

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/magisterskaya-rabota/13366>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Экономика

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 4

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 8

1.1. Банковская конкуренция в условиях современной экономики: понятие, виды 8

1.2. Понятие и значение банковских продуктов 20

1.3. Методики анализа конкурентоспособности банковских продуктов 35

Выводы 48

Глава 2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ НА ПРИМЕРЕ КРЕДИТНЫХ КАРТ «ПАО СБЕРБАНК» 49

2.1 Общая организационно-экономическая характеристика ПАО «Сбербанк» 49

2.2 Экономический анализ деятельности банка 55

2.3 Анализ конкурентоспособности кредитных карт банка 67

Выводы 80

Глава 3. ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КРЕДИТНЫХ КАРТ ПАО «СБЕРБАНК» 82

3.1 Проблемы конкурентоспособности кредитных карт 82

3.2 Мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности кредитных карт 86

3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий 91

Выводы 99

Заключение 100

Список использованной литературы 103

Приложения 107

Приложение 1 - Отчет о финансовом положении 107

Приложение 2 - Отчет о прибылях и убытках 109

Приложение 3 - Пример теста 111

Приложение 4 - Анкета для опроса клиентов 114

Приложение 5 - Данные о доходах с

кредитных карт и вкладов за 2016 год 115

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы исследования очевидна, российский рынок банковских карт последние годы бурно развивается. За годы существования рынка кредитных карт в России банки сумели оценить привлекательность этого бизнеса и научились зарабатывать на нем деньги. Причиной тому является общемировая тенденция в развитии безналичных расчетов. Кредитные карты создают возможность организации функционирования единой универсальной расчетной сети, которая позволит обеспечивать обслуживание массовых ежедневных платежей населения страны и приведет к значительному сокращению доли наличных операций и качественному изменению структуры финансовых потоков в России.

Использование кредитных карточек существенно влияет на развитие безналичного денежного оборота, сокращает издержки обращения.

Учитывая активное развитие сферы взаиморасчетов между широким спектром субъектов кредитные карты занимают в ней огромное место. Банк, занимающий лидирующие позиции в данном сегменте банковских услуг вполне может претендовать на статус «Банк №1». Именно поэтому в данной области происходит особенно активная конкурентная борьба между банками. Ввиду того, что ПАО «Сбербанк» на сегодняшний день является самым крупным и популярным банком в России, то для укрепления своих позиций ему особенно важно занять лидирующее положение и на рынке кредитных карт.

Работа в данном направлении ведется, что выражается в периодическом обновлении портфеля кредитных карт и позволяет привлечь новых клиентов. Однако, существуют и некоторые другие достоинства

применения в своей деятельности «Сбербанком» максимального количества кредитных карт:

- рост оборота и прибыли;
- повышение конкурентоспособности и престижа банка;
- пополнение своих рядов организациями-партнерами, такими как предприятия розничной торговли и других организаций, принимающих карточки, наличие гарантии платежа.

Ориентир банковской деятельности в рыночном хозяйстве состоит в максимизации прибыли от операций при сведении к минимуму потерь. Прибыль или убытки, полученные банком - показатели, концентрирующие в себе результаты различных пассивных и активных операций банка и отражающие влияние всех факторов, воздействующих на деятельность банка. Повышение эффективности кредитных операций - это главный показатель правильно спланированного и проводимого управления кредитными операциями.

Анализ банковской деятельности с точки зрения её доходности позволяет руководству сформировать кредитную и процентную политику, выявить менее прибыльные операции и разработать рекомендации возможного получения банком больших доходов. Операции с кредитными картами открыли новые перспективы финансового обслуживания клиентов и, соответственно, расширили возможности получения банковской прибыли за счет получения комиссионных, взимаемых с операций по картам, увеличения числа клиентов за счет предоставления услуг нового типа, уменьшения расходов на обслуживание наличного оборота.

Целью данной выпускной квалификационной работы является анализ конкурентоспособности кредитных карт ПАО «Сбербанк» и разработка рекомендаций по ее повышению.

Для достижения поставленной цели нам необходимо решить ряд задач:

- изучить теоретические основы исследования конкурентоспособности кредитных карт;
- провести анализ конкурентоспособности кредитных карт ПАО «Сбербанк»;
- разработать предложения по повышению конкурентоспособности кредитных карт ПАО «Сбербанк».

Объектом исследования является конкурентоспособность банковских продуктов.

Предметом исследования является деятельность ПАО «Сбербанк» по повышению конкурентоспособности кредитных карт.

Практическая значимость исследования состоит в разработке рекомендаций, направленных на повышение конкурентоспособности кредитных карт.

Новизна исследования заключается в анализе эффективности деятельности ПАО «Сбербанк» по обеспечению конкурентоспособности кредитных карт и выявлении потенциала и перспектив повышения их конкурентоспособности. Уточнены такие понятия как клиентоцентричность и клиентоориентированность применительно для банковского сектора. Под клиентоцентричностью коммерческого банка понимается стратегия его предпринимательской или иной деятельности, ориентированная на помощь клиентам в достижении их жизненных целей и удовлетворении широкого спектра потребности за счет использования банковского продукта.

Клиентоориентированность - это комплекс мер по практическому применению клиентоцентричности в текущей работе банка.

Проведено совершенствование методики анализа конкурентоспособности банковских продуктов, а также осуществлена оценка конкурентоспособности кредитных карт ПАО Сбербанк и разработаны мероприятия по ее повышению.

Также научной новизной является совершенствование методик анализа оценки конкурентоспособности банковских продуктов Н. Лутошкиной, П. Колесова и разработку конкретных рекомендаций по совершенствованию деятельности ПАО «Сбербанк» посредством интеграции более современных информационных технологий и дифференциации банковских продуктов в сегменте кредитных карт. Проведен сравнительный анализ конкурентоспособности кредитных карт на рынке кредитования. Выявлены проблемы конкурентоспособности кредитных карт ПАО Сбербанк.

