



Н.Э. Соколинская
О.У. Авис

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Рекомендовано
Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО
в качестве **учебника** для направлений подготовки магистратуры
«Экономика», «Финансы и кредит»



КНОРУС • МОСКВА • 2024

УДК 336.71(075.8)

ББК 65.262.1я73

C59

Рецензенты:

И.В. Пашковская, доц. Департамента банковского дела и монетарного регулирования Финансового факультета Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, канд. экон. наук, доц.,

Д.С. Вахрушев, проф. кафедры финансов и кредита ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова», д-р экон. наук, проф.,

В.В. Литвин, директор Института финансовых исследований Финансового факультета, д-р экон. наук, доц.

Авторы (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации):

Н.Э. Соколинская, О.У. Авис

Соколинская, Наталия Эвальдовна.

C59 Конкурентная стратегия коммерческого банка : учебник / Н.Э. Соколинская, О.У. Авис. — Москва : КНОРУС, 2024. — 212 с. — (Магистратура).

ISBN 978-5-406-12880-0

Рассматриваются вопросы разработки и формирования конкурентной стратегии коммерческих банков, возможности ее оценки и анализа при помощи современных аналитических и цифровых источников. При этом изучаются не только классические приемы и методы оценки конкуренции, но и современные инструменты, связанные с прогнозными расчетами и оценками.

Соответствует ФГОС ВО последнего поколения.

Для студентов магистратуры, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Финансы и кредит». Может быть использован студентами, аспирантами, преподавателями экономических вузов и работниками банковской системы, а также широким кругом читателей, интересующихся вопросами теории и практики конкурентной стратегии и особенностями ее анализа.

Ключевые слова: конкуренция; стратегия; конкурентоспособность; модели конкуренции; инструменты конкуренции; конкурентные риски.

УДК 336.71(075.8)

ББК 65.262.1я73

Соколинская Наталия Эвальдовна

Авис Олег Ушеревич

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Изд. № 690609. Подписано в печать 06.12.2023. Формат 60×90/16.

Гарнитура «Newton». Печать офсетная.

Усл. печ. л. 13,5. Уч.-изд. л. 11,0.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.

Тел.: +7 (495) 741-46-28.

E-mail: welcome@knorus.ru www.knorus.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных материалов

в ООО «Фотоэксперт». 109316, г. Москва,

Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5, эт. 1, пом. 1, ком. 6.3-23Н.

ISBN 978-5-406-12880-0

© Соколинская Н.Э., Авис О.У., 2024

© ООО «Издательство «КноРус», 2024

Оглавление

Введение	5
Глава 1. КОНКУРЕНЦИЯ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЯ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ	8
1.1. Конкуренция как инструмент развития рынка. Современная трактовка и определение понятия банковской конкуренции	8
1.2. Особенности банковской конкуренции	13
1.3. Уровни и виды банковской конкуренции	24
Контрольные вопросы и задания	39
Глава 2. КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ И ЕЕ ОЦЕНКА НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ РОССИИ	41
2.1. Конкурентоспособность и ее основные показатели в банковской сфере	41
2.2. Конкурентная стратегия коммерческого банка и необходимость ее формирования на рынке розничных услуг	47
2.3. Методы оценки конкурентной стратегии в банковской сфере	64
Контрольные вопросы и задания	84
Глава 3. ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СПЕЦИФИКУ ФОРМИРОВАНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ КОНКУРЕНТНОЙ БАНКОВСКОЙ СРЕДЫ	86
3.1. Специфические особенности формирования конкурентной среды на рынке банковских услуг	86
3.2. Национальные и исторические особенности функционирования современных банковских систем и их влияние на конкурентную среду	129
3.2.1. Гетерогенность национальной банковской системы и ее влияние на формирование конкурентной среды на банковском рынке Германии	129

3.2.2. Влияние национальных и исторических традиций на конкурентную среду в банковской сфере Швейцарии	138
3.2.3. Специфика конкурентной среды в банковской системе США	145
3.2.4. Конкурентная среда банковской системы современной России	150
Контрольные вопросы и задания	160

Глава 4. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ КРЕДИТНЫХ ИНСТИТУТОВ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

4.1. Конкурентные позиции: понятие и подходы к качественной и количественной оценке	161
4.2. Специфика формирования конкурентных позиций системно значимых кредитных институтов	164
4.3. Проблематика выбора между соперничеством и партнерством классических банков и новых финтех-компаний	174
Контрольные вопросы и задания	183

Глава 5. ОСНОВНЫЕ СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ И ЕЕ ВЛИЯНИЯ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ СОВРЕМЕННОГО БАНКОВСКОГО ДЕЛА

5.1. Пересмотр бизнес-стратегий банков как способ значительного повышения их конкурентоспособности	184
5.2. Прогнозирование будущего классических банков в условиях ужесточения конкуренции	188
5.3. Основные направления отстаивания стратегических конкурентных позиций классическими кредитными институтами	194
Контрольные вопросы и задания	202

Список литературы	203
------------------------------------	------------



Введение

Современные условия развития банковской системы сформировали предпосылки для универсализации деятельности российских банков. В этой связи конкурентоспособный банковский бизнес является одним из слагаемых успешной банковской деятельности и выступает катализатором ее динамичного развития. При этом эффективная модель банковского бизнеса создает фундамент для успешного конкурирования банка на рынке.

