка инвестиций – чем больше риск, тем больше доходность – и поучаствовать в венчурных и прямых инвестициях. Российская группа высокодоходных клиентов, безусловно, к этому готова, но скорее с позиции отсутствия сожаления к потенциальным денежным потерям, так как конъюнктура рынка не достаточно развита, чтобы предоставить действительно стоящий вариант прямых и венчурных инвестиций. Вероятно, поэтому, такие продукты практически не предлагаются российскими банками из нашей выборки. В России клиенты private banking – это люди, которые сталкивались с реальными потерями крупных сумм на фондовом рынке. И, к сожалению, практически никто из них не знаком с успехом в масштабах, соизмеримых их инвестициям и их состоянию в целом. В том числе и поэтому ряд инвестиционных продуктов популярных за рубежом в российских банках не представлен или представлен слабо.

Еще одним крайне важным направлением для клиентов private banking выступают услуги страхования. В первую очередь стоит отметить, что важную роль занимает страхование при выезде за рубеж. Состоятельные клиенты много летают как в деловые поездки, так и на отдых. В поездках они страхуются практически от всех видов рисков – от элементарной утери багажа до летального исхода с необходимостью репатриации тела. Максимальная сумма выплаты по риску «жизнь и здоровье» достигает 1 млн. евро. Отдельно страхуются необходимые медицинские расходы, сумма возмещения по данной статье может достигать 750 тыс. евро.

Страхование при выезде за рубеж, как правило, это «вшитая» услуга для владельцев статусных банковских карт. Одномоментно банковские группы активно разрабатывают и предлагают собственные страховые продукты для состоятельных клиентов. Разница между российским и европейским private banking в части страховых услуг очевидна. Если российские банки акцентируют на текущем статусном положении клиентов, то европейские банки смотрят на будущее положение дел. Здесь опять включается вопрос ментальности в России и за рубежом. VIP-клиенты в России живут по принципу «здесь и сейчас», не задумываясь о будущем, и балуют себя и своих близких. Поэтому страхование редких животных, антиквариата, винных коллекций и пр. столь востребовано. Тем не менее, в своем стремлении к европейскому уровню жизни, банки предлагают накопительное страхование и страхование пенсионных отчислений. Именно эти два

направления страхования являются ключевыми на европейском банковском рынке, в том числе рынке private banking. Старшее население в Европе считает нормой, что при выходе на пенсию оно получит надбавку по результатам своей инвестиционной деятельности. Страхуясь на дожитие, пожилые европейцы отдают себе отчет, что в случае их кончины, их близким не потребуется срочно разыскивать средства на похороны, так как, застраховавшись, они решили эту проблему за них.

У всех клиентов private banking есть добровольное медицинское страхование, которое предлагается клиентам в Европе более 40 лет. В России до сих пор не все крупные банки предлагают такой вид защиты своих клиентов, а ведь задача private banking создавать доверительные и долгосрочные отношения с клиентом, заботясь о нем, о его здоровье и здоровье его близких.

Для создания полной картины предоставляемых сервисов и продуктов рассмотрим консьерж-сервисы в выбранных нами private banking. Следует отметить, что во всех европейских и российских банках по премиальным картам автоматически подключается возможность использовать консьерж-службу. Российские банки стараются не ограничиваться консьерж-услугами от платежной системы и самостоятельно активно развивают свои программы лояльности, в том числе и консьерж-сервис. Хотя некоторые европейские банки тоже применяют такой вектор развития программ лояльности для клиентов и дополнительно предоставляют еще один вариант консьерж-службы.

Наиболее распространенной консьерж-службой является Quintessentially. Данная служба была основана в 2000 году Беном Эллиотом, племянником супруги Его Королевского Высочества принца Чарльза, и Аароном Симпсоном. И за свою 13-летнюю историю уже сумела завоевать свою аудиторию как в Америке, так и в Европе, а в июне 2013 г. открыла свое представительство на территории России. В итоге private banking выбирают именно ее, так как у данной консьерж-службы есть 45 офисов по всему миру, а это означает более широкие возможности, гарантирует оказание услуг на высочайшем уровне.

Совершенствование банковского обслуживания. В данной статье были освещены наиболее востребованные продукты и услуги, предлагаемые состоятельным клиентам. Располагая информацией о развитии private banking, допустимо с уверенностью утверждать, что ориентиры всегда задавались европейскими банками. Исходя из проведенного анализа видно, что ориентиры эти смещаются в сторону инвестиций и страхования, в то время как российские банки все еще стараются клиентов «удивлять». С одной стороны, российские private banking пересыщены продуктами и услугами, с другой стороны, только такой подход способен привлекать в бизнес новых клиентов. Специфика клиентов здесь играет важнейшую роль. Лишь тот банк, который способен предложить клиенту разнообразные решения по всем

направлениям его деятельности, будет одарен максимальной лояльностью и, как следствие, доверенными активами.

