

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра экономики и управления

ОТЧЕТ

**о прохождении производственной практики
(тип: научно-исследовательская работа)**

Наименование профильной организации: Газпромбанк» (Акционерное общество); филиал «Уральский», операционный офис 026/2089

Срок прохождения практики: с «27» июня 2022г. по «10» июля 2022 г..

Руководитель практики: _____
(от профильной организации, ФИО полностью, подпись)

Руководитель практики: _____
(от ВУЗа, ФИО полностью, подпись)

Студент группы: ММ19Э171

Курс, форма обучения: 3 курс, заочная форма

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

(ФИО студента; подпись)

Дата защиты отчёта: _____

Оценка за прохождение практики: _____

Москва 2022г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Актуальность темы ВКР, цель и задачи, объект, предмет и методы исследования.....	4
2. Выводы по результатам анализа научной литературы по теме исследования	7
Заключение.....	24
Список использованных источников.....	26

ВВЕДЕНИЕ

Целью производственной практики (тип: научно-исследовательская работа) выступал сбор необходимых материалов для написания выпускной квалификационной работы.

Для достижения указанной цели во время практики решались следующие задачи:

- выбрать тему ВКР и проблематику НИР;
- разработать план-содержание научно-исследовательской работы;
- сформулировать цели и задачи исследования;
- сформулировать объект и предмет научного исследования;
- сформулировать актуальность темы исследования;
- изучение научных трудов отечественных и зарубежных авторов в проблемной области экономики, связанной с выбранной темой исследования;
- характеристика степени изученности и разработанности проблемы;
- обоснование и характеристика эмпирической базы исследования;
- отбор и систематизация научной литературы по теме исследования;
- подготовка отчета о НИР.

По результатам практики выбрана актуальная тема ВКР: «Пути повышения конкурентоспособности фирмы (на примере АО «Газпромбанк»)).».

Основную часть отчета НИР составляют выводы по результатам анализа отобранной научной литературы по теме исследования.

1. АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ВКР, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ, ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Актуальность. Главным механизмом прогресса в условиях рыночной экономики является конкуренция. Именно это условие стимулирует организации к развитию и совершенствованию своего предложения, поскольку от него напрямую зависят такие факторы, как финансовые показатели деятельности, позиция на рынке, репутация среди клиентов и партнеров. Следовательно, мы можем назвать конкуренцию одной из основных причин активной работы над продуктом, предлагаемым потребителю.

Развитие конкуренции во всех сегментах экономики, в том числе на финансовом рынке, является одним из приоритетных ориентиров современной стратегии экономического развития Российской Федерации. Указом Президента Российской Федерации от 21.12.2017 № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» активное содействие развитию конкуренции определено приоритетным направлением деятельности государства в сфере экономики. Конкуренция является одним из важнейших факторов повышения эффективности рынка, стимулирующим его институты к совершенствованию бизнес-моделей, применению инновационных решений, более полному удовлетворению запросов потребителей

Таким образом, исследование на данную тему является актуальным, так как в такой сфере деятельности, как банковское дело, конкурентоспособность организации становится одним из важнейших вопросов управления, поскольку данный рынок развивается очень динамично.

Степень научной разработанности проблемы. Теоретико-методологические вопросы финансово-кредитного рынка и банковских услуг освещены в работах Н.П. Абаевой, А. Г. Баталова, Г. О. Самойлова, Д. Н.

Владиславлева, С. А. Гурьянова, Е. Ф. Жукова, Л. В. Конаковой, Н. Б. Куршаковой, Н. Ю. Попова, Р. Стефенсон, Э. А. Уткина, В. И. Хабарова. Вопросы, посвященные отдельным аспектам повышения конкурентоспособности банков, рассмотрены в трудах И. Андреева, О. И. Лаврушина, С. А. Левина, Ю. С. Масленченкова, Г. О. Самойлова, Е. Н. Смольяниновой, Э. А. Уткина. Изучение работ указанных авторов показало, что в современной научной литературе с разной степенью разработанности освещаются отдельные аспекты обозначенной проблемы повышения конкурентоспособности. Однако важно отметить, что многие исследования повышения конкурентоспособности на финансовом рынке носят устаревший характер, значительно отличающихся от передовых банковских технологий, применяемых современными кредитными учреждениями. Таким образом, некоторые теоретические, методологические и практические вопросы повышения конкурентоспособности банков остаются недостаточно разработанными

Цель исследования. Целью выпускной квалификационной работы является поиск путей повышения конкурентоспособности фирмы.

Задачи исследования. Поставленная цель определила следующие задачи:

- исследовать понятие и сущность конкуренции и конкурентоспособности фирмы;
- рассмотреть факторы, влияющие на конкурентоспособность коммерческого банка;
- изучить методы оценки конкурентоспособности коммерческого банка;
- дать организационно-экономическую характеристику коммерческого банка;
- проанализировать экономические показатели, влияющие на конкурентоспособность коммерческого банка;

- провести комплексную оценку конкурентоспособности коммерческого банка;

- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности коммерческого банка и обосновать их экономическую эффективность.

Предмет исследования – конкурентоспособность фирмы – коммерческого банка.

Объект исследования – уровень конкурентоспособности АО «Газпромбанк» (Банка ГПБ (АО)).

Теоретико-методологической базой исследования выступали законодательные и нормативные акты кредитно-банковской сферы, материалы периодической экономической печати и материалы научно-практических конференций, монографические исследования отечественных и зарубежных ученых, творческие разработки научных коллективов по теме исследования.

