Правительство Российской Федерации

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования

"Национальный исследовательский университет   
"Высшая школа экономики"

###### Факультет "Экономика"

###### Кафедра экономической теории

Допускаю к защите

Заведующий кафедрой

старший преподаватель кафедры экономической теории

Редькина Анастасия Юрьевна

«\_\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_

###### ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему **АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ**

Студент группы № Э-09-1

Резник Артем Александрович

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись

Научный руководитель

к.г.н.,

доцент кафедры экономической теории

Букина Татьяна Витальевна

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись

Пермь, 2013 г.

**Оглавление**

[Введение ……………………………………………………………………………..3](#_Toc357433140)

[Глава 1. Теоретико-методологические подходы к анализу банковской деятельности ………………………………………………………………………...6](#_Toc357433141)

[1.1.Особенности банковской деятельности в условиях рыночной среды 6](#_Toc357433142)

[1.2.Структурный подход к анализу рынка банковских услуг 11](#_Toc357433143)

[1.3.Неструктурный подход к анализу рынка банковских услуг 21](#_Toc357433144)

[Глава 2. Анализ российского и регионального рынка банковских услуг …32](#_Toc357433145)

[2.1. Описание рынка банковских услуг в России 32](#_Toc357433146)

[2.2. Описание рынка банковских услуг в Пермском крае 48](#_Toc357433147)

[Глава 3. Применение модели Панзара-Росса для рынка банковских услуг Пермского края........................................................................................................55](#_Toc357433148)

[3.1. Описание использованных данных 55](#_Toc357433149)

[3.2. Описание модели Панзара-Росса для рынка банковских услуг Пермского края 58](#_Toc357433150)

[Заключение ………………………………………………………………………...65](#_Toc357433151)

[Список использованной литературы …………………………………………..67](#_Toc357433152)

[Приложение 1 ……………………………………………………………………..70](#_Toc357433153)

[Интервью с представителем ОАО АКБ «Урал ФД» 70](#_Toc357433154)

# Введение

В современном мире банковские услуги развиты настолько, что многие люди уже не представляют свою жизнь без их использования. Создаются базы данных заемщиков, позволяющие облегчить процедуру выдачи кредита. Банки стали неотъемлемой частью мира сегодня. Они развивается, и будут продолжать развиваться, внедряясь в неосвоенные области. Это обуславливает актуальность выбранной темы.

В большинстве случаев, под деятельностью банков понимается выдача денежных средств в кредит. Все банки предоставляют разные условия выдачи кредитов, это заключается в различии процентных ставок, процедуре подачи и оформления заявок на кредит, сроках его рассмотрения, а также в скрытых тратах по обслуживанию кредита банком. Однако продукты, предоставляемые банками не отличаются друг от друга по смыслу. Самыми распространенными видами потребительских кредитов являются, безусловно, ипотека и автокредитование. Кроме них банки предоставляют различные кредиты на потребительские цели как с обеспечением, так и без него, кредиты на оплату обучения и т.д. Кроме кредитования физических и юридических лиц банковская деятельность подразумевает содержание депозитов, финансовое обслуживание и хранение денежных средств своих клиентов. Однако именно кредитование позволяет коммерческим банкам максимизировать свою прибыль

В каждой стране существует множество как региональных, так и нерегиональных банков. Рассматривая их деятельность, одной из особенностей рынка банковских услуг следует выделить наличие конкуренции и различных конкурентных преимуществ между банками, работающими в отдельных регионах и банками, работающими по всей стране, а в отдельных случаях и во всем мире.

Пермский край не является исключением. На рынке банковских услуг Пермского края присутствует около пятидесяти банков. В связи с вышесказанным, проблемой исследования является анализ конкурентной борьбы на рынке банковских услуг региона между местными региональными банками и филиалами крупных российских федеральных банков.

На данный момент существует достаточное количество работ, в которых описываются способы оценки конкурентной среды в сфере банковских услуг в России и некоторых ее регионах. Работы таких исследователей, как Дробышевский С. и Пащенко С., Анцотегай Д. и др. направлены на исследование рынка банковских услуг в России. В работе Верникова А.В. и Анисимовой А.И. проведен анализ конкуренции на рынке банковских услуг в Башкирии и Татарстане.

Целью данной работы является оценка уровня конкуренции на рынке банковских услуг Пермского края с позиции структурного и неструктурного подходов для выявления специфических условий данной сферы и разработки концептуальных предложений по совершенствованию деятельности различных игроков в среде банковских услуг.

Задачами, которые будут решаться в процессе проведения исследования, являются:

* анализ рынка банковских услуг в России;
* анализ рынка банковских услуг в Пермском крае;
* анализ структуры рынка банковских услуг в Пермском крае и ее характеристика с использованием структурного подхода;
* анализ структуры рынка банковских услуг в Пермском крае и ее характеристика с использованием неструктурного подхода.

В ходе решения данных задач предполагается осуществить отбор показателей банковской деятельности для банков, работающих в Пермском крае и на основе полученных данных провести анализ рынка банковских услуг в Пермском крае. В том числе будет проведен эконометрический анализ с использованием неструктурной модели Панзара-Росса. Объектом исследования данной работы является рынок банковских услуг в Пермском крае. Предметом исследования данной работы являются конкурентные условия, в которых действуют банки, осуществляющие свою деятельность в Пермском крае.

