**САМАРСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ**

Кафедра “Финансы и кредит”

**Контрольная работа**

*по курсу*: Деньги, кредит, банки.

*на тему*: **Банковская конкуренция.**

**выполнила**: студентка факультета второго высшего образования, специальности финансы и кредит, 4 курса

Шаповалова Галина Вячеславовна

**приняла**: Дьяконова Марина Леонтьевна.

*г. Самара 1998 год*

***СОДЕРЖАНИЕ***

1. **Возникновение и развитие банковской конкуренции.**
2. **Понятие банковской конкуренции и сфера её деятельности.**
3. **Уровни банковской конкуренции.**
4. **Виды банковской конкуренции.**

 *а) Конкуренция продавцов и конкуренция покупателей;*

 *б) Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция;*

 *в) Ценовая и неценовая конкуренция;*

 *г) Совершенная и несовершенная конкуренция.*

**V. Современные особенности и закономерности банковской конкуренции.**

1. **Банковская конкуренция в России.**

***Литература.***

1. **Возникновение и развитие банковской конкуренции.**

 Некоторые признаки конкурентного поведения можно найти у самых первых банков средневековья и даже у древних прообразов кредитных институтов, но о реальной банковской конкуренции до второй половины XIX в. говорить не принято. С одной стороны, это обусловлено экономическими причинами: 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 прошлом столетии 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. А месторасположение для новых баков или их филиалов выбиралось с таким расчетом, чтобы они находились вне сферы деятельности уже существующих.

 Однако на рубеже нынешнего столетия 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. Президентом Банковского института в Великобритании в 1902 г. был отмечен такой факт: 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 ХХ в. 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 сбережений 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 1920г. в Германии было десять крупных банков с разветвленной филиальной сетью, то в 1933 г. - только три.

Вторая крупная структурная перестройка банковского дела Западной Европы началась в 60-ых 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 обладателей 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.

В 60-ых годах начался ещё один процесс, оказавший значительное влияние на обострение конкурентной ситуации на европейских банковских рынках. Это процесс либерализации государственного регулирования деятельности коммерческих банков.

80-ые годы характеризуются дальнейшим обострением 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 Восточной Европы.

**II. Понятие банковской конкуренции и сфера её деятельности.**

В общем виде **конкуренцию** можно определить как

соперничество рыночных субъектов, заинтересованных в достижении одной и той же цели. Такими рыночными субъектами являются либо продавцы, либо покупатели. 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.

Аналогично **банковская конкуренция** - это совершающийся в динамике процесс соперничества коммерческих банков и прочих кредитных институтов, в ходе которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке кредитов и банковских услуг.

**Сферой банковской** конкуренции является банковский рынок. Его специфика заключается в том, что это - очень сложное образование, имеющее весьма широкие границы и состоящее из множества элементов. Правильнее говорить не об одном, а о многих банковских рынках.

Современные коммерческие банки функционируют в роли продавцов или покупателей практически во всех рыночных секторах. Если рассматривать рыночную систему с точки зрения объектов купли-продажи, можно сказать, что в неё входят следующие сектора:

1. *Рынок средств производства и производственных услуг*. На него коммерческие банки выходят в роли продавцов банковских услуг для предприятий (расчётное обслуживание, ведение счетов, управление финансами корпораций), финансовых посредников (кредитование производственных объектов), а также в роли покупателей производственных ресурсов (приобретение офисного оборудования).
2. *Рынок предметов потребления и потребительских услуг*. Здесь банки выступают как финансовые посредники (выдача ссуд на потребительские цели), но иногда и как покупатели (организация приёмов в рамках работы с общественностью).
3. *Рынок труда.* Он является целевой областью кадровой политики банков, которым неизбежно приходится время от времени обновлять или пополнять свой персонал, выходя на этот рынок в качестве покупателей.
4. *Рынок интеллектуально-информационного продукта*. На нём банки могут действовать и как продавцы банковских услуг (финансовое консультирование), и как покупатели производственных ресурсов (программное обеспечение для ЭВМ).
5. *Рынок недвижимости*. Здесь банки выступают чаще всего как финансовые посредники (ипотечное кредитование) и лишь относительно редко как покупатели (приобретение земельных участков и помещений для офиса) или продавцы (реализация залога по невозвращённому ипотечному кредиту).
6. *Финансовые рынки*. В этой сфере банки являются одними из главных действующих лиц. Можно назвать:

 - рынок ссудных капиталов. С одной стороны, банки покупают временные права на денежные ресурсы у своих вкладчиков, с другой - выступают как продавцы при выдаче ссуд;

 - рынок ценных бумаг. Выполняя поручения клиентов, а также по собственной инициативе банки осуществляют куплю-продажу ценных бумаг и играют попеременно то роль продавцов, то роль покупателей;

 - рынок валют и драгоценных металлов. Роль банков на этом рынке аналогична их роли на рынке ценных бумаг.