Эмпирическую базу исследования составили материалы Центрального Банка РФ, официальные отчетные данные исследуемой кредитной организации за 2019-2021 гг.

Методы исследования. Методологической основой исследования выступили экономический анализ, стратегический анализ, наблюдение, сравнение, измерение, анализ

Практическая значимость проведенного исследования заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию механизма повышения конкурентоспособности банка.

2. ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНАЛИЗА НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Понятие и сущность конкуренции и конкурентоспособности фирмы

Конкуренция – это соперничество фирм, функционирующих на конкретном рынке, которое влияет на ценовую, товарную и сбытовую политику. Она представляет собой состязание между участниками рыночного процесса, нацеленное на получение экономической прибыли. Конкуренция побуждает к эффективным действиям на рынке, вынуждая разрабатывать более широкий ассортимент продуктов и услуг по более привлекательным ценам и лучшего качества, чтобы максимально удовлетворять меняющиеся потребности потребителей.

В тесной взаимосвязи с таким сущностным явлением рыночной экономики как конкуренция находится конкурентоспособность, то есть способность организации осуществлять конкурентную борьбу с другими экономическими субъектами. Понятию конкурентоспособности авторы уделяют достаточно много внимания, по этой причине можно найти целое множество определений данного явления (табл.1).

Таблица 1

Определения понятия «конкурентоспособность»

Автор 1	Определение 2
Р. И. Балашова [7, с.159]	Возможность предприятия конкурировать на рынке с производителями и продавцами аналогичных товаров посредством обеспечения ряда характеристик товара
А.О. Блинов, В. Я. Захаров [8, с.20]	Под конкурентоспособностью понимается способность создать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей
А. С. Головачев [13, с.19]	Конкурентоспособность организации – умение организации проектировать, производить и реализовать на рынке товар (услугу) наиболее успешно и полно по сравнению с предприятием-конкурентом, удовлетворяя потребности рынка и обеспечивая получение прибыли, расширенное воспроизводство,

	экономическое и социальное развитие.
--	--------------------------------------

Продолжение таблицы 1

1	2
Н.П. Болдырева [10, с.12]	Конкурентоспособность – это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами в условиях конкретного рынка
М. Портер [27, с.18]	Конкурентоспособность – свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений
А. В. Рожнова [29, с.3286]	Совокупность элементов, характеризующих положение компании во внешней среде, преобразующихся в конкурентные преимущества, что позволяет занимать лидирующие позиции на рынке, повышать уровень прибыльности и достигать целей
В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш [34, с.22]	Обобщающий итоговый показатель устойчивой работы компании, который включает в себя результаты деятельности самых разных производственных, вспомогательных и управленческих подразделений, подсистем и привлеченных ресурсов

Рассмотренные выше определения конкурентоспособности толкуются по-разному, но означают одно и то же. Однако наиболее емким и отражающим суть конкуренции, на наш взгляд, является следующее определение: конкуренция – это борьба независимых друг от друга экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы. Это экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворяя разные потребности покупателей.

Заметим, что многие авторы смешивают категории конкурентоспособности различных уровней, что является недопустимостью, в частности конкурентоспособности продукции (товаров, работ, услуг) и предприятия. Под конкурентоспособностью продукции следует понимать свойство продукции (товара, работы, услуги), характеризующееся степенью соответствия стоимости потребления (то есть цены потребления, и

эксплуатации в процессе производственного или личного потребления) потребительской стоимости (полезности для потребителя) [10, с.23]. Основными причинами недопустимости сведения конкурентоспособности предприятия к конкурентоспособности его продукции являются:

- различие в продолжительности жизненного цикла предприятие и производимой им продукции. Жизненный цикл предприятия, как правило, является более продолжительным, то есть за период его функционирования может смениться несколько поколений продукции. Вместе с тем порой жизненный цикл продукции значительно превышает период деятельности предприятия (например, в случае банкротства и реорганизации компании);

- оценка конкурентоспособности предприятия охватывает всю номенклатуру (ассортимент) продукции, а конкурентоспособность продукции относится к каждому конкретному ее виду. То есть конкурентные преимущества предприятия обеспечиваются не столько конкурентоспособностью отдельных видов его продукции, сколько их оптимальным сочетанием [10, с.24].

Конкурентоспособность предприятия (фирмы) относится к субъекту конкурентоспособности более высокого уровня и как следствие является более емким понятием, то есть включает большее количество анализируемых параметров. По мнению Н. В. Еремеевой, многообразие существующих подходов к данному понятию объясняется разнонаправленностью целей исследования, способов и уровней исследования, спецификой условий анализа конкурентоспособности и т. д. [14, с.20].

Обобщая вышеперечисленные тезисы, мы можем сказать, что наиболее успешными участниками рынка, то есть более конкурентоспособными будут являться те, чье предложение будет наиболее выгодным для потребителя, а также актуальным с точки зрения технологий и современных тенденций в данной сфере.

Стоит помнить и о том, что конкуренция как явление несет в себе не только стимул к прогрессу, но и связана с состязательностью на рынке,

которая в свою очередь означает нестабильность и определенные риски для самих банков. То есть неграмотное управление конкурентоспособностью банковской организации может привести к таким последствиям, как банкротство, сокращение штата работников, снижение репутации банка и т.д.

Банковская конкуренция является одной из разновидностей рыночной конкуренции. Ее специфика определяется многими моментами, но основных - два:

- во-первых, субъекты, участвующие в банковской конкуренции;
- во-вторых, среда, в которой осуществляется банковская конкуренция.

В таблице 2 представлены основные определения понятия «конкурентоспособности» кредитной организации с точки зрения различных авторов.