Практическая значимость данной работы состоит в возможности применения адаптированной методики анализа структуры рынка банковских услуг и выявлении лидеров рынка, при наличии таковых.

Данная работа состоит из введения, трех глав и заключения. В первой главе описываются теоретические аспекты работы и описание основных источников литературы, использованных в ходе исследования. Вторая глава посвящена анализу с помощью структурного подхода рынков банковских услуг в России и в Пермском крае. Третья глава описывает неструктурный подход Панзара-Росса к исследованию структуры рынка банковских услуг в Пермском крае.

# Глава 1. Теоретико-методологические подходы к анализу банковской деятельности

В современном развивающемся мире наличие конкуренции является основой развития рыночных отношений. Так, для участника рынка, исследование конкуренции является важным, поскольку это может помочь сформировать стратегию деятельности фирмы, политику в сфере ценообразования и определить перспективы дальнейшего развития фирмы. Для государства определение структуры рынка и уровня концентрации продавцов на рынке важно, так как таким образом государство способно отслеживать монополизацию рынков и пресекать ее, позволив развиваться конкуренции и рыночным отношениям.

В данной главе будет предоставлено описание банковской деятельности и основных продуктов, предлагаемых банками. Кроме того, будут описаны различные структуры рынков и два подхода к их определению.

## Особенности банковской деятельности в условиях рыночной среды

Банк - это предприятие, занимающееся коммерческой деятельностью, являющееся юридическим лицом, которое действует в соответствии с законами страны местопребывания. Банки обладают правом привлекать денежные средства от физических и юридических лиц и от своего имени производить размещение денежных средств на условиях платности и возвратности, а также совершать прочие банковские операции (Mishkin, 2004).

Одним из главных видов коммерческой банковской деятельности, безусловно, является предоставление кредитов, так как основной доход банки получают именно от предоставления кредитов физическим и юридическим лицам (Mishkin, 2004).

Кредиты выдаются банком как физическим, так и юридическим лицам. Данная работа рассматривает рынок потребительского кредитования, соответственно, - это кредиты, предоставляемые физическим лицам. Представим основные виды кредитования физических лиц в современных банках.

Самыми популярными видами кредитования являются ипотечное кредитование, автокредитование и кредитование без обязательств. Также следует указать такие виды кредитования, как кредитование под залог движимого или недвижимого имущества и кредитование по кредитным картам (Москвин).

В России за 2010 г. темп прироста кредитования крупных организаций был очень высоким, достигая около 25%. На втором месте находилось розничное кредитование с результатом около 20%. И на последнем третьем месте находилось кредитование малого и среднего бизнеса с результатом в 13%.

К 2012 г. ситуация изменилась и лидером стало розничное кредитование, превзошедшее порог в 40%. Несмотря на сохранение темпа прироста в 25%, кредитование крупных организаций сместилось на вторую позицию из трех. Хотя на третьем месте осталось кредитование малого и среднего бизнеса, оно существенно возросло по сравнению с этим показателем предыдущего года, достигнув 20% («Эксперт РА»…). Изменение темпов прироста указывает на повышение интереса населения к банкам. Люди стали больше тратить, малый и средний бизнес стал активно развиваться. Помощь банка в данном случае становится очень полезной.

Банки формируют свои доходы благодаря выдаче кредитов и вложения денежных средств в различные ценные бумаги. Однако, чтобы банки имели возможность осуществлять вышеуказанные операции, им необходимо содержать большой объем денежных средств. Для этого банки предлагают физическим и юридическим лицам хранить их денежные средства в форме депозитов.

Кроме кредитования и хранения депозитов, банки производят финансовое обслуживание клиентов по банковским картам. Большинство клиентов обслуживаются в рамках «зарплатных проектов», при которых организация хранит деньги в определенном банке, а работники этой организации получают заработную плату на карты данного банка.

На данный момент спектр услуг, предоставляемых различными банками, отличается очень малым между различными банками. Этим малым являются условия предоставления банковских услуг. Тем не менее, не смотря на дифференциацию продукции, банковская деятельность имеет большой потенциал для развития. В России свою деятельность ведут более 1000 банков, а в Пермском крае деятельность ведут около 50 банков, однако отрасль считается монополизированной (Дробышевский, 2006). Это связано с наличием крупных игроков, как на рынке в России, так и в Пермском крае.

Как и на любом другом рынке, на рынке банковских услуг требуется поддерживать конкуренцию и предупреждать монополизм, чтобы банки, действующие в отрасли могли повышать эффективность своей работы и развиваться. Поэтому очень важным является описать структуры данного рынка, чтобы можно было сделать заключение о необходимости вмешательства со стороны государства для предотвращения возможной монополизации.

Существует несколько разновидностей рыночных структур, а именно: рынок совершенной конкуренции, монополия и рынок несовершенной конкуренции.

На рынке с *совершенной конкуренцией* присутствует большое количество поставщиков продукции, но они настолько малы, что их действия не оказывают существенного влияния на остальных поставщиков. Товар является однородным, то есть все фирмы поставляют одинаковые продукты. Все участники рынка полностью проинформированы о ценах, которые были установлены другими фирмами. Все производственные технологии являются равнодоступными для всех фирм. Также, любая фирма может беспрепятственно войти на рынок, либо выйти из него (Гальперин, 2002).