Разработан ряд мероприятий по повышению конкурентоспособности ПАО «Сбербанк»:

- выпуск нового продукта в линейке кредитных карт «корпоративная кредитная карта»,
- применение новых технологий в коммуникациях с клиентами и обслуживании кредитных карт,
- расширение ассортимента кредитных продуктов за счет дифференцирования и выделения новых сегментов потребителей.

Методологической и теоретической основой исследования послужили труды ученых Аблеева Р.Р., Богомоловой М.Ю., Ветошко Г.В., Кильдюшовой Н.И., Савельевой Н.А., Столбовской Н.Н., Тавасиева А.Н. и других.

Объем и структура работы. Последовательность решения задач выпускной квалификационной работы

обусловила следующую ее структуру: введение, три главы, девять параграфов, заключение, список используемых источников, пять приложений.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

1.1. Банковская конкуренция в условиях современной экономики: понятие, виды

Проблема конкуренции, прежде всего, в рыночной экономике, выступает в качестве одного из глобальных вопросов экономической теории. Конкуренция – это экономическое соревнование между субъектами хозяйственной деятельности за возможность получения максимума прибыли и упрочения положения на рынке.

Для современной России острейшая конкуренция в банковском бизнесе является уже объективной реальностью, которая с каждым годом по мере развития сети кредитных учреждений и других различных институтов постоянно возрастает. Банковская конкуренция представляет собой динамичный процесс состязательности коммерческих банков и прочих кредитных институтов, в рамках которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке банковских услуг [1, С.30-32].

Сущность банковской конкуренции наиболее ярко отражается в важнейшей характеристике банковской услуги на рынке – ее конкурентоспособности. Конкурентоспособность коммерческих банков становится актуальной целью банковского менеджмента в условиях прогнозируемого усиления масштабов межбанковской конкуренции. Отечественная и иностранная экономическая наука до сих пор не выработала единого мнения относительно природы и определения конкурентоспособности коммерческих банков. Конкурентоспособность коммерческого банка тождественна его конкурентному потенциалу как совокупности конкурентных преимуществ, использование которых автоматически означает достижение превосходства [43, С.4]. При этом, конкурентная позиция коммерческого банка определяется не только количеством и качеством его конкурентных преимуществ, но и в первую очередь – масштабами сегментов финансового рынка, охваченными межбанковской конкуренцией. Игнорирование этого существенного для разработки и реализации конкурентной стратегии коммерческого банка факта значительно снижает содержательную ценность приведенного определения.

Изменение мирового финансового рынка под воздействием глобализации, внедрение развитых информационных и коммуникационных технологий оказывают существенное влияние на ограничение свободы перемещения капитала и усиливают конкурентную борьбу на финансовом сегменте, повышают значимость конкурентоспособности коммерческих банков и других финансовых субъектов на развивающемся рынке банковских услуг и продуктов.

Необходимым условием совершенствования конкурентной борьбы между коммерческими банками является создание эффективного рыночного механизма развития банковского сектора российской экономики, так как конкуренция в банковском секторе гораздо более сложный процесс, чем в любом другом сегменте экономики.

Конкурентная борьба между банками напрямую зависит от эффективности их деятельности и существенным образом влияет на стабильность национального хозяйства. Конкуренция заставляет коммерческие банки проводить активную политику по продвижению и закреплению на рынке и работу с клиентами постоянно расширять и дополнять ассортимент банковских продуктов, совершенствовать качество оказываемых услуг, что повышает эффективность производства и перераспределяет экономические ресурсы.

Таким образом, конкурентную борьбу можно считать движущей силой качественного улучшения банковского сектора, нацеленного на максимальную доступность банковских услуг и операций, повышение устойчивости банковских структур и наиболее полное удовлетворение интересов клиентов. [3, С.31-33] Под конкуренцией в банковской сфере следует понимать экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и соперничества кредитных организаций, стремящихся создать лучшую возможность реализации своих банковских продуктов и услуг, получения максимальной прибыли и наиболее полного удовлетворения потребностей клиентов. Состояние экономических отношений на финансовом секторе, особенности законодательного регулирования банковской деятельности и некоторые другие факторы разных стран способствуют разработке индивидуальных механизмов конкурентной борьбы на различных сегментах рынка банковских услуг.

Государству принадлежит главная роль в формировании и обеспечении эффективной конкуренции, оно

через правовое регулирование создает необходимые условия [15, С.803-806]. Такое утверждение, на первый взгляд, кажется неверным, так как государственное регулирование и развитие конкуренции часто рассматривают как взаимоисключаемые явления. Углубленный анализ возникаемого парадокса между задачами государственного регулирования экономики и целями конкурентной борьбы разрешается в том случае, если государство в приоритет ставит не борьбу с позитивными аспектами конкуренции, а противодействие ее недобросовестным формам.

Выделение банковской конкуренции в самостоятельный предмет экономической науки происходит по двум основным причинам. Во-первых, специфика банковского дела находит отражение в особенностях банковской конкуренции, что отличает ее от классической конкуренции между товаропроизводителями. В экономической литературе вопрос о банковской конкуренции является дискуссионным, что обусловлено, в частности, отсутствием общепринятого определения «конкуренция» [24, С.37-38].

Так, например, А.Р. Базаева предлагает понимать под банковской конкуренцией «процесс соперничества коммерческих банков, каждый из которых стремится завоевать свою нишу и постоянно поддерживать ее как можно дольше, а при изменениях банковского рынка – совершенствовать ее разными способами и приемами» [3, С.31-33].

