

ОБЗОР МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВ

Ю.В. Бутрина, А.В. Левкина

В статье рассмотрен сравнительный анализ методических подходов к оценке конкурентоспособности банка. Описаны недостатки существующих методик. Аргументировано применение интегрального показателя для системной оценки конкурентоспособности кредитной организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность банка, методика оценки конкурентоспособности, показатели деятельности кредитной организации, многокритериальная оценка.

Особенности эволюции методических подходов к оценке конкурентоспособности кредитной организации становятся особенно актуальными в периоды экономической нестабильности. В научной литературе имеется достаточно большое количество подходов к оценке конкурентоспособности банка. Существующие подходы различаются по охвату направлений банковской деятельности, источникам получения информации и учету ее среды, виду используемых показателей, инструментарию построения, способам расчета и т.д. Проанализируем существующие методики для выявления схожих принципов, преимуществ и недостатков с целью формирования основы для дальнейшего изучения вопроса и разработки методики оценки конкурентоспособности банка.

Методика А.Г. Захарьян [3] представляет собой экспертную оценку устойчивости банка. Исследуемые показатели объединены в группы в зависимости от вида устойчивости, которую они характеризуют: капитальную, организационно-структурную, финансовую, коммерческую, информационно-технологическую и функциональную, куда включена оценка эффективности оказания банковских услуг, степени их привлекательности и удовлетворения потребностей клиентов. Оценка большинства показателей в данной методике не предполагает конкретного расчета, а сводится к ис-

следованию позиций экспертов и степени их согласованности. Основной недостаток данной методики заключается в высокой степени субъективности.

Значительная часть методик в качестве основного источника информации использует финансовую отчетность и концентрируется только на количественных показателях. Так, методика оценки значимости банков, предложенная А.В. Буздалиным, в основе имеет методы многокритериального оценивания банковской деятельности, выраженных совокупностью показателей, в числе которых: величина активов; величина обязательств; объем собственных средств банка; размер бюджетных счетов; объем вкладов физических лиц [1]. Преимущества методики заключаются в многокритериальном подходе и относительной доступности информации, но данная методика не дает полного представления о конкурентоспособности банка, поскольку фокусируется только на финансовой стороне и не учитывает качественные характеристики банковской деятельности. Использование только балансовых данных дает крайне ограниченную информацию о конкурентоспособности банка.

И.О. Спицын и Я.О. Спицын для исследования конкурентоспособности банка предлагают опираться на сравнительный анализ основных конкурентов по следующим показателям: абсолютная и относительная доли рынка, тенденции доли рынка, относительная капиталоемкость деятельности банка, относительная доходность деятельности, относительное качество и стоимость предоставляемых услуг, появление новых услуг, степень концентрации клиентов [7]. Полученные показатели приводятся к единой пятидесятибалльной шкале. Уровень банковской конкурентоспособности определяется с использованием экспертной оценки важности показателей. Преимущества данной методики заключается в четко выстроенной системе критериев конкурентоспособности (в частности, определение качества и стоимости предоставляемых услуг), а также в охвате не только количественной, но и качественной характеристики деятельности банка.

Также учитывать экономические и неэкономические факторы при оценке конкурентоспособности кредитной организации предлагают И.А. Никонова, Р.Н. Шамгунов [5]. Авторы выделяют двадцать наиболее важных качественных критериев оценки банка юридическими и физическими лицами, а именно: уровень доверия к банку, качество предоставляемых услуг, квалификация персонала, уровень популярности банка, развитость филиальной сети, соответствие политики банка интересам региона и др.

В соответствии с методикой В.С. Викулова [2], в основе конкурентоспособности банковских услуг лежит комплексная модель работы банка с клиентами. Автор предлагает проводить оценивание с учетом разделения клиентской базы по следующим критериям: юридические лица и пред-

приниматели (крупные корпорации, средние компании, малый бизнес); физические лица (крупные частные клиенты, состоятельные клиенты, массовые клиенты, клиенты нижнего уровня). Подобное разделение позволяет получать более точные результаты оценки, так как учитывает особенности клиентов при исследовании набора предоставляемых им услуг. Недостаток методики состоит в трудности сбора данных по банкам-конкурентам.