Таблица 2

Определения понятия «конкурентоспособность кредитной организации»

Автор	Определение
М.В. Маракулин [24, с.25]	Способность банка работать в динамичной конкурентной среде при сохранении существующих конкурентных преимуществ, как минимум, в неизменном виде
В. С. Краюшкин [16, с.8]	Возможность и динамика адаптации банка к условиям рыночной конкуренции
Л. В. Пасечникова [26, с.53]	Возможность эффективной хозяйственной деятельности банка и его практическая прибыльная реализация на конкурентном рынке
Ю.В. Разумова, Е.И. Пикула, А.Ю. Волочаева [28, с.228]	Способность банка приобрести, сохранить и увеличить долю на рынке
Ю. С. Эзрох [38, с.11]	Способность использовать свои сильные стороны и сосредоточить свои усилия в области производства банковских услуг, где кредитная организация сможет занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках

Критический анализ имеющихся точек зрения позволяет сделать вывод о том, что принципиальных различий в трактовке банковской конкуренции среди ученых нет. Все они признают, что банковская конкуренция представляет собой соперничество между субъектами рынка банковских услуг за достижения одних и тех же целей. Однако для объективности

раскрытия экономической сущности исследуемого явления считаем необходимым в определении банковской конкуренции отразить такие ее сущностные характеристики:

- во-первых, банковская конкуренция – это, прежде всего непрерывный и динамичный процесс соперничества;

- во-вторых, соперниками банка на рынке выступают не только другие банки, но и небанковские финансово-кредитные институты и нефинансовые предприятия;

- в-третьих, объектом конкурентной борьбы являются не только банковские, но и небанковские финансовые услуги, поскольку банки в настоящее время все активнее внедряются в различные сегменты рынка финансовых услуг [44, с.28].

Понятие конкурентоспособности кредитной организации целесообразно раскрыть по трем основным уровням в зависимости от многообразия возникающих в банковском секторе конкурентных отношений. При этом на микроуровне банковской системы конкурентоспособность можно рассматривать по трем направлениям:

- функциональная – разнообразные банковские продукты и (или) услуги, направленные на удовлетворение одной и той же потребности;

- видовая – банковский продукт и (или) услуга с определенными потребительскими качествами и характеристиками, направленная на удовлетворение потребности. Ярче всего она проявляется в соотношении цены и качества определенных банковских продуктов и (или) услуг, производимых отдельными банками. В этом аспекте конкурентоспособность представляет собой свойство банковского продукта и (или) услуги, которое позволяет охарактеризовать степень удовлетворения клиентом конкретной потребности по сравнению с аналогичными продуктами и (или) услугами, представленными на рынке;

- межбанковская – конкурентное преимущество на рынке имеет тот банк, который своими продуктами и (или) услугами привлек большее количество потенциальных потребителей [28, с. 230].

По мнению И. Лифица конкурентоспособность на мезоуровне банковской системы представляет собой «продуктивность работы банковских групп при различных сценариях развития экономики России и мира в целом». Конкурентоспособность на макроуровне банковской системы – это результативность национальной банковской системы в целом, которая проявляется в ее способности конкурировать с банковскими системами стран с развитой рыночной экономикой, а также способность национальных кредитных организации конкурировать между собой [20, с. 244].

Таким образом, конкурентоспособность коммерческого банка по большей части представляется как процесс развития коммерческого банка на рынке банковских услуг по отношению к другим участникам банковской системы, который способствует более качественным услугам, их разнообразию, инновационности с позиции конкурентных преимуществ при оптимальных затратах для усиления стабильной позиции на банковском рынке.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность коммерческого банка

Под факторами конкурентоспособности коммерческого банка понимают влияние на процессы деятельности коммерческого банка различных тенденций в социально-экономической жизни общества, проводимой политике Центрального Банка страны. Согласно исследованиям известного экономиста, профессора Гарвардской школы бизнеса М. Портера все факторы конкурентоспособности можно подразделить на несколько основополагающих групп.

Прежде всего, факторы делятся на основные и развитые. Основные факторы – это те, что появились вследствие влияния природы или стали результатом длительного исторического развития. К таким факторам относятся: географическое положение, климат, дороги, природные ресурсы.

Развитые факторы – это факторы, которые государство приобретает путем усиленных затрат. К ним относятся: квалифицированные кадры, высокотехнологичное производство, современная инфраструктура [27, с.26].

Также выделяют общие и специализированные факторы. Общие факторы применяются для производства различной продукции в широком спектре отраслей. К ним относятся: дебитный капитал, персонал с высшим образованием. Специализированные факторы – те, которые применяются для производства ограниченного вида товара или которые можно использовать в какой-то одной отрасли. К таким факторам относятся: узкоспециализированный персонал, венчурный капитал. Он напрямую связывает факторы конкурентоспособности коммерческого банка с факторами формирования банковских продуктов [27, с.28].

Также многие авторы, изучающие конкурентоспособность, предлагают разделить все многообразие факторов на внешние и внутренние, которые могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности банка, так и в сторону уменьшения. Внутренние факторы – это объективные критерии, определяющие возможности банка по обеспечению собственной конкурентоспособности, к ним можно отнести: потенциал маркетинговых служб, кадровый потенциал, финансово-экономический потенциал, уровень материально-технического обеспечения и другие. Внешние факторы – это социально-экономические и организационные отношения, позволяющие организации реализовать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна. К внешним факторам можно отнести меры государственного воздействия экономического и административного характера; характеристики самого банковского сектора страны; деятельность общественных и негосударственных институтов.

