

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕЖБАНКОВСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ОСНОВЕ ТРАНЗАКЦИОННОГО ПОДХОДА

© 2012 Д.Н. Цаплев

Кубанский государственный университет, г. Краснодар

E-mail: voronov.a@mail.ru

Статья посвящена исследованию возможностей применения транзакционного подхода к исследованию масштабов и интенсивности межбанковской конкуренции. Предложена авторская трактовка механизма межбанковской конкуренции и классификации конкурентных ситуаций.

Ключевые слова: межбанковская конкуренция, транзакционный подход, механизм межбанковской конкуренции, классификация конкурентных ситуаций межбанковской конкуренции.

Транзакционный подход, известный также под названием контрактного подхода, исторически был первым, не только поставившим вопрос о том, почему существуют фирмы, но и давшим такой ответ на него, который определил отправной пункт нового направления в экономической теории, существенно изменившего ее облик и предпосылки. Речь идет о знаменитой статье Р. Коуза “Природа фирмы”¹. Суть ответа заключалась в том, что фирмы в силу своего особого контрактного устройства обеспечивают экономию транзакционных издержек при координации использования ресурсов по сравнению с координацией, обеспечиваемой действием механизма цен, т.е. рынком.

Данный подход был существенно продвинут в 1970-1980 гг. рядом исследователей, и в первую очередь О. Уильямсоном, который ввел понятие оппортунистического поведения и создал тем самым предпосылки для применения к изучению фирм агентской модели.

В рамках транзакционного подхода понятие “коммерческий банк” - это просто краткое описание способа организовать деятельность в рамках контрактной структуры, отличающейся от обычных рынков продукции. Квинтэссенцией такого отношения к банку как объекту исследования можно считать ставшее широко употребляемым выражение “фирма как совокупность контрактов” (firm as a nexus of contracts), введенное М. Дженсенем и У. Меклингом для характеристики корпорации.

Адаптация транзакционного подхода под нужды мониторинга и развития конкурентных процессов была проведена Н.А. Овчаренко, представившей расширенную концепцию поведенческого подхода к проблемам конкуренции. Она отмечает, что

несмотря на декларирование принципа конкуренции в организации хозяйственных связей в рыночной модели хозяйствования, не все транзакции, осуществляемые на рынке между предприятиями и их потребителями, носят конкурентный характер. Исследователи проблем конкуренции делают значимую методологическую ошибку, рассматривая в качестве объема рынка все транзакции, имеющие место на рынке, в то время как необходимо четко дифференцировать конкурентный и неконкурентный секторы рынка, оценивать их размеры и особенности функционирования. В этом случае повышается объективность управленческой оценки благоприятности конкурентной среды, емкости и основных особенностей рынков сбыта, повышается качество прогнозирования результативности и эффективности конкурентных стратегий предприятий².

Отметим также, что существование неконкурентного сектора в работе предприятий является объективной реальностью и может стать следствием роста их конкурентоспособности. Покупатели достаточно часто становятся лояльными под влиянием таких управленческих воздействий, как программы лояльности, личные знакомства топ-менеджеров, опыт сотрудничества и других, абсолютно нерыночных факторов. При этом неконкурентный сектор, обеспечивающий безубыточность предприятия, может считаться для предприятия благом, поскольку позволяет организовать поисковую и инновационно-конкурентную деятельность даже при наличии вероятности полной потери ресурсов, в них вложенных. В неуправляемой конкурентной среде даже самое добросовестное и конкурентоспособное предприятие может быть вытеснено с рынка и

ликвидировано вследствие, например, циклических колебаний экономики или антиконкурентных действий контактных аудиторий. Задачей же стратегического управления конкурентными процессами в экономике страны является создание и администрирование такой конкурентной среды, которая, с одной стороны, обеспечивала бы естественный селективный отбор, стимулируя постоянную конкурентную активность предприятий, а с другой - поддерживала бы предпринимательскую инициативу, позволяла предприятиям устойчиво развиваться, принося тем самым экономический эффект народнохозяйственной системе страны³.

Следует признать, что такой научный синтез поведенческого и транзакционного подхода к проблемам исследования конкуренции позволяет перейти от изучения эфемерного соперничества коммерческих банков, имеющего место в большинстве современных определений межбанковской конкуренции, к вполне реальному рассмотрению масштабов и интенсивности конкуренции на основе анализа деятельности не только коммерческого банка, но и поведения потребителей банковских услуг как совокупности осуществленных за определенный период времени банковских транзакций, дифференцировав их по уровню конкурентности и определив реальные масштабы и значимость конкуренции в деятельности коммерческих банков.