Специфика банковской конкуренции определяется сферой деятельности коммерческих банков. Во-первых, банковская деятельность подлежит строгому государственному регулированию и лицензированию, т.е. появление на рынке новых кредитных организаций достаточно трудоемкий и затратный процесс. Во-вторых, в основе банковских продуктов и услуг лежат деньги, что усложняет формирование уникальных характеристик конкретного банка и усложняет конкурентную борьбу на рынке.

Степень конкуренции определяет уровень развитости любой экономической сферы, так как конкуренция выступает фактором, обеспечивающим эффективное развитие экономических отношений. Конкурентное развитие российской банковской системы характеризуется высоким уровнем ее концентрации за счет присутствия на рынке монополизирующего субъекта — Сбербанка России. Доминирование на рынке одной кредитной организации, с одной стороны, монополизирует рынок, а с другой стороны, способствует его технологическому развитию, так как остальные банки вынуждены дотягиваться и следовать за лидером в лице крупнейшего банка страны, чтобы обладать определенным уровнем конкурентоспособности.

Банковский бизнес сравнительно недавно получил свое развитие как эффективное цифровое бизнес-направление в банковской деятельности. Начиная с начала 2000-х гг. акцент в процессе обслуживания юридических лиц и населения в коммерческих банках смещается в сторону клиентского подхода, а также возрастает конкуренция за клиентскую базу. Прямая зависимость качества банковского продукта от качества обслуживания клиента, а соответственно, от уровня квалификации персонала затрудняет оценку результативности использования инструментов межбанковской конкуренции в развитии бизнеса.

Дальнейшее развитие банковского бизнеса важно не только с точки зрения экономического развития — трансформация сбережений юридических лиц и населения в инвестиции, обеспечение платежеспособного спроса, надежность и скорость платежей и переводов. С позиции социальной значимости банковские операции способствуют увеличению производительности труда, развитию производства, а также качества жизни населения за счет повышения доступности жилья, товаров длительного пользования, образовательных, медицинских и туристических услуг.

Конкуренция между банками характеризуется субъективными факторами конкурентоспособности, а также поведенческими особенностями клиентуры. Именно поэтому формирование конкурентной стратегии развития деятельности коммерческого банка в условиях усиления межбанковской конкуренции, является актуальной темой.

В то же время в условиях глобализации финансовых рынков и банковского бизнеса возникает необходимость обеспечения перехода российского банковского сектора от модели экстенсивного развития к преимущественно интенсивному развитию, что существенно повысит конкурентоспособность российских банков и национального банковского сектора в целом. Основной проблемой решения данной задачи является отсутствие достаточного опыта использования конкурентных стратегий в деятельности российских банков. Указанные обстоятельства свидетельствуют о необходимости формирования теоретико-методического обеспечения процесса разработки и реализации конкурентной стратегии банка на основе научно обоснованной концепции развития банковского бизнеса в условиях российской экономики.

Теоретические и методологические аспекты исследования стратегического управления, в том числе и в сфере банковской деятель-

ности, рассмотрены в трудах таких зарубежных ученых, как И. Ансофф, П. Друкер, Р.Л. Миллер, Д.Д. Ван-Хуз, Э. Кемпбелл, А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. Вопросам развития деятельности коммерческого банка, в том числе и на основе формирования банковских стратегий, посвящены работы отечественных ученых-экономистов: О.И. Лаврушина, Г.Н. Белоглазовой, Н.И. Валенцовой, Л.П. Кроливецкой, М.А. Помориной, Ю.Б. Рубина, А.М. Тавасиева, Н.Е. Егоровой, Ю.С. Масленченкова, А.М. Смулова.

Исследованию проблем конкурентного развития посвящено множество трудов, начиная с классиков политической экономии (А. Смит, А. Курно, А. Маршал), вопросы межбанковской конкуренции затрагиваются в трудах Дж. Синки, М. Портера, П. Роуза, Ф. Котлера. Среди российских ученых-экономистов, рассматривающих особенности конкурентного развития банковской деятельности, можно отметить Ю.И. Коробова, Г.А. Тосуняна, Г.О. Самойлова, И.В. Липсиц, И.В. Никонову, Н.Э. Соколинскую, А.А. Попову, Д.В. Трофимова.

