

## ДИАГНОСТИКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ СОСТОЯНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА БАНКОВСКОМ РЫНКЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье исследуются тенденции развития оренбургского рынка банковских услуг, определяются уровень и модель конкуренции на различных его сегментах. Особое внимание уделяется выявлению внешних факторов, определяющих состояние конкурентной среды региональных банков.

В конкурентном мире банки – это финансовые посредники, отвечающие вкусам и возможностям заемщиков и кредиторов. В то же время в условиях рыночного несовершенства ориентация деятельности банков на рынке во многом диктуется средой конкуренции. Конкурентная среда включает совокупность субъектов и факторов рынка банковских услуг, влияющих на отношения между банком и потребителями (клиентами) [4; с. 53]. Поэтому оценка конкурентной среды необходима банку с целью адаптации к условиям конкуренции, поиска и реализации конкурентных преимуществ.

Очевидно, что диагностике факторов, определяющих состояние конкурентной среды на банковском рынке, должен предшествовать глубокий анализ структуры рынка банковских услуг и уровня рыночной концентрации. Структура банковского рынка области характеризуется численностью действующих региональных коммерческих банков и филиалов банков других регионов, а также долями, занимаемыми ими на рынке. В период с 2004 по 2006 г. банковский ры-

нок Оренбургской области характеризовался продолжением экспансии банков из других регионов и увеличением количества внутренних структурных подразделений действующих региональных коммерческих банков. Причем 2005 год стал годом начала расширения мест присутствия региональных банков в других регионах РФ: открыты 2 филиала в г. Самара и 1 филиал в г. Москва.

Несмотря на численное увеличение структурных подразделений региональных банков за 2005 и 2006 годы в 1,4 раза с 45 до 64 (рисунок 1), их удельный вес в общем количестве действующих в области коммерческих банков с их филиалами и доп.офисами сократился за анализируемый период с 35% до 28%. Тем не менее, занимаемая региональными банками доля рынка в разрезе отдельных сегментов не только не сократилась, но даже увеличилась [5; с. 17], [6; с. 17], что свидетельствует о сохранении конкурентных преимуществ региональных банков, несмотря на более разветвленную сеть филиалов банков других регионов, действующих на территории области<sup>1</sup>.

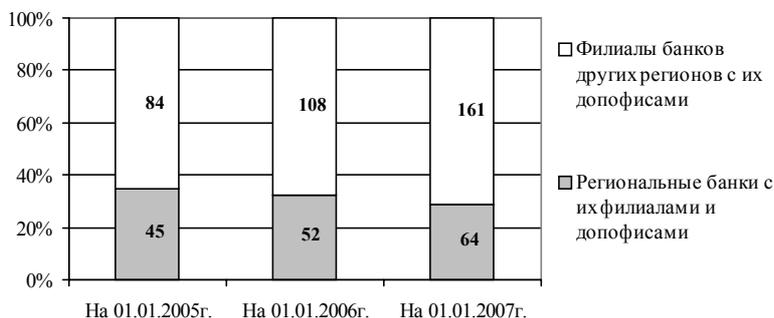


Рисунок 1. Структура действующих на территории Оренбургской области коммерческих банков, филиалов и дополнительных офисов

Для оценки характера распределения рыночных долей между банками-конкурентами воспользуемся индексом Херфиндаля – Хиршмана (ИХХ), который разработан МВФ и рекомендован в качестве индикатора степени концентрации в банковском секторе. Индекс равен сумме квадратов долей конкурентов и принимает значения от 0 до 1 (0 – минималь-

<sup>1</sup> За период с 2005 по 2006 год доля совокупных активов региональных банков на банковском рынке области увеличилась на 4,5% до уровня 21,2%; удельный вес ссудной задолженности реальному сектору экономики вырос на 7,4% до уровня 28,3%; доля на рынке вкладов населения увеличилась на 8,2% до 20,4%.

ная концентрация; менее 0,1 – низкий уровень концентрации; от 0,1 до 0,18 – средний уровень концентрации; выше 0,18 – высокий уровень концентрации).

Из результатов проведенных расчетов (рисунок 2) следует, что в течение последних трех лет наблюдается устойчивая тенденция снижения концентрации (монополизации) на рынке банковских услуг области. Так, показатель концентрации совокупных активов банков, действующих на территории области, сократился в 1,6 раза, перейдя из категории высококонцентрированного рынка в умеренно концентрированный. Аналогичная тенденция наблюдается на сегменте рынка кредитования реального сектора экономики: здесь по состоянию на начало 2007 года наблюдался самый низкий уровень концентрации – 0,144, что соответствует определению умеренно концентрированного рынка.