Фирмы при условии совершенной конкуренции являются ценополучателями; исходя из большого числа фирм, каждая из них должна ориентироваться на рынок, а, следовательно, рассчитывать на прибыль в долгосрочном периоде. Но так как уровень конкуренции на данном рынке высок, качество производимого товара будет соответственно высоко.

На рынке банковских услуг данная ситуация может быть описана, в случае наличия очень большого количества игроков на рынке. В ситуации наличия совершенной конкуренции, банки предоставляют одинаковый, однородный товар, соответственно, когда потребитель выбирает в каком банке открыть депозит или в каком из банков получить кредит, он не основывается на своих предпочтениях. Для потребителя в данном случае все банки одинаковы. Кроме того, все банки имеют одинаковую долю рынка и устанавливают процентные ставки в зависимости от спроса, получая при этом прибыль в долгосрочном периоде. На данном рынке беспрепятственно могут появиться новые игроки, а старые могут свободно уйти с рынка.

Монополист является ценоустановителем. На рынке в условиях *монополии* присутствует один единственный продавец. Товар является уникальным, так как технологии производства скрыты от всех. Барьеры входа на данный рынок высоки, особенно если идет речь о естественной монополии (при такой организации рынка одна фирма может производить товар лучше, чем комбинация любых других фирм) (Крабаль, 2003).

Монополист может рассчитывать на высокий уровень дохода, так как он может установить практически любую цену. Обычно с монополией борется государство и не позволяет установить данной фирме любую цену.

Монополия означает, что конкуренция в отрасли отсутствует. Это может привести к негативным последствиям, таким как низкое качество производимой продукции, либо большие задержки в производстве.

Монополия на рынке банковских услуг означает наличие одного продавца, контролирующего весь рынок. В данном случае банк-монополист является единственным кредитором, и только он принимает депозиты и производит финансовое обслуживание клиентов. Вероятно, на рынке банковских услуг наличие монополиста может быть обусловлено малыми размерами рынка, сильной привязанностью со стороны потребителей и ограничениями со стороны государства.

Рынок в ситуации *несовершенной конкуренции* бывает двух типов: монополистическая конкуренция и олигополия.

*Монополистическая конкуренция* характеризуется большим количеством продавцов, доступностью информации о ценах и технологиях производства, свободными барьерами для входа на рынок и выхода из него, а также дифференцированной продукцией. Каждая фирма в отрасли занимает небольшую долю рынка. Фирмы способны сами устанавливать цены.

Данная ситуация наиболее близка к рынкам банковских услуг. Исследования Дробышевского (Дробышевский, 2006), Анисимовой (Анисимова, 2011), Анцотегая (Anzoategui, 2010) описывают рынки банковских услуг, как находящиеся в условиях монополистической конкуренции. Барьеры входа и выхода в отрасль в данном случае существуют, но они преодолимы. Количество фирм достаточно велико, продукция дифференцирована. Потребитель может делать предпочтения в сторону одного из банков, так как кредиты и вклады банков могут отличаться по условиям предоставления, т.е. по процентным ставкам, по срокам рассмотрения заявки и т.д.

Если на рынке действует *олигополист* или *доминирующая фирма*, то рынок характеризуется небольшим количеством участников, дифференцированной продукцией, существуют значительные барьеры для входа в отрасль, а также фирмы являются зависимыми друг от друга.

Фирма является доминирующей, если она способна использовать стратегические преимущества своего положения по сравнению с конкурентами, что проявляется в ее высокой доли рынка. Также данная ситуация обычно означает, что фирма способна выпускать продукцию более высокого качества, чем аутсайдеры (Авдашева, 1998).

На рынке банковских услуг доминирующая фирма имеет наибольший объем выданных кредитов, среди конкурентов, наибольший объем привлеченных средств, клиентская база также является самой большой. В основном клиенты обращаются именно в этот банк, так как процентные ставки являются наиболее привлекательными по сравнению с остальными конкурентами.

В случае олигополии фирмы имеют два выхода: кооперироваться или не кооперироваться.

В случае кооперации фирмы действуют сообща, проводят единую сбытовую политику, устанавливают одинаковые цены. Так, на рынке банковских услуг игроки будут устанавливать одинаковые процентные ставки.

В случае некооперирования фирмы устанавливают цены в зависимости от доминирующей фирмы. В этом случае банки будут занимать оставшуюся часть рынка, которую не смог обеспечить доминирующий на рынке банк.

Рыночная власть заключается в способности продавцов или покупателей воздействовать на рыночную ситуацию, складывающуюся в связи с реализацией определенного вида товара, не имеющего заменителя, посредством цены товара или объема выпуска.

В соответствии с теорией отраслевых рынков, структуру в отрасли можно определить благодаря стандартному структурному подходу. Согласно парадигме «структура-поведение-результат» существует прямая зависимость монопольной власти от уровня концентрации (Авдашева, 1998). Структурный подход заключается в расчете показателей концентрации продавцов на рынке, определении барьеров входа/выхода в отрасль и расчета показателей монопольной власти. В следующей части данной главы будет произведено описание вышеуказанного подхода.