В трудах А.В. Пухова, Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой, Т.Г. Гурнович, А.В. Гусаровой, И.В. Колесниковой, Л.И. Черниковой отражена специфика розничного банковского бизнеса.

Целью одноименного курса является изучение развития теории конкуренции в части конкурентного развития банковской деятельности и совершенствования современной практики разработки и реализации конкурентной стратегии банка на рынке банковских услуг.

Объектом изучения является конкурентоспособность коммерческого банка. Предметом выступают способы оценки и методы укрепления конкурентной позиции коммерческого банка на рынке банковских услуг, как целевого ориентира конкурентной стратегии банка.

Информационную основу учебника составили официальные данные Федеральной службы государственной статистики, Центрального банка РФ, Ассоциации российских банков, публикации в научных изданиях в области банковской конкуренции и стратегического планирования банковской деятельности, программные документы, регламентирующие направления стратегического развития финансового рынка РФ, оперативная информация о деятельности российских банков.

Конкуренция и особенности ее проявления на рынке банковских услуг

1.1. Конкуренция как инструмент развития рынка. Современная трактовка и определение понятия банковской конкуренции

Рыночная экономика не существует без конкуренции. Конкуренция выступает в качестве одного из глобальных вопросов экономической теории. Конкуренция — экономическое соревнование между субъектами хозяйственной деятельности за возможность получения максимума прибыли и упрочения положения на рынке. В общем виде конкуренцию можно определить как соперничество рыночных субъектов, заинтересованных в достижении одной и той же цели. В то же время понятие конкуренции многозначно и не охватывается каким-либо одним универсальным определением. Конкуренция — это и способ хозяйствования, и такая форма существования капитала, при которой один индивидуальный капитал соперничает с другим. Конкуренция — соперничество, соревнование между выступающими на рынке товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров для получения на этой основе максимально возможной прибыли. Одновременно конкурен-

ция — это механизм автоматического регулирования пропорций общественного производства. Являясь атрибутом рынка, конкуренция естественным путем возникает из рынка и одновременно служит неперенным условием его существования и развития¹. Для финансового рынка, как и для всякого другого рынка, характерно наличие конкурентных отношений между его участниками. Так, А. Смит рассматривал конкуренцию как соперничество между продавцами и покупателями за наиболее выгодные условия продажи и покупки соответственно. А Й. Шумпетер утверждал, что с точки зрения экономического роста конкуренция представляет собой соперничество между старым и новым: новые товары, новые технологии, новые источники обеспечения потребностей, новые типы организации. Такого рода высказывания позволяют определить конкуренцию как борьбу между участниками рынка за лучшие условия производства и реализации продукции. Реально сложившаяся практика экономической жизни в мире показывает, что рынок и конкуренция — главный механизм развития современной экономики, более мощный и действенный, чем любой иной фактор ее движения. Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция и чем лучше условия для ее проявления. Конкуренция требует определенного, желательно оптимального сочетания экономических, технологических и социальных предпосылок. Нарушение этого условия затрудняет проявление конкуренции и в итоге приводит к застою в экономике, снижению ее эффективности, падению жизненного уровня населения страны.

Конкуренция — сердцевина современного рыночного механизма не только потому, что масштабы ее проявления за последние десятилетия неизмеримо выросли. Главное в том, что конкуренция — это органичное свойство рынка, его неотъемлемая черта. Отсутствие «нормальной» конкуренции, ее разрушительное либо, напротив, слабое проявление — четкий индикатор явного неблагополучия на рынке, появления «перекосов» и больших диспропорций в его развитии.

Конкуренция носит для участников рыночных отношений, и в первую очередь для товаропроизводителей, объективно-принудительный характер. Она заставляет их систематически применять новые технологии, повышать производительность труда, снижать

¹ Коломийченко, О. В. Антимонопольная политика на рынке финансовых услуг // Конкуренция и рынок. — 2003. — № 17.

или сдерживать цены на производимые продукты. Иначе говоря, конкуренция систематически воздействует на индивидуальные издержки производства в сторону снижения, заставляет экономить ресурсы, добиваться наиболее рационального сочетания используемых факторов производства. Деятельность любой хозяйственной единицы в условиях конкуренции подвергается двойному контролю. С одной стороны, это внутренний непосредственный контроль в рамках фирмы, а с другой — это внешний опосредствованный контроль на рынке со стороны фирм-конкурентов через конечные результаты рыночной деятельности.

