

Горчакова М.Е.,

кандидат экономических наук, доцент

кафедры «Финансы и финансовые институты»

Байкальский государственный университет

Россия, г. Иркутск

Балдандоржиева А.В.,

студент магистратуры

2 курс, кафедра финансов и финансовых институтов

Институт управления и финансов

Россия, г. Иркутск

МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аннотация. В статье рассматривается содержание конкурентоспособности коммерческого банка и методические подходы к ее оценке. Приводятся формулировка понятия «конкурентоспособность», описываются факторы конкурентоспособности банка и рассматриваются наиболее распространенные методы оценки и анализа уровня конкурентоспособности коммерческого банка.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, коммерческий банк, конкурентные преимущества, факторы конкурентоспособности.

Annotation: The article discusses the content of the competitiveness of a commercial bank and methodological approaches to its assessment. The wording of the concept of «competitiveness» is given, the factors of the bank's competitiveness are described, and the most common methods for assessing and analyzing the level of competitiveness of a commercial bank are considered.

Key words: competitiveness, competition, commercial bank, competitive advantages, competitiveness factors.

Актуальность выбранной темы обусловлена сокращением количества кредитных организаций на российском рынке банковских услуг, а также тем, что обеспечение конкурентоспособности кредитной организации и определение путей достижения конкурентного преимущества играет большое значение для улучшения финансовых результатов в долгосрочной перспективе. От конкурентоспособности банка на рынке зависит его ликвидность, объем реализуемых услуг, финансовое состояние, имидж и возможность устойчивого роста. При этом методические подходы к проведению оценки и выявлению резервов роста конкурентоспособности банка являются мало освещенными в научной литературе, что и обуславливает научные изыскания по раскрытию данной темы.

Развитие научных подходов к трактовке понятия «конкурентоспособность» во многом похоже с эволюцией взглядов на конкуренцию, поскольку в рыночной экономике данные понятия взаимосвязаны и зачастую неотделимы друг от друга. Конкуренция предполагает наличие нескольких экономических субъектов, осуществляющих деятельность на одном рынке и производящих схожую продукцию (услугу), при этом положение относительно конкурентов определяет уровень конкурентоспособности.

По мнению Р.А. Фатхутдинова, конкурентоспособность — это «свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности в сравнении с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке» [1, с. 19].

Н.С. Яшин считает, что конкурентоспособность подразумевает собой «взаимосвязь, с одной стороны, характеристик самой организации, которая определяется уровнем использования научно-технического,

производственного, кадрового потенциала, а также потенциала маркетинговых служб, а с другой стороны – внешних социально-экономических и организационных факторов, которые позволяют организации создавать более выгодную по ценовым и неценовым характеристикам продукцию по аналогии с конкурентами» [2].

Джусибалиева А.К. рассматривает конкурентоспособность как способность экономических субъектов прибыльно вести свою хозяйственную деятельность, которая обеспечивается за счет рационального и эффективного использования все имеющихся ресурсов [3, с. 104].

Таким образом, особых противоречий среди современных авторов не существует и под конкурентоспособностью принято понимать возможность превзойти конкурентов по ряду показателей и тем самым обеспечить увеличение доли рынка и повышение доходов. Основные же расхождения среди авторов состоят в глубине и детализации формулировки.

Следует отметить, что конкурирование субъектов рынка — это неизбежное и необходимое условие, способствующее количественному и качественному воспроизводству рыночной системы, ее саморегуляции и самокоррекции. Конкуренция предполагает борьбу субъекта рынка с равными или более сильными его соперниками.

На рынке банковских услуг конкуренция так же широко распространена, как и в большинстве других сферах деятельности. Процесс соперничества между поставщиками за потребителя обуславливает необходимость кредитной организации проводить анализ собственной конкурентоспособности с целью выявления слабых сторон и возможностей для их нейтрализации.

Факторы конкурентоспособности кредитной организации представлены в таблице 1.

