

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Факультет: Финансы
Кафедра: Банковское дело

ВЫПУСКНАЯ РАБОТА

на тему

**«Конкурентная среда и развитие конкуренции
в банковском секторе в современных условиях»**

Студент: Гафарлы Тогрул Шамиль оглы
Группа: № 601
Научный руководитель: доцент, к.э.н. Бабаев А.А.
Заведующий кафедрой: профессор, д.э.н. Мамедов З.Ф.

БАКУ – 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1. Особенности и закономерности банковской конкуренции	6
1.1. Конкуренция как особая форма рыночных отношений	6
1.2. Определение конкуренции в банковском секторе	12
1.3. Отличительные характеристики банковской конкуренции	16
Глава 2. Механизм конкуренции в банковском секторе	25
2.1. Уровни банковской конкуренции	25
2.2. Виды банковской конкуренции	29
2.3. Конкурентная среда в банковском секторе	45
Заключение	50
Список использованной литературы	54

Введение

Реализация стратегических интересов развития современного капиталистического государства, в том числе решение задачи обеспечения экономики финансовыми ресурсами в объемах, необходимых для поддержания устойчивых темпов социально ориентированного роста, зависит во многом от перспектив становления современного конкурентоспособного банковского сектора. В свою очередь, состояние банковского сектора определяется общим состоянием экономики страны, прежде всего степенью завершенности структурных преобразований, условиями осуществления предпринимательской деятельности, общим уровнем и характером распределения доходов в обществе, состоянием институциональной среды рыночной экономики.

Одним из ключевых факторов эффективной реализации принципа единства экономического пространства и свободного перемещения финансовых услуг является создание условий для развития конкуренции на рынке банковских услуг. Уровень развития конкурентных отношений оказывает наибольшее влияние на общий вектор развития банковского рынка. В силу этого, создание условий для развития конкурентной среды в банковском секторе является одним из ключевых элементов государственной политики, направленной на обеспечение гармоничного и высокоэффективного экономического роста страны.

В общеэкономическом разрезе, конкуренция побуждает к эффективным действиям на рынке, заставляя предлагать клиентам более широкий ассортимент продуктов и услуг по более привлекательным ценам и лучшего качества, что, в свою очередь, способствует повышению эффективности производства и перераспределения экономических ресурсов. Применительно к банковской сфере, именно наличие конкуренции вызывает расширение круга предоставляемых банками услуг, регулирование цен на них до приемлемого уровня. Конкуренция стимулирует банки к переходу на более эффективные способы предоставления услуг, т.е. обеспечивает обстоятельства, благоприятные

ятные для их развития и совершенствования. Конкурентная борьба за клиентов требует от банков не только предоставления широкого круга качественных банковских услуг, но и информационной прозрачности банка перед клиентами.

С одной стороны, банковская конкуренция – это соперничество коммерческих банков за ограниченный спрос на рынке банковских продуктов, стремящихся занять сильные конкурентные позиции, а с другой стороны, банковская конкуренция является механизмом регулирования, способным обеспечить высокоэффективное функционирование банковской системы страны в целом.

Конкуренция в банковской отрасли определяется конкурентной структурой отрасли, поэтому для определения конкуренции в банковской отрасли нужно анализировать ее конкурентную структуру. Важно понимать, что поведение банков на рынках влияет на конкурентную структуру отрасли или формирует ее. Конкуренция и конкурентная структура банковской отрасли постоянно меняются под влиянием изменения поведения банков отрасли, поэтому проводить анализ конкурентной структуры банковской отрасли следует с точки зрения поведения отдельных банков на рынках как самостоятельных экономических субъектов, это будет залогом адекватной оценки конкуренции на рынках. Конкурентная структура банковской отрасли влияет на эффективность деятельности банков. В связи с этим анализ конкуренции в банковской отрасли, ее конкурентной структуры, поведения банков в крайне агрессивной среде финансового рынка, является первым шагом на пути к развитию конкуренции в банковской отрасли, формированию соответствующей конкурентной структуры, повышению эффективности осуществления банками трансформации сбережений в инвестиции и перераспределения финансовых ресурсов.

Необходимость государственного регулирования банковской конкуренции вызвана особым положением кредитных институтов в экономике, позво-

ляющим существенно влиять на результаты функционирования, а также сильной зависимостью деятельности банков от психологических факторов, от доверия клиентов. Конкуренция же – это немалый риск, и существует опасность того, что утрата доверия к отдельным кредитным учреждениям, оказавшимся не в состоянии выполнять свои обязательства перед клиентами, может распространиться на систему в целом. Американские экономисты назвали это “феноменом системного риска”. А утрата доверия к кредитным институтам способна нанести экономике огромный ущерб.

Основная проблема государственного регулирования конкурентных отношений состоит в явно выраженном дуализме. С одной стороны, государство выступает как регулятор банковской системы. Одновременно государство является участником банковской деятельности, прямо или опосредованно управляющим универсальными коммерческими банками, конкурирующими на рынке банковских услуг.

Отмеченные выше моменты недвусмысленно определяют актуальность и значимость темы выпускной работы.

Глава 1. Особенности и закономерности банковской конкуренции

1.1. Конкуренция как особая форма рыночных отношений

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 конкуренция – это механизм автоматического регулирования пропорций общественного производства. Являясь атрибутом рынка, конкуренция естественным путем возникает из рынка и одновременно служит неременным условием его существования и развития [16].

Для финансового рынка, как и для всякого другого рынка, характерно наличие конкурентных отношений между его участниками. А. Смит рассматривал конкуренцию как соперничество между продавцами и покупателями за наиболее выгодные условия продажи и покупки соответственно. 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 её движения. Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция и чем лучше условия для её проявления. Конкуренция требует определённого, желательного оптимального сочетания экономических, технологических и социальных предпосылок. Нарушение этого условия затрудняет проявление конкуренции и в итоге приводит к застою в экономике, снижению её эффективности, падению жизненного уровня населения страны.

Конкуренция – сердцевина современного рыночного механизма не только потому, что масштабы её проявления за последние десятилетия неизмеримо выросли. Главное в том, что конкуренция – это органичное свойство рынка, его неотъемлемая черта. Отсутствие «нормальной» конкуренции, её разрушительное либо, напротив, слабое проявление – чёткий 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 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 опосред-

ствованный 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, на увеличение объема сбыта, на борьбу за заказы и потребителя, на улучшение качества.

Конкуренция выполняет функцию стимулирования хозяйственной деятельности и научно-технического прогресса. Соперничество за большую прибыль, деньги покупателя создает такую ситуацию, когда экономика 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 сведения 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 [16].

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 то-

варопроизводитель, 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 простое. 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, то есть 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 производстве [28].

Выделяют также и такие виды конкуренции:

- а) совершенную;
- б) несовершенную.

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. Та-

кими рыночными субъектами являются либо продавцы, либо покупатели.

Также конкуренцию можно определить как экономическое соревнование между субъектами хозяйственной деятельности за возможность получения максимума прибыли и упрочения 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. 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 товаропроизводителей, «вымывают» неэффективные звенья. Конкуренция воплощает в себе стихийно-регулирующее (или саморегулирующее) начало. Силы её 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 её полного господства на рынке, может вызвать побочные отрицательные экономические и социальные последствия. Однако в целом можно утверждать, что конкуренция с её жёсткими законами – главный двигатель современности.

менного прогресса [28].

1.2. Определение конкуренции в банковском секторе

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 высоко конкурентную природу своего рынка, и банков действительно много, по сравнению с количеством производителей автомобилей, крупных супермаркетов, авиакомпаний и т.д. В банковской отрасли Азербайджана 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 развития[39].

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 [22].

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» [1]. 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. Виряскина, 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 отношений [7]. Как видно, этот взгляд на конкуренцию более широк, так как включает рассмотрение большего количества форм взаимодействия между кредитными организациями в процессе 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. Хандруев [38, с. 6-12], Г. Г. Коробова [19, с. 12-23] и др.) определяет 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 [27].

Ряд авторов (Е. К. Самсонова [32, с. 2-7], А. А. Гаджиев [8] и др.) 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. Тавасиев 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 [36].