Высоким уровнем концентрации, несмотря на устойчивую тенденцию к снижению показателя ИХХ, характеризовался рынок розничных банковских услуг. По состоянию на 1.01.2007 г. значение ИХХ на сегменте рынка частных вкладов составляло 0,345 (против 0,454 тремя годами ранее). Заметим, что существенное снижение индекса в основном обусловлено сокращением доли Поволжского Сбербанка РФ на рынке вкладов физических лиц вследствие усиления конкуренции за привлечение вкладов со стороны других коммерческих банков области. Развитие ипотечного и потребительского

кредитования населения также способствует снижению уровня концентрации, оставляя пока данный сегмент рынка высококонцентрированным.

Итак, наличие на оренбургском рынке банковских услуг высококонцентрированных и умеренно концентрированных сегментов требует определения банков-лидеров и модели конкуренции на каждом из них.

По данным Ассоциации коммерческих банков Оренбуржья, на банковском рынке области лидируют 4 региональных банка (АКБ «Форштадт», ОАО «Банк Оренбург», ОИКБ «Русь» (ООО), ОАО «Нико-Банк») и 6 филиалов банков других регионов (Оренбургское отделение №8623 СБ, филиал «Оренбургский» ОАО «Альфа-Банк», филиал АБ «Газпромбанк» (ЗАО) в г. Оренбурге, Оренбургский филиал АКБ «Промсвязьбанк» (ЗАО), Оренбургский филиал ООО КБ «Агропромкредит», филиал ОАО «Внешторгбанк» в г. Оренбурге), которые в совокупности занимают от 68% до 86% долей различных сегментов рынка. Выявить модель конкуренции на сегментах оренбургского рынка банковских услуг позволяет расчет степени неравенства между лидирующими на рынке банками-конкурентами. Для этого воспользуемся индексом Линда (Lk). Индекс Линда позволяет определить степень неравенства между банками-лидерами и «границы» олигополии. «Граница» считается установленной при достижении значения Lk, минимального по сравнению с Lk+1 [4; с. 72]. В

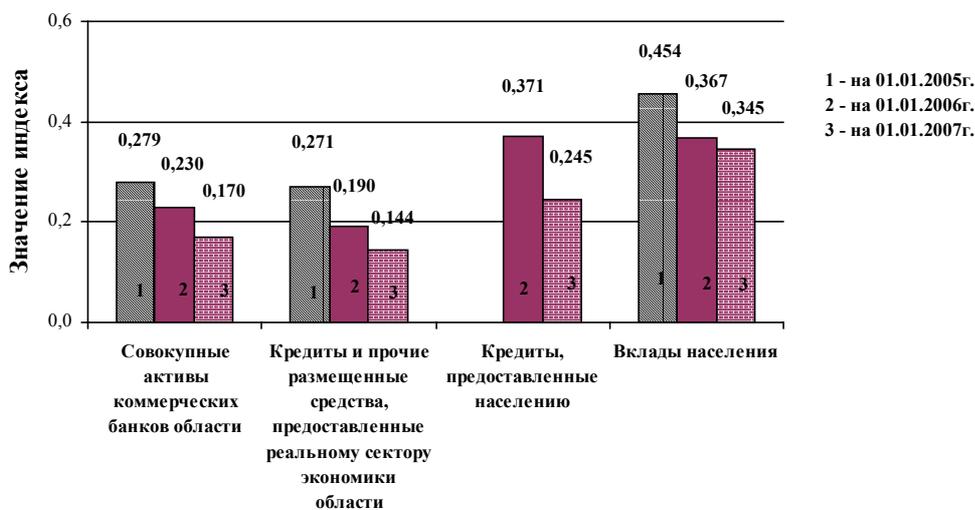


Рисунок 2. Банковский сектор Оренбургской области: показатели концентрации (значения ИХХ)

Таблица 1. Оценка существования олигополии на рынке вкладов населения Оренбургской области и характера олигополистических связей по состоянию на 1.01.2007 г.