Другие ученые понимают под банковской конкуренцией динамичный процесс соперничества субъектов банковского рынка по поводу обеспечения прочных позиций на данном рынке.

Большое количество ученых согласны с мнением Н.И. Кильдюшовой, которая определяет банковскую конкуренцию в качестве механизма функционирования и развития всего рынка банковских услуг.

Банковская конкуренция является историческим закономерным процессом, осуществляемым посредством функционирования субъектов общества, основанным на понимании экономических законов и направленным на реализацию различных экономических интересов в рамках выбранных моделей финансового поведения кредитно-финансовых институтов [17, С.63-68].

По мнению некоторых авторов, к субъектам банковской конкуренции относятся не только банки, но и другие финансовые и нефинансовые институты, являющиеся участниками банковского рынка. Исходя из данного понимания, банковскую конкуренцию рассматривают как динамичный процесс соперничества между участниками банковского рынка, главной целью которого является укрепление и расширение своих позиций на рынке.

Интересен подход А.М. Тавасиева, который в основу интерпретации конкуренции закладывает критерий эффективности экономической деятельности, связанный тесным образом с конкурентной борьбой каждой финансовой организации. Банковскую конкуренцию рассматривают и как динамичный процесс борьбы между кредитными организациями на рынке ссуд, депозитов и других банковских продуктов, а также на альтернативных финансовых рынках [35, С.188].

Проанализировав вышеприведенные определения, можно сделать вывод, что под банковской конкуренцией понимается динамический процесс соперничества между коммерческими банками и другими кредитными институтами, в результате которого обеспечивается устойчивое положение на рынке банковских услуг. Под воздействием конкуренции расширяется ассортимент предоставляемых услуг, регулируются цены на банковские продукты и услуги до приемлемого уровня.

Конкуренция является сильнейшим стимулом для банков к переходу на эффективные способы предоставления услуг, т. е. обеспечивает обстановку, благоприятную для их развития и совершенствования.

Специфической особенностью банковской конкуренции в России является то, что данная конкуренция складывается не только под воздействием экономических факторов, но и политических. Конкурентная борьба идет не за завоевание отдельных сегментов и расширение доли на рынках банковских услуг, а за возможность налаживания связей с контролирующими государственными органами и лоббирования своих интересов.

Буквальное значение термина «банковская конкуренция» предполагает рассмотрение в рамках данного понятия только отношений, складывающихся исключительно между банками. Такой подход ошибочен, так как, вынося на рынок тот или иной банковский продукт, коммерческий банк почти всегда сталкивается с конкуренцией не только со стороны других коммерческих банков, но и со стороны небанковских и нефинансовых организаций. Банковскую конкуренцию нельзя отождествлять с межбанковской. Более правильно определить ее как соперничество между всеми участниками банковского рынка.

Многочисленность и разнородность состава участников конкурентной борьбы является отличительной особенностью конкуренции банковского сектора. Наиболее яркое выражение сущности банковской конкуренции находит в важнейшей ее характеристике – конкурентоспособности [34, С. 93-94].

В современной экономической науке нет единого, общепринятого подхода к определению «конкурентоспособность». Наиболее распространенным пониманием конкурентоспособности является способность конкурирования на рынках товаров и услуг. Для определения конкурентоспособности банковской услуги необходимо сравнить ее свойства со свойствами продуктов и услуг конкурентов и изучить поведение клиентов и их реакцию на продукты.

Банковская конкурентная среда - совокупность субъектов и объектов конкуренции на рынке банковских продуктов услуг, услуг-аналогов и услуг-заменителей, институтов надзора и регулирования банковской деятельности, а также факторов, оказывающих влияние на них.

К субъектам банковской конкуренции относятся банки, небанковские кредитные организации и иные структуры, оказывающие услуги-заменители, услуги-аналоги (факторинг, лизинг, небанковские ссуды и т.д.).

Фактически конкурентами на банковском рынке являются не только сами банки, но и другие поставщики финансово-банковских услуг, основными из которых являются [30, С.403-407]:

- лизинговые компании;
- факторинговые компании;
- микрофинансовые организации;
- расчетные небанковские кредитные организации;
- платежные небанковские кредитные организации;
- государственные корпорации с особыми задачами (Внешэкономбанк, Агентство по ипотечному жилищному кредитованию);
- другие компании.

Деятельность первых пяти участников полностью относится к сфере банковской системы, т.е. «обычные» банки могут предоставлять все услуги компаний такого типа. Иные субъекты банковской конкуренции либо опосредованно участвуют в деятельности банковской системы (АИЖК и ВЭБ6), либо предоставляют некоторые услуги, которые являются разной степени близости заменителями банковских. К числу последних относятся страховые компании, среди продуктов которых - накопительное страхование жизни, негосударственные пенсионные фонды, инвестиционные компании и др. Фактически, речь идет о взаимосвязи и разграничении трех экономических категорий: «банковская система», «банковский рынок» и «банковская конкурентная среда»

Вопрос об исключении представительств банков (в том числе и отечественных) из конкурентной банковской среды является дискуссионным.

С одной стороны, согласно ст. 55 Гражданского кодекса РФ представительство - это обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое представляет интересы юридического лица и осуществляет их защиту. То есть представительство не вправе оказывать никаких банковских услуг.

С другой стороны, функционирование этих подразделений призвано способствовать достижению целей банка, повысить его способность к конкурентной борьбе. Банковские субъекты, находясь в единой конкурентной среде, могут располагаться в ее разных сегментах - контурно ограниченных частях банковской конкурентной среды, число активных субъектов конкуренции в которой меньше общего числа участников банковской конкурентной среды в силу законодательных ограничений, различий в приоритетах бизнес-стратегий и т.д.