О. В. Блынду выделяет следующие группы факторов, влияющих на результативность деятельности конкурентов на рынке:

- имидж коммерческого банка;
- качество и концепции банковских продуктов;

- рыночная доля коммерческого банка;
- стабильность финансово-экономического положения коммерческого банка на рынке;
- маркетинговая деятельность (реклама, глубина исследований);
- политика организации во внешней предпринимательской среде [9, с.16].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что большое влияние на конкурентоспособность банка оказывает конкурентоспособность его продуктов. Конкурентоспособность банковского продукта определяется набором определенных характеристик, определяющих его преимущества по сравнению с аналогичными товарами на конкретный момент времени. Наиболее общими критериями конкурентоспособности банковских продуктов является их цена и качество [16, с.18].

Так, отдельные исследователи (Ю. Г. Вешкин, Г. Л. Авагян) считают, что конкурентоспособность продукта определяется соотношением приемлемого для потребителя качества продукта с приемлемой для него ценой [11, с.108]. В свою очередь, Е.А. Горбашко связывает конкурентоспособность банковского продукта с его ключевыми преимуществами, с помощью которых осуществляется доминирование организации на рынке. Однако при этом не следует забывать о непосредственной деятельности коммерческого банка, включая проведение финансовой, маркетинговой, производственной и кадровой политики. Только в ансамбле всех видов деятельности банка проявляется комплексная эффективность, позволяющая стабильно поддерживать в долгосрочном периоде конкурентные преимущества на рынке банковских услуг [32, с.280]. Таким образом и формируется конкурентоспособность кредитной организации.

Ценовые характеристики банковских продуктов включают в себя затраты банка на реализацию банковского продукта, а также возможные расходы клиента на его получение. Ценовая конкуренция между банками

ограничена, потому что существует предельный уровень, выше которого банк не может понести расходы или получить прибыль за конкретно выполненные операции. При этом ценовая конкуренция между банками истощает банковские ресурсы, и может привести к банкротству слабых банков, что негативно влияет на развитие банковской системы страны в целом.

В большей степени конкурентоспособность банковских продуктов зависит от качественных характеристик, связанных с использованием различных приемов, которые непосредственно не зависят от цены банковского продукта, в частности: использование банком инноваций, техническое обеспечения банка, уровень обслуживания клиентов. В условиях обострения конкурентной борьбы в банковской сфере следует обращать внимание именно на неценовые факторы конкурентоспособности. Эффективное воздействие на неценовые факторы возможно при условии проведения маркетинговых исследований того сектора рынка, который обслуживается банком, изучения потребностей клиентуры, разработки новых продуктов, предлагаемых клиентам [11, с.111].

Повышение конкурентоспособности банковских продуктов должно стать основной задачей коммерческого банка, а удовлетворение потребностей клиентов его основной социальной целью.

Критерии качества банковских продуктов определяются как для клиентов, так и непосредственно для банковского учреждения

Для клиентов под качеством продукта банка следует понимать качественное консультирование; скорость обслуживания; понятность банковских продуктов; отсутствие совершения ошибок сотрудниками и техническими устройствами банка; наличие дополнительных услуг, для удовлетворения всех потребностей клиента; наличие обратной связи между клиентом и банком, отслеживание удовлетворения клиентов осуществлёнными операциями, тщательная работа с претензиями. Для банков качество продукта сопоставляется с затратами на их предоставление,

равным риску их реализации, скоростью внутренних рабочих процессов. Критерии оценки банковского продукта с позиции привлекательности для потребителей должны разрабатываться банком отдельно для каждого продукта.

Вышеперечисленные факторы актуальны для банковской сферы, поскольку специфика такой компании состоит в сильной зависимости от репутации среди потенциальных и настоящих клиентов, наличия финансовых ресурсов для создания такой сложной и капиталоемкой структуры, а также от того, какие законодательные акты существуют в той стране, где будет разворачиваться деятельность.

Также в банковской сфере в современных условиях очень важен такой фактор, как технологичность, поскольку потребитель всегда будет выбирать те сервисы, которые делали бы необходимые ему услуги доступнее во всех аспектах, быстрее, надежнее.

Важно также отметить, что повышение конкурентоспособности банковской организации и ее продуктов в значительной степени зависит от уровня ее экономической безопасности. Это объясняется тем, что банковская деятельность играет значимую роль в движении денежных средств и, непосредственно, несет в себе опасность экономического риска. Полноценная банковская система представляет собой единую и взаимосвязанную совокупность кредитных организаций, каждая из которых выполняет свою особую функцию, проводит свой перечень денежных операций, в результате чего потребности общества в банковских продуктах и услугах в полной мере удовлетворяются [22, с.24].

Конкурентоспособность в области кредитных банковских услуг имеет определенную специфику, и некоторые важные детали подлежат отдельному рассмотрению. В первую очередь эффективность и, как следствие, конкурентоспособность банка характеризует достаточность капитала.

В современных условиях на рынке действует большое количество фирм, которые фальсифицируют свою финансовую отчетность, поэтому

особое внимание государственными органами уделяется капиталу банка (в частности отношение капитала 1 уровня к капиталу 2 уровня).

Специфика банковской деятельности также заключается в сильной зависимости от репутации и имиджа. Эта особенность обоснована тем, что кредитные и финансовые операции неразрывно связаны с рисками различного уровня, и, естественно, клиент захочет доверить свои денежные средства агенту, который зарекомендовал себя надежным и безопасным. Следовательно, мы можем отнести к одним из факторов конкурентоспособности банка его рейтинг по надежности и рейтинг доверия среди потенциальных и настоящих клиентов [8, с.21].