Таблица 1*

| Внешние факторы | Внутренние факторы |
|--------------------------------|--|
| Социальные факторы | Финансовая устойчивость банка |
| Рыночные факторы | Эффективность маркетинговой политика банка |
| Экономические факторы | Профессиональная компетентность персонала и условия взаимодействия с клиентами |
| Научно-технологические факторы | Кредитная и инвестиционная политика банка |
| Политические факторы | Тарифная и продуктовая политика банка |
| Правовые факторы | Имидж банка |

*Составлено автором по данным: [5]

Как видно из таблицы 1, на уровень конкурентоспособности коммерческого банка имеет влияние множество различных факторов, учет которых является важным при выработке решений о дальнейших мерах по поддержанию и развитию деятельности. При этом некоторые авторы предлагают условно разделять факторы влияния на две группы в зависимости от отношения или к внешней, или к внутренней среде.

С учетом влияния множества факторов внешней и внутренней среды методология оценки конкурентоспособности кредитной организации разрабатывалась на протяжении длительного времени. На сегодняшний день, в современных условиях конкурентоспособность представляет собой многоэтапный процесс, включающий в себя реализацию ряда последовательных процессов.

Обобщенно основные этапы оценки конкурентоспособности коммерческого банка можно представить следующим образом (см. рис. 1).



Рис.1. Этапы оценки конкурентоспособности банка*

*Составлено автором по данным: [1]

Итак, согласно рисунку 1 оценка конкурентоспособности кредитной организации должна начинаться с определения показателей для анализа. Затем происходит сбор необходимой информации, на основе которой производится расчет критериев и последующий анализ их значений. В результате оценки формируется общее значение оценки конкурентоспособности банка. При этом важно, чтобы проведенный анализ послужил созданию реальных предпосылок для принятия эффективных управленческих решений по обеспечению устойчивого роста конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Следует отметить, что в настоящее время не существует унифицированной методики оценки конкурентоспособности коммерческого банка и в каждом конкретном случае заинтересованными лицами подбирается отдельная методика. При этом существующие методы оценки

конкурентоспособности кредитной организации можно классифицировать по ряду признаков (см. табл. 2).

Таблица 2

Методы оценки конкурентоспособности коммерческого банка*

| Название группы | Название метода |
|-----------------|--|
| Матричные | Матрица Бостонской консалтинговой группы Матрица McKinsey Матрица Shell Матрица конкурентных стратегий Портера Матрица Томпсона Дж. Стрикленда Матрица Хофера-Шендлер |
| Индексные | Метод, основанный на определении конкурентоспособности продукции Метод, основанный на теории эффективной конкуренции Метод интегральной оценки Метод бенчмаркинга |
| Графические | Многоугольник конкурентоспособности Радар конкурентоспособности Метод профилей |
| Аналитические | Метод разниц Метод рангов Метод баллов Методы экспертной оценки. Системы дифференциальных уравнений |

*Составлено автором по данным: [1,4,5]

- Матрица Бостонской консалтинговой группы — табличный (матричный) способ анализа, использование которого основано на условном разделении продуктового портфеля хозяйствующего субъекта на группы, что создает условия для выбора наиболее оптимальных товарных групп, на которых следует сконцентрировать внимание [4, с. 61].

- Матрица McKinsey используется при оценке привлекательности отдельных стратегических единиц на основе двух координат: ось X характеризует силу позиции стратегической хозяйственной единицы в отрасли, ось Y — привлекательность отрасли [6, с. 212].
- Матрица Shell. Особенность данного метода оценки состоит в увеличенном количестве рассматриваемых параметров (3 на 3) для определения наиболее приоритетных направлений ведения своей хозяйственной деятельности.
- Матрица конкурентных стратегий Портера предполагает анализ факторов, наиболее значимых для конкурентной позиции экономического субъекта.
- Матрица Томпсона и Стрикленда предполагает использование специальной таблицы, которая разделена вертикальной и горизонтальной осями на четыре квадранта. Используется на этапе выбора стратегии для формирования четкого представления по вопросу того, в каком состоянии находится организация, и какие стратегии она реализует.
- Метод, основанный на определении конкурентоспособности продукции. В данном случае проводится анализ товаров (услуг) по ряду характерных и наиболее важных параметров в сравнении с имеющимися конкурентами.
- Метод интегральной оценки предполагает присвоение конкурентным критериям определенного бала и расчет итогового значения общего интегрального показателя.
- Метод бенчмаркинга предполагает сравнение хозяйствующего субъекта с лидером той отрасли, в которой он функционирует. Данный метод позволяет выделить те стороны, которые обуславливают лидерское положение на занимаемом рынке.
- Многоугольник конкурентоспособности. Данный метод основывается на наглядном построении многоугольника, графически