Согласно Л. Р. Курмановой, результатом действия конкуренции между кредитными организациями на рынке должна стать удовлетворенность потребителей предоставленными банковскими услугами. Создаваемые условия для удовлетворения текущих и инвестиционных потребностей субъектов и

индивидов стимулируют результативный оборот ресурсов, аккумулируемых кредитными организациями [20].

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 услуг [24].

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 услуг [10].

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 структуру [40].

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 небанковскими кредитно-финансовыми организациями, а также конкуренцию небанковских кредитно-финансовых организаций между собой [34].

По мнению Д. В. Поликарпова, 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 достижение 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 [27].

1.3. Отличительные характеристики банковской конкуренции

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.

А) Начиная со второй половины XX в. усилилась тенденция, в соответствии с которой банки начинают играть принципиально иную, 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. Цена успеха в конкурентной борьбе здесь зачастую бывает гораздо выше, чем на иных финансовых рынках.

Ю. В. Шишков считает, что в современных развитых странах с рыночной экономикой «вся частная финансово-кредитная сфера тысячами путей срашивается с быстро разрастающейся 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» [30].

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 обра-

зом влияет как на внутреннюю, так и на внешнюю политику данного государства и т.д.

Б) 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.

В) Одна из особенностей конкуренции на рынке банковских услуг, отличающая его от иных сегментов финансового рынка, проявляется 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» [41]. 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) 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.

Г) 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. Этим

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 бизнесом [29].

Другой частный банк – Citibank – обслуживает клиентов с минимальными активами приблизительно в \$250 тыс., 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 специальные организации, каждая из которых обеспечивает предусмотренные и четко определенные виды услуг. Система Citibank в меньшей степени ориентирована на индивидуальное обслуживание, и один менеджер обслуживает в среднем 125 клиентов. Таким образом, оба банка - и Citibank, и Bessemer - избрали такую специализацию, которая позволяет удовлетворять различные группы потребителей в частном банковском обслуживании.

Д) Конкуренция между кредитными организациями происходит в условиях беспрецедентно широкого и жесткого по сравнению с иными финансо-

выми рынками регулирующего воздействия со стороны государства, в том числе в условиях более жесткого банковского надзора.

Уже само создание кредитной организации обставлено таким значительным количеством формальностей и требований, которые по сравнению с иными рынками финансовых услуг можно рассматривать как непреодолимые барьеры для входа на банковский рынок, под которыми понимаются действия, затрудняющие доступ на рынок банковских услуг другим организациям - потенциальным конкурентам.

В разных странах организационные структуры государственных органов, осуществляющих функцию банковского надзора, различны. Так, в Великобритании, Италии, Нидерландах надзор за деятельностью коммерческих банков осуществляют непосредственно центральные банки. В Германии, США и Японии существует смешанная система, при которой центральные банки разделяют обязанности по контролю и надзору с иными органами государства. В Азербайджанской Республике контрольные функции выполняет Центральный Банк Азербайджана.

А. Н. Слезко отмечает, что специфические черты конкуренции в банковском секторе связаны со следующими особенностями [33]:

- рынок банковских услуг – это сфера экономических отношений, где формируются спрос и предложение на денежные ресурсы. В качестве товара на нем выступает денежный капитал;
- банки являются организаторами движения денежных средств, так как выступают субъектами платежно-расчетных отношений, организаторами и контролерами движения финансовых потоков и источником ссудного капитала для экономики;
- в рыночных условиях банк – это основной элемент процесса выявления, удовлетворения и формирования социальных потребностей в экономике.

Современные конкурентные отношения на рынке банковских услуг многообразны и включают следующие уровни:

- конкуренцию между коммерческими банками;
- конкуренцию банков с небанковскими кредитными организациями;
- конкуренцию банков с прочими финансовыми посредниками;
- конкуренцию с нефинансовыми организациями.

Межбанковская конкуренция включает в себя следующий комплекс процессов [27]:

– процесс непосредственного соперничества между банками за ресурсы и потенциальных потребителей;

– иные типы межбанковских отношений, обеспечивающие непрерывность финансовых потоков в стране (сотрудничество между банками, без которого соперничество не имеет смысла ввиду отсутствия возможности предоставлять отдельные виды услуг);

– результат взаимодействия банков между собой, результативная сторона действия конкурентного механизма – процесс удовлетворения потребностей покупателей банковских услуг в ходе их оказания;

– механизмы контроля процессов взаимодействия между банками и с потребителями с целью обеспечения финансовой стабильности.

Как результат межбанковская конкуренция представляет собой основу эффективной работы финансового сектора государства. Однако такая эффективность может быть достигнута только в условиях наличия регулирующих рамок, позволяющих банкам на рынке с высокой асимметрией информации контролировать уровень риска и обеспечивать тем самым финансовую стабильность в государстве.

Специфика конкурентных отношений на рынке банковских услуг связана с тем, что банки, как субъекты этих отношений имеют ряд особенностей [10]:

1. Банк является предприятием сферы услуг и посреднической организацией. Основным объектом посредничества выступает особый товар – временное право пользования дополнительными денежными средствами, ценой ко-

торого является процент. Поскольку банки работают, главным образом, за счет привлеченных, а не за счет собственных средств, деятельность по привлечению занимает не меньшую долю работы банка, чем кредитование, которое является главной функцией и основным источником дохода банков. В отличие от обычных предприятий, банк осуществляет производство и реализацию банковских продуктов, как на стадии привлечения ресурсов, так и на стадии их размещения, вступая в обоих случаях в конкурентную борьбу. В этом отношении банк в ряду других коммерческих институтов стоит ближе всего к торгово-закупочным фирмам.

2. Коммерческие банки являются элементами системы государственного управления. Выполняя определенные общественные функции, имеющие важное значение для экономической системы страны, банки практически во всех странах подвержены большему регулированию и контролю со стороны государства, чем другие коммерческие институты, и менее свободны в своей рыночной деятельности. На практике это приводит к тому, что руководящие органы банка больше озабочены соблюдением банком нормативов, чем упорочением своей конкурентной позиции. Рыночные возможности, позволяющие улучшить конкурентную позицию банка зачастую входят в противоречие с этими нормативами, и банки оказываются вынуждены отдавать предпочтение поддержанию определенного уровня ликвидности и безопасности, а не увеличению доли рынка и прибыльности. Общественная значимость банков накладывает также отпечаток на критерии и показатели, по которым в обществе принято сравнивать банки между собой. Среди них преобладают именно показатели надежности и ликвидности, а не прибыльности и рыночной активности.

3. Банки являются многопрофильными многоотраслевыми предприятиями, осуществляющими деятельность на многих рынках: на финансовом рынке, на рынке банковских услуг, на рынке труда, на рынке оборудования, на информационном, рекламном и многих других рынках. На одних из этих

рынков банк выступает в качестве продавца, на других – в качестве покупателя, на третьих – и в том, и в другом качестве. Помимо того, что само банковское дело – это не одна отрасль, а совокупность отраслей, в разряд банковской деятельности включаются и такие ее виды, которые выполняются предприятиями других отраслей экономики.

4. Банки осуществляют прибыльную деятельность не только путем продажи своих продуктов (оказания услуг клиентам), но и совершая операции на финансовых рынках от своего имени и за свой счет. Поэтому, Дараган А. В. разграничивает рыночную деятельность банка (обслуживание клиентов) и операционную деятельность.

5. Банки по роду своей деятельности вступают в конкуренцию не только с другими банками, но и с многими другими группами рыночных субъектов. Особенности банка позволяют говорить о множественной или плюралистической природе банка, ведь банк – это и финансовая организация, и сервисное предприятие, и торгово-посредническое предприятие, и орган управления, и коммерческий институт, и оператор финансового рынка.

Глава 2. Механизм конкуренции в банковском секторе

2.1. Уровни банковской конкуренции

Банковская конкуренция – понятие достаточно условное, так как конкурируют на банковском рынке не только банки. Даже в финансовом секторе этого рынка можно выделить три уровня конкурентной борьбы.

Основной уровень – конкуренция между коммерческими банками, которые традиционно делятся на универсальные и специализированные. Раньше между этими видами существовала чёткая грань.