№ п/п	Наименование банка	Доля на рынке, Di (%)	Отношение между средней долей рынка i конкурентов и долей, Qi	Индекс Линда, Lk
1	Оренбургское отделение №8623 СБ	57,12%	---	---
2	Филиал АБ «Газпромбанк» (ЗАО) в г. Оренбурге	8,33%	6,8530	3,4265
3	ОАО «БАНК ОРЕНБУРГ»	7,37%	4,4398	1,8821
4	ОИКБ «Русь» (ООО)	6,93%	3,5018	1,2329
5	ОАО «Нико-Банк»	1,63%	12,2570	1,3526
6	АКБ «Форштадт»	1,45%	11,1927	1,2748
7	Филиал «Оренбургский» ОАО «Альфа-Банк»	1,36%	10,1814	1,1530
8	ОАО КБ «Спутник»	1,20%	10,0617	1,0444
9	Оренбургский филиал ООО КБ «Агропромкредит»	1,16%	9,2293	0,9405
10	ООО КБ «КАМАБАНК» в г. Оренбурге	0,82%	11,7154	0,8826

Таблица 2. Сравнительный анализ показателей развития банковского сектора России и Оренбургской области (по отношению к ВВП и ВРП соответственно)

Показатели		На 01.01.05 г.	На 01.01.06 г.	На 01.01.07 г.
Совокупные активы банковского сектора	Россия	41,9%	45,1%	52,4%
	Оренбургская область	23,5%	29,9%	31,4%
Кредиты экономике	Россия	18,7%	19,4%	21,7%
	Оренбургская область	8,5%	11,8%	10,7%
Кредиты населению	Россия	3,6%	5,5%	7,7%
	Оренбургская область	4,5%	6,1%	8,4%
Вклады граждан	Россия	11,6%	12,7%	14,3%
	Оренбургская область	8,6%	9,6%	10,1%

результате, по данным таблицы 1, на рынке вкладов населения области присутствует «жесткая» олигополия, включающая 4 банка-олигополиста: Оренбургское отделение №8623 Сбербанка России, филиал АБ «Газпромбанк» (ЗАО) в г. Оренбурге, ОАО «БАНК ОРЕНБУРГ» и ОИКБ «Русь» (ООО).

Аналогичным образом проведена оценка существования олигополии на рынке кредитования физических лиц и на рынке кредитования реального сектора экономики Оренбургской области. Расчеты показали, что на рынке кредитования физических лиц области отсутствуют олигополистические связи, т.е. действует модель монополистической конкуренции, а на рынке кредитования реального сектора экономики области присутствует «размытая» олигополия, включающая 9 банков-олигополистов – это вышеперечисленные 4 банка плюс филиал «Оренбургский» ОАО «Альфа-Банк», АКБ «Форштадт», Оренбургский филиал АКБ «Промсвязьбанк» (ЗАО), филиал ОАО «Внешторгбанк» в г.Оренбурге, ОАО «Нико-Банк».

Заметим, что в условиях различных моделей конкуренции на отдельных сегментах

рынка банковских услуг региона конкурентная среда коммерческих банков формируется в результате воздействия на нее одних и тех же факторов. Различие заключается лишь в степени их воздействия (интенсивности влияния), сфере влияния и временном периоде. В ходе исследования определены следующие внешние факторы рынка, влияющие (или могущие повлиять в перспективе) на отношения между банками и клиентами:

1. Появление на территории области новых банков-конкурентов. Мы считаем, что в перспективе продолжится экспансия филиалов банков из других регионов на оренбургский рынок банковских услуг, усиливая конкурентную среду не только в центральном районе, но и в отдаленных районах области. Этому будут способствовать как юридические, так и экономические факторы. Во-первых, с юридической точки зрения отсутствуют какие-либо ограничения на открытие кредитными организациями внутренних структурных подразделений и на их местонахождение [1; п. 9.2], во-вторых, Правительство Оренбургской области в целях повышения доступности банковских услуг [3; п. 4.1.]