Репутация. Такой фактор является неосязаемым, но вместе с тем очень важным. Учитывая специфику рынка финансовых и кредитных операций, которые постоянно напрямую связаны с большим количеством рисков различного рода, репутация является важным фактором конкурентоспособности банка наряду с финансовой устойчивостью. Репутация может быть определена различными способами. Например, существует такой показатель, как «гудвилл», т.е. нематериальное благо, которое представляет собой оценку деятельности субъекта. Гудвилл рассчитывается как превышение стоимости покупки компании над стоимостью его чистых активов на момент покупки. Также способом определения репутации банка могут быть различные рейтинги и оценки как от экспертов, так и от потребителей [8, с.22].

Экономия, которая обусловлена ростом масштаба производства. Крупные начальные вложения, направленные на поддержку инфраструктуры информационных и цифровых технологий и поиск альтернативных решений для ряда однотипных проблем помогают стандартизировать и упростить многие процессы внутри компании (в том числе для клиента) и, как следствие, минимизировать издержки.

Экономия, которая обусловлена широким спектром услуг. Синергетический эффект можно обеспечить с помощью сбора и обработки

информации о клиенте и его потенциальных потребностях, которые могут быть удовлетворены с помощью организации, в которой он уже обслуживается. Эффективность управления такой информацией можно максимизировать с помощью создания специальных баз данных, которые будут подлежать обязательной обработке [32, с.283].

Важно подчеркнуть, что достаточно часто конкурентоспособность банка отождествляют с его финансовой устойчивостью, т.к. последняя является важнейшим показателем результативности и качества его деятельности. Однако не стоит забывать о подходе, при котором финансовая устойчивость банка – один из элементов конкурентоспособности банка и рассматривается в комплексе.

Любой из рассмотренных факторов конкурентоспособности банка может стать его конкурентным преимуществом. Рассмотрев факторы внешнего окружения и внутренней среды, можно утверждать, что конкурентоспособность организации представляет собой совокупность, с одной стороны, характеристик самого коммерческого банка, а с другой, характеристик внешних факторов, влияющих на него. Уровень конкурентоспособности банка определяет его способность эффективно функционировать на современном рынке банковских услуг и в текущих экономических, политических и социальных условиях.

Методы оценки конкурентоспособности коммерческого банка

В экономической литературе излагаются разные методологические подходы к оценке конкурентоспособности коммерческих банков. Больше всего они базируются на методиках оценки состояния коммерческого банка, прежде всего финансового, или его деятельности, как устойчивости и надежности, достаточно полно описанных в специальных источниках. Такие методики различаются по источникам получения информации, охвату направленности банковской деятельности и учету ее среды, виду используемых показателей, инструментарию построения, технология расчета

Алгоритм поэтапной оценки, позволяющий оценить уровень конкурентоспособности банков, который может быть так же использован для оценки конкурентоспособности отдельно взятого коммерческого банка, в том числе и в динамике, предложен Ю.В. Разумовой (рис. 1).