## Структурный подход к анализу рынка банковских услуг

Как было указано выше, структурный подход заключается в определении следующих показателей:

* показатели концентрации продавцов на рынке;
* барьеры входа на рынок и выхода с рынка;
* показатели монопольной власти.

Для начала опишем показатели концентрации. Они основаны на сопоставлении размеров рынка и, в нашем случае, размеров банка, действующего на этом рынке. Таким образом, чем больше банки, тем выше уровень концентрации. Однако существует проблема в определении размера банка. Применяются четыре показателя, которые характеризуют размер определенного банка по сопоставлению с размером рынка (Авдашева, 1998):

* доля продаж банка в объеме реализации рынка;
* доля работников банка, занятых в производстве данного продукта на данном рынке;
* доля стоимости активов банка в совокупной стоимости активов всех банков, действующих на рынке;
* доля добавленной стоимости банка в сумме добавленной стоимости всех банков, которые действуют на рынке.

Показатели уровня концентрации на рынке представлены ниже:

* индекс концентрации;
* индекс Херфиндаля-Хиршмана;
* индекс энтропии;
* дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей;
* индекс Джини.

*Индекс концентрации (concentration ratio)* измеряется как сумма рыночных долей крупнейших банков, действующих нарынке:

*Ck = Σ Yi*, *i =1, 2...k*, (1)

где *Yi* - размер банка (например, рыночная доля);

*k* - количество банков, для которых рассчитывается показатель.

Для одного и того же числа крупнейших банков, чем больше индекс концентрации, тем дальше рынок от идеала совершенной конкуренции. Однако информация, которую дает нам индекс концентрации, далеко недостаточна для характеристики рынка. Показатель индекса концентрации не говорит о том, каков размер банков, которые не попали в выборку k, а также об относительной величине банков из выборки. С этой особенностью индекса концентрации связана возможная неточность при его использовании (Авдашева, 1998).

*Индекс Херфиндаля-Хиршмана* определяется как сумма квадратов долей всех банков, действующих на рынке:

*HHI = ΣYi2, i = 1, 2,...,n.* (2)

Индекс Херфиндаля-Хиршмана меняется в пределах от 0 (при идеальной совершенной конкуренции, когда на рынке бесконечно много продавцов, каждый из которых контролирует малую долю рынка) до 1 (когда на рынке действует монополист). Если посчитать рыночные доли в процентах, то индекс будет принимать значения от 0 до 10 000. Чем больше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке (Hirschman, 1964).

*Индекс энтропии* показывает среднюю долю банков, действующих на рынке, взвешенную понатуральному логарифму обратной ей величины:

*E = ΣYi ln(1/Yi), i = 1,*…*,n.* (3)

Индекс энтропии представляет собой показатель, обратный концентрации: чем выше его значение, тем ниже концентрация продавцов на рынке. Чем выше данный показатель, тем ниже возможность продавцов влиять на рыночную цену (Авдашева, 1998).

*Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей.* Для измерения степени неравенства размеров банков, действующих на рынке,используется показатель дисперсии рыночных долей:

*σ2 = 1/n Σ(Yi – Ŷ)2, i = 1,*...*,n*, (4)

где *Yi* - доля фирмы на рынке;

*Ŷ* - средняя доля фирмы на рынке, равная — *1/n*;

*n* - число фирм на рынке.

Чем больше неравномерность распределения долей, тем при прочих равных условиях более концентрированным является рынок.

*Индекс Джини* представляет собой отношение процентной доли размера отрасли к процентному числу банков действующих в отрасли (Авдашева, 1998).

*Барьеры входа на рынок и выхода с рынка* являются очень важными характеристиками структуры рынка. Барьерами являются такие факторы, в виду которых банкам тяжело или невозможно войти в отрасль и осуществлять в ней свою деятельность. Благодаря наличию барьеров входа, а также высокой концентрации банков в отрасли, эти банки имеют возможность поднимать цены выше предельных издержек и получать экономическую прибыль, как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах. Данный факт обуславливает рыночную власть этих банков (Авдашева, 1998).

Разделяют два типа барьеров: стратегические и нестратегические барьеры. Объективные характеристики отраслевого рынка, связанные с технологией производства, характер предпочтений потребителей, динамика спроса и т.д. являются нестратегическими барьерами. Другой тип барьеров связан со стратегическим поведением фирм в отрасли.

Для начала будут рассмотрены *нестратегические барьеры входа на рынок.* К ним можно отнести следующие барьеры:

* положительная отдача от масштаба и минимально эффективный выпуск;
* вертикальная интеграция;
* диверсификация деятельности банка;
* дифференциация продукта;
* эластичность и темпы роста спроса;
* иностранная конкуренция;
* институциональные барьеры.

Благодаря преимуществу крупных производителей в издержках появляется *положительная отдача от масштаба*, которая создает объективные барьеры входа для потенциальных конкурентов в отрасль. При этом *минимальный эффективный выпуск* является показателем, который характеризует величину барьеров входа, возникших в связи с положительной отдачей от масштаба. Минимальным эффективным выпуском является такая величина выпуска, при которой положительная отдача от масштаба сменяется постоянной или убывающей, а банк достигает минимального уровня долгосрочных средних издержек.