Таблица 3. Потребительские предпочтения населения Оренбургской области

№ п/п	Вид банковской услуги, пользующейся наибольшим спросом у населения сегодня	Возможные изменения в потребительских предпочтениях населения	Аргументы
1	Автокредиты	Автокредиты	По прогнозам специалистов, российский рынок автокредитования в 2007 году увеличится в 2 раза. В последующие годы рост продолжится, т. к. российский автопарк и уровень проникновения автокредитования пока далеки от мировых показателей: на тысячу человек приходится 200 машин, для сравнения в Европе – 400, а в США – 750.
2	Денежные кредиты на неотложные нужды	---	Существует мнение, что со временем кредитные карты вытеснят денежные кредиты на неотложные нужды. Карты более удобны в обращении, к тому же с их помощью клиент получает возобновляемую кредитную линию.
3	Кредиты по пластиковым картам	Кредиты по пластиковым картам	Реализуется Постановление Правительства Оренбургской области №125-п от 18.04.2006 г. по развитию системы безналичных расчетов в области с использованием банковских пластиковых карт, обязывающее расширять использование кредитных карт при кредитовании населения
4	---	Ипотечный кредит	За счет программных мероприятий к 2010 году в Оренбургской области предполагается увеличить объемы жилищного строительства в 2 раза.
5	---	Образовательный кредит	Начата работа по разработке программы «Построение системы образовательного кредита в Оренбургской области» для повышения возможности получения населением области образования.
6	Рублевые вклады	Рублевые вклады Вклады в долларах США	Значительным преимуществом долгосрочных вкладов перед другими способами инвестирования является гарантия получения определенного процента. Поскольку за 2006 год доллар по отношению к евро подешевел более чем на 10%, снижение ставки ФРС может сделать вклады в долларах одними из самых доходных на российском рынке.
7	---	Интернет-банкинг	Имея счет в банке и подключившись к Интернет-банкингу, частное лицо сможет в любое удобное время воспользоваться практически всеми основными услугами банка, предоставляемыми при традиционном обслуживании.
8	Платежи и переводы: без открытия счета и по пластиковым картам	Платежи и переводы: без открытия счета и по пластиковым картам	Рассматривается возможность распространения опыта г. Оренбурга по функционированию системы «Город» в др. населенных пунктах области. Использованию пластиковых карт способствует реализация зарплатных проектов на территории области.

рекомендовало органам местного самоуправления муниципальных образований области содействовать развитию филиальной сети и внутренних структурных подразделений кредитных организаций в отдаленных районах и населенных пунктах области.

Экономические факторы также способствуют появлению на территории области новых банков-конкурентов. Это подтверждается анализом уровня развития банковского сектора региона, инвестиционных потребностей региона и обеспеченности региона банковскими услугами.

Из таблицы 2 следует, что темпы развития банковского сектора региона значительно отстают от среднероссийского показате-

ля (исключение составляет лишь кредитование населения). Причем разрыв этот ежегодно нарастает. Так, за 2006 год отношение совокупных активов банковского сектора Оренбургской области к ВРП хотя и увеличилось до уровня 31,4% (что ниже аналогичного показателя по России в 1,7 раза), разрыв в темпах роста составил 11,1%.

В то же время, согласно Инвестиционному рейтингу регионов, составленному Агентством РА «Эксперт» [12], с 2003 года по настоящее время у региона сохраняется рейтинг ЗВ1 «Пониженный потенциал – умеренный риск». Следовательно, оренбургский рынок банковских услуг остается привлекательным для банков других регионов. Тем

более что обеспеченность региона банковскими услугами недостаточная: согласно данным Центрального банка [9; с. 95], [10; с. 105], Оренбургская область по институциональной насыщенности банковскими услугами занимает 8-е место среди 14 регионов Приволжского федерального округа, а по финансовой насыщенности только 13-е место.

Итак, учитывая в совокупности все вышеперечисленные факторы, можно прогнозировать увеличение числа участников оренбургского рынка банковских услуг и их внутренних структурных подразделений во всех географических районах области. При этом следует ожидать, что на сегментах рынка розничных банковских услуг конкурентная борьба будет направлена на освоение незанятых ниш, а на сегменте кредитования реального сектора экономики – за перераспределение долей, принадлежащих работающим в регионе коммерческим банкам. Эффективность такой конкуренции во многом будет определяться принятием банками-конкурентами «Стандартов качества банковской деятельности» и соответствием их банковских продуктов (услуг) потребительским предпочтениям хозяйствующих субъектов области.