Вторая форма контроля является жесткой, но беспристрастной. Объективность оценки возможностей любой хозяйственной единицы определяются тем, что в конечном счете оценку выносит покупатель, который, руководствуясь собственными интересами, отдает предпочтение товарам того или иного конкурента. Конкуренция — это самый эффективный и дешевый метод экономического контроля, он стоит обществу минимальных затрат. Такого рода контроль является важной и динамичной силой, ибо постоянно толкает производителя на сокращение издержек производства и цен, увеличение объема сбыта, борьбу за заказы и потребителя, улучшение качества. Конкуренция выполняет функцию стимулирования хозяйственной деятельности и научно-технического прогресса. Соперничество за большую прибыль, деньги покупателя создает такую ситуацию, когда экономист производит то, что требуют потребители, заказчики путем применения самой эффективной технологии. Это побуждает предпринимателей следовать в ногу с темпами научно-технического прогресса, совершенствовать и развивать производство, проявлять инновационную активность. На этой основе возможен выигрыш того предпринимателя, который снижает затраты на производство благодаря использованию достижений научно-технического прогресса, освоению новой продукции с высоким качеством.

Важнейшей функцией конкуренции является саморегулирование хозяйственной деятельности. В рыночной экономике сопряжение интересов конкурирующих продавцов и покупателей определяет цены на ресурсы и готовую продукцию в любой данный период времени. Производится только то, что приносит прибыль. Продукцию, изготовление которой не приносит прибыли, производить не станут. Конкурирующая рыночная система в состоянии доводить до сведе-

ния поставщиков ресурсов и предпринимателей изменения в потребительских вкусах и тем самым способствовать осуществлению надлежащих коррекций в перераспределении ресурсов экономики, переливу средств, рабочей силы от менее прибыльных к более прибыльным производителям. Конкуренция выявляет и мобилизует резервы экономического роста.

Конкуренция выполняет функцию дифференциации доходов товаропроизводителей на основе обеспечения разной эффективности производства. Выигрывает в конкуренции тот, кто минимизирует затраты на выпуск аналогичной продукции, оперативно учитывает изменения в потребительских вкусах и предпочтениях покупателей и способен перестраиваться «на ходу», обеспечивает дифференциацию продуктов по потребительским свойствам, ценам, реагирует на изменяющийся спрос и в известном смысле формирует его для разных групп потребителей, возрастов, различных территорий, городского и сельского населения, покупателей с разным уровнем доходов.

Различают четыре рыночных ситуации в зависимости от количества, «удельного веса» на рынке товаропроизводителей и влияния отдельного продавца (покупателя) на рыночную цену: чистую конкуренцию, чистую монополию, монополистическую конкуренцию, олигополию.

Чистая конкуренция относится к свободной (совершенной) конкуренции, а чистая монополия, монополистическая конкуренция и олигополия — к монополистической (несовершенной) конкуренции. В условиях чистой конкуренции существует большое число предприятий, производящих одинаковый продукт. Новые предприятия легко могут войти в отрасль. Поскольку доля каждого конкурентного предприятия в общем объеме предложения товара незначительна, отдельное предприятие не может оказать существенного влияния на рыночную цену, которая устанавливается на основе совокупного спроса и предложения. Чистая монополия предполагает, что в отрасли имеется только один товаропроизводитель, который полностью контролирует объем предложения товара и очень сильно влияет на цены. Проникновение в отрасль дополнительных предприятий заблокировано. Отсутствует дифференциация продукции. Монополистическая конкуренция характеризуется сравнительно большим числом продавцов, которые производят похожую, но не идентичную продукцию. Вхождение в отрасль довольно про-

стое. Производители в условиях монополистической конкуренции обладают ограниченной степенью контроля над ценами за свою продукцию. Многие производители используют рекламу, торговые знаки и фабричные клейма как средство убеждения покупателей в том, что их продукция лучше, чем продукции конкурентов.

Олигополия отличается небольшим числом продавцов, каждый из которых обладает значительной долей рынка. Олигополии могут быть однородными или дифференцированными, т.е. в олигопольной отрасли могут производить однородные и дифференцированные продукты. Вступление в олигопольные отрасли затруднено для претендентов. Критерием оценки степени монополизации служит доля хозяйственной единицы в производстве¹.

Выделяют также и такие виды конкуренции, как совершенная и несовершенная. При *совершенной конкуренции* участники рынка не могут влиять на цены, а способны лишь приспособлять свои объемы к установившимся на рынке ценам, максимизируя прибыль.

При *несовершенной конкуренции* в отрасли, принимающей форму монополии, различных видов олигополии, фирмы способны влиять на устанавливаемые цены в отрасли, предлагая различный объем продуктов и услуг.

В общем виде конкуренцию можно определить как соперничество рыночных субъектов, заинтересованных в достижении одной и той же цели. Такими рыночными субъектами являются либо продавцы, либо покупатели. Также конкуренцию можно определить как экономическое соревнование между субъектами хозяйственной деятельности за возможность получения максимума прибыли и укрепления положения на рынке.