Во-первых, это было связано с тем, что для ряда операций устанавливались законодательные ограничения. Например, такого рода ограничения были введены в Великобритании в начале 1930-х годов как реакция на огромное число банковских крахов в период мирового экономического кризиса 1929-1933 годов.

Во-вторых, прибыли банков от отдельных специализированных операций иногда были настолько велики, что деятельность в других сферах становилась необязательной.

В результате в экономике всегда существовали и универсальные, и специализированные банки. При этом в банковских системах одних стран преобладали первые, а других – вторые. Так, универсальные банки традиционно господствовали в Швейцарии, ФРГ, Австрии. Доминирование же специализированных банков было характерно для Великобритании, Франции, США, Италии и Японии.

Однако на рубеже XX и XXI веков во многих странах в условиях усиления банковской конкуренции всё больше стала проявляться тенденция к универсализации банковской деятельности. Различия универсальных и специализированных банков становятся всё более спорными и расплывчатыми. Универсальный банк несколько лучше защищён от коммерческого риска, чем специализированные, он может более гибко реагировать на изменения конъюнктуры.

юнктуры, а значит, более конкурентоспособен.

Необходимо отметить, что в банковском деле, как и в промышленности, свободная конкуренция неизбежно вызывает концентрацию. Одни банки поглощаются более могущественными конкурентами, другие, формально сохраняя самостоятельность, фактически подпадают под власть более сильных конкурентов. Происходит слияние банков. Число банков сокращается, но вместе с тем увеличиваются их размеры, возрастает объём операций. В каждой стране выделяются немногие крупнейшие банки, на счетах которых собираются огромные суммы свободных средств, ищущих прибыльного применения.

Конкуренция наблюдается как между отдельными банками, так и между крупнейшими союзами банковского капитала. У последних всё более усиливается стремление к монополистическому соглашению, к объединению банков. Крупные финансовые операции – разных акционерных обществ – всё чаще осуществляется не каким-либо отдельным банком, а при помощи соглашения между несколькими ведущими банками. Централизация банковского капитала проявляется в слиянии крупных банков в крупнейшие банковские объединения, в росте филиальной сети крупных банков. Банковские объединения – это банки-гиганты, играющие господствующую роль в банковском деле.

Возможны несколько форм банковских объединений.

Банковские картели – это соглашения, ограничивающие самостоятельность отдельных банков и свободную конкуренцию между ними путём согласования и установления единообразных процентных ставок, проведения одинаковой дивидендной политики и т.п.

Банковские синдикаты, или консорциумы – соглашения между несколькими банками для совместного проведения крупных финансовых операций.

Банковские тресты – это объединения, возникающие путём полного слияния нескольких банков, причём происходит объединение капиталов этих

банков и осуществляется единое управление ими.

Банковские концерны – это объединение многих банков, формально сохраняющих самостоятельность, но находящихся под финансовым контролем одного крупного банка, скупившего контрольные пакеты их акций.

В конкурентной борьбе крупные банки имеют решающие преимущества перед мелкими.

Во-первых, они обладают большими возможностями для привлечения вкладов, так как вкладчики предпочитают помещать свои средства в крупные, более солидные и устойчивые банки, а не в мелкие, которые чаще терпят крах.

Во-вторых, крупные банки обычно обладают сетью филиалов (отделений, агентств, контор), расположенных во многих городах, чего не имеют мелкие банки.

В-третьих, у крупных банков издержки по ведению операций относительно меньше вследствие большего масштаба этих операций. Это позволяет крупным банкам взимать меньшую плату с клиентов за выполнение для них расчётных и кредитных операций, что, естественно, привлекает клиентуру. Превосходство крупных банков ещё более усиливается из-за широкого применения компьютеров и другой вычислительной техники.

В борьбе с банками-аутсайдерами банковские объединения прибегают к различным методам конкурентной борьбы: с помощью рекламы, путём открытия своих филиалов в районе деятельности аутсайдеров и переманивания клиентов посредством предоставления им тех или иных льгот. Борьба за клиентуру ведётся и между самими банковскими объединениями; каждый крупный банк стремится переманить клиентов у других крупных банков.

Наряду с соперничеством между коммерческими банками в современных условиях всё более серьёзную конкуренцию они испытывают со стороны небанковских кредитно-финансовых институтов (страховые компании, финансовые брокеры, пенсионные фонды, инвестиционные фонды, компании

по выпуску кредитных карточек и другие), а также со стороны нефинансовых организаций (почта, торговые дома, предприятия автомобильной промышленности и другие.).

Можно рассмотреть пример американского концерна “Сирз, Роубак энд К”. Эта крупнейшая торговая компания мира уже на протяжении многих лет реализует своим клиентам не только товары, но и финансовые услуги. На сделки по их продаже в 1988 году приходилось более половины её оборотов. Наряду с магазинами розничной торговли ей принадлежат также страховая группа “Олстейт иншуранс”, брокерский дом “Дин Виттер”, банк в Калифорнии, большая ссудосберегательная ассоциация. Компанией создана система электронных расчётов, охватывающая 80 её филиалов по всей территории Соединённых Штатов. 30 млн. клиентов, имеющих кредитные карточки, могут получить наличные деньги или воспользоваться другими услугами при помощи 4 тыс. автоматических терминалов. Опрос, проведённый консалтинговой фирмой “Эгон Зендер Интернэшнл” среди 740 членов правления различных банков США, показал, что 43 % банкиров считают “Сирз” своим основным конкурентом [3].

В Европе подобную политику проводит германский торговый дом “Квелле”. В дополнение к уже имевшемуся в портфеле компании “Норис-Банку” он приобрёл Потребительский банк, оснащённый самым современным автоматизированным оборудованием, ориентированным на обслуживание населения. Многие из 650 тысяч клиентов получили возможность совершать стандартизированные расчётные операции, а с 1986 года – и сделки с ценными бумагами [3].

Итогом процессов универсализации банковского дела и усиления конкуренции со стороны небанковских структур явилось быстрое развитие финансовых конгломератов. В США их основателями в конце 1970-х - начале 1980-х годов стали фирмы “Меррил Линч”(инвестиционный бизнес), “Америкэн Экспресс” (кредитные карточки), “Пруденшл” (страхование), “Ситикорпо-

рейшн” (холдинговая компания) [3].



Рисунок 1. Уровни банковской конкуренции [11].

Помимо этих трёх уровней, на некоторых из них можно выделить два подуровня [11]:

- индивидуальная конкуренция, при которой конкурентами являются отдельные кредитные институты;
- групповая конкуренция, при которой в качестве конкурентов могут выступать группы родственных кредитных институтов. Примерами могут быть объединения сберегательных касс и кредитных товариществ в Германии, проводящие согласованную рыночную политику.

2.2. Виды банковской конкуренции

В зависимости от участвующих в конкуренции рыночных субъектов выделяют конкуренцию продавцов и конкуренцию покупателей.

Конкуренция продавцов – это их соперничество за наиболее выгодные условия сбыта товаров (в данном случае – банковских услуг). Конкуренция же покупателей – это соревнование между ними за доступ к этим товарам.

Обе эти формы могут сосуществовать рядом друг с другом, находясь в определённом сочетании. Их соотношение на каждом конкретном рынке определяется рыночной силой продавцов и покупателей. Так, на рынке продав-

ца, где продавцы обладают значительными возможностями в определённой степени диктовать покупателям свои условия (вследствие ненасыщенности рынка, его монополизации и т.д.), преобладает конкуренция покупателей. Напротив, на рынке покупателя, где покупатели обладают большей рыночной силой, чем продавцы (из-за перенасыщения рынка товарами, а также действия некоторых других факторов), основной формой является конкуренция продавцов.

Нельзя сказать однозначно является ли банковский рынок рынком покупателей или рынком продавцов, так как с одной стороны, банковский рынок не является чем-то единым и неделимым, а складывается из множества частных рынков; с другой стороны, любой банк может выступать как в роли продавца, так и в роли покупателя.

В зависимости от отраслевой принадлежности субъектов конкуренции принято различать внутриотраслевую и межотраслевую конкуренцию.