2. Принятие банками-конкурентами «Стандартов качества банковской деятельности» в качестве внутренних стандартов. Известно, что основой «Стандартов качества банковской деятельности», разработанных Ассоциацией российских банков, является востребованность продукта (услуги) потребителем и наличие потребительской ценности (полезности) продукта (услуги) для клиента. Т. е. банк-конкурент, принявший у себя в качестве внутреннего документа Стандарты качества, принимает концепцию клиентоориентированного бизнеса, усиливая борьбу за потребителей и новые рыночные ниши через разработку и предложение на рынке инновационных банковских продуктов. В то же время важной особенностью банковской отрасли является отсутствие па-

тентной защиты нововведений. В связи с этим любой инновационный банковский продукт (услуга), отвечающий потребительским предпочтениям, внедренный одним кредитным институтом, может быть в течение короткого времени воспроизведен его конкурентами.

Итак, ориентация банков-конкурентов на концепцию клиентоориентированного бизнеса в условиях однородности банковских продуктов (услуг) будет усиливать конкурентную среду банков региона.

3. Изменения в потребительских предпочтениях. На положение банка на рынке оказывают влияние изменения в потребительских предпочтениях его клиентов, а также своевременный учет их банком и банками-конкурентами.

Так, на основе анализа опроса общественного мнения<sup>2</sup> и тенденций развития розничного рынка области выявлены потребности населения в следующих банковских услугах, описанных в таблице 3.

В то же время не следует забывать, что одинаковые услуги, предоставляемые разными банками, нередко приобретают в глазах потребителей данных услуг отличительные черты, связанные с имиджем банка. Т. е. при прочих равных условиях клиент пойдет в банк, который представляется ему более надежным, имеющим положительную деловую репутацию, располагающим доступной информацией для клиентов и т. п. Отсюда следующим фактором, определяющим состояние конкурентной среды, является имидж банков-конкурентов.

4. Имидж банков-конкурентов. Оценку имиджа банков-конкурентов характеризует «Народный рейтинг банков», составляемый на основе высказываний об уровне обслуживания и качестве услуг в банках. Примером такого рейтинга служит «Народный рейтинг банков», размещаемый на сайте banki.ru. К сожалению, в данный рейтинг пока не вошли региональные банки Оренбургской области, а только банки других регионов, имею-

<sup>2</sup> Из исследования ВЦИОМа (20.07.2007 г.), специалисты которого поинтересовались, какой банковской услугой люди собираются воспользоваться в ближайшие год-два, половина населения (54,3%) в ближайшие год-два вообще не планирует воспользоваться какой-либо услугой. Еще 10% людей пока не определились, нужно им это или нет. Среди тех, кто намеревается прибегнуть к услугам кредитных организаций, больше всего опрошенных (16,2%) заинтересованы в получении того или иного кредита, а положить средства на депозит планирует всего 10% опрошенных. [11]

щие разветвленную филиальную сеть на территории РФ, в т. ч. в нашей области.

5. Рыночные стратегии банков-конкурентов. На изменение состояния конкурентной среды деятельности банка влияют рыночные стратегии банков-конкурентов. Динамический анализ распределения рыночных долей банков-лидеров на оренбургском рынке за трехлетний период показал, что рыночная стратегия региональных банков-конкурентов направлена на освоение рынка розничных банковских услуг и малого биз-

неса, тогда как филиалы банков других регионов наряду с указанной стратегией преследуют цели передела рынка банковских услуг корпоративным клиентам.

6. Развитие неценовой конкуренции. В течение последних нескольких лет одним из важных факторов, определяющим состояние конкурентной среды банков, становится развитие как на рынке банковских услуг корпоративным клиентам, так и на рынке розничного бизнеса неценовой конкуренции.