Банк России является одновременно и институтом надзора и контроля, и специфическим субъектом конкуренции. Последнее подтверждается тем, что методами проведения денежно-кредитной политики Банком России являются [39, С.74-80]:

- операции на открытом рынке;
- рефинансирование (т.е. кредитование) кредитных организаций;
- эмиссия Банком России облигаций от своего имени.

При их осуществлении регулятор неизбежно вступает в конкуренцию с другими субъектами банковской среды. К примеру, у коммерческого банка имеются временно свободные денежные средства, которые он может разместить и в облигации Банка России, и в форме кредита другому банку, предприятию или физическому лицу.

Изменяя уровень процентной ставки, регулятор сохраняет приемлемый в настоящий момент времени объем привлеченных денежных средств. К числу кредитных организаций с небанковской спецификой относятся те финансовые организации, деятельность которых не ориентирована на выполнение ссудно-депозитных и/или «обычных» расчетно-кассовых услуг.

Примерами являются банк «Национальный Клиринговый Центр», небанковская кредитная расчетная организация «Национальный расчетный депозитарий» и др. Объектом банковской конкуренции обычно считают «потребителей, покупателей, за которых борются конкуренты».

Такой вывод лежит на поверхности. Однако в реальности объектом банковской конкуренции являются экономические отношения, которые возникают между банками и клиентами при заключении соответствующих соглашений (о предоставлении кредита, расчетно-кассовом обслуживании и т.д.). Ведь целью банка является не «получение потребителя/покупателя», а построение с ним таких экономических отношений, которые были бы выгодны банку.

Конкуренция не обуславливает наличия конкурентной борьбы на банковском рынке. Обе экономические категории характеризуют разные экономические явления. Уменьшение уровня конкуренции говорит о возрастающей роли банков-лидеров, а снижение - об уменьшении их рыночной силы, т.е. возможности извлекать дополнительные преимущества по сравнению с другими участниками рынка. Существует позиция, согласно которой во главу угла ставится максимизация прибыли. Однако у кредитной организации существуют и иные стратегические цели: одной из важнейших является рыночная доля [39, С. 93-94].

Банковское дело - долгосрочное предпринимательство, т.е. большинство участников рынка заинтересованы в продолжении осуществления бизнеса в перспективе. Снижение уровня конкуренции (монополизация рынка) не говорит о снижении уровня конкурентной борьбы - банки так же активно предлагают клиентам свои услуги. Именно этот пример свидетельствует о принципиальных различиях между экономическими категориями «конкуренция» и «конкурентная борьба (соперничество)».

В процессе осуществления банками своей деятельности постоянно происходит изменение рыночных условий (как внешних, так и внутренних по отношению к конкретным кредитным организациям) - некоторые банки покидают рынок, происходит модификация законодательно-нормативной базы и т.д. Это обуславливает динамический (т.е. изменчивый) характер уровня конкуренции в каждый конкретный период времени. Фактически конкурентная борьба является производной категорией от конкурентной среды. Это доказывается тем фактом, что конкурентная среда может существовать, а конкурентная борьба в ней - нет. Наглядный пример - деятельность Банка России по выпуску собственных билетов.

Они являются кредитными деньгами, равно как векселя и чеки, которые вправе формировать любое лицо. Однако никакой реальной конкурентной борьбы с «официальными» деньгами на практике нет. Уровень конкуренции на российском банковском рынке может не оказывать влияния на уровень конкурентной борьбы. И при низком (но не нулевом), и при высоком уровне конкуренции «накал» конкурентной борьбы может быть достаточно высоким.

Однако обратное не будет верным - низкий (нулевой) уровень конкурентной борьбы на банковском рынке однозначно свидетельствует о низком (нулевом) уровне конкуренции. Практическим примером является полностью монополизированная банковская система Советского Союза, в которой конкурентная борьба отсутствовала.

На основании теоретического анализа может быть сформировано интегральное определение исследуемой экономической категории. Банковская конкуренция - это экономическое явление, возникающее в банковской конкурентной среде, стимулирующее субъекты конкуренции на ведение конкурентной борьбы за привлечение новых клиентов для анализа целесообразности построения с ними взаимовыгодных отношений и сохранение целесообразных экономических отношений с действующими клиентами для выполнения индивидуальных коммерческих задач.

Сущность любого экономического явления проявляется в функциях, которые ему объективно присущи.

Конкуренция на банковском рынке теоретически должна выполнять ряд важных функций, которые обусловлены состязательным характером взаимоотношений между субъектами конкуренции. Именно степень (полнота) исполнения конкуренцией (в смысле конкурентной борьбы) всех своих функций определяет конкурентность банковской среды. Фактически, конкурентность банковской конкурентной среды - это мера степени выполнения объективных функций конкуренцией как экономическим явлением, нематериально существующим в банковской конкурентной среде. Конкуренция как проявление рыночной сути экономических взаимоотношений между банками и их клиентами должна регулировать спрос, предложение и цену на предлагаемые кредитными организациями услуги (регулирующая функция).

С одной стороны, стоимость аналогичных банковских услуг может находиться на схожем уровне, с другой - одни банки предлагают воспользоваться ими по нижней границе указанного интервала, а другие - по верхней.

Выполняя распределительную функцию, конкуренция должна способствовать наиболее рациональному распределению имеющихся ресурсов между банками. Однако менее эффективные банки продолжают свою

деятельность [34, С. 93-94].

Оптимизационная функция конкуренции заключается в том, что банки вынуждены постоянно совершенствовать свои бизнес-процессы, повышая эффективность. Однако расчеты показывают существенное число неэффективных банков. Одним из наиболее наглядных проявлений исполнения конкуренцией данной функции является реструктуризации филиалов кредитных организаций, а также сетей внутренних структурных подразделений в условиях кризисных явлений экономики.

