

Кыргызский Национальный университет им. Ж. Баласагына
**ФАКТОРИАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ БАНКОВСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ
ОСОБЕННОСТИ, ВИДЫ И УРОВНИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

Раскрыта сущность банковской конкуренции при анализе ее видов и уровней, а также при изучении особенностей банковской конкуренции.

Ключевые слова: Банковская конкуренция; уровни и виды банковской конкуренции; ценовая и неценовая конкуренция; формы конкуренции; узость поля конкурентной борьбы.

FEATURES, TYPES AND LEVELS OF COMPETITIVENESS OF COMMERCIAL BANKS
Kyrgyz National University named after J. Balasagyn

The essence of the banking competition is revealed in the analysis of its types and levels, as well as in studying the features of banking competition.

Keywords: Banking competition; levels and types of bank competition; price and non-price competition; forms of competition; narrowness of the competitive field.

Конкуренция представляет собой соперничество рыночных субъектов, заинтересованных в достижении одной и той же цели. Такими рыночными субъектами являются либо продавцы, либо покупатели. Банковская конкуренция – понятие достаточно условное, т.к. конкурируют на банковском рынке не только банки. В нее вовлечены и крупнейшие союзы банковского капитала, и специализированные кредитно-финансовые институты.

Характерными признаками конкуренции являются 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.

Банки разрабатывают комплекс товаров, который будет востребован потенциальными покупателями, и который будет иметь конкурентоспособные свойства. В этой работе банку важно определить количественные и качественные параметры, а также возможные формы предоставления услуг. Такая работа проводится банком систематически. Структура продуктового ряда должна быть сбалансирована с точки зрения уровня прибыльности, диверсификации, сочетания новых и старых услуг.

На финансовом рынке банки конкурируют с небанковскими структурами и это соперничество



можно разделить на три уровня.

1. Основной уровень - конкуренция между коммерческими банками (универсальными и специализированными). Раньше между универсальными и специализированными существовало значительное различие, которое объяснялось тем, что для ряда операций были введены законодательные ограничения. Например, такого рода ограничения были введены в Великобритании в начале 30-х годов как реакция на огромное число банковских крахов в период 1929-1933 годов. Прибыли банков от отдельных специализированных операций были настолько велики, что деятельность в других сферах была для них просто не обязательной. С усилением конкуренции все больше проявляется тенденция к универсализации банковской деятельности, т.к. "банковский супермаркет" в условиях рынка лучше адаптируется к колебаниям рыночной конъюнктуры, а значит и более конкурентоспособен.

2. Второй уровень - конкуренция банков с небанковскими кредитно-финансовыми институтами (страховыми компаниями, пенсионными и инвестиционными фондами, финансовыми брокерами и др.).

3. Третий уровень - конкуренция банков с нефинансовыми структурами (торговыми домами, почтами, автопромышленными предприятиями и др.).

Кроме этих трех уровней можно выделить два подуровня:

4. Индивидуальная конкуренция, где конкурентами являются отдельные кредитные институты;

5. Групповая конкуренция, когда образуются конкурентные группы из родственных кредитных институтов. Исследование конкурентной среды банка в рамках анализа среды маркетинга необходимо направлять на тщательное изучение основных конкурентов, разрабатывая информационные системы для их анализа.

Анализ конкурентов позволяет:

- выработать стратегию нейтрализации их сильных сторон;
- сконцентрировать усилия на тех услугах, которые имеют устойчивые позиции;
- выделить наиболее перспективных клиентов;
- формировать положительную мотивацию у потенциальных клиентов к приобретению услуг банка;
- усилить уверенность после точного определения сильных и слабых сторон предоставляемых банком услуг.

Анализ конкурентов тесно связан с анализом стратегии конкурента и оценке его стратегических возможностей.

В соответствии с тем положением, которое банк занимает на рынке, выявляются основные конкуренты (банки и небанковские структуры), по которым и проводится исследование и анализ.

Чаще всего банки классифицируют конкурентов по следующим группам:

- прямые конкуренты (традиционно входящие в число основных конкурентов): банки, имеющие высокие показатели роста и оказывающие (или могущие оказать) существенное влияние на основную деятельность;
- новые банки, в основном, иностранные или банки, расширяющие географическую сферу деятельности;
- потенциальные "новички" новые небанковские конкуренты. Для анализа степени влияния конкурентов необходима информация о конкурентах.