Характерные признаки конкуренции следующие: существование рынков с альтернативными возможностями выбора для покупателей (продавцов); наличие большего или меньшего количества покупателей (продавцов), соревнующихся между собой и использующих различные инструменты рыночной политики; чередование применения этих инструментов одними конкурентами и ответных мер других конкурентов.

Таким образом, конкуренция в рыночной экономике, претерпев заметные изменения за последние десятилетия, продолжает играть не менее заметную роль в экономическом развитии, чем в прошлом веке, сохраняя важнейшее место в экономическом механизме.

¹ Попков, В. В. О поддержке равноправных условий конкуренции на рынке банковских услуг // Деньги и кредит. — 2001. — № 5.

Сохранение конкурентных и монопольных сил в экономике ныне таково, что позволяет считать современный капитализм не в меньшей мере конкурентным, чем монополистическим. Рынок, конкурентный механизм, закон стоимости обеспечивают поддержание основных народнохозяйственных пропорций, стимулируют товаро-производителей, «вымывают» неэффективные звенья.

Конкуренция воплощает в себе стихийно-регулирующее (или саморегулирующее) начало. Силы ее действуют в сторону усиления воздействия всех факторов экономической эффективности, ведущих к обеспечению динамического равновесия спроса и предложения при общем повышении эффективности всего производственного процесса. В силу своего стихийного характера конкуренция, особенно при условии ее полного господства на рынке, может вызвать побочные отрицательные экономические и социальные последствия. Однако в целом можно утверждать, что конкуренция с ее жесткими законами — главный двигатель современного прогресса

1.2. Особенности банковской конкуренции

Конкуренция в сфере банковской деятельности отличается определенной спецификой. Услуги банков отличаются от других услуг предпринимательства, они появляются в результате глубокого анализа потребностей рынка, тщательно подготовлены, соответствуют перечню и технологии проведения банковских операций. Перечень банковских услуг должен быть, с одной стороны, экономически целесообразным, а с другой — удовлетворяющим финансовым потребностям рынка и отвечающим условиям максимальной доступности банковских услуг потребителям. Банковская конкуренция — это процесс соперничества коммерческих банков и прочих кредитных организаций, в ходе которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке кредитов и банковских услуг. Банки перманентно акцентируют внимание на высококонкурентную природу своего рынка, и банков действительно много по сравнению с количеством производителей автомобилей, крупных супермаркетов, авиакомпаний и т.д. В банковской отрасли присутствуют десятки соперничающих учреждений, предлагающих кредитные и депозитные продукты. Как отмечает К.Э. Хмелева, цивилизованная банковская конкуренция — это индикатор здоровья, эффективности банковской системы, свидетельство правильного ее функционирования и огромного потенциала

прогрессивного развития¹. М.С. Марамыгин и Е.В. Стрельников определяют конкуренцию как совокупность отношений, складывающихся между хозяйствующими субъектами в процессе их хозяйственной деятельности, т.е. именно конкуренция определяет правила, по которым будет функционировать рынок. Тем самым они подтверждают суждение о том, что конкуренция является не чем иным, как базисом относительно других видов конкуренции, а в частности, базисом для конкуренции, формирующейся на финансовом рынке. В свою очередь, отношения по поводу регулирования поведения как в целом на финансовом рынке, так и отдельных его участников будут являться надстройкой. Как известно, сфера финансовых услуг является средой деятельности всех организаций, предоставляющих финансовые услуги. Так, А.Г. Бачалов и Г.О. Самойлов рассматривают финансовый рынок с позиции разделения его на сферы деятельности определенных организаций. Они отмечают, что «современные финансовые организации играют роль продавцов или покупателей практически во всех рыночных секторах, в частности в секторе финансовых рынков. При этом финансовый рынок включает в себя рынок ссудных капиталов, рынок ценных бумаг, рынок валют и драгоценных металлов»². Следовательно, исследование вопросов конкуренции в банковском секторе предполагает изучение широкого спектра более узких рыночных процессов, протекающих на отдельных сегментах межбанковского рынка. По мнению С.Н. Виряскиной, под межбанковской конкуренцией следует понимать экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и соперничества между кредитными организациями в целях обеспечения лучших возможностей реализации банковских продуктов и услуг, максимально более полного удовлетворения разнообразных потребностей клиентов и получения наибольшей прибыли в данных условиях. В данном определении подчеркивается, что конкуренция не исчерпывается лишь соперничеством между банками, а включает достаточно широкий спектр других типов межбанковских отношений³. Как видно, этот взгляд на конкуренцию более широк, так как включает рассмотрение большего количества форм взаимодействия между кредитными организациями в процессе

¹ Хмелева, К. Э. Разработка инструментария исследования условий создания рынка конкурентного типа на рынке банковских услуг Самарской области // Известия Академии управления: теория, стратегии, инновации. — 2011. — № 1. — С. 23–28.