отображающего, как правило, восемь критериев конкурентоспособности хозяйствующего субъекта по сравнению с его конкурентами.

- Радар конкурентоспособности. Данный метод во многом схож с предыдущим, при этом основной его особенностью является использование 12 критериев, определяющих конкурентное положение экономического субъекта на занимаемом рынке. Достоинством данного метода является его наглядность.

- Метод профилей предполагает определение наиболее важных показателей, определяющих профиль организации по сравнению с имеющимися конкурентами и построение на его основе графического отображения. Суть рассматриваемого метода заключается в том, что с помощью шкалы экспертных оценок складывается степень продвижения организации и наиболее сильный для нее конкурент.

- Метод разниц. Данный подход основан на расчете отклонений критериев конкурентоспособности в виде числовых значений от имеющихся у конкурентов.

- Метод рангов предполагает использование ранжирования критериев конкурентоспособности с помощью оценки их важности посредством присвоения определенных баллов.

- Метод баллов заключается в расчете условных значений (баллов) по каждому из наиболее важных показателей и сравнение их с имеющимися конкурентами как по каждому отдельному критерию, так и по общей сумме, набранной по итогу.

- Методы экспертной оценки заключаются в опросе специально подобранных экспертов по поводу конкурентных характеристик хозяйствующего субъекта и сравнение полученных результатов с показателями по конкурентам. Экспертами, как правило, выступают нейтральные личности, которые не заинтересованы в искажении результатов и могут объективно высказывать собственное профессиональное мнение.

Следует отметить, что приведенный выше перечень в настоящее время не является исчерпывающим, однако в нем представлены наиболее известные и применяемые в практической деятельности способы оценки. При этом применение перечисленных методов может производиться как по отдельности, так и в комбинированном виде, что позволит получить данные об уровне конкурентоспособности коммерческого банка с разных позиций и в более полном объеме.

Таким образом, на сегодняшний день практика экономического управления выработала целый ряд методов оценки конкурентоспособности коммерческого банка, которые включают как аналитические, так и сравнительные, графические и индексные подходы к определению конкурентного положения. Выбор методики для применения в практических условиях основывается на индивидуальных условиях и целях, которые он должен достичь. Каждый метод формирует определенную базу данных для анализа, в связи с чем для достижения максимальной объективности информации необходимо использования нескольких методов. Следует также отметить, что анализ конкурентоспособности коммерческого банка является лишь основой для разработки управленческих решений и конкретных мер для ее повышения. При этом от качества проведенной оценки зависит оптимальность принятых решений и эффективность дальнейших мер по развитию деятельности банковского учреждения.

Список использованной литературы:

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов // – М.: Эксмо, 2005. – 546 с.
2. Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование / Н.С. Яшин // – Саратов : СГЭА, 2004. – 248 с.

3. Сарсенова А.Е. Анализ подходов к определению сущности содержания понятия «конкурентоспособность организации / А.Е. Сарсенова, Д. Наурызбаева // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2015. – №2 (7). – С. 101–109.
4. Гриднев Е.С. Применение матрицы БКГ при разработке стратегии предприятия / Е.С. Гриднев // Вестник Камчатского государственного технического университета. – 2009. – №10. – С. 61–64.
5. Колесов П.Ф. Основные факторы, влияющие на конкурентность банков / П.Ф. Колесов // Современные научные исследования и инновации. – 2012. – №11. – С. 1–12.
6. Разумова М.С. Механизм применения матрицы стратегического планирования бизнеса / М.С. Разумова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2014. – №14 (175). – С. 212–218.