Количество банков в отрасли в долгосрочном равновесии равно отношению объема рыночного спроса по цене, которая равна минимальному значению долгосрочных издержек, к минимальному эффективному выпуску:

n=Qd(P=minLRAC)/q\* (5)

Таким образом, если число банков n меньше, чем реальное число банков в отрасли, то это будет значить, что часть из этих банков будет производить товар с издержками, большими минимального значения долгосрочных средних издержек, ценовая конкуренция между этими банками приведет к падению цены до уровня минимальных средних издержек, следовательно, ряд банков будет терпеть убытки и будет вынужден уйти из отрасли.

Тем не менее, этой информации может оказаться недостаточно для корректного определения высоты барьеров. В таком случае необходима дополнительная информация – о разнице между величиной средних издержек мелких и крупных банков в отрасли. Чем выше эта разница, тем выше барьеры входа, созданные благодаря положительной отдаче от масштаба (Авдашева, 1998).

*Вертикальная интеграция* означает, что банк, занимающийся производством продукта на рынке данной отрасли, также владеет банками, занятыми в производственном процессе ранних, либо поздних стадий, то есть интеграция первого типа или интеграция ресурсов и интеграция второго типа или интеграция конечного продукта соответственно. Благодаря вертикальной интеграции банк получает большую рыночную власть, чем та рыночная власть, которой банк мог бы обладать, исходя только из объема своих продаж на данном рынке. При вертикальной интеграции, банк может в большей степени снижать цену на товар, либо получать дополнительную прибыль при данной цене благодаря более низким, чем у конкурентов, издержкам или по продаже конечного продукта. Кроме того, вертикальная интеграция может являться способом снижения трансакционных издержек (Авдашева, 1998).

*Диверсификация деятельности банка* отражает распределение выпуска банка между разными целевыми рынками. Число производимых наименований продукции в данном случае будет отражать уровень диверсификации. Обычно диверсифицированный банк обладает большими размерами, нежели недиверсифицированный. В таком случае повышается минимальный эффективный объем выпуска в отрасли, что затрудняет вход новых банков. Более того, диверсифицированный банк более устойчив, так как обладает способностью компенсировать возможные убытки на одном рынке благодаря прибыли на другом. Также, диверсификация может быть использована в качестве метода входа на новые рынки, снижая степень зависимости от окружаемой среды и риск банкротства, благодаря возможности компенсировать прибылью одного рынка убытки другого (Авдашева, 1998).

*Дифференциация продукции* предполагает разнообразие товаров, которые удовлетворяют одну потребность и обладают одинаковыми базовыми характеристиками. При этом банки, занятые производством дифференцированного продукта, продолжают относиться к одному рынку. Различия в упаковке, маркировке, незначительные внутренние модификации предполагают, что диверсифицированная продукция относится к одному товарному виду. Дифференциация продукта создает приверженность потребителей к бренду, в результате чего растут барьеры входа на рынок. Соответственно, чем больше диверсифицирован продукт, тем больше банку‑новичку придется затратить средств на рекламу для создания или поддержания имиджа своего банка. Кроме того, дифференцированный продукт создает у банков репутацию, которая становится сигналом о добросовестности производителя. Таким образом, потенциальному игроку на рынке необходимо будет произвести существенные траты на создание своей репутации (Авдашева, 1998).

*Эластичность спроса* создает ограничение на превышение цены над предельными издержками банка. В случае неэластичности спроса банки имеют возможность увеличивать цену по сравнению с издержками в большей степени, чем в ситуации эластичного спроса. Таким образом, чем менее эластичен спрос, тем выше издержки для входа в отрасль (Авдашева, 1998).

*Темп роста спроса* находится в обратной зависимости от уровня концентрации продавцов в отрасли. Чем выше темпы роста спроса, то есть чем быстрее увеличиваются масштабы рынка, тем легче новым банкам войти в отрасль и занять свободные места для удовлетворения спроса, и тем ниже уровень концентрации на рынке.

В случае *иностранной конкуренции*, высота барьеров входа в отрасль зависит от ставки импортных тарифов, то есть чем ниже ставка, тем ниже барьеры входа на рынок для иностранных конкурентов.

К *институциональным барьерам входа на рынок* следует отнести систему лицензирования деятельности банка, систему государственного контроля над уровнем доходности и ценами. К институциональным барьерам выхода из отрасли относятся затраты, связанные с процедурой прекращения деятельности банка и банкротства для собственника (Авдашева, 1998).

Обычно выделяют четыре вида отраслей по высоте барьеров входа в отрасль:

* рынки со свободным входом (действующие на рынке банки не обладают преимуществом перед потенциальными конкурентами; на таких рынках обеспечивается полная мобильность ресурсов, цена в отрасли равна уровню предельных издержек);
* рынки с неэффективными барьерами входа (действующие на рынке банки способны с помощью различных методов ценовой и неценовой политики препятствовать входу банков-новичков, тем не менее, такая политика будет менее предпочтительна, чем получение прибыли в краткосрочном периоде);
* рынки с эффективными барьерами входа (банкам, действующим в отрасли предпочтительнее препятствовать входу новых банков);
* рынки с блокированным входом (банки, действующие в отрасли, полностью блокируют возможность появления на рынке новых банков).