² Бачалов, А. Г. Банковская конкуренция / А. Г. Бачалов, Г. О. Самойлов. — Москва : Экзамен, 2002.

³ Виряскина, С. Н. Центральная проблема в отечественном банковском деле. URL : <http://www.banker.ru>

конкуренции, в то же время необходимо отметить, что перечень конкурентов банков не ограничивается кредитными организациями, он включает в себя иных финансовых посредников, таких как страховые компании, инвестиционные и пенсионные фонды и даже торговые и промышленные предприятия. Ряд исследователей (например, А.А. Чумаченко, А.А. Хандруев¹, Г.Г. Коробова²) определяют банковскую конкуренцию как динамический процесс соперничества между банками и прочими кредитными организациями, в ходе которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке кредитов и банковских услуг. В таком подходе к определению банковской конкуренции прослеживается более узкий подход к определению рассматриваемого понятия, поскольку здесь исключается возможность каких-либо других видов взаимодействия между банками, кроме соперничества. По мнению Д.В. Поликарпова, в данном определении можно проследить более узкий подход к определению рассматриваемого понятия, поскольку здесь авторы исключают возможность каких-либо других видов взаимодействия между банками, кроме соперничества. Ряд авторов (Е.К. Самсонова³, А.А. Гаджиев⁴ и другие) определяют банковскую конкуренцию как стимулирующий фактор, заставляющий конкурентов расширить круг банковских услуг, улучшить качество банковской продукции, оперативно регулировать цены на эту продукцию, она стимулирует банки к переходу на более эффективные способы функционирования. А.М. Тавасиев⁵ интегрирует эти подходы и показывает банковскую конкуренцию как экономический процесс взаимодействия и соперничества кредитных организаций и других участников финансового рынка, в ходе которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке банковских услуг с целью максимально полного удовлетворения разнообразных потребностей клиентов и получения наибольшей прибыли. Согласно Л.Р. Курмановой, результатом действия конкуренции между кредитными организациями на рынке должна стать удовлетворенность по-

¹ Хандруев, А. А. Конкуренция в банковской отрасли: тенденции, проблемы, прогнозы / А. А. Хандруев, А. А. Чумаченко // Банковское дело. — 2010. — № 11. — С. 6–12.

² Коробова, Г. Г. Банковская культура как фактор развития банковской конкуренции // Банковские услуги. — 2012. — № 2. — С. 12–23.

³ Самсонова, Е. К. Формирование и развитие конкурентной среды на рынке банковских услуг России: проблемы и перспективы // Финансы и кредит. — 2007. — № 29. — С. 2–7.

⁴ Гаджиев, А. А. Деньги, кредит, банки : учебник для вузов / А. А. Гаджиев, А. А. Казимагомедов. — Москва : Экзамен, 2007.

⁵ Тавасиев, А. М. Конкуренция в банковском секторе России : учеб. пособие для вузов. — Москва : Юнити-Дана, 2001.

требителей предоставленными банковскими услугами. Создаваемые условия для удовлетворения текущих и инвестиционных потребностей субъектов и индивидов стимулируют результативный оборот ресурсов, аккумулируемых кредитными организациями¹. По мнению М.Р. Мирзаевой, банковская конкуренция представляет собой динамичный процесс состязательности коммерческих банков и прочих кредитных институтов, в рамках которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке банковских услуг². Очень близка к этому позиция А.В. Дарагана, который определяет банковскую конкуренцию как совершающиеся в динамике отношения соперничества субъектов банковского рынка, одновременно заинтересованных в достижении одной и той же цели, т.е. либо продавцов банковских услуг (в лице банков, небанковских финансово-кредитных институтов и нефинансовых учреждений) либо их покупателей (в лице предприятий и домохозяйств), в ходе которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке банковских услуг³. Так, Д.Н. Цаплев выводит понятие межбанковской конкуренции путем адаптации транзакционного подхода к деятельности коммерческих банков. Исходя из данного подхода, под межбанковской конкуренцией он предлагает понимать дуалистический процесс соперничества коммерческих банков за ограниченный объем платежеспособного спроса на финансовом рынке, представляющий собой комплекс транзакций клиентов, осуществляемых посредством традиционных и инновационных банковских инструментов, который возможен на основе реализации клиентами позитивистского типа экономического поведения. При этом термин «дуалистический» означает, что для реализации принципа конкуренции при осуществлении банковских транзакций необходимо пересечение двух фундаментальных классов вещей или принципов, влияющих друг на друга, но не меняющих свою структуру⁴. А.С. Сметанкин указывает, что конкуренция в банковском секторе является более емким понятием, чем понятие «межбанковская конкуренция». Конкуренция в банковском секторе, помимо межбанковской конкуренции, включает конкуренцию между банками и не-

¹ Курманова, Л. Р. Институционализация конкуренции на рынке банковских услуг // Финансовая жизнь. — 2010. — № 1. — С. 50–54.