С оптимизационной функцией тесно связано исполнение инновационной функции, стимулирующей внедрение передовых методов осуществления банковского предпринимательства. Эта тема настолько многообразна, что нет возможности рассмотреть ее подробно во всех аспектах. В качестве примера приведем сведения о все более активном развитии инфраструктуры безналичных платежей с использованием банковских карт.

Изменчивость и экономической конъюнктуры, и регулятивных требований заставляет банки в условиях конкуренции постоянно адаптироваться к новым для себя условиям. Это проявляется в корректировке депозитной, кредитной и других политик в зависимости от действующей ситуации. Существенное отклонение от принятых стандартов работы, выражающееся в предложении неконкурентоспособных условий, дисбалансированной стратегии развития и т.д., приводит к тому, что у банка происходит снижение доходности, спроса и других важных параметров деятельности. В этом проявляется контролирующая функция конкуренции [27, С.186-188].

Исполнение селективной функции конкуренции заключается в том, что в случае постоянного нарушения законов, правил и норм банковского предпринимательства кредитная организация должна прекращать свою деятельность. Однако конкуренция не определяет форму данного прекращения: за счет самоликвидации, в том числе путем присоединения к более сильному банку (т.е. добровольно), или путем банкротства. Следует отметить, что для современной банковской системы России характерны именно банкротства, так как в экономике присутствуют кризисные явления по причине санкций стран Запада. При «жестком» исполнении селективной функции на банковском рынке часть кредитных организаций может получить необоснованное конкурентное преимущество.

Уточнение дефиниций экономических категорий «банковская конкуренция», «банковская конкурентная борьба» позволило выявить и обосновать принципиальное различие экономических процессов, которые вызываются их существованием на банковском конкурентном рынке.

Понятие «банковская конкурентная среда» не тождественно понятию «банковская система», вместе с тем большая часть последней входит в него. Это обуславливает выделение небанковских субъектов конкуренции, предпринимательская деятельность которых может оказывать влияние на уровень конкурентности банковской конкурентной среды. Такое разграничение позволяет проводить эмпирические исследования указанного влияния.

Важной характеристикой банковского рынка является конкурентность его среды, которая определяется через оценку степени исполнения конкуренцией объективно присущих ей функций. В настоящее время в России банковская конкуренция выполняет свои функции не в полной мере. Это усиливает необходимость контроля за изменением конкурентности банковской среды и разработки концепций и подходов к ее управлению.

1.2. Понятие и значение банковских продуктов

Банковский продукт - характеристика неотъемлемая составляющая деятельности банков, характеристика основной задачей которой является удовлетворение потребностей потенциальных и реальных клиентов, характеристика а также предоставление возможности банкам обеспечить максимальные доходы за реализацию таких продуктов на рынке [29, С.188-192.]

Экономическая сущность банковского продукта проявляется в его основных особенностях [22, С.114-118.]: характеристика экономических процессов, направленная непосредственно на организационную деятельность финансовых структур, которые в свою очередь определяются как характеризующие элементы деятельности критерии которой направлены на производство

- 1) банковские продукты, характеристика в отличие от овециствленных товаров, характеристика имеют нематериальное происхождение и является результатом взаимодействия ее производителя и потребителя, характеристика реального или потенциального; характеристика
- 2) движение банковских продуктов ограничено денежной сферой, характеристика поскольку банковские учреждения работают с денежными ресурсами, характеристика стоимость которых в процессе обращения

растет; характеристика экономических процессов, направленная непосредственно на организационную деятельность финансовых структур, которые в свою очередь определяются как характеризующие элементы деятельности критерии которой направлены на производство

3) банковские продукты имеют производственный характер. Даже в такой простейшей форме, характеристика как прием от населения и юридических лиц денежных средств во вклады, характеристика заложен производственный смысл.

Банк в этом случае работает как предприятие, характеристика которое превращает неработающие, характеристика то есть неиспользуемые денежные ресурсы в работающие активы, характеристика тем самым способствуя развитию производства; характеристика взаимодействие производителя банковского продукта и потребителя носит преимущественно долгосрочный характер (открытие счетов, характеристика предоставление кредитов); характеристика

4) полезный эффект банковского продукта неотделим от процесса производства банковских услуг. Именно за предоставление услуг банк может обеспечить удовлетворение потребностей клиента, характеристика а также достигать собственной цели развития.

Таким образом, характеристика в процессе предоставления банковской услуги формируется качество имеющегося, характеристика созданного банковского продукта. Сходство банковского продукта и банковской услуги в том, характеристика что они призваны удовлетворять потребности клиента и способствовать получению прибыли.

При разработке банковского продукта должны удовлетворяться как банковские потребности, характеристика так и обязательно достигаться цели клиента (исходя из которых он решил обратиться в банковское учреждение и использование банковского продукта) и при этом быть очевидно выгодными для обычной хозяйственной единицы.

При формировании банковского продукта обязательно необходимо учитывать то, характеристика как его воспринимает клиент. Исходя из этого, характеристика можно трактовать понятие «качество банковского продукта» с точки зрения клиента и с точки зрения банка [26, С. 288.]. С точки зрения клиента, характеристика критериями качества банковского продукта являются: характеристика скорость обслуживания, характеристика срочность осуществления операций, характеристика наличие ошибок, характеристика режим и часы работы банка, характеристика качество консультирования, характеристика коммуникабельность сотрудников и так далее. С точки зрения банка, характеристика критериями качества продукта являются: характеристика скорость внутренних рабочих процессов, характеристика объем затрат на исправление ошибок, характеристика производительность труда, характеристика уровень мотивации, характеристика степень банковского риска и др.