Таким образом, банки могут создавать *стратегические барьеры входа* в отрасль, благодаря снижению цен для исключения потенциальной конкуренции или использовать различные методы неценовой конкуренции (Авдашева, 1998). Такими методами могут являться:

* дополнительные инвестиции в оборудование;
* дифференциация продукта;
* стратегическая вертикальная интеграция и вертикальные ограничения.

*Инвестиции в оборудование* могут быть описаны как необратимые издержки банка, так как банк вынужден их оплачивать, даже если товар не производится. При этом если старый банк имеет избыточные производственные мощности по сравнению с величиной спроса, то при появлении угрозы входа новых банков на рынок, старый банк может увеличить выпуск до запретительного уровня, а у нового банка необратимые издержки будут потеряны. Величина необратимых издержек является барьером для выхода из отрасли, так как, покидая рынок, банк теряет эти издержки (Авдашева, 1998).

Для предотвращения входа новых банков, старый банк имеет возможность наполнить рынок большим объемом *товаров-субститутов*, после чего новому банку будет тяжело найти свою нишу на рынке. Это возможно, когда старый банк обладает положительной отдачей от ассортимента, то есть издержки по маркетингу и сбыту продукта при увеличении числа товарных марок растут с медленными темпами по сравнению с выпуском одного вида товара. В данных условиях для старого банка возникает положительный внешний эффект товарных марок, когда реклама одного товара данного банка способствует сбыту других товаров этого банка. Для нового банка растет минимальный эффективный выпуск, в виду рекламных расходов и, соответственно, растут барьеры входа в отрасль.

Наличие *долгосрочных контрактов с поставщиками сырья и покупателями продукции* создает барьеры входа новых банков на рынок, сужая рамки потенциального спроса.

Далее опишем *показатели монопольной власти* банков. Они оцениваются на основе сравнения реальных рынков с рынком совершенной конкуренции. Фактом наличия монопольной власти у банка служит величина прибыли, полученной банком. Большинство показателей монопольной власти связаны с индексом прибыльности деятельности банков (Авдашева, 1998).

Показатели монопольной власти:

*  - коэффициент Бэйна;
* *L* - коэффициент Лернера;
*  - коэффициент Тобина;
*  - коэффициент Папандреу.

*Коэффициент Бейна* показывает экономическую прибыль на одну условную единицу собственного инвестированного капитала. Он определяется следующим образом:

, (6)

где: *Бпр*. - Бухгалтерская прибыль;

*Нпр*. - Нормальная прибыль;

*СК* - Собственный капитал банка.

*Коэффициент Лернера*:

, (7)

где: *Р* – цена;

*МС* - предельные издержки;

*Ed* - ценовая эластичность спроса.

Коэффициент Лернера находится в пределах от нуля (на рынке совершенной конкуренции) до единицы (для чистой монополии). Чем выше значение данного коэффициента, тем выше уровень рыночной власти и тем дальше рынок от идеального состояния совершенной конкуренции (Авдашева, 1998).

*Коэффициент Тобина* связывает рыночную стоимость банка (измеряемой рыночной ценой ее акций) с восстановительной стоимостью ее активов:

, (8)

где *Р* - рыночная стоимость активов банка;

*С* - восстановительная стоимость активов банка, равная сумме расходов, необходимых для приобретения активов банка по текущим ценам.

Многочисленные исследования установили, что коэффициент q в среднем довольно устойчив во времени, а фирмы с высоким его значением обычно обладают уникальными факторами производства или выпускают уникальные товары. Фирмы с небольшими значениями q действуют в конкурентных или регулируемых отраслях (Авдашева, 1998).

*Коэффициент Папандреу* основывается на концепции перекрестной эластичности остаточного спроса на товар банка. Необходимым условием осуществления монопольной власти служит низкое влияние на объем продаж банка цены продавцов на взаимосвязанных рынках или сегментах одного и того же рынка.

Однако сам по себе показатель перекрестной эластичности остаточного спроса не может служить показателем монопольной власти, так как его величина зависит от двух факторов, оказывающих противоположное влияние на монопольную власть: от числа фирм на рынке и от уровня заменяемости услуги рассматриваемого продавца и услуг других банков.

Данный коэффициент показывает, на сколько процентов изменится объем продаж банка при изменении цены конкурента на один процент.

, (9)

где *Qdi* - объем спроса на товар банка, обладающего монопольной

властью;

*Pj* - цена конкурента (конкурентов);

- коэффициент ограниченности мощности конкурентов, измеряемый как отношение потенциального увеличения выпуска к росту объема спроса на их товар, вызванного понижением цены (0 < X < 1) (Авдашева, 1998).

Итак, существует множество различных индексов, определяющих рыночную власть того или иного банка. Все индексы имеют как различия, так и сходства, но, тем не менее, для точного определения рыночной власти фирмы, требуется рассчитать несколько показателей.

В следующей части данной главы будет описан неструктурный подход анализа рынка.

## Неструктурный подход к анализу рынка банковских услуг

Дробышевский и Пащенко (Дробышевский, 2006) сообщили, что конкурентное взаимодействие между банками носит сложный характер, который не поддается описанию через обобщенные показатели концентрации, в виду чего требуется использовать другой подход. Им является неструктурный подход, основывающийся на моделировании поведения банка, и становящийся все более популярным. Самыми распространенными в применении являются три модели:

* модель Бреснахана;
* модель Барроса-Модесто;
* модель Панзара-Росса.