Таким образом, мы видим, что сфера банковской конкуренции очень обширна, а конкурентная среда многообразна и разнородна.

**III. 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 30-ых 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 в последнее время во многих странах в условиях усиления банковской конкуренции всё больше проявляется 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, 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.

Существуют 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 4тыс. 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.

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.

Итогом этих процессов - универсализации банковского дела и усиления конкуренции со стороны небанков - явилось быстрое развитие финансовых конгломератов. В США их основателями в конце 70-ых - начале 80-ых годов стали фирмы “Меррил Линч”(инвестиционный бизнес), “Америкэн Экспресс” (кредитные карточки), “Пруденшл” ( страхование), “Ситикорпорейшн” (холдинговая компания ).

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

*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.

1. **Виды банковской конкуренции.**

*а) Конкуренция продавцов и конкуренция покупателей.*

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 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 продавца, 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.

*б) Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция.*

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.

*Отраслевая структура банковского дела*. С точки зрения отдельного кредитного института банковские отрасли выступают в качестве рынков сбыта. Основные из них: рынок кредитов (отрасль кредитование); рынок вкладов (отрасли сберегательное дело, инвестиционное посредничество); рынок услуг (отрасли расчётно-кассовое обслуживание, трастовые операции, прочие услуги).

В свою очередь, перечисленные отрасли могут быть разделены на подотрасли, причём большинство кредитно-финансовых институтов действует не в одной, а в нескольких отраслях или подотраслях.

**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. В наши дни сложилось представление о том, что 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 универсализации. 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 “всеотраслевые” 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 небанками, 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*.

Предметная конкуренция возникает между фирмами, выпускающими идентичные товары, которые различаются лишь качеством изготовления или даже не отличаются по качеству. Эта ситуация характерна для большинства отраслей по производству потребительских товаров.

Видовая конкуренция осуществляется между предприятиями, выпускающими товары одного вида (т.е. предназначенными для одной и той же цели), но различающиеся по каким-то существенно важным параметрам. Пример: автомобили одного класса с различными по мощности двигателями.

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 - это 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 субститутов).

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

Функциональная конкуренция, в отличие от этого, не предполагает перехода в другую отрасль. Она основывается на том факте, что совершенно разные 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. К числу наиболее существенных *банковских входных барьеров* относятся:

* - 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. Думается, в нашей стране этот барьер является наиболее серьёзным препятствием для входа на рынок банковского кредитования. Во многих регионах России крупная клиентура имеет устойчивые связи с банками, образованными на базе бывших государственных специализированных банков, и, как правило, не очень мобильна в отношении смены банка. В результате вновь образуемые банки могут рассчитывать в основном лишь на средства мелких и средних предприятий “новой волны” и населения. Следствием данного обстоятельства является, в частности, тенденция образования так называемых 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 пред 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.

Такой вид конкуренции, как межотраслевая функциональная, в банковском деле по существу не встречается. Конечно, 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 эта 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. Но 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 ( вложений в ценные бумаги или банковские депозиты), так и для реальных инвестиций (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 рассчитываться 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 квази-заменителей, 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) Ценовая и неценовая конкуренция.*

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

*Ценовая конкуренция* осуществляется путём изменения ( как правило, снижения) цен. *Неценовая конкуренция* основана на улучшении качественных характеристик товара (надёжность, долговечность, безопасность, полезный эффект, издержки потребления, внешний вид, сервисное обслуживание и др.) и проведении целенаправленной политики дифференциации продукта (включая рекламу и меры по стимулированию сбыта).

Манипулирование ценами - самый старый метод конкуренции и самый простой с точки зрения технического исполнения. Однако надо отметить, что 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 конкуренции в банковском секторе экономики является отсутствие чёткой взаимосвязи потребительной стоимости товара (банковской услуги) и его цены. В связи с этим грань между открытой и скрытой ценовой конкуренцией расплывчата, а рамки, в которых банк имеет возможность значительного маневрирования процентными ставками, уровнем комиссионных вознаграждений и тарифов на услуги, довольно-таки растяжимы. 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 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).

Необходимость государственного регулирования банковской конкуренции вызвана особым положением кредитных институтов в экономике, позволяющим 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.

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* связана прежде всего с изменениями качества услуг. Поэтому перед зарубежными учеными и практиками в области банковского дела встала проблема определения критериев качества банковского продукта, и в настоящее время уже имеются определённые подходы к её решению. Так, специалисты городской сберкассы Кёльна разработали критерии качества с двух позиций: с точки зрения клиента и с точки зрения банка.