Российские банки оценивают опыт зарубежных коллег, и отдают себе отчет, что по мере развития рынка клиенты «воспитываются». Считаю, что можно ожидать аналогичную европейской картину рынка private banking в России в ближайшие 5 лет.

С точки зрения полноты и насыщенности рынка продуктов и услуг для состоятельных клиентов российские банки оформляют намного более привлекательные предложения, включающие в себя огромное разнообразие продуктов и услуг с уникальным набором опций. Например, российский рынок привилегированных банковских карт, содержит в себе разнообразные и выгодные предложения для клиента. Европейские VIP-клиенты, держатели привилегированных банковских карт, имеют возможность воспользоваться опциями только платежной системы, сам банк-эмитент практически в 100% случаев не предлагает собственную лояльность.

Европейские клиенты private banking – это в первую очередь инвесторы, которые передавая в банк свои средства в доверительное управление или какой-либо иной продукт, понимают необходимость страхования собственных средств, а также рисков, связанных с бизнесом, потери работоспособности, утраты здоровья и жизни. Европейские клиенты private banking играют по-крупному, и поэтому уже не заинтересованы в элитных банковских картах, понимая, что это всего лишь инструмент работы со своим счетом. Карты с кредитным лимитом не пользуются большой популярностью.

Депозиты состоятельным европейцам также не интересны, потому что этот инструмент очень рамочный, и не предполагает самостоятельного участия в «судьбе» накоплений, в отличие от инвестиционных продуктов.

Российские клиенты, наоборот, готовы использовать любые банковские инструменты, приносящие доходность. И чем большую выгоду готов предложить тот или иной private banking, тем с большей вероятностью клиент будет у него обслуживаться, поэтому карты с дополнительными скидками и консьерж-услугами пользуются у российских клиентов популярностью. Да и порог по сумме инвестиций для российских клиентов не столь невелик по сравнению с клиентами европейских private banking. Депозиты у российских элитных клиентов более востребованы, потому что это более надежный финансовый доходный инструмент с гарантированным доходом.

Безусловно, российским private banking следует как можно серьезнее проработать вопросы, связанные с инвестиционной составляющей предлагаемого пакета продуктов и услуг. Наиболее плодотворной, могла бы стать практика по заключению агентских договоров с крупнейшими европейскими банками, что позволило бы российским клиентам, находясь на территории России, осуществлять инвестиционную деятельность, консультируясь при этом с

признанными мировыми специалистами. Рост интереса к инвестиционной составляющей должен повлечь отток средств из депозитных остатков, что в совокупности не уменьшит банковские активы, но, к примеру, снизит суммы обязательных резервов.

Европейским банкам следует внимательнее отнестись к практике нефинансовых продуктов и услуг, поскольку такого рода лояльность предоставляется от самой платежной системы в 80% случаев, что не повышает рейтинг банка в глазах клиента. В целом если сервис европейских банков станет более персонализированным и менее формальным, то это, безусловно, привлечет внимание большего числа клиентов, в том числе и из других стран.

Заключение. Европейские банки на протяжении всей своей истории и в настоящее время остаются лидерами привилегированного банковского обслуживания. Это лидерство задает ориентиры для российского рынка private banking, который, несмотря на высокие темпы роста и сильное стремление перенять опыт, все еще серьезно отстает от европейских коллег. Но состояние европейского private banking, особенности линейки продуктов и услуг и позиционирования сервисов все равно должно накладываться на менталитет клиентов. Пул предлагаемых продуктов и услуг российского private banking очень обширен по сравнению с европейскими банками. Однако в данном контексте такой показатель имеет скорее негативное значение, чем позитивное. По сути европейские private banking предлагают действительно доходные продукты. Российские банки стараются предложить решения на все возможные действительно нужные и не сильно популярные услуги для своих клиентов, не делая акцент на вопросе окупаемости. Главное - решить любую задачу, поставленную клиентом. В России private banking – это финансовые супермаркеты, в то время как в Евросоюзе – это действительно элитные бутики.