По нашему мнению, характеристика критериям качества, характеристика кроме указанных, характеристика следует отнести и такие: характеристика способность продукта обеспечивать чистый доход банка, характеристика учитывая затраты на предоставление банковских услуг, характеристика способность такого продукта в полной мере удовлетворять потребности клиентов, характеристика конкурентоспособность банковского продукта, характеристика скорость реагирования потенциальных клиентов на внедренный на рынок продукт банка, характеристика возможность охватить как можно большую целевую аудиторию за счет внедрения продукта на рынок банковских услуг, характеристика способность эффективно реагировать на входные и выходные барьеры. Входные барьеры характеристика - это препятствия для проникновения на рынок новых конкурентов; характеристика выходные барьеры - характеристика это препятствия для попыток банковского учреждения, характеристика действующего на рынке, характеристика вывести из него уже существующие продукты или уйти со «старого» рынка [14, С.298-301.]. Эти критерии качества банковского продукта рассматриваются с позиции банка.

Вся совокупность услуг коммерческого банка может быть разделена на четыре группы [12, С.272.]. : характеристика

1. Услуги по обеспечению наличного и безналичного денежного оборота клиентов, характеристика которые включают в себя услуги по приему, характеристика выдаче, характеристика инкассации наличности, характеристика открытию и ведению счетов клиентов, и осуществлению безналичных платежей как в национальной, характеристика так и в иностранных валютах. С точки зрения маркетинга данная группа услуг характеризуется значительным уровнем затрат, характеристика но с другой стороны путем их предоставления коммерческие банки обеспечивают создание необходимой им ресурсной базы, характеристика поддержание и регулирование уровня своей ликвидности и увеличение количества клиентов. Основным объектом маркетингового воздействия являются депозитные услуги. Банки привлекают ресурсы на трех сегментах рынка: характеристика

- депозиты юридических лиц; характеристика

- депозиты физических лиц; характеристика

- межбанковский кредитный рынок.

Самым быстрорастущим является рынок межбанковских кредитов, характеристика где цена может меняться ежедневно и в течение дня. Рынок депозитов юридических лиц менее чувствителен к колебанию и ставки по таким депозитам меньше зависят от факторов краткосрочного характера, характеристика по размерам ближе к процентным ставкам депозитов физических лиц, характеристика чем в процентных ставках межбанковских кредитов. Наиболее привлекательным для банка является рынок депозитов физических лиц, характеристика потому что на него имеют достаточно прогнозируемое влияние макроэкономические факторы [21, С.381.]: характеристика

- характеристика показатель инфляции; характеристика

- характеристика динамика курса национальной валюты; характеристика

- характеристика уровень учетной ставки Банк России.

При предоставлении таких услуг банк должен выбрать оптимальный с точки зрения цен, характеристика стабильности и доступности сегмент рынка. Наиболее доступный рынок межбанковских кредитов.

Доступность рынка депозитов юридических лиц является маловероятной, характеристика а доступность рынка депозитов физических лиц в узком временном интервале является невозможной. В противоположном отношении формируется возможность влияния банка на цену привлеченных ресурсов.

2. Кредитные услуги банка охватывают весь спектр кредитных продуктов в основную деятельность субъектов хозяйственной деятельности и на потребительские нужды физических лиц. Характеризуются высоким уровнем доходности и достаточно значительным уровнем риска. Как правило, характеристика каждая кредитная услуга коммерческого банка является вполне индивидуальным продуктом за исключением стандартизированных потребительских кредитов. Потребность в кредитных продуктах могут иметь практически все существующие и потенциальные сегменты банковских клиентов.

3. Инвестиционные услуги банков включают как кредиты банка в инвестиционную деятельность субъектов хозяйствования, характеристика так и достаточно широкий круг услуг, характеристика предоставляемых банками на первичном и вторичном рынках ценных бумаг. Эта группа банковских услуг имеет в РФ достаточно значительные перспективы для своего развития, характеристика которые связаны прежде всего с формированием динамического вторичного рынка ценных бумаг и привлекательного инвестиционного климата в экономике.

4. Нетрадиционные услуги коммерческих банков. К ним могут быть отнесены: характеристика лизинг, характеристика факторинг, характеристика трастовые, характеристика посреднические, характеристика консультационные и информационные услуги, характеристика торговля банковскими металлами, характеристика услуги по хранению ценностей, характеристика финансовый инжиниринг и тому подобное [22, С.114-118.]. Предоставление такого рода услуг обусловлено стремлением банков улучшить обслуживание клиентов, характеристика необходимостью обеспечить и расширить присутствие банка на других сегментах финансового рынка, характеристика обеспечить дополнительные доходы и улучшить деловой имидж банка.

К специфике видов продуктов и услуг относятся и обеспечение эффективности маркетингового контроля обеспечиваются соблюдением следующих основных принципов [29, С.188-192.]:

1. Ориентация на достижение стратегических целей. Учет этого принципа требует от системы контроля необходимости постоянно держать в поле зрения стратегические цели банка, характеристика а не акцентировать внимание на контроле мелких процессов и явлений.

2. Результативность контроля означает, характеристика что контроль не должен проводиться только для того, характеристика чтобы выявить недостатки и проблемы, характеристика а прежде всего для эффективного влияния на маркетинговую деятельность с целью решения поставленных задач.

3. Эластичность контроля свидетельствует о том, характеристика что сами параметры системы маркетингового контроля, характеристика его объекты и субъекты могут и должны меняться адекватно изменению рыночной ситуации и других факторов.

4. Своевременность контроля позволяет своевременно выявить негативные явления и процессы в организации маркетинговой деятельности и заблаговременно реализовать меры по корректировке маркетинговой политики. Необходимо иметь в виду, характеристика что слишком частое проведение контрольных мероприятий может иметь негативные последствия в форме снижения самостоятельности и ответственности персонала, характеристика а также в форме дополнительных затрат времени и ресурсов.