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., соотносимые с уровнем затрат на производство банковских услуг. Очевидно, что в своей деятельности банк должен учитывать обе группы критериев.

 Помимо общей ориентации на улучшение качества обслуживания, банками за рубежом 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.*

 *г) Совершенная и несовершенная конкуренция.*

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, характеризирующихся несовершенной конкуренцией: монополистическая конкуренция, олигополия и 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 сформировавшимися 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 в нашей стране на протяжении многих десятилетий. 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 банковские рынки нашей страны, как, впрочем , и западные, тяготеют к модели ***дифференцированной олигополии***. Примечательно, что, по мнению зарубежных специалистов, такая рыночная структура является наилучшей с точки зрения здоровой конкуренции.

**V. Современные особенности и закономерности банковской конкуренции.**

Как мы видим банковская конкуренция обладает целым рядом специфических черт, отличающих её от конкуренции в промышленности или в других отраслях национальной экономики и заслуживающих отдельного обобщения. К выявленным особенностям относятся:

- конкуренция в банковском секторе экономики возникла позже, чем конкуренция в промышленности, однако отличается разновидностью форм и высокой интенсивностью;

 - в качестве конкурентов коммерческих банков выступают не только другие банки, но и небанковские кредитно-финансовые институты, а также некоторые нефинансовые организации;

- конкурентное пространство 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;

- банковские услуги могут взаимозаменять друг друга, но не имеют конкурентоспособных внешних (небанковских) заменителей, в связи с чем межотраслевая конкуренция осуществляется только посредством перелива капитала;

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

- ограничения ценовой конкуренции выдвигают на первый план проблемы управления качеством банковского продукта и 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.

В качестве основных закономерностей банковской конкуренции на современном этапе можно назвать следующие:

* универсализация банковской деятельности;
* либерализация государственного регулирования банковской деятельности;
* расширение региональной и национальной сферы деятельности кредитных институтов;
* проникновение на банковский рынок небанков;
* возрастание значения неценовой конкуренции;
* глобализация банковской конкуренции;
* усиление интенсивности банковской конкуренции - как результирующая всех названных закономерностей.

**VI. Банковская конкуренция в России.**

До начала банковской реформы в нашей стране была крайне примитивная кредитная система - как в качественном, так и в количественном отношении.

Как правило, в административном районе функционировал лишь один банк - отделение Государственного банка, выполнявший роль кредитного учреждения. В таких условиях ни о какой конкуренции не могло быть и речи. Хотя конкуренция является обязательным естественным стимулом совершенствования всякой экономической деятельности и роста её эффективности.

По сути господствовало “банковское крепостное право”, при котором каждое предприятие (организация) законодательно прикреплялось к конкретному банку, тогда как другие банки не имели права его обслуживать.

В ходе экономических преобразований в нашей стране осуществляется реформа банковского дела. Главным её направлением являлось создание с учётом мировой практики двухуровневой банковской системы. Верхний уровень системы представлен центральным банком, на нижнем уровне действуют коммерческие и кооперативные банки.

Практически с момента образования и вплоть до 1991 года у банков не возникало проблем с кредитными ресурсами, ликвидностью, достаточностью капитала, т.к. они создавались в большинстве случаев не для финансирования каких-либо проектов, а чтобы способствовать оттоку финансовых ресурсов из достаточно сильных государственных специализированных банков.

После 91-92 годов, когда была проведена либерализация цен, ситуация начала изменяться. Избыток денег сменился их недостатком при относительном изобилии товаров на рынке.

К концу 1995 года банковская система была представлена в основном коммерческими банками, причём большую их часть составляли мелкие банки с небольшим уставным капиталом.

С этого времени началась активная конкурентная борьба банков между собой за деньги клиентов, а на рынке кредитных ресурсов в качестве заёмщика появилось государство.

В 1997 году конкуренция распространилась практически на все рынки и затрагивает всех без исключения операторов финансового рынка. Отсюда проистекает исключительная острота проблем анализа банковской конкуренции и своевременной выработки стратегии банка, грамотной разработки комплексов маркетинга для банковских услуг, проведения маркетингового аудита и т.д.

***Литература:***

1. Гамидов Г.М. “Банковское и кредитное дело”, М, 94 г.
2. Коробов Ю.Н. “Среда банковской конкуренции - от торговых домов до брокерских контор”, Банковское дело, № 8, 96 г.
3. И.Б. Андреев “Конкуренция на финансовом рынке Санкт-Петербурга”, Банковское дело, № 11, 97 г.
4. Коробов Ю.И. “Теория банковской конкуренции”, Саратов, 96 г.
5. Турбанов А.В. “Банковская система Российской Федерации: проблемы реструктуризации”, Деньги и кредит, № 2, 98 г.