Список литературы

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395-1-ФЗ «О банках и банковской деятельности»;
3. Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»;
4. Федеральный закон от 23 декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации»;
5. Федеральный закон от 30 декабря 2004 г. № 218-ФЗ «О кредитных историях»;
6. Положение Банка России от 19 августа 2004 г. № 262-П «Об идентификации кредитными организациями клиентов и выгодоприобретателей в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»;

7. Банковское дело / под ред. О. И. Лаврушина. - М.: КНОРУС, 2013;
8. «Know Your Customer: Quick Reference Guide», 2013, PriceWaterhouseCoopers;
9. Methodology: Assessing technical compliance with the FATF recommendations and the effectiveness of AML/CFT systems», FATF/OECD, 2013;
10. The payment system: Payments, securities and derivatives, and the role of the eurosysteem \ под ред. Tom Kokkola - European Central Bank, 2010;
11. «The Banker», номер 1050, июль 2013
12. Официальные сайты банков: www.alfabank.ru, www.vtb.ru, www.sberbank.ru, rsb.ru, www.bnpparibas.ru, www.ecb.europa.eu, www.banque-france.fr, www.santander.com, www.db.com, www.ubs.com.
13. www.forbes.ru
14. amf-france.org
15. http://rating.rbc.ru/
16. http://www.fatf-gafi.org/
17. http://www.fitchratings.com
18. http://bafin.de/

**MODERN PRIVATE BANKING IN RUSSIA AND ABROAD:
CONTENT, PRODUCTS AND SERVICES, IMPROVEMENT
PROBLEMS**

Е.А. Isaeva

Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics. Moscow

The article examines the service problems of wealthy clients in Russian and European private banking. The author classifies the most demanded products and services offered to wealthy clients. The most demanded products and the services offered to wealthy clients are structured: card products, deposit operations, investment in stock market, etc. The research specifies the range of additional services: insurance, concierge services, loyalty programs, and investigates the private banking practice of 8 Russian and European largest banks. The author analyses the reference points of wealthy clients' services and possible ways of their improvement.

Keywords: *private banking, bank service, VIP - client, reputation risk, financial instruments, client loyalty.*

Об авторе:

ИСАЕВА Екатерина Анатольевна – к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов, кредита и банковского дела. Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ), e-mail: dipmesi@mail.ru, тел. +7(906)735-42-79

About the author:

ISAEVA Ekaterina Anatol'evna – Philosophy Doctor in Economics, associate professor of finance, credit and banking. Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics, e-mail: dipmesi@mail.ru, tel. +7(906)735-42-79

References

1. Grazhdanskij Kodeks Rossijskoj Federacii;
2. Federal'nyj zakon ot 2 dekabnja 1990 g. № 395-1-FZ «O bankah i bankovskoj dejatel'nosti»;
3. Federal'nyj zakon ot 7 avgusta 2001 g. № 115-FZ «O protivodejstvii legalizacii (otmyvaniju) dohodov, poluchennyh prestupnym putem, i finansirovaniju terrorizma»;
4. Federal'nyj zakon ot 23 dekabnja 2003 g. № 177-FZ «O strahovanii vkladov fizicheskikh lic v bankah Rossijskoj Federacii»;
5. Federal'nyj zakon ot 30 dekabnja 2004 g. № 218-FZ «O kreditnyh istorijah»;
6. Polozhenie Banka Rossii ot 19 avgusta 2004 g. № 262-P «Ob identifikacii kreditnymi organizacijami klientov i vygodopriobretatelej v celjah protivodejstvija legalizacii (otmyvaniju) dohodov, poluchennyh prestupnym putem, i finansirovaniju terrorizma»;
7. Bankovskoe delo / pod red. O. I. Lavrushina. - M.: KNORUS, 2013;
8. «Know Your Customer: Quick Reference Guide», 2013, PriceWaterhouseCoopers;
9. Methodology: Assessing technical compliance with the FATF recommendations and the effectiveness of AML/CFT systems», FATF/OECD, 2013;
10. The payment system: Payments, securities and derivatives, and the role of the eurosystem \ \ pod red. Tom Kokkola - European Central Bank, 2010;
11. «The Banker», nomer 1050, ijul' 2013
12. Oficial'nye sajty bankov: www.alfabank.ru, www.vtb.ru, www.sberbank.ru, rsb.ru, www.bnpparibas.ru, www.ecb.europa.eu, www.banque-france.fr, www.santander.com, www.db.com, www.ubs.com.
13. www.forbes.ru
14. amf-france.org
15. <http://rating.rbc.ru/>
16. <http://www.fatf-gafi.org/>
17. <http://www.fitchratings.com>
18. <http://bafin.de/>
- 19.