Курманова Л.Р., Зарипова А.А., Нургалеева А.Р.
Особенности управления конкурентоспособностью коммерческого банка

*Башкирский государственный университет
(Россия, Уфа)*

doi:10.18411/sciencepublic-08-12-2019-05

idsp: sciencepublic-08-12-2019-05

Аннотация

Конкурентоспособность коммерческого банка является одной из наиболее важных характеристик банка, которая позволяет ему оставаться на рынке. В данной статье рассмотрены современные тенденции формирования конкурентоспособности банка с учетом отличительных особенностей банковской деятельности.

Ключевые слова: конкурентоспособность банка, банковский менеджмент. Банковские услуги, лояльность потребителей

Abstract

The competitiveness of a commercial bank is one of the most important characteristics of a bank, which allows it to remain on the market. This article discusses current trends in the formation of the bank's competitiveness, considering the distinctive features of banking.

Keywords: Bank competitiveness, banking management. Banking services, consumer loyalty

Конкурентоспособность в широком смысле представляет собой способность банка продавать свои услуги потребителям в условиях конкурентной борьбы. На банковском рынке, где основные банковские процедуры осуществляются большим количеством игроков, конкурентоспособность означает способность банка поддерживать спрос клиентов с предлагаемыми банком условиями: процентная ставка, срок, организационные характеристики услуги [4, с. 70].

Конкурентоспособность на банковском рынке характеризуется объемами предоставляемых банковских услуг относительно конкурентов. В российской практике наиболее крупные банки имеют универсальную лицензию, которая дает право на предоставление широкого спектра услуг. Современные российские банки стремятся объединить различные сферы обслуживания клиентов: кредитование, сопровождение сделок, инвестиционный банкинг, консалтинг. Таким образом, конкурентоспособность банка складывается из репутации банка на потребительском рынке и в бизнес среде, формирование которой осуществляется через оптимизацию портфеля банковских услуг.

Конкурентность банковских услуг является одним из ключевых факторов управления конкурентоспособностью банка в целом, однако эти понятия не являются синонимичными. Это связано с отличительной чертой деятельности коммерческих банков от промышленных предприятий, где главной целью выступает максимизация продаж. В случае коммерческого банка является оптимизация банковского портфеля, так как любое смещение в структуре баланса между кредитами и депозитами приводит к изменению баланса ликвидности и росту финансовых рисков. В результате этого управление конкурентоспособностью банковских услуг должно учитывать финансовые показатели при формировании ценообразования и маркетинговых мероприятий.

Другое отличие управление конкурентоспособностью банка заключается в необходимости формирования имиджа банка как устойчивого в долгосрочной перспективе. В условиях постоянно меняющихся реалий финансового рынка и адаптирующегося к ним ассортимента банковских продуктов конкурентоспособность банка в целом становится отдельной задачей банковского менеджмента. Конкурентоспособность банка в целом является более сложной системной задачей,

требующей долгосрочного планирования мероприятий и тактического управления [3, с. 81-82].

Для анализа понятий «конкурентоспособность банка» и «конкурентоспособность банковской услуги» рассмотрим основные влияющие факторы в таблице 1.

Таблица 1.
Особенности управления конкурентоспособностью банка и конкурентоспособностью банковской услуги

Понятие	Факторы управления	Задачи управления
Конкурентоспособность банка	<ul style="list-style-type: none"> -финансовые результаты банковской деятельности -себестоимость в расчете на одну операцию - рентабельность портфеля активов -соответствие требованиям ЦБ РФ по ликвидности - уровень кредитного риска -история и менеджмент банка 	<ul style="list-style-type: none"> -оптимизация портфеля активов - поддержание баланса ликвидности и кредитного риска -стабилизация деятельности в периоды циклических колебаний для формирования исторического бэкграунда - формирование благоприятного имиджа банка
Конкурентоспособность банковской услуги	<ul style="list-style-type: none"> - цена банковской услуги - надежность поставщика услуги - качество обслуживания -доступность банковской услуги - время ожидания обслуживания 	<ul style="list-style-type: none"> -политика ценообразования -совершенствование оперативного обслуживания -повышение внутренних стандартов дистанционного обслуживания -маркетинговые мероприятия

Как следует из таблицы 1, конкурентоспособность банка представляет собой систему отношений, которая предполагает управление следующими тремя сферами [3, с. 95]:

- сфера показателей деятельности банка, которая отражает успешность деятельности банка, его риски, оптимальное направление инвестиций;
- организационная сфера, которая призвана разделить решение задач между структурными единицами – отделами, подразделениями;
- использование технического оборудования, развитие в рамках банка технологий, которые будут упрощать деятельность сотрудников, предоставлять большие возможности аналитикам, а также делать более конкурентоспособными продукты конкретного банка.