На основе проведенного анализа стало возможным предложить авторское определение межбанковской конкуренции, позволяющее адаптировать транзакционный подход к деятельности коммерческих банков и расширить научную методологию исследования сущности и проявлений конкуренции в банковской сфере страны. Под межбанковской конкуренцией мы предлагаем понимать дуалистический процесс соперничества коммерческих банков за ограниченный объем платежеспособного спроса на финансовом рынке, представляющий собой комплекс транзакций клиентов, осуществляемых посредством традиционных и инновационных банковских инструментов, который возможен на основе реализации клиентами позитивистского типа экономического поведения. Применение позитивистского типа поведения означает реализацию рационального процесса принятия потребительского решения о выборе коммерческого банка в качестве посредника для реализации транзакции, суть которого

состоит в формировании клиентом достаточно большого числа конкурентных альтернатив (банковских продуктов и коммерческих банков, их предлагающих) и в последующем логически обоснованном выборе конкретного банковского продукта и коммерческого банка - поставщика на основе ранжирования критериев конкурентоспособности.

Термин "дуалистический" означает, что для реализации принципа конкуренции при осуществлении банковских транзакций необходимо пересечение двух фундаментальных классов вещей или принципов, взаимовлияющих друг на друга, но не меняющих свою структуру⁴. Такими принципами в межбанковской конкуренции является конкурентное поведение коммерческих банков и конкурентное поведение их клиентов. Конкурентное поведение коммерческих банков может быть рассмотрено в двух аспектах:

- соперничество за клиента путем предоставления ему традиционных банковских услуг и продуктов;

- соперничество за клиента путем разработки и предоставления инновационных банковских услуг и продуктов.

Объективной основой процессов конкуренции между коммерческими банками является наличие рационально настроенных клиентов, осуществляющих обоснованный выбор между услугами и конкретными банками на основе логического сравнения конкурентных предложений и выбора наиболее конкурентоспособного из них. Пассивность поведения потребителей на рынке банковских услуг, случайный или, наоборот, чрезмерно устойчивый характер выбора ими конкретных банковских продуктов или банков являются реальными препятствиями к активизации конкурентных процессов и повышению роли конкуренции как резерва интенсивного развития национальной банковской системы. Именно поэтому развитие конкурентной культуры потребительского поведения на рынке банковских услуг должно стать основой повышения роли межбанковской конкуренции в эволюции национальной банковской системы.

Соперничество за ограниченный объем платежеспособного спроса означает, что если клиент воспользовался услугами конкретного коммерческого банка при совершении транзакции, то он не будет ее дублировать посредством других коммерческих банков, т.е. получение прибыли за конкретную транзакцию одним коммерческим

банком приводит к невозможности ее получения остальными банками-конкурентами. Такое определение является основой для понимания содержательного значения механизмов конкурентного развития и конкурентного отбора, в сумме составляющих механизм межбанковской конкуренции.

Авторское определение позволяет расширить современные научные представления в части природы межбанковской конкуренции, использовать основные положения транзакционного подхода для разработки и применения количественных методов оценки ее масштабов и динамики, заложить базу для разработки конкретных мероприятий тактического и стратегического уровней по повышению значимости межбанковской конкуренции в развитии банковского сектора России.

Содержательную трактовку механизма межбанковской конкуренции, основанную на использовании транзакционного подхода, можно охарактеризовать следующим образом. Конкурентная среда деятельности коммерческих банков находится под непрерывным воздействием комплекса изменений, включающих в себя изменения внешней и внутренней среды коммерческих банков, а также изменения модели поведения потребителей банковских услуг и продуктов.

Внутри конкурентной среды, основными субъектами которой являются коммерческие банки, небанковские кредитные организации и финансовые институты (предоставляющие взаимозаменяемые продукты и услуги), непрерывно идут процессы формирования рыночного предложения, включающие разработку и введение на рынок банковских и финансовых услуг и продуктов традиционного и инновационного типов. Непосредственно взаимодействуя с целевыми группами потребителей банковских и финансовых услуг и продуктов, коммерческие банки используют логику конкурентного поведения потребителей, которая сводится к особенностям потребительского выбора конкретной банковской услуги (продукта) и банка, ее предоставляющего. В условиях отсутствия конкурентной активности потребителей возможно два типа конкурентного поведения:

- лояльное поведение, когда конкретный потребитель (физическое лицо, нефинансовая организация, финансовая организация) удовлетворен качеством оказываемых банковских услуг и предоставляемых продуктов и осуществляет повторные лояльные транзакции с помощью одно-

го и того же коммерческого банка. В этом случае межбанковская конкуренция как явление отсутствует, а коммерческим банкам-конкурентам необходимо применение специальных инструментов непосредственно конкурентной борьбы, направленных либо на снижение уровня лояльности клиентской базы банка-конкурента, либо на их прямое переманивание;

- когнитивное поведение, когда конкретный потребитель не видит необходимости конкурентного выбора банковских услуг и продуктов и осуществляет случайные транзакции в ближайшем коммерческом банке (примером могут служить операционные кассы коммерческих банков, расположенные в местах, характеризующихся значительным потоком не повторяющихся потребителей - например, многофункциональные центры регистрации сделок недвижимости, центры регистрации транспортных средств и т.д.).

