померимся... деньгами

банковское предпринимательство и конкуренция: проблемы и перспективы

В настоящее время, для того чтобы успешно работать, недостаточно быть хорошим, надо быть лучшим. В этом состоит свойство конкурентной борьбы. Банковский сектор с каждым годом оказывает все большее влияние на экономику России и является своеобразным отражением ее развития. Поэтому и банковская конкуренция показательна для анализа конкурентных процессов происходящих в национальной экономике.

Артемьев А.А.
канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой финансов и менеджмента Тверского института экологии и права

Современная банковская система России начала формироваться в конце 80-х гг. и пережила бурное развитие. Число коммерческих банков по состоянию на 1.01.08 составляет 1296 единиц. Но в то же время, изучив официальные данные ЦБ РФ, можно сделать вывод о том, что 20 крупнейших банков занимают около 64% рынка, а первые 5 – 42,3% [2]. Таким образом, несмотря на большое число участников, банковская система России представляет собой олигополию.

На крупные российские банки возложены обязанности по обслуживанию и кредитованию крупнейших сырьевых, энергетических и оборонных фирм, составляющих основу мощи России. Проекты по развитию данных отраслей очень капиталоемкие и требуют обслуживания банками мирового масштаба. Как указывает А.Ю. Юданов [1, с. 201], с определенными оговорками можно сказать, что таковые в России есть.

Но, необходимо отметить, что отечественный банковский бизнес характеризуется высокой дифференциацией. Так, 1000 банков (т. е. примерно три четверти от общего числа), расположенных с конца национального рейтинга, располагают всего лишь 8,5% активов, 6% сово-

купного кредитного портфеля и 4% вкладов населения. Следовательно, подавляющее число российских банков – это небольшие структуры без капитала и почти без кредитного портфеля. Очевидно, что здесь наблюдается ряд изолированных групп, которые в разной степени наполнены конкурентами. Расслоение участников банковского рынка закономерно и является следствием сложившейся структуры российской экономики, в которой крупный и мелкий бизнес фактически существуют в разных плоскостях.

Для того чтобы определить степень конкуренции в банковской среде России, распределим все банки по группам.

К первой группе отнесем наиболее конкурентоспособных представителей, т.е. сегодняшних олигополистов, это первые 20 банков согласно рейтингу ЦБ РФ. Они имеют все изначальные данные для равной конкуренции с крупными иностранными финансово-кредитными структурами: значительная доля российского рынка, внушительный капитал, избыточные ресурсы, квалифицированные кадры, хорошая репутация. Это свидетельствует о хороших перспективах их дальнейшего развития при любых экономических условиях.

Во вторую группу зачислим т.н. кредитующие банки (имеющие на сегодняшний день кредитный портфель на уровне 2 млрд руб.). Если обратиться к официальным данным, это первые 300 банков, за исключением олигополистов. В условиях жесткой конкуренции они сумели создать определенную клиентскую базу и сформировать достаточный кредитный портфель, т.е. ими созданы необходимые предпосылки для вступления в рыночную кон-куренцию.

К третьей группе отнесем банки, не сумевшие создать кредитный портфель, достаточный для продолжения самостоятельного бизнеса. Низкий уровень получаемых ими доходов приведет к катастрофическому росту расходов и соответственно к банкротству. Поэтому для них в ближайшее время насту-

отечественный банковский бизнес характеризуется высокой дифференциацией

пит период конкуренции за наиболее выгодные условия присоединения к более крупным организациям.

В четвертую группу зачислим ряд высококонкурентоспособных средних и мелких банков, ведущих свой бизнес рыночным способом и активно занимающихся внедрением на рынке новых услуг. В силу ряда исторических и макроэкономических причин, объем банковских услуг в России весьма ограничен, поэтому ряд операций, которые на Западе обеспечивают доходом множество финансово-кредитных организаций, в нашей стране пока не развиты.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что слишком большое и не-обоснованное с экономической точки зрения количество банков на рынке стандартных финансово-кредитных услуг приводит к незначительной прибыльности большинства участников. Обозначенная ограниченность рынка неизбежно приводит к жесткому соперничеству. В российской банковской системе это привело к ценовой войне по двум основным направлениям:

– снижение тарифов на расчетно-кассовое обслуживание. Взимаемые комиссии стали почти символическими и сегодня зачастую перестают покрывать расходы по оказанию данных услуг;

– привлечение клиента за счет низких кредитных процентов. Это самый опасный из вариантов банковской конкуренции. Он заставляет банкиров неоправданно рисковать: клиент рассматривается не как заемщик, а как покупатель услуги, приносящей доход. Вследствие этого наращивается кредитный риск и в банковской марже исчезает страховая составляющая. Поэтому повышение объема невозвращенных и просроченных кредитов может привести к убыточности кредитования или всей банковской деятельности. Это особенно опасно для банков, не имеющих реального капитала.