Необходимо отметить, что все перечисленные сферы находятся не отдельно друг от друга, а во взаимосвязи. Банковский менеджмент объединяет эти сферы, находит эффективные взаимосвязи, извлекает синергию от эффективного объединения задач.

Конкурентоспособность банка определяется ценовыми и неценовыми факторами. К ценовым факторам относятся процентная ставка, комиссионный процент и сроки предоставления услуги. К неценовым факторам относится обслуживание клиента и прочие условия банковской услуги. В настоящее время управление конкурентоспособностью все больше смещается в сторону управления неценовыми факторами [3, с. 24]. Совершенствование качества обслуживания клиентов требует реформирования портфеля услуг, который формируется по принципу наибольшего удобства для клиентов.

В российской практике банковский сектор на сегодняшний день является монополизированным, что объясняется несколькими причинами. Во-первых,

макроэкономические риски в кризисные периоды представляют значительную угрозу банковской деятельности, в то время как поддержка государства и поиск путей санации банков путем списания и покрытия части долгов является одним из приоритетных преимуществ лидеров российского банковского сектора. В кризисный период 2014-2016 годов Центральным банком России были отозваны лицензии 89, 101 и 110 банков соответственно, в то время как банки с государственным участием получили существенную материальную помощь. В 2015 году Агентство по страхованию вкладов разделило 830 млрд руб. в качестве материальной помощи, в том числе 300 млрд. руб. для группы ПАО «ВТБ», 65 млрд. руб. ПАО Банк «ФК Открытие», 13 млрд. руб. Банк «Россия», а также ОАО «Россельхозбанк» и ОАО «Газпромбанк» [6].

Во-вторых, в условиях макроэкономической нестабильности надежность банка становится наиболее важным критерием выбора банка, чем качество обслуживания или цена услуги. В таком разрезе российские банки–лидеры рынка имеют сформированный имидж, который и является ключевым конкурентным преимуществом.

Таким образом, проблема конкурентоспособности в российском банковском секторе имеет характерные отличия от рынка развитых стран, так как основным конкурентным преимуществом является участие государства в капитале.

Размер инвестиций в корпоративное управление увеличивается. Повысив его уровень, банки могут рассчитывать на доверие клиентов и вкладчиков, повышение рейтингов у рейтинговых агентств, улучшение своей репутации. Основная цель состоит в укреплении доверия к России, как объекту инвестиций, а к российским банкам – как к надежным партнерам.

1. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. – М.: Альпина Паблишер, 2008. – 720 с.
2. Коломиец, Андрей Конкурентоспособность российских банков в условиях инфляции / Андрей Коломиец. – М.: Palmarium Academic Publishing, 2018. – 105 с.
3. Радковская Н. П. Маркетинг в коммерческих банках: Учебное пособие. – СПб: ИВЭСЭП, знание, 2004. – 200 с.
4. Смольянова Е. Л. К вопросу о классификации факторов и резервов обеспечения конкурентоспособности предприятия [Текст] / Е. Л. Смольянова, В. Б. Малицкая // Вестн. ТГУ. – 2009. – Вып. 2 (70). С. 65-78.
5. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации [текст]: учебник. /Р. А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2015. – 544 с.
6. Государство поделило 830 млрд. руб. между 27 банками // РБК от 23.01.2015 [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/finances/23/01/2015/54c28a769a79479a09ce9ea0>

Aliyeva M.A.g.

Insurance market risks of Azerbaijan

*Azerbaijan National Academy of Sciences
(Azerbaijan, Baku)*

doi:10.18411/sciencepublic-08-12-2019-06

idsp: sciencepublic-08-12-2019-06

Abstract

First blossom of insurance market has seen in Azerbaijan with declaration of independence in 1918. Insurance market such a huge that can cover all the risks of different fields of economy and also its own risks. Insurance market risk segmentation has enough variety of them and failing in the especially insurance risks can lunch sistematic risks for all the parts of economy and paralyze it as well as. In this article research is based on the risks of Azerbaijan insurance market.

Keywords: risk, insurance, finance, pricing.