Именно конкурентная активность потребителей, выраженная в рациональном выборе конкретной банковской услуги (продукта) и коммерческого банка - поставщика, является исходным моментом начала межбанковской конкуренции. Отсутствие конкурентной культуры выбора коммерческих банков, высокий уровень доверия к кредитным организациям с государственным участием, традиционные банковские бренды (например, АКБ "Сбербанк России"), с одной стороны, стабилизируют рынок, препятствуя разрушительной и хищнической конкуренции, а с другой - реально препятствуют даже продуктивной конкуренции, снижая стимулы банков к разработке и внедрению инноваций и не позволяя запустить механизмы конкурентного развития и конкурентного отбора, в совокупности составляющие суть механизма конкуренции.

Действие механизма конкурентного отбора проявляется в игнорировании рационально настроенными потребителями неконкурентоспособных банковских услуг и продуктов, что приводит к снижению результатов деятельности неконкурентоспособных банков и сокращению их ресурсной базы. Для коммерческого банка, преимущественно использующего заемные средства как основу собственных активных операций, такая конъюнктура означает перспективу убыточной деятельности, потерю платежеспособности и ликвидацию (либо санацию).

Действие механизма конкурентного развития проявляется в перераспределении спроса на бан-

ковские услуги и продукты в пользу конкурентоспособных коммерческих банков. В этом случае за счет подобной динамики конкурентоспособный коммерческий банк получает дополнительные стимулы к развитию за счет роста результатов деятельности и ресурсной базы, роста рентабельности банковских транзакций и последующего ускоренного развития традиционного и инновационного конкурентных типов за счет высвобождения ресурсной базы неконкурентоспособных кредитных организаций.

Авторское видение механизма межбанковской конкуренции позволяет более точно, чем до сих пор, охарактеризовать его действие, выраженное в совместной реализации механизмов конкурентного развития и конкурентного отбора в деятельности коммерческих банков, определить необходимые исходные элементы его функционирования и обеспечить таргетированное воздействие на них с целью реальной активизации процессов межбанковской конкуренции и связанных с этим положительных экономических последствий.

Актуальной исследовательской задачей является развитие классификационного подхода в межбанковской конкуренции, позволяющего с высокой долей надежности определять особенности конкретной конкурентной ситуации и формировать предложения по участию коммерческого банка в ней либо отказу его от конкурентной борьбы.

К числу традиционных классификационных признаков, известных в теории банковской конкуренции и применяющихся в практике банковского менеджмента, относятся: признак однородности субъектов межбанковской конкуренции; признак количества коммерческих банков, конкурирующих в конкретной транзакции; признак характера применяемых инструментов межбанковской конкуренции (ценовая, неценовая); признак структуры конкурентного банковского рынка (совершенная и несовершенная конкуренция и ее разновидности); признак вида регулирования межбанковской конкуренции; признак добросовестности конкурентных действий коммерческих банков; признак традиционности применяемых инструментов межбанковской конкуренции; признак состава целевых групп клиентов, чей ограниченный платежеспособный спрос на банковские услуги является предметом межбанковской конкуренции.

Мы предлагаем расширить данный список за счет включения в него следующих классификационных признаков:

- наличие конкурентной стратегии (позволяет содержательно охарактеризовать предпринимаемые действия коммерческих банков-конкурентов и выстроить асимметричную конкурентную стратегию);

- выделение внутренней и внешней конкуренции, позволяющее охарактеризовать конкурентные усилия отдельных структурных подразделений одного и того же коммерческого банка, могущих участвовать в конкурентной борьбе за конкретного клиента в виде отдельных субъектов межбанковской конкуренции;

- направленность конкурентных действий (позволяет идентифицировать цели отдельных мероприятий конкурентной стратегии и спрогнозировать их результативность и экономическую эффективность);

- региональный характер банковских транзакций (позволяет достоверно идентифицировать масштаб межбанковской конкуренции на конкретном рынке, определить состав ее участников, их конкурентные преимущества и спрогнозировать развитие конкурентной ситуации).

Предлагаемые нами классификационные признаки дают возможность усовершенствовать действующий методический подход к классификации конкурентных ситуаций, обеспечивают реализацию управленческого подхода к реализации мероприятий межбанковской конкуренции, призваны способствовать более точной и содержательной классификации конкурентной конъюнктуры и конкурентных транзакций, что в свою очередь направлено на повышение объективности оценки потребности в конкурентной стратегии коммерческого банка и исследование ее результативности и экономической эффективности.

¹ Economicus.ru - Галерея экономистов. Роналд Гарри Коуз. URL: http://economicus.ru/cgiise/gallery/frame_rightn.pl?type=in&links=./in/coase/works/coase_w1.txt&img=works_small.gif&name=coase.

² Овчаренко Н.А. Методология создания и развития конкурентной среды в промышленности. Краснодар, 2011. С. 64.

³ Там же. С. 65.

⁴ URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Дуализм>.

Поступила в редакцию 06.12.2011 г.