Внутриотраслевая конкуренция – это конкуренция между фирмами одной отрасли, производящими аналогичные товары, которые удовлетворяют одну и ту же потребность, но различаются по цене, качеству, ассортименту. Межотраслевая конкуренция – это конкуренция между предприятиями разных отраслей. Так как банковское дело – это не отдельная отрасль, а сфера экономики, включающая множество разнообразных отраслей, то эта классификация относится и к банкам.

Внутриотраслевая банковская конкуренция. На этапе разработки своей конкурентной стратегии каждый кредитный институт должен решить, будет ли он специализированным или универсальным, взвесить преимущества и недостатки альтернативных стратегических решений. Универсальные банки при прочих равных условиях обладают конкурентным преимуществом, заключающемся в возможности рассеивания риска на широкий ассортимент реализуемых товаров. Следовательно, при наличии достаточных финансовых ресурсов решение должно приниматься однозначно в пользу универсализа-

ции. В значительной степени это правильно, однако руководителю банка не следует забывать, что и универсальный банк может обладать стратегическими недостатками, в частности, с точки зрения, интенсивности внутриотраслевой конкуренции.

Универсальные банки можно охарактеризовать даже не как многоотраслевые, а как «полиотраслевые» предприятия, конкурирующие со всеми участниками банковского рынка. В результате они испытывают максимальное давление внутриотраслевой конкуренции.

Специализированные банки действуют в меньшем числе отраслей и конкурируют, помимо универсальных банков, только с банками и небанковскими институтами, имеющими аналогичную специализацию. То же относится и к небанковским организациям, внедряющимся зачастую только в одну банковскую отрасль или даже в рыночную нишу. В зависимости от параметров специализации интенсивность внутриотраслевой конкуренции снижается или повышается, но в любом случае здесь она меньше, чем у универсальных банков.

Внутриотраслевая конкуренция в экономике может существовать в двух основных формах: предметная и видовая конкуренция. Для банковского дела это деление также применимо, хотя и с определёнными ограничениями.

Предметная банковская конкуренция возможна в предоставлении услуг так называемого массового ассортимента, являющихся в основе своей стандартизированными, однородными. Так, в настоящее время практически все коммерческие банки принимают от населения вклады до востребования, сберегательные, срочные вклады и т.д. По этим стандартизированным услугам в разных банках имеются только ценовые отличия (разная величина процентной ставки).

Однако далеко не все банковские услуги являются стандартизированными. Многие из них носят индивидуальный характер, ориентированы на решение финансовых проблем конкретного клиента. Классический пример –

кредитование предприятий, где в каждом случае условия определяются кредитным договором. Здесь появляется видовая конкуренция.

Более того, с развитием банковского дела и экономики в целом даже услуги массового ассортимента могут терять свою однородность. Так, одинаковые услуги, предоставляемые разными банками, нередко приобретают в глазах потребителей этих услуг отличительные черты, связанные с сформировавшимся имиджем банка. Естественно, при прочих равных условиях вкладчик пойдёт в тот банк, который представляется ему более солидным, более надёжным и т.д.

Таким образом, внутриотраслевая конкуренция в банковском деле существует в основном в форме видовой конкуренции. С точки зрения составления конкурентной стратегии это означает, что разработка новых ассортиментных единиц в рамках существующего вида ещё не обеспечивает конкурентного преимущества, если она не подкрепляется мерами по формированию потребительских предпочтений.

Межотраслевая банковская конкуренция. Если внутриотраслевая конкуренция в банковском деле осуществляется между действующими в той или иной банковской отрасли институтами, то межотраслевая конкуренция развёртывается между субъектами, интересы которых ранее не пересекались.

Межотраслевая конкуренция в экономике может осуществляться в формах конкуренции посредством перелива капитала или функциональной конкуренции (конкуренции субституттов).

Конкуренция посредством перелива капитала возникает при смене предприятием профиля своей деятельности или её диверсификации. Она вызывается различиями конъюнктуры и нормы прибыли в разных отраслях. В идеале перелив капитала мог бы приводить к выравниванию нормы прибыли по всем отраслям. Однако на практике для перелива капитала существуют препятствия, которые в экономической литературе получили название входных и выходных барьеров.

Входные барьеры – это препятствия для проникновения на рынок новых конкурентов. К ним относятся:

- экономия на масштабах производства,
- дифференциация продукта,
- потребность в значительном капитале,
- высокие издержки по переориентации потребителей, недоступность каналов сбыта,
- ограниченность доступа к источникам ресурсов,
- отсутствие земельных участков,
- высокий уровень используемых в отрасли технологий,
- наличие у действующих в отрасли предприятий исключительного права заниматься данным видом деятельности,
- патентная защита инноваций,
- лицензионные ограничения,
- недостаток опыта,
- противодействие существующих фирм и др.

Выходные барьеры – это препятствия для попыток фирм, действующих на рынке, уйти с него. Это могут быть:

- необходимость списания крупных инвестиций,
- большие затраты по конверсии производства,
- нежелание утратить свой имидж,
- честолюбие менеджеров,
- противодействие правительства или профсоюзов,
- протесты поставщиков,
- клиентуры и дилеров и др.

Чем выше входные и выходные барьеры, тем меньше угроза проникновения в отрасль новых конкурентов.

В отличие от этого, функциональная конкуренция не предполагает перехода в другую отрасль. Она основывается на том факте, что совершенно раз-

ные товары, производимые предприятиями различных отраслей, могут выполнять для потребителя одинаковые функции и выступать в качестве взаимозаменяемых товаров (товаров-субститутов). Так, конкурентом производителя коньков может быть производитель лыж в той мере, в какой для потребителя два вида зимнего спорта являются взаимозаменяемыми. Также взаимозаменяемыми являются, например многие продукты питания. Наличие субститутов резко раздвигает границы рынка и ведёт к обострению межотраслевой конкуренции, поэтому при выработке конкурентной стратегии наиболее привлекательными для предпринимателя являются такие отрасли, продукция которых не имеет хороших или близких заменителей.

Для банковского дела явно доминирующим видом межотраслевой конкуренции является перелив капитала. Он происходит при проникновении новичков на исконно банковские рынки, а также при попытке банков завоевать себе место в новых для них отраслях.

Важной особенностью входных барьеров в банковских отраслях является отсутствие патентной защиты нововведений. В связи с этим любая финансовая инновация, любая новая банковская услуга, внедрённая одним кредитным институтом, может быть в течение короткого времени воспроизведена его конкурентами. Это усиливает интенсивность конкуренции. При этом если интенсивность внутриотраслевой конкуренции для отдельного института зависит от степени его универсализации (или специализации), то межотраслевая конкуренция тем интенсивнее, чем более привлекательной с точки зрения рентабельности и перспектив развития является та или иная банковская отрасль или подотрасль. Кроме того, для коммерческих банков не существует проблемы недоступности каналов сбыта, так как производство и сбыт банковских услуг совпадают во времени и могут быть локализованы в помещении банковского отделения.

Наиболее существенными банковскими входными барьерами являются:

- правовые ограничения банковской деятельности. Эти ограничения служат защите интересов кредиторов и вкладчиков. Они должны осложнить вход на рынок заведомо слабым банкам и тем самым не допустить того, чтобы конкуренция приобрела разрушительный характер. В этих целях устанавливается минимальный размер уставного капитала, лицензируется банковская деятельность операций с иностранными валютами и ценными бумагами;

- ограниченность доступа к источникам кредитных ресурсов. На постсоветском пространстве этот барьер является наиболее серьёзным препятствием для входа на рынок банковского кредитования. В самом начале рыночных реформ крупная клиентура имела устойчивые связи с банками, образованными на базе бывших государственных специализированных банков, и не отличалась мобильностью в отношении смены банка. В результате вновь образуемые банки первоначально могли рассчитывать в основном лишь на средства мелких и средних предприятий “новой волны” и населения. Следствием данного обстоятельства также тенденция образования «карманных» банков, жёстко привязанных к определённому крупному предприятию или группе предприятий;

- дифференциация банковского продукта. Она предполагает индивидуализацию банковских услуг, придание им характеристик, отличающих их от аналогичных услуг других банков. В итоге, однотипные услуги, даже в случае полной идентичности по качеству и цене, не воспринимаются потребителями как совершенные субституты. Это приводит к формированию устойчивых покупательских предпочтений и затрудняет вход на рынок новым, никому не известным кредитным институтам;

- высокие издержки по переориентации потребителей. Этот барьер непосредственно связан с предыдущим. В связи с наличием сложившихся потребительских предпочтений новичок на банковском рынке оказывается перед необходимостью значительных издержек на рекламу и другие мероприятия по созданию собственного благоприятного имиджа.