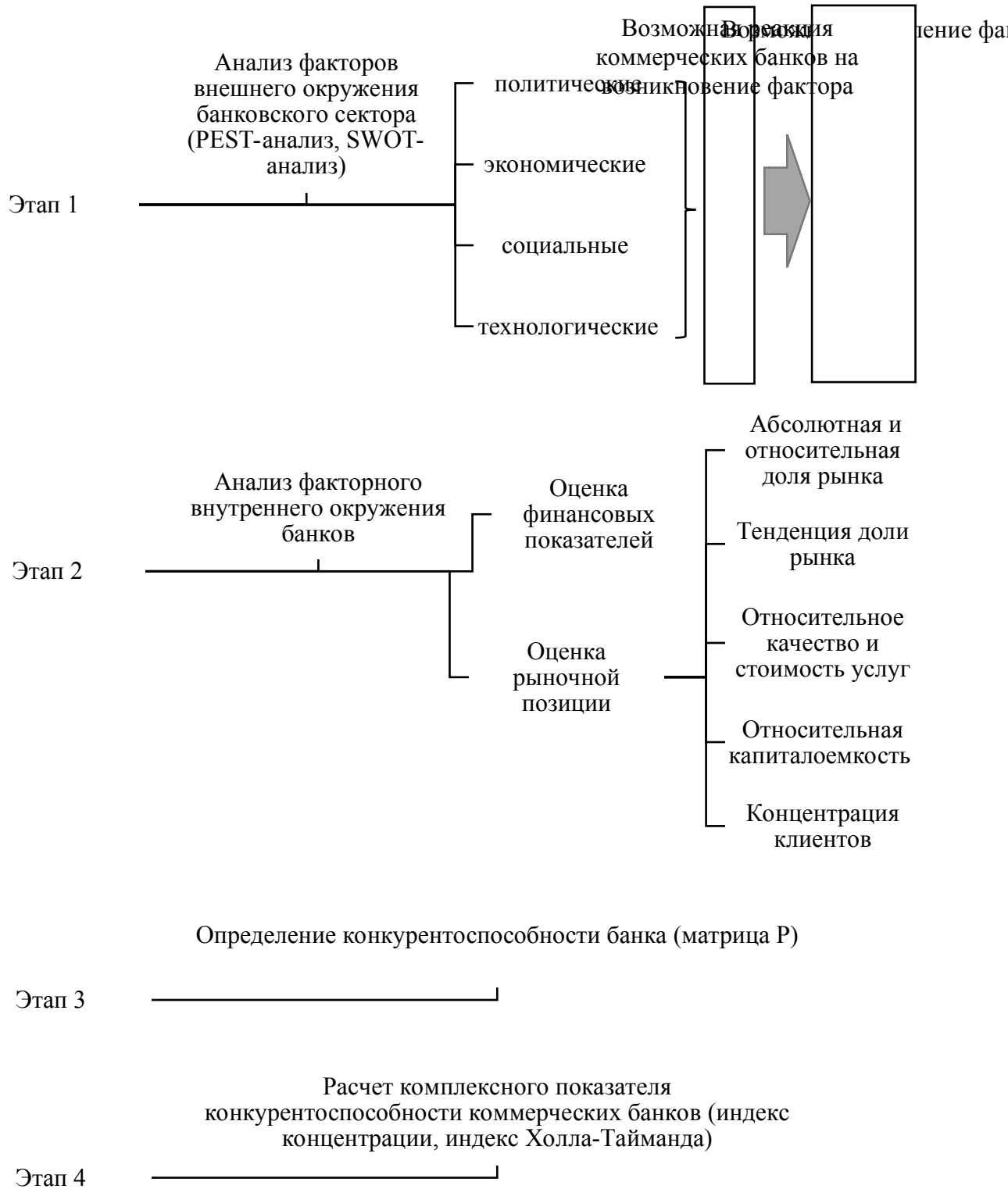


Рис.1. Алгоритм оценки конкурентоспособности коммерческих банков по методике Ю. В. Разумовой [28, с.230]

Достоинствами данного метода оценки конкурентоспособности коммерческих банков являются четко сформулированные этапы оценки развития конкурентной среды, рекомендованы апробированные методы оценки показателей и тенденций на каждом этапе, а также рекомендован доступный для широкого круга лиц источник информации и сгруппирован набор показателей для анализа, что упрощает ее применение.

Кроме того, данный алгоритм может быть использован для любого отдельно взятого коммерческого банка для выявления текущего положения на рынке, факторов способных повлиять на деятельность коммерческого банка, а также внутренних возможностей для разработки и реализации стратегии по поддержке или повышению его конкурентоспособности.

В настоящее время методы оценки интегральной конкурентоспособности особенно популярны, поскольку конкурентоспособность банка является интегральной характеристикой, состоящей из множества параметров, в том числе финансовых показателей.

Необходимость формирования интегральных оценок конкурентоспособности кредитной организации возникает в связи с тем, что частные показатели, описывающие определенные явления, не позволяют получить комплексное представление об уровне развития и позициях, занимаемых коммерческим банком.

Другой причиной необходимости формирования интегральных оценок является желание понять процессы, происходящие в кредитной организации, и их причины. Только анализируя совокупность частных показателей, можно выявить причины роста или снижения ресурсной базы, уровня доходности активов, доходности и финансового положения коммерческого банка. Отечественные ученые предлагают ряд различных методик, основные из которых базируются на интегральной оценке конкурентоспособности банка.

В частности, методика С. А. Черновой, М. Ю. Алиевой, предлагают построение интегральной оценки на основе показателей конкурентоспособности банковских услуг, места банка на рынке банковских услуги и возможности банка по удержанию позиций на рынке (рис.2).