Система качественных параметров оценки конкурентоспособности в методике, предлагаемой Т.А. Пономаревой, М.С. Супрягиной, сводится к определению качественных показателей в разрезе нескольких групп:

- «...пространственные показатели, характеризующие «качество окружающей среды» услуги или условия ее предоставления;
- информационные показатели, характеризующие информационную обеспеченность клиентов, – «качество информационного обеспечения»;
- профессиональные показатели, характеризующие уровень сервиса, предлагаемого клиентам (профессиональная подготовка и квалификация персонала), – «качество персонала»;
- претензионные показатели, которые можно использовать, с одной стороны, для оценки выше приведенных характеристик и, с другой – как самостоятельную группу показателей в виде системы сбора и обработки информации по отзывам и претензиям клиентов» [6].

На основании характеристик показателей заполняется разработанная авторами анкета, далее в соответствии со специализированной шкалой осуществляется расстановка баллов, в результате чего определяется итоговый уровень конкурентоспособности банковских услуг.

К методикам оценки состояния банка можно отнести известные методические разработки рейтинговых агентств и консалтинговых компаний – систему «CAMELS», методики Банка России, Банка Англии «RATE», рейтинговых агентств «Moody's», «Fitch», «Standart&Poog's», «Эксперт РА», ИЦ «Рейтинг» и др. Методики, используемые рейтинговыми агентствами и консалтинговыми компаниями, как правило, содержат не только финансовые показатели (достаточность капитала, ликвидность, качество активов, структура пассивов, риски и прибыльность), но и показатели рыночного положения банка (имидж, доля рынка, клиентская база, географическая структура, специализация) и качества банковского менеджмента, что в целом позволяет отражать как количественные, так и качественные характеристики банковской деятельности.

Проанализировав существующие методики оценки конкурентоспособности банков, рассмотренные выше, а также в работах [2, 4], можно выделить недостатки, присущие большинству из них (табл.).

Таблица

Недостатки существующих методик оценки конкурентоспособности

Недостаток	Характеристика
Учет ограниченного числа факторов	Многие методики основываются на внутренней информации и не учитывают состояние внешней среды
Субъективность	Качественные показатели, используемые в методиках, часто оцениваются с привлечением экспертного мнения, что обуславливает их субъективность. Этот же недостаток проявляется при использовании экспертных оценок для определения веса конкретных показателей в интегральной оценке конкурентоспособности.
Нерепрезентативный состав показателей	Ряд методик сводится к оценке лишь количественных характеристик банковской деятельности и не отражает ее качественные характеристики. Количественные характеристики в некоторых случаях представлены только абсолютными показателями, которые являются наименее информативными, поскольку усложняют сравнение различных по величине банков по эффективности их функционирования. В методиках, включающих качественные показатели, характеризующие неколичественные характеристики банка, данные показатели зачастую являются неконкретными и представляются в виде ответа на вопросы анкеты
Статичность	Оценка состояния конкурентоспособности банка в большинстве методик проводится для исследуемого периода без анализа динамики этой характеристики
Ограниченность применения	Если методика выстраивается на конфиденциальной информации, то она не может быть использована всеми заинтересованными сторонами

В научных публикациях по экономике исследователи склонны отождествлять конкурентоспособность банка с его финансовой устойчивостью, опираясь на тот факт, что устойчивость – важнейший показатель качества деятельности кредитной организации, и именно на ее обеспечение направлены существующие меры государственного регулирования банковского сектора. Однако более оправданным представляется подход, при котором финансовая устойчивость банка служит одним из элементов конкурентоспособности, но не является ее синонимом. На наш взгляд, конкурентоспособность банка – это интегральная характеристика, складывающаяся из многих параметров. Алгоритм расчета интегрального показателя оценки конкурентоспособности состоит из трех этапов. Рассмотрим подробнее каждый из них.

1. Выбор параметров, из которых будет строиться интегральный показатель. В зависимости от экономико-смыслового содержания параметры можно объединить в несколько групп:

1) показатели эффективности деятельности кредитной организации, такие как размер и качество активов, величина собственных средств, кредитный портфель и его качество, объем просроченной ссудной задолженности, прибыль банка; рентабельность активов и капитала, достаточность капитала банка, кредитный и процентный риск;

2) показатели, характеризующие конкурентоспособность банковских услуг – привлекательность услуги для потребителя по сравнению с услугами конкурентов: стоимость и качество банковских услуг в разрезе их основных видов: широта ассортимента предоставляемых услуг; скорость предоставления услуг; уровень и культура обслуживания клиентов; качество постпродажного обслуживания; формы продвижения услуг;

3) показатели, оценивающие позиции кредитной организации на рынке банковских услуг: доля кредитов банка в общем объеме ссудной задолженности в регионе; уровень концентрации; уровень доходности операций банка; коэффициент относительной капиталоемкости банка, количество филиалов и операционных офисов. Эту группу можно дополнить показателями, характеризующими менеджмент кредитной организации: оценка качества корпоративного управления банка, эффективность и стабильность организационной структуры управления, прозрачность структуры собственников банка.