Конкуренция может вестись различными средствами. Различают ценовую и неценовую конкуренцию.

- Ценовая конкуренция есть ценовая дискриминация, где степень монопольной дискриминации увеличивается. Особенностью ценовой конкуренции в банковской сфере является отсутствие четкой взаимосвязи потребительной стоимости банковского товара и его стоимости (цены). Ценовая конкуренция всегда имеет определённые пределы, которые суживают её (конкуренции) возможности. К ним в первую очередь, относятся различные формы государственного воздействия в виде прямого ограничения (размеры минимальных и максимальных ставок, фиксированных ставок по льготным государственным кредитам и т.п.) и косвенного регулирования, прежде всего, в виде мер денежно-кредитной политики, ставок рефинансирования и т.п.

- При неценовой конкуренции используются средства, не имеющие непосредственного отношения к ценам. Сюда относятся формирование уникальных свойств услуг, улучшение их качеств и расширение опций. Выбор наиболее удачной ценовой политики, методов ценообразования имеет большое значение, постепенно основные усилия банка могут переместиться в сферу привлечения клиентов, где определяется успех реализации услуг и размер прибыли. Однако основной целью банка является совершенствование технологий. При неценовой конкуренции весь потенциал банка

направлен в созидательное русло. Результатом неценовой конкуренции может стать дифференциация услуг, то есть создание банка своего субрынка.

Конкуренция может быть добросовестной и недобросовестной. Под добросовестной конкуренцией понимается та, при которой соблюдаются правовые и этические нормы взаимоотношений с соперниками. Под недобросовестной конкуренцией понимается разного рода шпионаж, переманивание специалистов, подкуп работников конкурента, ложная реклама, распространение на рынке ложной информации о конкурентах.

В банковской конкурентной стратегии важно учитывать формы конкуренции: внутриотраслевую и межотраслевую. Внутриотраслевая конкуренция и её основные формы: предметная и видовая.

Предметная банковская конкуренция возможна, как правило, при предоставлении массовых, однородных, стандартизированных услуг.

Видовая конкуренция сочетает ценовые и не ценовые её методы. Внутриотраслевая конкуренция на современном банковском рынке существует преимущественно в форме видовой конкуренции.

В экономической науке обосновано, что межотраслевая конкуренция осуществляется по средствам перелива капиталов и функциональной конкуренции (конкуренции субститутами). Межотраслевая конкуренция в банковской сфере, как правило, имеет место между банками, интересы которых ранее не пересекались. Это осуществляется при попытках банков завоевать себе место в новых отраслях и при проникновении новичков на традиционные банковские рынки.

Таким образом, анализируя банковскую специфику можно сделать вывод, что банковская конкуренция имеет ряд особенностей, которые отличает ее от конкуренции на прочих финансовых рынках. И эти особенности заключаются в следующем:

Во-первых, во второй половине XXв. усилилась тенденция, в соответствии с которой банки начинают играть принципиально новую роль, превращаясь из скромных посредников в могущественных 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. И цена успеха в конкурентной борьбе здесь часто бывает гораздо выше, чем на других финансовых рынках.

Во-вторых, конкуренция, осуществляемая на рынке банковских услуг, по сравнению с другими 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.

В-третьих, одна из особенностей конкуренции на рынке банковских услуг, отличающая его от других сегментов финансового рынка, проявляется в существовании такой специфической формы банковской конкурентной борьбы как участие в финансово-промышленных группах (ФПГ). 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.

В-четвертых, 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.

В-пятых, конкуренция между кредитными организациями происходит в условиях беспрецедентно широкого и жесткого по сравнению с другими финансовыми рынками регулирующего воздействия со стороны государства, в том числе в условиях более жесткого банковского надзора. Однако, нужно заметить, что продолжают существовать отдельные области, оказывающиеся вне поля зрения органов банковского надзора. Все это свидетельствует о необходимости дальнейшего развития законодательства.

Таким образом, 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. А конкуренция между кредитными организациями внутри страны непосредственным образом влияет как на внутреннюю, так и на внешнюю политику данного государства.