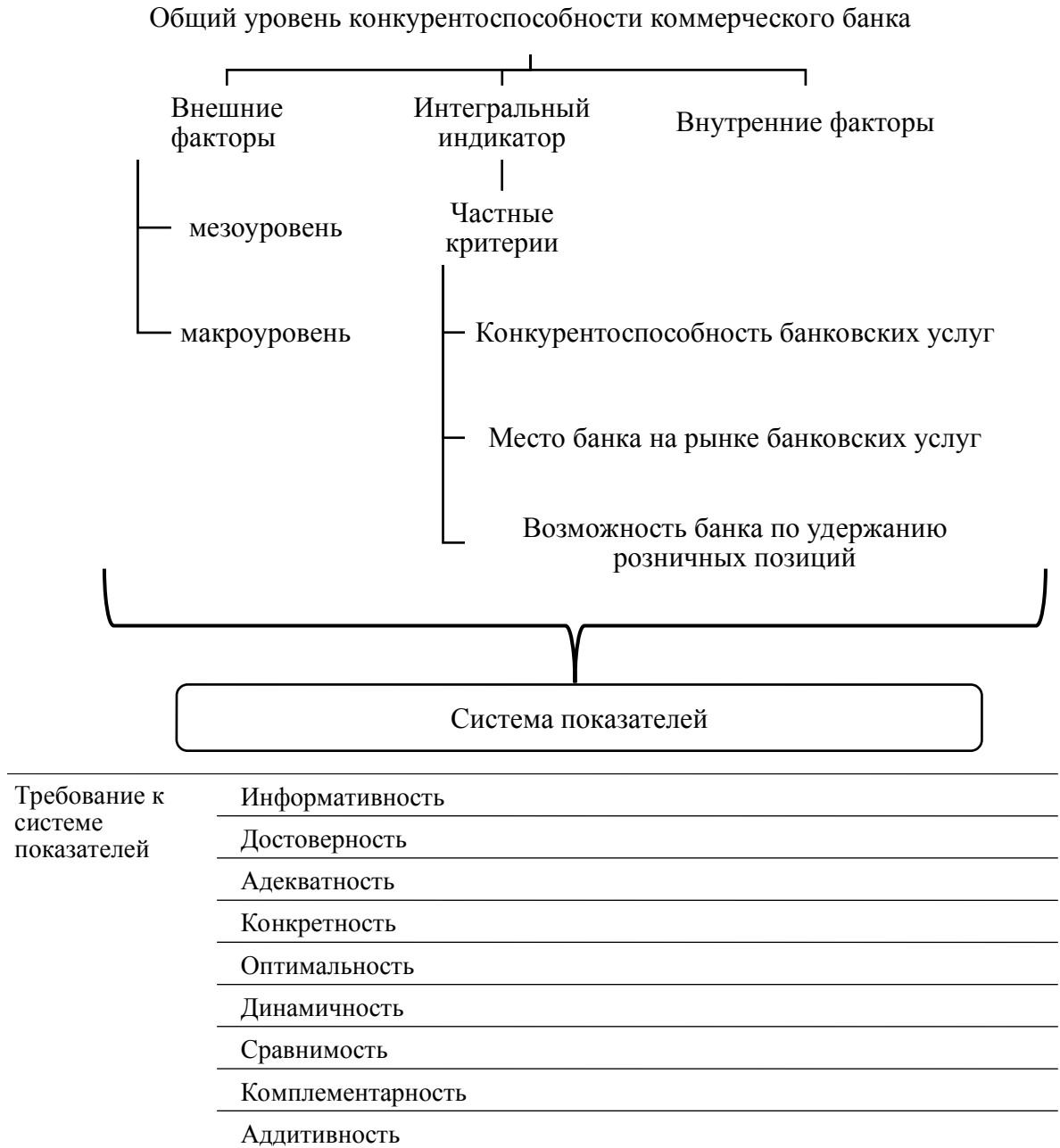


Рис.2. Структурно-логическая схема формирования критериев и показателей конкурентоспособности коммерческого банка по методике С. А. Черновой и М. Ю. Алиевой [35, с.95]

Особенностью данной методики является использование комбинации методов многомерного сравнительного анализа, методов качественной статистики и методов агрегирования показателей для оценки конкурентоспособности банков.

Другим методом интегральной оценки конкурентоспособности банка является авторская методика, предложенная Н. Н. Куницыной и В.С. Краюшкиным. Условно пошаговые элементы предлагаемой методики оценки конкурентоспособности коммерческого банка представлены на рисунке 3.



Рис.3. Методика интегральной оценки конкурентоспособности коммерческого банка Н. Н. Куницыной и В.С. Краюшкина [17, с.304]

Анализируя рассмотренные методы, можно сделать вывод, что не существует идеального способа оценки конкурентоспособности, у каждого есть свои достоинства и недостатки, каждый из методов учитывает одни факторы и не учитывает другие. Большое количество методик основано на труднодоступной информации, вызывает сложности в расчетах показателей либо недоступно для изучения.

Таким образом, каждая кредитная организация выбирает свой способ для анализа, либо выбирает совокупность методов оценки конкурентоспособности, для более точного определения уровня экономической безопасности банка.

Однако из вышперечисленных методов конкурентоспособности, по нашему мнению, наиболее эффективным является метод, предложенный Н. Н. Куницыной и В.С. Краюшкиным, который позволит оценить как стратегическую позицию банка на рынке, так и уровень экономической безопасности, выявить основные угрозы и риски в деятельности кредитной организации и в результате разработать меры, направленные по повышению конкурентоспособности банка.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании рассмотренного теоретического материала по исследованию теоретических аспектов финансовой устойчивости предприятия, ее оценки и методов управления было установлено, что сегодня эффективность финансово-банковской системы представляется одним из важнейших путей обеспечения не только международной конкурентоспособности, но и экономической безопасности страны. Конкуренция на финансовом рынке представляет собой динамичный процесс соперничества субъектов конкуренции, которые оказывают схожие или взаимозаменяемые финансовые услуги и стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке, характеризующееся высокой отдачей на капитал в обозримом будущем

По результатам обобщения литературных источников и синтеза наиболее характерных особенностей конкурентоспособности субъектов конкурентной борьбы можно дать следующее определение категории «конкурентоспособность банка»: это комплексная сравнительная характеристика банка, которая определяется его имеющимся конкурентным потенциалом для реализации имеющихся и создания новых конкурентных преимуществ, что позволяет обеспечить ведущую конкурентную позицию на рынке банковских услуг в условиях конкурентной борьбы. В данном определении как основные составляющие элементы конкурентоспособности определены конкурентный потенциал, конкурентные преимущества и конкурентная позиция, что позволит обосновать аналитический инструментарий оценки конкурентоспособности банка и обеспечить адаптацию банковского учреждения до изменения условий функционирования вследствие усиления конкурентной борьбы на рынке

банковских услуг путем реализации соответствующих конкурентных стратегий.

Основными факторами, оказывающими влияние на состояние конкурентной среды на российском финансовом рынке, являются имидж коммерческого банка; рыночная доля коммерческого банка; стабильность финансово-экономического положения коммерческого банка на рынке; маркетинговая деятельность (реклама, глубина исследований); политика организации во внешней предпринимательской среде, а также потребительские характеристики самой банковской услуги (банковского продукта). Под конкурентоспособностью банковского продукта (услуги) понимают его потребительскую характеристику, которая отражает степень ее соответствия общественной потребности с точки зрения затрат на ее удовлетворение.