ограниченность рынка неизбежно приводит к жесткому соперничеству

В настоящее время для повышения конкурентоспособности *банкам первой и второй группы* можно рекомендовать следующие действия:

Померимся... деньгами

– дальнейшее развитие филиальной сети. Банк должен располагаться таким образом, что-бы клиент не тратил много времени на дорогу, но в то же время и не являлся региональ-ным;

– дальнейшее укрепление репутации как самых надежных банков. Это позволит привлекать депозиты по ставкам, обозначающим нижнюю границу для всего рынка и в будущем воспользоваться неценовым фактором конкурентоспособности на рынке кредитных услуг. Клиенты банков также хотят иметь дело с известным и респектабельным финансовым институтом. Для рядового потребителя это является возможностью избежать излишних рисков;

– увеличить занимаемую долю на рынке розничных услуг. Для этого там, где нецелесообразно открывать филиал, необходимо использовать для продажи своих услуг почтовые отделения, бизнес-центры и торговые комплексы;

– повысить скорость обслуживания. Клиент высоко ценит свое время и отдает предпочтение тому банку, который умеет его экономить. Для этого необходимо увеличить инвестиции в банковские технологии;

– расширить ассортимент. Банк должен суметь предложить клиенту полный спектр дос-тупных на рынке услуг. Это обусловлено тем, что клиент, при возникновении потребности в услуге, которую не оказывает обслуживающий банк, будет искать другую организацию;

– улучшить качество обслуживания клиентов, а также постоянно повышать профессионализм своих сотрудников. Клиент всегда ожидает, что к его проблемам отнесутся с пониманием, и рассчитывает, что уровень обслуживания не снизится в связи с оказанием новых банковских услуг;

– постоянно разрабатывать и предлагать клиентам новые банковские услуги, отвечающие их потребностям в рыночных условиях.

Банкам, отнесенным в третью группу, можно предложить:

– максимально «очистить» и структурировать свой бизнес с тем, чтобы присоединиться к

банк должен располагаться таким образом, чтобы клиент не тратил много времени на дорогу

клиент высоко ценит свое время и отдает предпочтение тому банку, который умеет его экономить

более крупным банкам с максимальной для себя выгодой;
– прорабатывать вопрос о возможности слияния ряда средних и мелких банков и формирования на этой основе новых лидеров рынка.

Для банков четвертой группы наиболее актуальным является:
– освоение новых рыночных ниш для привлечения дополнительных клиентов и получения доходов, на которые пока не претендуют другие банки;
– реализация принципа индивидуального подхода к клиентам. Необходимо, чтобы клиент чувствовал себя комфортно;
– осуществление продуманной рекламной компании. Самое главное, заинтересовать потенциальных клиентов в новых оказываемых услугах и перевести потенциальный спрос в реальный;
– реализация прежних услуг новым группам клиентов, или предложение знакомой клиентуре нового ассортимента. Благодаря этому можно удлинить цикл жизни старой услуги и облегчить внедрение на рынке новой.

Следовательно, основными проблемами банковской конкуренции являются дифференцированность банков и необоснованное с экономической точки зрения их количество на рынке стандартных банковских услуг. В то же время, с целью повышения конкурентоспособности для каждой банковской группы необходимы индивидуально определенные действия, предложенные выше.

Литература

1. Опыт конкуренции в России: причины успехов и неудач / кол. авторов; автор проекта и координатор исследований А.Ю. Юданов. – М.: КНОРУС, 2008. – 464 с.
2. Центральный Банк Российской Федерации. Обзор банковского сектора Российской Федерации, №64 февраль 2008г. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://cbr.ru./analytics/

рп