2. Приведение выбранных параметров в сопоставимый вид. Исходные количественные параметры измеряются в различных единицах, и их необходимо преобразовать с целью дальнейшего использования для вычисления интегрального показателя конкурентоспособности. В исследовании С.А. Черновой и М.Ю. Алиевой предлагается достижение сопоставимости показателей через перевод их в качественные аналоги и приведения к общему основанию, определяемому в соответствии с заданными уровнями конкурентоспособности [8]. Качественные аналоги рассчитываются по формуле:

$$u_i = \frac{(x_i - x_{\min})(N-1)}{x_{\max} - x_{\min}} + 1, \quad (1)$$

где u_i – значение качественного аналога i -го показателя конкурентоспособности банка;

x_i – значение i -го показателя конкурентоспособности банков;

x_{\min} , x_{\max} – минимальное и максимальное значения i -го показателя конкурентоспособности банков соответственно;

N – число уровней конкурентоспособности банков, определяется характером решаемой задачи.

Качественным параметрам предварительно необходимо придать количественное выражение. Это можно сделать, проранжировав каждую отдельную качественную характеристику и выбрав уровень, на котором находится исследуемый банк. Количество уровней в каждой отдельной случае определяется спецификой описываемой характеристики.

3. Агрегирование показателей. Этот этап является важным условием корректности интегральной оценки конкурентоспособности. Если весовые коэффициенты определяются произвольно, без достаточного теоретического или эмпирического обоснования, то результаты интегральной оценки могут быть искажены. Метод экспертных оценок, часто используемый для определения весовых коэффициентов, сопряжен со значительными затратами времени, зависит от компетенции экспертов и носит субъективный характер. С целью минимизации риска субъективных и некорректных оценок необходимо использовать для определения значимости показателей конкурентоспособности банков методические приемы многокритериальной оптимизации.

Таким образом, перспективным направлением исследований представляется разработка методики измерения конкурентоспособности кредитной организации, позволяющей нивелировать перечисленные недостатки, в результате применения которой можно получить достоверную оценку конкурентоспособности банка. Для этого потребуются разработать группы показателей, преобразовав качественные характеристики в количественные, и задать их критерии, а также сформулировать интегральный показатель конкурентоспособности. При этом необходимо задействовать эффективный метод SWOT-анализа банка. Далее целесообразно сегментировать уровни конкурентоспособности (по интегральному показателю) банков. А затем построить корреляционную модель для выявления зависимости между уровнем конкурентоспособности и целевым показателем деятельности банка (количество клиентов, доля рынка, прибыль и т.д.).

Библиографический список

1. Буздалин, А.В. Рейтинги значимости банков [Электронный ресурс] / А.В. Буздалин. – URL: <http://www.buzdalin.ru/text/banks/t1/znah.html>.
2. Викулов, В.С. Маркетинг банковских продуктов на основе сегментационных моделей / В.С. Викулов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1.
3. Захарьян, А.Г. Экспертная оценка комплексной устойчивости коммерческого банка / А.Г. Захарьян // Финансовые исследования. – 2000. – № 9.
4. Куницына, Н.Н. Разработка методики интегральной оценки конкурентоспособности коммерческого банка / Н.Н. Куницына, В.С. Краюшкин // Мир науки, культуры, образования. – 2013. – № 1 (38). – С. 303–306.
5. Никонова, И.А. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И.А. Никонова, Р.Н. Шамгунов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.

6. Пономарева, Т.А. Качество услуг: качественные параметры оценки / Т.А. Пономарева, М.С. Супрягина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1.

7. Спицын, И.О. Маркетинг в банке / И.О. Спицын, Я.О. Спицын. – Тернополь: АО «Тарнекс», ЦММС «Писпайп», 1993.

8. Чернова, С.А. Методические подходы к оценке конкурентоспособности региональных коммерческих банков / С.А. Чернова, М.Ю. Алиева // Известия УрГЭО. – 2015. – № 1 (57). – С. 89–99.

[К содержанию](#)