Выходные барьеры в банковском деле не имеют такого значения, как в промышленности, так как проникновение кредитных институтов на новые рынки обычно не связано с их уходом со старых рынков, а осуществляется в рамках диверсификации банковского ассортимента.

Таковы особенности конкуренции посредством перелива капитала на банковских рынках.

Следует отметить и то, что межотраслевая функциональная конкуренция в банковском деле по существу не встречается. Хотя, отдельные банковские услуги могут быть субститутами друг друга. Например, заменителем внесения денежных средств на срочный вклад может быть отдача банку поручения вложить их в ценные бумаги или драгоценные металлы в виде монет или слитков и т.п. Но такая заменяемость имеет значение не столько для межотраслевой конкуренции, сколько для внутриотраслевой, так как в большинстве случаев предложение этих услуг-заменителей сосредотачивается в одних руках (по сути дела, функциональный характер имеет видовая банковская конкуренция). Найти же внешние, небанковские субституты для банковских услуг достаточно проблематично.

Например, альтернативным источником финансирования для предприятия вместо кредита могут быть средства госбюджета или собственные средства. Однако на средства госбюджета рассчитывать можно только в некоторых случаях, а иметь собственные оборотные средства в объёме, полностью покрывающем все производственные потребности, нерационально, так как это замедлит их оборачиваемость и отрицательно скажется на рентабельности.

Вместо хранения денег на счёте в банке можно держать их наличными в кассе предприятия, а для частного лица – дома. Однако это, во-первых, небезопасно, а во-вторых, ведёт к возникновению вменённых издержек в размере неполученного банковского процента.

Накопленный денежный капитал можно использовать как для финансовых инвестиций, то есть вложений в ценные бумаги или банковские депозиты, так и для реальных инвестиций, то есть вложений в предпринимательскую деятельность. Однако реальные инвестиции доступны и приемлемы не для всех, они предполагают готовность идти на значительный риск и определённый уровень предпринимательских способностей.

Вместо использования безналичных расчётов теоретически можно рассчитывать наличными. Но если между частными лицами такая форма расчётов ещё применима, то для предприятий она исключена.

Управлять своим имуществом также в принципе можно самостоятельно, денежные средства и ценности хранить в собственном сейфе, а если мы не пользуемся никакими банковскими услугами, то и необходимости в консультировании не существует. Однако это, как и предыдущие варианты, означает не замену банковских услуг, а отказ от них.

Таким образом, банковские услуги не имеют конкурентоспособных заменителей, что повышает привлекательность банковской сферы для предпринимательства. Тем не менее, думается, при разработке конкурентной стратегии на рынке банковских услуг для населения российским банкирам следует учитывать и наличие названных квазизаменителей, поскольку в нашей стране пока ещё недостаточно привыкли к использованию банковских услуг. Коммерческим банкам предстоит сформировать спрос на них, сделать их на самом деле незаменимыми, как это уже стало нормой в развитых странах.

В зависимости от используемых методов конкуренции различают ценовую и неценовую банковскую конкуренцию.

Ценовая конкуренция осуществляется путём изменения (как правило, снижения) цен. Манипулирование ценами – самый старый метод конкуренции и самый простой с точки зрения технического исполнения. Ценовая конкуренция в экономике может быть открытой (прямой) и скрытой.

При открытой ценовой конкуренции фирмы широко оповещают потребителей о снижении цен на свои товары. При скрытой ценовой конкуренции фирмы выпускают новый товар с существенно улучшенными потребительскими свойствами, а цену поднимают непропорционально мало.

Особенностью ценовой банковской конкуренции является отсутствие чёткой взаимосвязи потребительской стоимости товара (банковской услуги) и его цены. В связи с этим грань между открытой и скрытой ценовой конкуренцией в банковском секторе экономики расплывчата, а рамки, в которых банк имеет возможность в целях наиболее выгодного использования рыночной конъюнктуры значительного маневрирования процентными ставками, уровнем комиссионных вознаграждений и тарифов на услуги, ощутимо широкие. Кроме того, и покупатели банковских услуг, особенно если они являются постоянными клиентами банка, могут в процессе переговоров воздействовать на цену, добиваясь существенных скидок.

Однако ценовая банковская конкуренция имеет определённые пределы. Более того, по оценкам зарубежных экономистов, в банковском деле, как ни в какой другой сфере экономики, действуют внутренние и внешние силы, сужающие возможности ценовой конкуренции.

Во-первых, процентные ставки могут подвергаться государственному воздействию – как прямому ограничению (через установление минимальных и максимальных ставок, фиксированных ставок по дотируемым государством льготным кредитам определённым категориям заёмщиков, предельной маржи по ссудам за счёт кредитов центрального банка и др.), так и косвенному регулированию (например, с помощью мер учётной политики, изменения ставок по рефинансированию, т.е. по ссудам коммерческим банкам, предоставляемым центральным банком).

Во-вторых, ограниченность ценовой конкуренции в банковском деле состоит в том, что существует предел процента, ниже которого банк уже не будет получать прибыль. Это могут позволить себе не все и не всегда. Поэтому

современные западные банки стремятся не конкурировать в области цен на банковские услуги, добиваясь сохранения высоких тарифов и процентных ставок. Конкуренция всё более принимает неценовой характер.

Неценовая банковская конкуренция используются средства, не имеющие непосредственного отношения к ценам. Сюда относятся формирование уникальных свойств банковских услуг, улучшение их качеств и расширение опций. Поэтому она основана на улучшении качественных характеристик банковского продукта (надёжность, долговечность, безопасность, полезный эффект, издержки потребления, сервисное обслуживание и др.) и проведении целенаправленной политики дифференциации продукта (включая рекламу и меры по стимулированию сбыта).

Банки, работающие в условиях рыночной конкуренции, чаще всего придерживаются продуктовой маркетинговой концепции, т.е. их сравнительные преимущества базируются на высоком уровне качества услуг, их индивидуальности, уникальности и высоком уровне сопутствующего обслуживания

В выигрышном положении находятся банки, которые имеют свою торговую марку (фирменный знак, лицензию, патент), т.е. какую-то свою специфику. Прежде всего, конкуренция между торговыми марками происходит в информационном пространстве. Эта конкуренция выражается в битве за внимание и предпочтение потребителя. Здесь важную роль отыгрывает рекламная деятельность банка, способствующая узнаванию брэнда, а также положение в рейтинге банков. Важнейшее место также занимает полнота и доступность информации о банке, предоставляемых услугах, ликвидности банка и его резервах, перспективах развития.

Неценовая банковская конкуренция связана, прежде всего, с изменениями качества банковских операций, продуктов и услуг. С точки зрения клиента критериями качества банковского обслуживания являются:

- скорость обслуживания,
- срочность осуществления операций,

- наличие ошибок и неточностей,
- часы работы банка,
- качество консультирования (глубина, активный или пассивный характер),
- личностная сторона отношений с банком и др.

Уровень качества банковских услуг клиент сопоставляет с их ценами.

Для самого банка качественный уровень работы определяют:

- скорость внутренних рабочих процессов,
- уровень издержек на исправление ошибок,
- эффективность рабочих процессов,
- уровень мотивации работников производительность труда,
- степень кредитного риска и др.,

Очевидно, что в своей деятельности банк должен учитывать обе группы критериев.

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, обновление имеющейся информационной и технической базы, внедрение современных достижений науки и техники.

Помимо общей ориентации на улучшение качества обслуживания, в международной банковской практике широко применяется дифференциация качества однотипных услуг в зависимости от:

- цены (обычные и эксклюзивные счета),
- целевой клиентуры (массовые и индивидуальные услуги),
- каналов сбыта (услуги, реализуемые посредством банковских автоматов в отделении банка, в консультационном центре) и т.д.

Свое продолжение все меры по управлению качеством находят в активной рекламной деятельности банка.