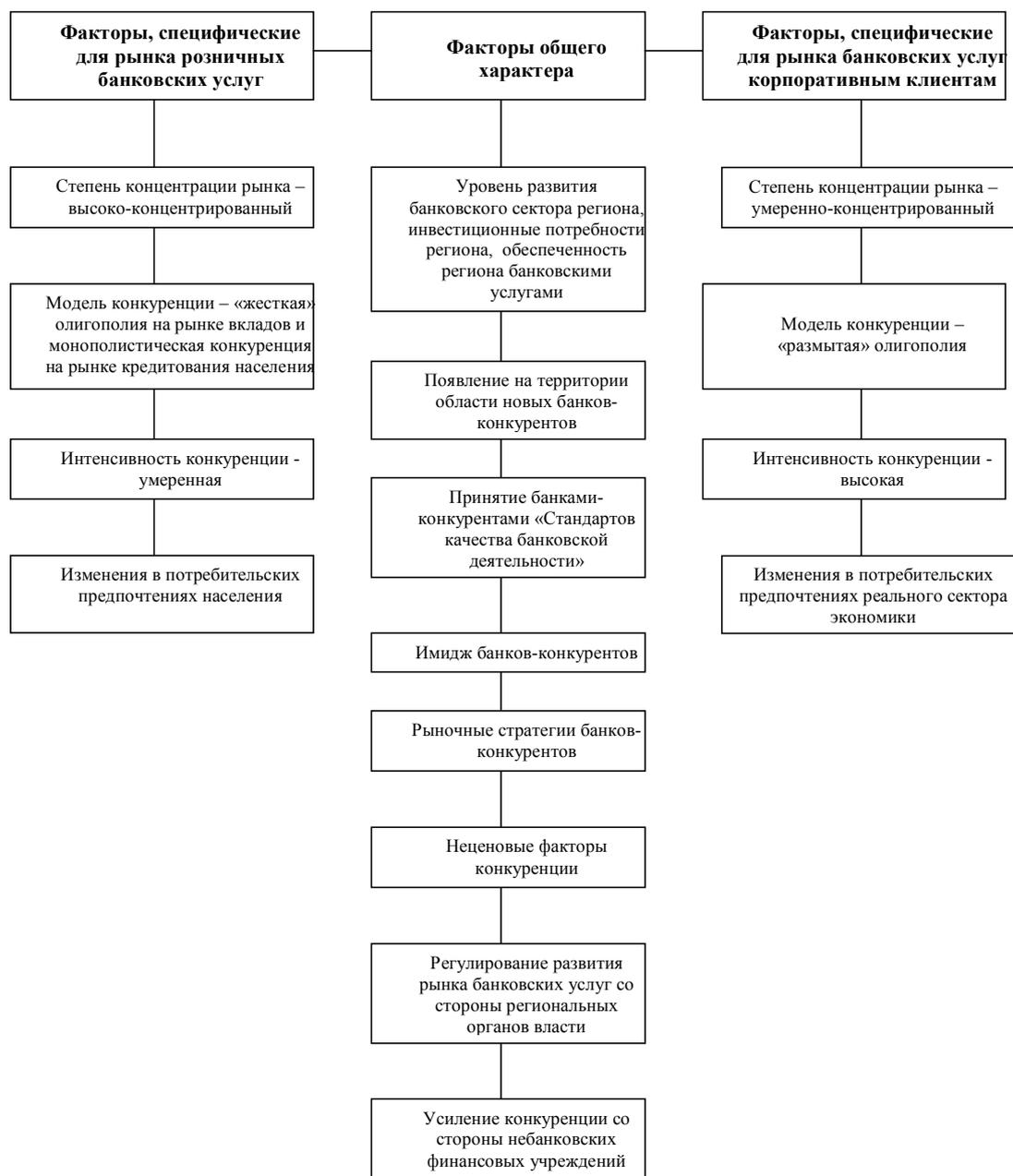


Рисунок 3. Факторы, определяющие состояние конкурентной среды оренбургского рынка банковских услуг

Так, в настоящее время банки под воздействием ряда факторов могут позволить устанавливать ставки по вкладам населению, лишь на 1–2% превышающие уровень инфляции. В результате, с целью привлечения средств, банки стали предлагать вкладчикам разного рода бонусы, используя неценовые методы конкуренции: проведение розыгрышей различных призов, подарки вкладчикам, денежные премии, получение кредитной карты с определенным лимитом и проч. К неценовым методам конкурентной борьбы относится развитие и расширение перечня услуг, предлагаемых телефонными центрами банков, а также интернет-банкинг. Т. е. клиент все чаще выбирает коммерческий банк, исходя не столько из ставки по вкладам, сколько ориентируясь на уровень сервиса. Поэтому в результате влияния неценовых факторов конкурентоспособными станут те банки региона, которые смогут нести повышенные издержки по развитию бизнеса.

7. Регулирование развития рынка банковских услуг со стороны региональных органов власти. Данный фактор двояко влияет на конкурентную среду. С одной стороны, Правительство Оренбургской области посредством издания постановлений [2], [3] организует мероприятия по развитию определенных банковских услуг в регионе. Этим оно оживляет конкуренцию между банками, например, обязывая расширять использование кредитных карт при кредитовании населения и предпринимателей; проводя смотрь-конкурсы «Дни пластика» среди кредитных организаций, осуществляющих эмиссию и

эквайринг банковских карт; обязывая заниматься разработкой программы «Построение системы образовательного кредита в Оренбургской области» и проводя проч. мероприятия. С другой стороны, Правительство области поддерживает опорные региональные банки, повышая их конкурентоспособность и назначая их на конкурсной основе уполномоченными по реализации отдельных областных целевых программ, тем самым «ограничивая» конкурентную среду банков.