² Мирзаева, М. Р. Особенности конкуренции на рынке банковских услуг региона // Экономические науки. — 2006. — № 5.

³ Дараган, А. В. Особенности экономических отношений на российском рынке банковских услуг : дис. ... канд. экон. наук. — Казань, 2006.

⁴ Цаплев, Д. Н. Особенности транзакционного подхода в анализе межбанковской конкуренции // Проблемы экономики и менеджмента. — 2012. — № 4. — С. 80–90.

банковскими кредитно-финансовыми организациями, а также конкуренцию небанковских кредитно-финансовых организаций между собой¹. По мнению Д.В. Поликарпова², конкуренция в банковском секторе является более широким понятием, чем понятие «конкуренция на банковском рынке». Это связано с тем, что помимо рыночных методов конкуренции (изменение цен, улучшение банковских продуктов) коммерческие банки широко используют и нерыночные методы (например, лоббирование интересов банков в административных органах). Таким образом, конкуренция в банковском секторе экономики — это процесс соперничества институтов банковского рынка, одновременно заинтересованных в достижении одной и той же цели, в современных условиях совершающихся под влиянием регулирующего воздействия центрального банка. От понятия межбанковской конкуренции она отличается более широким кругом вовлеченных субъектов. Банки являются конкурентами, когда предоставляют одинаковый набор банковских продуктов (услуг) на одном и том же рынке на схожих условиях. Цель каждого банка — вовлечь как можно больше клиентов, чтобы продавать им больше банковских услуг и, как следствие, получить больше прибыли. Тем самым банковская конкуренция представляет собой динамичный процесс состязания коммерческих банков и прочих кредитных институтов, в рамках которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке банковских услуг. Именно наличие конкуренции вызывает расширение круга предоставленных услуг, регулирование цены на них до приемлемого уровня. Кроме того, конкуренция стимулирует банки к переходу на более эффективные способы предоставления услуг, т.е. обеспечивает обстановку, благоприятную для их развития и совершенствования. Конкуренция — стимулирующий фактор, заставляющий конкурентов расширить круг банковских услуг, улучшить качество банковской продукции, оперативно регулировать цены на эту продукцию. При этом конкуренция среди банков имеет ряд отличий от конкуренции на прочих финансовых рынках, которые обязательно нужно учитывать при ведении банковского бизнеса.

1. Начиная со второй половины XX в. усилилась тенденция, в соответствии с которой банки начинают играть принципиально иную, новую роль, превращаясь из скромных посредников в могуще-

¹ Сметанкин, А. С. Основные направления развития конкурентной стратегии кредитных организаций // Труды МЭЛИ: электронный журнал. — 2012.

² Поликарпов, Д. В. Теоретические аспекты определения понятия «межбанковская конкуренция» // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2012. — № 16. — С. 87–91.

ственных контролеров и регуляторов общественной жизни. Этим объясняется то, что более острая по сравнению с товарными рынками конкурентная борьба на рынке финансовых услуг, обусловленная незаменимостью денег, приобретает еще большую остроту в сфере банковского дела. Цена успеха в конкурентной борьбе здесь зачастую бывает гораздо выше, чем на иных финансовых рынках. Так, Ю.В. Шишков считает, что в современных развитых странах с рыночной экономикой «вся частная финансово-кредитная сфера тысячами путей сращивается с быстроразрастающейся сферой государственных финансов. В этой всеобщей финансовой интеграции, в этом круговороте денежного капитала, в который вовлечены все без исключения частные предприятия, кредитно-финансовые учреждения и государство, отчетливо вырисовывается властвующее и руководящее ядро уже не в виде дуумвирата: монополистического промышленного и банковского капиталов, как было в начале века, а в качестве триумвирата: банковский капитал плюс... промышленный капитал плюс капитал... государства»¹. Отличительной чертой конкуренции в банковской сфере является ее неразрывная взаимосвязь не только с экономикой, но и с политикой. При этом качество этой взаимосвязи определяется исходя из уровня соответствующего банковского рынка. Иными словами, международная банковская конкуренция напрямую затрагивает вопросы международной политики, конкуренция между кредитными организациями внутри страны непосредственным образом влияет как на внутреннюю, так и на внешнюю политику данного государства и т.д.