Таким образом, на современном этапе происходит постепенная смена акцентов банковской конкуренции в сторону неценовой конкуренции. При неценовой конкуренции весь потенциал банка направлен в созидательное русло. Результатом неценовой конкуренции может стать дифференциация услуг, то есть создание банком своего субрынка.

В зависимости от степени монополизации рынка и зависящей от этого свободы конкуренции различают совершенную и несовершенную конкуренцию.

Совершенная конкуренция – это ничем не ограниченная конкуренция, складывающаяся в условиях, когда на рынке действует очень большое число мелких фирм, продающих идентичные (стандартизованные, однородные) товары, находящиеся с точки зрения конкуренции в равных условиях и конкурирующих преимущественно ценовыми методами.

Несовершенная конкуренция – это конкуренция, ограниченная вследствие того, что один или несколько субъектов рыночных отношений занимают господствующее положение на рынке и тем самым оказываются как бы вне конкуренции, иными словами условия конкуренции неравны.

В реальной жизни несовершенная конкуренция встречается гораздо чаще, чем совершенная. Не составляет исключения и банковское дело. Принято различать три разновидности рыночных структур, характеризующихся несовершенной конкуренцией:

- монополистическая конкуренция,
- олигополия,
- чистая монополия.

Монополистическая конкуренция – это конкуренция между большим числом продавцов дифференцированной продукции, каждый из которых занимает квазимонопольное положение в отдельном рыночном секторе (сегменте) и уделяет основное внимание неценовой конкуренции. Специфическое квазимонопольное положение конкурентов обусловлено здесь сформирова-

ровавшимися потребительскими предпочтениями и исключительными правами фирм на свою торговую марку.

Олигополия возникает в условиях, когда на отраслевом рынке действует относительно небольшое количество продавцов (но не один), имеющих возможность согласования своей рыночной политики. Продаваемые товары могут быть как однородными (однородная олигополия), так и дифференцированными (дифференцированная олигополия), при этом в первом случае преобладает ценовая, а во втором неценовая конкуренция.

Чистая монополия означает, что в отрасли есть только один продавец, который полностью контролирует объем предложения и цену товара, не имеющего близких субститутов. Конкуренция здесь отсутствует (если не считать потенциальной конкуренции). По сути дела, такая ситуация наблюдалась на постсоветском пространстве на протяжении всего советского периода. Хотя формально банков всегда было несколько, но:

во-первых, все они были государственными;

во-вторых, сферы их деятельности были поделены по отраслевому признаку;

в-третьих, они обладали исключительным правом на определенные виды деятельности (государственная монополия банковского дела, государственная валютная монополия).

В современных условиях банковский рынок Азербайджана, тяготеет к модели дифференцированной олигополии также как и западные. По мнению зарубежных специалистов, такая рыночная структура является наилучшей с точки зрения здоровой конкуренции.

Выделяют также следующие виды конкуренции:

- функциональную – возникает при существовании различных возможностей удовлетворения одной и той же потребности;
- предметную – предоставление аналогичных услуг на одном и том же рынке, но разными банками. Большое значение приобретают так называемые

«нематериальные активы», т.е. торговая марка, лицензия, патенты, «ноу-хау», рейтинг банков и прочее;

- видовую – выпуск одной и той же услуги разными банками или одним банком, но при предоставлении разнообразного оформления.

Банковская конкуренция может быть также добросовестной и недобросовестной.

Под добросовестной понимается та конкуренция, 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 условиях развивающихся деловых отношений банки придерживаются, в большинстве случаев, методов добросовестной конкуренции, что позволяет укрепить их репутацию и положение на рынке банковских продуктов.

Т. Ю. Зарипова характеризует недобросовестную конкуренцию как любые действия хозяйствующего субъекта (группы лиц), финансовых и иных кредитных организаций, совершенные в нарушение норм законодательства и обычаев делового оборота единолично либо в порядке соглашений или согласованных действий с третьими лицами и направленные на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности как на товарном, так и на финансовом рынке, в результате которых причинены (могут быть причинены) убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесен (может быть нанесен) вред их деловой репутации [14].

Исходя из вышесказанного по особенностям и видам конкуренции в банковском секторе можно выделить следующие особенности банковской конкуренции [35]:

- банковская конкуренция отличается развитостью форм и высокой интенсивностью;
- конкурентами коммерческих банков выступают многие другие катего-

рии конкурентов (лизинговые компании, инвестиционные компании, пенсионные фонды, почта, торговые дома);

- пространство банковской конкуренции представлено многочисленными банковскими рынками, на одних из которых банки выступают как продавцы, а на других - как покупатели

- внутриотраслевая конкуренция носит преимущественно видовой характер, что связано с дифференциацией банковского продукта и услуг;

- банковские продукты и услуги могут взаимозаменять друг друга, но не имеют конкурентоспособных «внешних» (небанковских) заменителей;

- в банковском деле отсутствует ряд входных барьеров, характерных для многих других отраслей (в частности, патентная защита), что ведёт к относительно большей интенсивности банковской конкуренции;

- ограничения ценовой конкуренции выдвигают на первый план проблемы управления качеством банковских продуктов и услуг, а также рекламы;

- банковские рынки являются рынками дифференцированной олигополии, предоставляющими широкие возможности для кооперации и согласования рыночной политики кредитных институтов. В некоторых странах (например, в Германии) наряду с индивидуальной существует групповая банковская конкуренция;

- наряду с индивидуальной может иметь место групповая банковская конкуренция.

На банковскую конкуренцию влияет ряд объективных обстоятельств [37]:

- либерализация государственного регулирования банковской деятельности;

- универсализация банковской деятельности;

- расширение региональной сферы деятельности кредитных организаций;

- проникновение на банковский рынок иных кредитных организаций;

- возрастание значения неценовой конкуренции;
- глобализация банковской конкуренции;
- как результат всех названных закономерностей – усиление интенсивности банковской конкуренции.

Преимуществами банка при этом могут быть [21]:

- ускоренная подготовка к предоставлению новых услуг при одновременном снижении их себестоимости;
- контроль над большим количеством рыночных сегментов или клиентов;
- предоставление сопутствующего услугам сервиса, оказание дополнительных услуг или консультаций;
- сокращение жизненного цикла конкретных услуг.

2.3. Конкурентная среда в банковском секторе

В сложившейся в банковском секторе ситуации принципиальное значение имеет решение вопросов формирования конкурентной среды на рынке банковских продуктов и услуг, обеспечивающей эффективное распределение ресурсов, максимальное удовлетворение экономических потребностей общества.

Конкурентная среда банковских продуктов и услуг является одной из главных причин поиска новейших методов функционирования банков, внедрения современных технологий, расширения спектра услуг и способов привлечения клиентов. При наличии достаточного количества банков на рынке финансовых услуг отсутствие конкуренции невозможно. Конкуренция стимулирует дальнейшее развитие эффективно действующей банковской системы.

Некоторые признаки конкурентного поведения можно найти у самых первых банков средневековья, но банковской конкуренции в современном её понимании до второй половины XIX века не существовало. С одной стороны,

это было обусловлено тем, что банков было относительно мало. Рынок был не насыщен, и в этих условиях существовала возможность расширения собственного дела без ущемления интересов друг друга.

С другой стороны, неразвитость банковской конкуренции была связана со специфической предпринимательской этикой банкиров, согласно которой банковское дело воспринималось как нечто принципиально отличное от обычной коммерции, от торговли товарами.

Еще в XIX-начале XX веков в британских банковских кругах считалось нечестным отбивать друг у друга клиентов, более того, в случае перехода клиента из другого банка по собственному почину ему не открывали счет без предварительных переговоров с этим банком. Даже месторасположение для новых баков или их филиалов выбиралось с таким расчетом, чтобы они находились вне сферы деятельности уже существующих.

Однако впоследствии ситуация изменилась, и для банков началась эпоха конкуренции, охоты на клиентов. Если раньше клиент сам должен был идти в банк для открытия счета, то теперь банки начали предлагать клиентам (прежде всего предпринимателям) услуги прямо на дому, соревнуясь в том, кто предложит наиболее выгодные условия. Уже в 1902 году Президент Банковского института в Великобритании был отмечен тот факт, что банки стали вступать в конкуренцию даже по поводу таких сделок, которые в итоге обещали быть убыточными. Тем самым сиюминутная выгода приносилась в жертву во имя достижения стратегических конкурентных преимуществ.