5. Экономичность и простота системы контроля. Затраты на осуществление контроля должны всегда

сопоставляться с тем полезным эффектом, характеристика который может быть достигнут в результате его проведения. Простота и доступность методов и форм контроля в значительной степени определяют его эффективность.

Можно выделить три основных подхода к определению сущности и взаимосвязи между понятиями «банковский продукт» и «банковская услуга» [16, С.82-86.]: характеристика экономических процессов, направленная непосредственно на организационную деятельность финансовых структур, которые в свою очередь определяются как характеризующие элементы деятельности критерии которой направлены на производств

- подход, характеристика который трактует банковский продукт как конкретное проявление банковской услуги; характеристика экономических процессов, направленная непосредственно на организационную деятельность финансовых структур, которые в свою очередь определяются как характеризующие элементы деятельности критерии которой направлены на производство

- подход, характеристика что определяет «банковскую услугу» как часть банковского продукта; характеристика

- подход, характеристика что отождествляют банковскую услугу и банковский продукт.

Можно предположить, характеристика что наиболее широким понятием из исследуемых является банковский продукт как результат деятельности банка на рынке, характеристика разработанный банком с учетом его запросов потенциальных и/или реальных клиентов. Специфика функционирования банковских учреждений заключается в том, характеристика что их продукты воплощаются в форме услуг путем проведения активных, характеристика пассивных и комиссионно-посреднических операций с целью удовлетворения потребности клиентов банка.

Учитывая вышесказанное, характеристика нами выделены следующие особенности банковских продуктов: характеристика

- банковские продукты, характеристика в отличие от о вещественных товаров, характеристика имеют нематериальное происхождение и является результатом взаимодействия ее производителя и потребителя, характеристика реального или потенциального; характеристика

- движение банковских продуктов ограничено денежной сферой, характеристика поскольку банковские учреждения работают с денежными ресурсами, характеристика стоимость которых в процессе обращения растет

- банковские продукты имеют производственный характер. Даже в такой простейшей форме, характеристика как прием от населения и юридических лиц денежных средств во вклады, характеристика заложен производственный смысл. Банк в этом случае работает как предприятие, характеристика которое превращает неработающие, характеристика то есть неиспользуемые денежные ресурсы в работающие активы, характеристика тем самым способствуя развитию производства; характеристика

- взаимодействие производителя банковского продукта и потребителя носит преимущественно долгосрочный характер (открытие счетов, характеристика предоставление кредитов); характеристика экономических процессов, направленная непосредственно на организационную деятельность финансовых структур, которые в свою очередь определяются как характеризующие элементы деятельности критерии которой направлены на производство

- полезный эффект банковского продукта неотделим от процесса производства банковских услуг. Именно за предоставление услуг банк может обеспечить удовлетворение потребностей клиента, характеристика а также достигать собственной цели развития.

Следовательно, характеристика банковская услуга - форма удовлетворения потребности (в кредите, характеристика депозите, характеристика расчетно-кассовом обслуживании, характеристика гарантиях, характеристика покупке-продаже и хранении ценных бумаг, характеристика иностранной валюты и тому подобное) клиента банка.

Именно благодаря банковским услугам продукт банка приобретает потребительной стоимости. Основными параметрами, характеристика которые формируют потребительскую стоимость банковских продуктов через предоставление услуг, характеристика являются: характеристика вера, характеристика удобство, характеристика стоимость и выполнение.

Основными параметрами, характеристика которые формируют потребительскую стоимость банковских продуктов через предоставление услуг, характеристика являются: характеристика вера, характеристика удобство, характеристика стоимость и выполнение [17, С.63-68].

Следовательно, характеристика в процессе предоставления банковской услуги формируется качество имеющегося, характеристика созданного банковского продукта. Сходство банковского продукта и

банковской услуги в том, характеристика что они призваны удовлетворять потребности клиента и способствовать получению прибыли.

Система ценообразования на банковские продукты также имеет свои особенности, характеристика среди которых можно выделить следующие (рис. 1.3).

Методика определения себестоимости отдельной услуги заключается: характеристика

- характеристика проводится разделение всех услуг; характеристика
- характеристика определяется все операции, характеристика которые относятся к определенной услуги, характеристика и определяется время на выполнение этих операций; характеристика
- характеристика определяется сумма расходов на оплату труда персонала в составе себестоимости услуги; характеристика
- характеристика прилагается все прямые и косвенные расходы, характеристика и таким образом получают себестоимость отдельной услуги.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовые акты

1. Гражданский кодекс РФ. Части 1, 2, 3 и 4 по состоянию на 01 сентября 2015 г. // ИПС «КонсультантПлюс»
2. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (с изм. от 13 июля 2015 г. №484-ФЗ). ИПС //«КонсультантПлюс»
3. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 «О банках и банковской деятельности» (с изм. от 13 июля 2015 г. №484-ФЗ) // ИПС «КонсультантПлюс».