8. Развитие конкуренции со стороны небанковских финансовых институтов. Предлагаемые на рынок финансовые услуги способные в той или иной степени заменить банковские продукты (услуги), – важный фактор, влияющий на интенсивность конкуренции. В отношении подобных услуг-заменителей на рынке действует правило ценовой привлекательности. В результате происходит переориентация клиентов банков на небанковские финансовые институты (НФУ), предлагающие наиболее выгодные способы и условия инвестирования средств. Учитывая недостаточное развитие региональных НФУ на территории области, а также значительные темпы их развития в других регионах России, в будущем можно ожидать продолжение экспансии небанковских финансовых институтов других регионов в область, т. е. усиление конкуренции со стороны НФУ.

Схематично все выявленные внешние факторы, определяющие состояние конкурентной среды оренбургского рынка банковских услуг, представлены на рисунке 3.

**Список использованной литературы:**

1. О порядке принятия Банком России решения о государственной регистрации кредитных организаций и выдаче лицензий на осуществление банковских операций: инструкция Центрального Банка Российской Федерации 14.01.2004 №109-И [Электронный ресурс] // – Режим доступа – Система ГАРАНТ <http://www.garant.ru/>
2. Оренбургская область. Постановления. Об утверждении мероприятий по развитию системы безналичных расчетов в Оренбургской области с использованием банковских пластиковых карт на 2006-2007 гг. [постановление Правительства Оренбургской области: принято 18 апреля 2006г. №125-п]-[Электронный ресурс] // – Режим доступа – Система ГАРАНТ <http://www.garant.ru/>
3. Оренбургская область. Постановления. О мероприятиях, направленных на содействие доступности банковских услуг [Постановление Правительства Оренбургской области: принято 24 мая 2007г. №191-п]-[Электронный ресурс] // – Режим доступа – Система ГАРАНТ <http://www.garant.ru/>
4. Самойлов О.Г. Банковская конкуренция / Г.О. Самойлов, А.Г. Бачалов. – М.: Издательство Экзамен, 2002. – 256 с. – ISBN 5-8212-0287-6/
5. Бюллетень банковской статистики по Оренбургской области за декабрь 2005 г. // Главное управление Банка России по Оренбургской области.– 2005. – №12. - 32 с.
6. Бюллетень банковской статистики по Оренбургской области за декабрь 2006г. // Главное управление Банка России по Оренбургской области.– 2006. – №12. -32с.

7. Бюллетень «Экономика и банковская сфера Оренбургской области» за I полугодие 2005 г. // Главное управление Банка России по Оренбургской области. – 2005. – 26 с.
8. Бюллетень «Экономика и банковская сфера Оренбургской области» за 2006 год // Главное управление Банка России по Оренбургской области. – 2007. – 44 с.
9. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2005 году: отчет Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]: Интернет источник = cbr.ru. – М.: CBR.RU, 1997. – режим доступа: // [http://www.cbr.ru/publ/root\\_get\\_blob.asp?doc\\_id=7203/](http://www.cbr.ru/publ/root_get_blob.asp?doc_id=7203/) – 12.09.2007
10. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2006 году: отчет Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]: Интернет источник = cbr.ru. – М.: CBR.RU, 1997. – режим доступа: // [http://www.cbr.ru/publ/root\\_get\\_blob.asp?doc\\_id=7297/](http://www.cbr.ru/publ/root_get_blob.asp?doc_id=7297/) – 12.09.2007
11. Каледина А. Банк, дай займы [Электронный ресурс]: Интернет источник = информационный портал banki.ru. – М.: BANKI.RU, 2004. – режим доступа: // <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=348892/> – 08.09.2007
12. Инвестиционный рейтинг Оренбургской области: рейтинговое агентство «Эксперт РА» [Электронный ресурс]: Интернет-источник = raexpert.ru. – М.: RAEXPERT.RU, 1997. – режим доступа: // <http://www.raexpert.ru/raatings/regions/orenburg/> – 05.09.2007.

**Статья поступила в редакцию 20.09.07**