В XX веке европейское банковское дело пережило две глубокие перестройки, отразившиеся и на конкурентной ситуации. Перед первой мировой войной основу операций крупных частных банков Западной Европы составляли кредитование промышленности и сделки с ценными бумагами. Мелкие промышленные и сельскохозяйственные предприятия обслуживались в основном в кредитных товариществах. Сберкассы ограничивались исключительно сберегательными операциями использованием привлеченных сбере-

жений для долгосрочного кредитования. Безналичные расчеты еще не получили широкого распространения. Таким образом, у каждой группы кредитных институтов была приоритетная сфера влияния. А вмешательство в чужую сферу встречалось относительно редко.

И если крупные банки, как уже отмечалось, конкурировали друг с другом, то, например, сберкассы ими в качестве серьезного конкурента не рассматривались.

Эта конкурентная ситуация в корне изменилась после первой мировой войны в связи с волной рационализации в банковском деле. Вызванной чрезвычайно сильным расширением безналичного оборота. Именно в этот период в западные коммерческие банки пришли вычислительные машины, было внедрено ведение клиентами книг выписок по счетам. Благодаря этому банки охватывали все новые круги клиентуры. Что явилось одной из причин усиления концентрации в банковском секторе экономики. Многочисленные мелкие частные банки и провинциальные банки были поглощены крупными банками. В свою очередь, и среди крупных банков произошел ряд слияний. Так, если в 1920 году в Германии было десять крупных банков с разветвленной филиальной сетью, то в 1933 году – только три.

Вторая крупная структурная перестройка банковского дела Западной Европы началась в 1960-х годах, когда на роль первостепенного источника ресурсов всех кредитных институтов выдвинулись сберегательные вклады населения. До этого крупные коммерческие банки обслуживали только предприятия и частных лиц с высоким уровнем доходов. Широким же массам населения были доступны по существу только сберкассы. Положение резко изменилось с связи с ростом доходов широких масс населения, достигших положения перспективных банковских клиентов. Этому способствовало и введение безналичной выплаты зарплаты. В этой ситуации больше всех выиграли, конечно же, сберкассы, имевшие наилучшие связи с людьми. Помимо них, однако, свою долю дополнительной клиентуры пожелали получить и

крупные банки, которые начали открывать счета населению.

После этого первого шага стало важно превратить миллионы владельцев счетов в настоящих банковских клиентов. Это было достигнуто посредством оказания им помощи в освоении форм безналичных расчётов, но в первую очередь - за счёт расширения ассортимента потребительских кредитов. В дальнейшем в целях привлечения и удержания частных клиентов были внедрены самые разнообразные сберегательные планы. Кроме того, коммерческими банками и банковскими группами начали создаваться инвестиционные компании, которые давали возможность даже при незначительном объёме сбережений вложить их в ценные бумаги. Фактически банки начали впервые всерьёз заниматься маркетингом.

Расширение массовых операций всех кредитных институтов повлекло за собой стирание различий между банковскими группами, универсализацию банковской деятельности, а как следствие – усиление банковской конкуренции. Возросшая чувствительность клиентов к цене в развитых странах привела к уменьшению маржи между процентными ставками по кредитам и по вкладам. Это, а также рост издержек на оплату труда и материальное обеспечение банковской деятельности ещё более сузили возможности ценовой конкуренции. Внутренние рынки сбыта банковских услуг, в особенности в Западной Европе, оказались по существу исчерпаны, что было усугублено снижением мировых темпов экономического роста и повышением кредитных рисков. В этих условиях западные банки начали проявлять интерес к новым рынкам сбыта, представленным, прежде всего, странами Ближнего Востока Центральной и Восточной Европы, Южной и Юго-Восточной Азии.

Под конкурентной средой на рынке банковских услуг следует понимать совокупность действующих извне и внутри банковской системы субъектов и сил (факторов), которые обуславливают включение механизмов саморегуляции отношений на банковском рынке между кредитными организациями.

Рыночная конкурентная среда – это среда наиболее адекватная данному

состоянию общественного производства и его рыночным механизмам. Она служит основой для реализации конкурентных отношений на рынке банковских услуг, и ее развитие связано с наличием большого числа контрагентов на рынке.

В настоящее время конкурентная среда в банковской сфере является недостаточно сформированной, что не позволяет в полной степени реализовать потенциал экономического роста страны, не обеспечивает качественного банковского обслуживания населения, сдерживает техническое перевооружение предприятий, ограничивает привлечение средств от инвесторов.

В процессе анализа конкурентной среды финансового рынка можно выделить следующие *группы конкурентов*:

- мелкие и средние банки, осуществляющие инновации или созданные для обслуживания узкой группы клиентов;
- специализированные и отраслевые банки, обслуживающие узкие сегменты рынка;
- крупные универсальные банки, имеющие широкий круг клиентов;
- банки-монополисты (олигополисты), возникающие в случае вмешательства государства, неравных условий конкуренции, либо наличия существенных барьеров для вхождения на рынок;
- небанковские финансово-кредитные организации, конкурирующие на ограниченном продуктовом сегменте;
- нефинансовые организации, реализующие агрессивную маркетинговую стратегию и внедряющиеся на узкие сегменты финансового рынка, не охваченные жестким регулированием государства.

Заключение

Создание условий для развития конкуренции на рынке банковских услуг является одним из ключевых факторов эффективной реализации конституционного принципа единства экономического пространства и свободного перемещения финансовых услуг. Конкуренция побуждает к эффективным действиям на рынке, заставляя предлагать клиентам более широкий ассортимент продуктов и услуг по более привлекательным ценам и лучшего качества, что, в свою очередь, способствует повышению эффективности производства и перераспределения экономических ресурсов.

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.

Многие профессионалы банкинга в Азербайджане считают, что конкуренция в банковском секторе Азербайджана очень высокая и есть тенденции к тому, что она будет только усиливаться. Среди факторов, которые увеличивают конкуренцию на банковском рынке Азербайджана выделяют [17]:

- наличие большого количество мелких банков на рынке,
- агрессивная экспансия новых зарубежных и перешедших к новым владельцам старых банков,
- рост депозитов населения,
- ограниченное число хороших заемщиков.

Как отмечается, в условиях усиления конкуренции преждевременно говорить о консолидации в банковском секторе. Считается, что здесь основным фактором является психологическая составляющая, неготовность основных

владельцев работать в партнерстве. Единственным успешным примером консолидации на банковском рынке Азербайджана является создание Unibank [17].

Отмечается, что банковская отрасль Азербайджана проходит тот же путь, что и мировая банковская система, то есть от кризиса ликвидности, который банковский сектор Азербайджана пережил в 2008-2009 гг., до относительно высокого уровня просрочки портфеля кредитов, в период 2010-2012 гг. Отмечается также, что позитивные тенденции постепенно берут вверх [17].

К позитивным тенденциям отечественные банкиры относят, прежде всего, преодоление населением и бизнесменами психологических последствий влияния глобального кризиса на национальную экономику кризиса, роста спроса на кредиты и потребления на рынке [17].

Также к позитивным показателям относят динамику роста частных вкладов населения, что в условиях ограниченности привлечения ресурсов с финансовых рынков, становится ключевым фактором расширения ресурсной базы кредитных учреждений. В последние 4-5 лет изменился в целом вектор развития банковской системы страны. Борьба за рост объемов любой ценой, сменилась концентрацией на доходности и управлении рисками, что приводит к органичному росту банковской системы. Профессионалы считают, что это правильная коррекция курса развития [17].

Среди негативных факторов в развитии банковской системы Азербайджана, отечественные банкиры отмечают по-прежнему низкий уровень активности рынка недвижимости, несовершенство системы исполнения судебных решений, высокий уровень расходов на аукционах по продаже заложенного имущества, и прежде всего, недостатки проводимой фискальной политики, что негативно влияет на деловую активность предприятий малого и среднего бизнеса, а также невысокий уровень финансовой грамотности населения [17].