Научная литература

4. Агеева Н.А. Основы банковского дела: учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2014. – 498с.
5. Банковское дело / под ред. Белоглазовой Г.Н., Кроливецкой Л.П. - СПб.: Питер, 2012. - 157 с.
6. Бровкина Н.Я. Закономерности и перспективы развития кредитного рынка в России. – М.: КноРус, 2013. – 248с.
7. Бурдина А.А. Банковское дело. – М.: МАИ, 2014. – 96с.
8. Глушкова Н.Б. Банковское дело. – М.: Академический Проект, 2012. - 99с.
9. Голодова Ж.Г. Финансы и кредит: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 448.
10. Горелая Н.В. Основы банковского дела / Н.В. Горелова, Карминский А.М. – М.: Форум, 2013. – 272с.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2016. – 752с.
12. Лаврушин О.И. Банковское дело. – М.: КноРус, 2014. – 381 с.
13. Митчелл Д. Обнимите своих клиентов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 288 с.
14. Соколов Ю.А. Банковское дело / Ю.А. Соколов, Е.Ф. Жуков. – М.: ЮРАЙТ-ИЗДАТ, 2012. – 591 с.
15. Стародубцева Е.Б. Банковское дело: учебное пособие. – М.: Форум, 2014. – 392с.
16. Тавасиев А.М. Банковское дело: учебное пособие в 2 т. Том 1. – М.: Юрайт, 2016. – 188 с.
17. Усоскин В.М. Современный коммерческий банк. Управление и операции. – СПб.: Ленанд, 2014. – 328 с.

Периодические издания

18. Аблеев Р.А. Анализ конкуренции в банковском секторе России в условиях нестабильности // Научная перспектива. – 2016. - №10. – С.30-32.
19. Базаева А.Р. Банковская конкуренция в Российской экономике // Научный журнал. – 2016. - №1. – С.31-33.
20. Богомолова М.Ю. Анализ проблем оценки конкурентоспособности банка в современных условиях // Молодой ученый. – 2016. - №22. – С.145-149.
21. Ветошко Г.В. Методические основы оценки конкурентоспособности банка// Запад-Россия-Восток. – 2016. - №10. – С.22-26.
22. Волошина Е.С. Конкуренция на рынке розничных банковских услуг в условиях концентрации банковской деятельности на примере Приволжского федерального округа / Е.С. Волошина, И.А. Волошин // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвузовский сборник научных трудов. – 2016. - №2. – С.67-72.
23. Гусарова А.В. Актуальные проблемы банковской конкуренции в России и пути их решения / А.В. Гусарова, А.В. Захарян // Новая наука: стратегии и векторы развития. – 2016. - №4-1. – С.67-70.
24. Декина И.А. Современные банковские операции, продукты и услуги / И.А. Декина // Современные научные исследования и инновации. – 2016. - №6. – С.298-301.
25. Дурнева Э.С. Теоретические основы исследования банковской конкуренции и конкурентно банковской

- среды / Э.С. Дурнева // Экономика и предпринимательство. – 2016. - №5. – С.803-806.
26. Иващук А.С. Рынок банковских продуктов / А.С. Иващук, К.Н. Дегтеренко // Молодежный научный форум: общественные и экономические науки. – 2016. - №2. – С.82-86.
27. Кильдюшова Г.И. Банковская конкуренция и специфика ее развития в России / Г.И. Кильдюшова // Прорывные инновационные исследования. – 2016. - №1. – С.63-68.
28. Киселева К.П. Факторы конкурентоспособности коммерческого банка / К.П. Киселева // Наука, техника и образование. – 2016. - №7. – С.98-101.
29. Колесникова О.В. Использование Mobile Banking в продвижении банковских продуктов / О.В. Колесникова // Муниципальная академия. – 2016. - №4. – С.152-158.
30. Майкотова Г.Т. Развитие новых банковских продуктов // Инновации в науке. – 2016. - №12-2. – С.114-118.
31. Максимов Н.А. Анализ банковской отрасли: конкуренция, проблемы и перспективы развития // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2016. - №11. – С.3171-3175.
32. Марковина В.Н. Конкуренция в банковской сфере Российской Федерации // Наука и образование сегодня. – 2016. - №10. – С.37-38.
33. Матевосян М.Г. Использование рейтинговых систем оценок в межбанковской конкуренции / М.Г. Матевосян, А.И. Хамидуллина // Научно-методический журнал Концепт. – 2016. - №35. – С.55-60.
34. Паньков В.А. Конкуренция на банковском секторе на примере вкладов для физических лиц в Свердловской области // Современные научные исследования и разработки. – 2016. - №7. – С.186-188.
35. Панькова М.К. Банковская конкуренция в российской экономике / М.К. Панькова, А.С. Шипулина // Научный альманах. – 2016. - №5-1. – С.180-182.
36. Пищалина Н.М. Новые банковские продукты и услуги // Территория науки. – 2016. - №3. – С.188-192.
37. Савельева Н.К. Оценка эффективности управления ценовой и неценовой конкуренцией на рынке банковских услуг // Экономика и управление: проблемы. решения. – 2016. - №8. – С.403-407.
38. Склярора А.А. Основы банковской конкуренции в России // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2016. - №2-2. – С.162-165.
39. Столбовская Н.Н. Современное состояние банковской конкуренции / Н.Н. Столбовская, Р.А. Сиванков // Вестник научных конференций. – 2016. - №4-4. – С. 93-94.
40. Темнова Ю.А. Маркетинг банковских услуг как фактор повышения конкурентоспособности // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2016. - №39-1. – С.46-50.
41. Толстых Е.И. Факторы, влияющие на уровень банковской конкуренции в современных условиях // Бизнес и общество. – 2016. - №1. – С.6.
42. Файзуллаева, М.А. Банковская конкуренция и специфика ее развития в России // Экономист года 2016: сборник статей Международного научно-практического конкурса. – Пенза, 2016. – С.74-80.

Интернет- источники

43. Бучкова А.А. Конкуренция в банковской сфере. Nauka-Rastudent.ru. – 2016. - №3. – С.4. [17.11.2017].
44. Портал «Банки.ру». Рейтинг кредитных карт http://www.banki.ru/products/creditcards/catalogue/kreditnyie_kartyi_s_nizkim_protseptom/ [15.11.2017].
45. Официальный сайт ПАО «Сбербанк» <http://www.sberbank.ru/> [10.11.2017].
46. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>. [15.11.2017].

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/magisterskaya-rabota/13366>