2. Конкуренция, осуществляемая на рынке банковских услуг, имеет более выраженный социальный характер, чем конкуренция на иных финансовых рынках. Особая социальная значимость конкуренции на рынке банковских услуг по сравнению с иными финансовыми рынками является следствием того, что банковская сфера вовлекает в свою орбиту не только всех без исключения юридических лиц, но и подавляющее большинство социально активных граждан.
3. Одна из особенностей конкуренции на рынке банковских услуг, отличающая его от иных сегментов финансового рынка, проявляется

¹ Проблемы исследования современного финансового капитала. Сборник научных трудов / отв. ред. А.В. Аникин, С.В. Пятенко. — Москва : Институт мировой экономики и международных отношений АН СССР, 1989.

в существовании такой специфической формы банковской конкурентной борьбы, как участие в финансово-промышленных группах (ФПГ). Участие в ФПГ выделяется в качестве одной из форм именно банковской конкурентной борьбы по той причине, что наличие в такой группе банковского капитала «является тем решающим обстоятельством, которое отличает ФПГ от любой другой крупной корпорации»¹. ФПГ — это не организационно-правовая форма, а статус, который присваивается после рассмотрения установленного комплекта документов. Главной сущностной особенностью этого статуса является обязательное присутствие в финансово-промышленной группе банковской организации. Существование этой особенности конкуренции на рынке банковских услуг обусловлено невозможностью совмещения банковской деятельности с производственной и торговой. При этом, хотя стремление банков подчинить своему влиянию реальное производство и может вызвать сложности в поддержании у них ликвидности, необходимость иметь дополнительные рычаги контроля за эффективным использованием предоставленных кредитов и их безусловным возвратом заставляет кредитные организации занимать наиболее активные позиции среди участников финансово-промышленной группы. Анализ системы приобретения банками долей участия в нефинансовых предприятиях (в основе деления хозяйствующих субъектов на нефинансовые предприятия и финансовые организации лежит методология создания системы национальных счетов, что позволяет выявить различия в подходах к решению вопроса о допустимости участия банков в финансово-промышленных группах в различных странах. Эти различия в подходах базируются на имеющихся в разных странах индивидуальных оценках степени рискованности для конкретных банков и банковской системы в целом крупномасштабного слияния банковского и промышленного капиталов. Так, если в Бельгии и Италии приобретение банком долей участия в предприятиях нефинансового характера полностью запрещено, то в США, Японии и Нидерландах оно в каждом конкретном случае является объектом разрешения или запрещения. В то же время в Великобритании и Испании правила, регулирующие приобретение акций (долей участия) в нефинансовых предприятиях, весьма лояльны, в результате чего необходима лишь простая регистрация.

¹ Чекмарева, Е. Н. Роль банков в интеграции банковского и промышленного капитала // Деньги и Кредит. — 1999. — № 7.

4. Еще одна особенность конкуренции в банковском деле проявляется в «узости поля» конкурентной борьбы. Это обусловлено известной ограниченностью перечня предоставляемых банковских услуг и является следствием правового оформления банковской деятельности как исключительного вида деятельности, не допускающего совмещения с производственной, торговой и страховой деятельностью. Данная особенность заставляет банки конкурировать в весьма узком спектре операций и сделок, следствием чего является необходимость специализироваться, например, в удовлетворении потребностей различных групп потребителей. Майкл Е. Портер определяет такую специализацию как «позиционирование на основе потребностей» и в качестве примера приводит Citibank и Bessemer Trust Company. Так, целевыми клиентами Bessemer Trust Company являются семьи, вклады которых оцениваются не менее чем в 5 млн дол. Этим 20 клиентам нужна надежная защита капиталовложений и их увеличение. Назначая одного квалифицированного банковского служащего на 14 семей, Bessemer базирует свою деятельность на индивидуальном обслуживании. Встречи с клиентами проходят чаще на их ранчо и яхтах, нежели в банковских офисах. Банк предлагает клиентам целый ряд услуг, включая инвестиционный менеджмент и управление имуществом, надзор за инвестициями в нефтяную и газовую промышленность, ведение расчетов, связанных с приобретением скаковых лошадей и самолетов. Кредиты, которые являются основным направлением деятельности большинства частных банков, редко требуются клиентам банка Bessemer и составляют незначительную часть их годовых доходов и балансов. Несмотря на высокую общую заработную плату банковских служащих и очень высокие издержки, связанные с персональным обслуживанием, составляющие процент операционных издержек, дифференциация банка (обслуживание состоятельных семей) обеспечивает ему самую высокую рентабельность среди всех конкурентов, занимающихся частным банковским бизнесом¹. Другой частный банк — Citibank — обслуживает клиентов с минимальными активами — приблизительно в 250 тыс. дол., которых, в противоположность клиентам Bessemer, интересуют подходящие условия предоставления кредитов. Банковские менеджеры Citibank являются преимущественно кредиторами. Если клиентам нужны иные услуги, менеджеры направляют их в другие специаль-

¹ Портер, М. Е. Конкуренция. — Москва : Вильямс, 2000.