Важно отметить, что после 2008-2009 гг. большинство крупных банков в республике уже были вынуждены реструктуризировать свою ресурсную базу, ввиду невозможности рефинансировать свои зарубежные долги иначе, как за счет источников внутри страны. Сегодня у банковской системы Азербайджана есть два основных источника: Центробанк, рефинансировавший практически все зарубежные заимствования банковской системы и растущий депозитный портфель физических и юридических лиц. Активность традиционного третьего источника, а это институциональные банки, Европейский банк реконструкции и развития, Международная финансовая корпорация и другие зарубежные финансовые институты, сейчас невысока, так как после кризиса у них существенно изменились критерии по управлению рисками [17].

Однако есть и противоположное мнение. В частности отмечается, что несмотря на то, что в Азербайджане функционируют более сорока банков, конкуренции в банковском секторе нет. В этой связи самой большой проблемой в банковском секторе Азербайджана является централизация. Аргументируется это таким образом, что удельный вес пяти банков на банковском рынке достигает 70%. Половина банков контролирует более 90% банковского рынка. Тем самым другая половина банков почти не имеет доли на рынке [26].

Другой риск заключается в существовании в Азербайджане банков-близнецов. Речь идет о банках, которые принадлежат к одной группе компаний. Вместе с тем, среди рисков в банковском секторе следует отметить, ограниченный выход на иностранные финансовые ресурсы. Ввиду того, что у банков нет прямого выхода на внешние кредитные ресурсы, они вынуждены обращаться к банкам-посредникам. Они, в свою очередь, добавляют свои процентные ставки к кредитам, что в конечном итоге повышает процентную ставку приобретаемого азербайджанскими банками кредита. При этом эти же кредиты, азербайджанские банки выдают, добавляя к ним свои процентные ставки. Высокие процентные ставки в свою очередь могут привести к тому,

что кредит окажется в категории просроченных [26].

Для дальнейшего развития конкуренции в банковском секторе Азербайджана необходимо:

- усиление рыночной концентрации;
- укрепление стратегического потенциала отечественных банков и их ресурсного наполнения;
- повышение качества обслуживания клиентов и надежности банков;
- снижение процентной маржи между ценой банковской услуги и издержками её оказания;
- укрепление общественного доверия ко всему банковскому сектору национальной экономики.

Список использованной литературы

1. Бачалов А. Г., Самойлов Г. О. Банковская конкуренция - М.: Экзамен, 2002.
2. Балабанов А. И. и др. Банки и банковское дело: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2008. – 357 с.
3. Банковское дело: Учебник / Под ред. Г. Г. Коробовой. – М.: Экономист, 2009. – 198 с.
4. Банковское дело: Учебник / Под ред. Г. Н. Белоглазовой, Л. П. Кроливецкой. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 236 с.
5. Банковское дело: Учебник / под ред. О. И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 316 с.
6. Белоглазова Г. Н. Современный банковский бизнес. Ответы на вызов нового времени // Проблемы современной экономики. – 2002. - № 1.
7. Вирякин С. Н. Центральная проблема в отечественном банковском деле // www.banker.ru
8. Гаджиев А. А., Казимагомедов А. А. Деньги, кредит, банки: учеб. для вузов. – М.: Экзамен, 2007. – 506 с.
9. Гражданский кодекс Азербайджанской Республики
10. Дараган А. В. Особенности экономических отношений на российском рынке банковских услуг / Дисс. канд. экон. наук. Казань, 2006. – 171 с.
11. Даирбеков Е. Ж. Вопросы теории конкурентоспособности финансово-банковского сектора // Вестник КазНПУ. – 2011.
12. Закон Азербайджанской Республики «О Центральном банке Азербайджанской Республики».
13. Закон Азербайджанской Республики «О банках».
14. Зарипова Т. Ю. Федеральный закон «О защите конкуренции»: вопросы регламентации рынка финансовых услуг // Современное право. - 2007. - № 3. - С. 2-5.

- 15.Исаева П. Г., Магомедшерифова А. М., Аливердиев Р. М. Особенности формирования конкурентных отношений в банковском секторе России // www.uecs.ru
- 16.Коломийченко О.В. Антимонопольная политика на рынке финансовых услуг // Конкуренция и рынок. – 2003. – № 17.
- 17.Конкуренция в банковском секторе Азербайджана продолжит усиливаться www.interfax.az
- 18.Коробов Ю. И. Банковская конкуренция: роль, специфика, перспективы развития // Современная конкуренция. – 2001. – № 7. – С. 81-93.
- 19.Коробова Г. Г. Банковская культура как фактор развития банковской конкуренции // Банковские услуги. – 2012. – № 2. – С. 12–23.
- 20.Курманова Л. Р. Институализация конкуренции на рынке банковских услуг // Финансовая жизнь. - 2010. – № 1. - С. 50-54.
- 21.Лутошкина Н. К. Развитие форм и методов ценовой и неценовой конкуренции на рынке банковских услуг // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Санкт-Петербург – 2012. – 23 с.
- 22.Марамыгин М. С., Стрельников Е. В. Понятие и экономическая сущность конкуренции на рынке финансовых услуг // Известия Уральского государственного экономического университета. - 2006. -Т. 5. - № 17. - С. 120-126.
- 23.Маренков Н.Л. Банковский маркетинг: учеб. пособие. – М.: Флинта МПСИ, 2008. – 201 с.
- 24.Мирзаева М. Р. Особенности конкуренции на рынке банковских услуг региона // Экономические науки. – 2006. - № 5(18). – С. 76-82.
- 25.Муршудли Ф. Банковская система Азербайджана: вызовы и перспективы глобализации // www.ca-c.org
- 26.Отсутствие конкуренции, повышенная централизация // www.echo.az

- 27.Поликарпов Д. В. Теоретические аспекты определения понятия «межбанковская конкуренция» // Известия Волгоградского Государственного Технического Университета. – 2012. - № 16 (103). – С. 87-91.
- 28.Попков В. В. О поддержке равноправных условий конкуренции на рынке банковских услуг // Деньги и Кредит. - 2001. - № 5.
- 29.Портер М. Е. Конкуренция. - М.: Вильямс, 2000.
- 30.Проблемы исследования современного финансового капитала. Сборник научных трудов / Отв. ред. Аникин А. В. и Пятенко С. В. – М. Ин-т мировой экономики и международных отношений АН СССР, 1989.
- 31.Роднина А. Ю. Факторы конкуренции на российском рынке банковских услуг: региональный аспект // Теоретическая экономика. – 2014. – № 1. – С. 40-47.
- 32.Самсонова Е. К. Формирование и развитие конкурентной среды на рынке банковских услуг России: проблемы и перспективы // Финансы и кредит. – 2007. – № 29. – С. 2 –7.
- 33.Слезко А. Н. Межбанковская конкуренция: методы оценки и элементы механизма регулирования: на примере Приморского края: автореферат дис. ... канд. экон. наук. - Владивосток, 2004. – 23 с.
- 34.Сметанкин А. С. Основные направления развития конкурентной стратегии кредитных организаций // Труды МЭЛИ: электронный журнал. - 2012. - e-magazine.meli.ru
- 35.Сурков В. С. Анализ развития конкурентного соперничества в банковском секторе // Актуальные экономические проблемы переходной экономики России. Сборник научных трудов по экономике. – Москва, 2007.
- 36.Тавасиев А. М. Конкуренция в банковском секторе России: учеб. пособие для вузов. – М.: Юнити-Дана, 2001. – 304 с.
- 37.Хабаров В. И., Попова Н. Ю. Банковский маркетинг. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2004. – 165 с.

- 38.Хандруев А. А., Чумаченко А. А. Конкуренция в банковской отрасли: тенденции, проблемы, прогнозы // Банковское дело. – 2010. – № 11. – С. 6–12.
- 39.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.
- 40.Цаплев Д. Н. Особенности транзакционного подхода в анализе межбанковской конкуренции // Проблемы экономики и менеджмента. - 2012. - № 4 (8). – С. 80-90.
- 41.Чекмарева Е. Н. Роль банков в интеграции банковского и промышленного капитала. // Деньги и Кредит. – 1999. – № 7.