Модель Бреснахана была разработана для оценки ситуации количественной олигополии. Тем не менее, применительно к банковскому сектору, также исследуется модель Бреснахана для ценовой олигополии (Bresnahan, 1982).

При оценке *модели Бреснахана для количественной олигополии* задается предпосылка о том, что в отрасли действует N банков. При этом объем выпуска банка i равен qi. Общий объем выпуска всех банков в отрасли равен Q (Q=∑qi). Функция спроса на банковские услуги принимает следующий вид:

p=d(Q, ν), (10)

где p – цена,

ν – факторы, приводящие к сдвигу кривой спроса.

Далее задается функция издержек банка i:

Ci=Ci(qi, wi),

где wi – вектор цен на факторы производства.

В таком случае задача максимизации прибыли банка i задается следующим образом:

Для функции максимизации прибыли выводим условие первого порядка:

(11)

где MCi – предельные издержки банка i.

Далее вводится переменная θi, обозначающая изменение общего выпуска в отрасли, ожидаемое банком i, в ответ на изменение выпуска отдельным банком:

Следовательно, можем видоизменить выражение (11):

где .

В модели Бреснахана переменная θi как индекс конкурентного поведения олигополии, показывающий степень согласованности между действиями отдельных банков. Так, при θi=0 можно сделать вывод о совершенной конкуренции на рынке, так как цена будет равна предельным издержкам банка. Чем выше |θi|, тем менее конкурентным является поведение фирм в отрасли. Если θi=1, то делается заключение о том, что фирма является монополистом (Bresnahan, 1982).

Модифицированная *модель Бреснахана для ценовой олигополии* предполагает, что продукция банков является дифференцированной. Это означает, что на продукцию отдельных банков существуют различные функции спроса. Тем не менее, услуги, предоставляемые разными банками, являются субститутами для потребителей. Каждый из банков максимизирует свою прибыль, имея информацию о кривой спроса на свои услуги и принимая во внимание вероятную реакцию на свои действия со стороны конкурентов. Спрос на услуги банка i устанавливается следующим образом:

qi=qi(pi, pj, zi), i=1…N, (12)

где qi – объем спроса,

pi – цена, которую устанавливает банк i,

pj – индекс цен на услуги конкурентов,

zi – экзогенные факторы.

Таким образом, задача максимизации прибыли для банка i будет выглядеть так:

Условия первого порядка примут следующий вид:

. (13)

Вышеуказанное выражение примет следующий вид после преобразований:

(14)

где - эластичность спроса на услуги банка i по цене, которую этот банк устанавливает;

- эластичность спроса на услуги банка i по цене, устанавливаемой конкурентами;

- индекс конкурентного поведения.

Вышеуказанный параметр показывает взаимозависимость различных банков на рынке. При λi>0 можно предположить, что если банк i увеличивает цены на свой продукт, то он ожидает такого поведения и от конкурентов. Если λi=0, то банк не учитывает возможную реакцию конкурентов на изменение своей цены. Эта ситуация может быть описана как олигополия Курно. Если же λi=1, то делается предположение о кооперативном поведении, т.е. свидетельствуют о наличии сговора на рынке. В случае, когда λi<0, делается заключение о том, что поведение банков в большей степени конкурентно, чем в случае олигополии Курно. При λi=-∞ говорят о наличии совершенной конкуренции на рынке (Bresnahan, 1982).

*Модель Барроса и Модеста* изначально разрабатывалась для исследования банковского сектора. Она основывается на анализе продукции банка, изучении функции спроса, что позволит ответить на вопрос о монополизации отрасли. Данная модель предполагает, что один потребитель может пользоваться услугами нескольких различных банков, при этом полезность, получаемая от одной и той же услуги, может варьироваться в зависимости от того, какой банк эту услугу предоставил. Функции спроса на услуги каждого банка имеет параметр, который отражает уровень взаимозаменяемости банков для потребителя. Эта функция известна банку и он использует ее при ценообразовании. В итоге можно получить уравнение зависимости цен на услуги банка от различных дополнительных факторов, благодаря которым можно оценить вышеуказанный параметр взаимозаменяемости банков.

Таким образом, предполагается, что репрезентативный потребитель банковских услуг имеет функцию полезности U(x)+m, где x=(L1,…, Ln, D1,…, Dn) представляет потребление услуг разных банков, Li представляет собой кредиты, выдаваемые банком i, Di является депозитами банка i, а m является объемом средств, потраченных на остальные товары и услуги. Соответственно, функция полезности U(x) представляет собой следующее:

(15)

где δ, α, ω, μ, β, γ – параметры.

В данном случае параметры αi и μi представляют собой специфические характеристики банка, которые увеличивают или снижают привлекательность для потребителя услуг этого банка. Соотношения ω/δ и γ/β показывают заменяемость услуг банка i услугами других банков для потребителя. Если вышеуказанные соотношения равны нулю, то это означает, что потребитель пользуется услугами только одного банка – банка i, соответственно, банк i является монополистом. В случае равенства этих соотношений единице, для потребителя не существует различия между банками, поэтому можно свидетельствовать о наличии совершенной конкуренции. При отрицательном значении этих соотношений можно сделать вывод о том, что для потребителей услуги различных банков являются товарами-дополнителями или комплементами.