Анализ методик оценки конкурентоспособности коммерческого банка выявил, что не существует идеального способа оценки конкурентоспособности, у каждого есть свои достоинства и недостатки, каждый из методов учитывает одни факторы и не учитывает другие. Одной из эффективных методик является методика, предложенная Н. Н. Куницыной и В.С. Краюшкиным, которая позволит оценить как стратегическую позицию банка на рынке, так и уровень его экономической безопасности. Данная методика будет использована в дальнейшем для написания выпускной квалификационной работы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Справочно-правовая система Консультант Плюс
2. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 14.07.2022) «О банках и банковской деятельности»
3. Указ Президента РФ от 21.12.2017 N 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции»
4. Инструкция Банка России от 06.12.2017 N 183-И (ред. от 22.04.2020) «Об обязательных нормативах банков с базовой лицензией»
5. Указание Банка России от 03.04.2017 N 4336-У (ред. от 27.11.2018) «Об оценке экономического положения банков»
6. Указание Банка России от 11.06.2014 N 3277-У (ред. от 26.12.2017) «О методиках оценки финансовой устойчивости банка в целях признания ее достаточной для участия в системе страхования вкладов»
7. Балашова Р. И. Генезис сущности конкурентоспособности предприятия // Менеджер. – 2019. – №2 (80). – С.159-169.
8. Блинов А.О. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности /А.О. Блинов, В.Я. Захаров // Менеджмент в России и за рубежом. – 2020. – № 4. – С.20-22.
9. Блынду О. В. Факторы, формирующие имидж банка // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2019. – Т. 18. – С. 15-19.

10. Болдырева Н. П. Теория оценки конкурентоспособности: учебное пособие / Н. П. Болдырева, Н. В. Болдырева. - 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2019. - 146 с.
11. Вешкин Ю. Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка: учебное пособие / Ю. Г. Вешкин, Г. Л. Авагян. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 432 с.
12. Герасимова Е. Б. Финансовый анализ. Управление финансовыми операциями: учебное пособие / Е. Б. Герасимова, Д. В. Редин. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. – 192 с.
13. Головачев А. С. Конкурентоспособность организации: учеб. пособие / А. С. Головачев. – Минск: Выш. шк., 2022. – 319 с.
14. Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2022. – 242 с.
15. Жоламанова М. Т., Изимова С. А. Современные методы оценки конкурентоспособности коммерческого банка. [Электронный ресурс]//Молодой ученый. – 2020. – №10. – С. 226-232.
16. Краюшкин В. С. Управление конкурентоспособностью коммерческого банка: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.10 / Краюшкин Владислав Сергеевич. – Ставрополь, 2019. – 26 с.
17. Куницына Н.Н., Краюшкин В.С. Разработка методики интегральной оценки конкурентоспособности коммерческого банка // Мир науки, культуры, образования. – 2019. – №3. – С. 303-306.
18. Куприянова Л. М. Финансовый анализ: учебное пособие / Л.М. Куприянова. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 157 с.
19. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2021. – 625 с.

20. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие для академического бакалавриата / И. М. Лифиц. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 392 с.

21. Лукаш Ю. А. Маркетинг как составляющая обеспечения конкурентоспособности: учебное пособие / Ю. А. Лукаш. – М.: Флинта, 2022. - 125 с.

22. Мануйленко В. В. Модели оценки экономического капитала коммерческого банка: монография / В. В. Мануйленко. – М.: Финансы и Статистика, 2021. – 264 с.

23. Мануйленко В. В. Система оценки достаточности капитала коммерческого банка: монография / В. В. Мануйленко, Н. Н. Куницына. - М.: Финансы и Статистика, 2021. – 319 с.

24. Маракулин М.В. Управление компромиссами как фактор конкурентоспособности компании / М.В. Маракулин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2019. – № 4. – С. 25-31.

25. Методики оценки конкурентоспособности коммерческого банка: российский и зарубежный опыт [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodiki-otsenki-konkurentosposobnosti-kommercheskogo-banka-rossiyskiy-i-zarubezhnyy-opyt>

26. Пасечникова Л. В. К вопросу об эффективности деятельности регионального банка (на примере АО «БАНК ОРЕНБУРГ»): монография / Л. В. Пасечникова, И. В. Зенченко, О. В. Киселева. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, 2022. – 198 с.

27. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: учебно-практическое пособие / М. Е. Портер. – 7-е изд. – М.: Альпина Пабlishер, 2019. – 453 с

28. Разумова Ю.В., Пикула Е.И., Волочаева А.Ю. Конкурентоспособность региональных коммерческих банков:

обоснование исследовательских вопросов // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 9-1. – С. 228-236.

29. Рожнова А. В. Анализ определения конкурентоспособности предпринимательских структур // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2019. – Т. 39. – С. 3286–3290.

30. Румянцева Е. Е. Экономический анализ: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Румянцева. – М.: Юрайт, 2021. – 381 с.

31. Толпегина О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник и практикум для вузов / О. А. Толпегина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2022. – 610 с.

32. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.]; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. – 2-е изд. – М.: Юрайт, 2022. – 407 с.

33. Фомичев В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью: учебник для вузов / В. И. Фомичев. – М.: Юрайт, 2022. – 156 с.

34. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 799 с.

35. Чернова С. А., Алиева М. Ю. Методические подходы к оценке конкурентоспособности региональных коммерческих банков // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2021. – №1. – С.89-99.

36. Шелкунова Т. Г., Гаглоева К. А. Банковская конкуренция и конкурентоспособность: сущность, понятие, специфика // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). – СПб.: Заневская площадь, 2020. – С. 141-145

37. Шершнева Е. Г. Диагностика финансового состояния коммерческого банка: учеб. пособие. Екатеринбург. ун-та, 2019. – 88 с.

38. Эзрох Ю. С. Методические основы конкурентоспособности коммерческого банка: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.10 / Эзрох Юрий Семенович; Новосибирск: 2020. – 32 с.