Доходы m потребителя описываются следующим образом:

(16)

где y – экзогенный доход потребителя.

Потребитель, будучи рациональным, максимизирует собственную функцию полезности по объему полученных кредитов и открытых депозитов.

Благодаря условиям первого порядка получаем функцию спроса на кредиты банка i:

(17)

Таким же образом получаем спрос на услуги банка i по хранению депозитов:

. (18)

Далее получаем функцию прибыли банка i:

, (19)

где r – ставка денежного рынка,

rr – норма обязательного резервирования,

Fi – операционные издержки банка i.

Банк производит максимизацию своей прибыли, решая задачу оптимизации следующего вида:

(20)

Изначально делается предположение о том, что банк знает функции спроса на свои услуги. Исходя из этих функций спроса и учитывая задачу максимизации прибыли банка i, можно описать процесс ценообразования следующим образом:

, (21)

. (22)

Для анализа модели необходимо произвести спецификацию параметров αi и μi при i=1…n. Эти параметры описывают степень привлекательности для клиентов услуг банка i и могут включать такие характеристики услуг банка, как надежность, престиж, удобство и т.д. Соответственно, чем выше эти параметры, тем больше неденежных выгод получают потребители от пользования услугами банка i. Барросом и Модесто было сделано предположение о том, что параметры αi и μi находятся в зависимости от таких факторов, как расходы на техническое оснащение банка, расходы на маркетинговые мероприятия, в том числе на рекламу, доля банка на рынке в предыдущем периоде (Barros, 1999). Таким образом, исследователями были использованы следующие показатели:

* расходы на техническое оснащение банка (доля основных средств в активах банков);
* расходы на рекламу (доля административных расходов, не идущих на выплату заработной платы).

В 1987 г. *Панзар и Росс* указали, что степень монополизации отрасли можно оценить, проведя анализ динамики выручки фирм в ответ на изменение цен факторов производства. В результате авторами модели был выведен показатель монополизации отрасли H:

(23)

где w – цены на факторы производства, а R представляет выручку среднего банка в отрасли в условиях равновесия.

Данный показатель H указывает, на сколько процентов поменяется выручка банка при состоянии равновесия, в случае увеличения на 1% цен всех факторов производства. При этом, на основе значения показателя H можно сделать выводы о структуре отрасли, указанные в табл. 1.

Таблица 1

Структура банковской отрасли на основе значения статистики H1

|  |  |
| --- | --- |
| Значение H | Структура рынка |
| H < 0 | Монополия/Олигополия |
| 0 < H < 1 | Монополистическая конкуренция |
| H = 1 | Совершенная конкуренция |

1Сост. по источнику: Дробышевский С. и др. Анализ конкуренции в российском банковском секторе /С. Дробышевский, С. Пащенко // Научные труды Института экономики переходного периода. 2006. №96Р.

Эта таблица может быть описана следующим образом. Функция издержек фирмы, максимизирующей прибыль, однородна в первой степени в условиях равновесия. Следовательно, при увеличении цен факторов производства на 1%, предельные и средние издержки также увеличиваются на 1%. Если фирма является монополистом, то в случае увеличения предельных издержек, происходит снижение выпуска и рост цен, а выручка снижается, так H < 0. Если рынок находится в условиях совершенной конкуренции, то увеличение издержек ведет к снижению прибыли всех фирм на рынке. В результате часть фирм уходит с рынка, и на отраслевом уровне предложение постепенно снижается. Появляется новое равновесие, в котором цена увеличивается на величину первоначального роста издержек. В итоге выручка и выпуск каждой из фирм в отрасли не меняются и, таким образом, H = 1. Если H находится в пределах от 0 до 1, то можно говорить о наличии монополистической конкуренции. При этом, чем выше показатель H, тем ближе рынок к условиям совершенной конкуренции.

В большинстве случаев функция равновесной выручки фирмы задается в логлинейной форме:

, (24)

где Ri - удельная выручка;

α и β – параметры, подлежащие оценке;

wj - цены на факторы производства;

Gi – контрольные переменные, которые отражают индивидуальные характеристики банка.

Удельная выручка представляет собой отношение всех процентных доходов банка к его активам. Ценами на факторы производства, как правило, являются три переменные: цена источников финансирования, цена труда и цена капитала. Первый фактор, цена источников финансирования, рассчитывается как отношение всех процентных расходов банка к величине привлеченных средств. Цена труда рассчитывается как отношение расходов на оплату труда к активам. Цена капитала представляет собой отношение расходов на основные фонды к общей величине активов банка.

В качестве контрольных переменных могут быть представлены переменные, благодаря которым можно отразить различия в рисках, структуре и размере активов банка. Данными переменными могут являться величина активов банка, отношение собственного капитала к активам, доля кредитов в активах и т.д.

После построения модели и получения выходных данных по модели, составляется показатель H. Он представляет собой сумму коэффициентов при логарифмах цен на факторы производства:

. (25)

После сложения коэффициентов и получения показателя H можно осуществить проверку гипотез о разных значениях H (Panzar, 1987).

Далее будут описаны существующие исследования, в которых был использован неструктурный подход к анализу рынков банковских услуг.

На данный момент существует множество работ, в ходе которых были использованы неструктурные подходы анализа структуры рынка. В данном параграфе будут описаны те работы, которые исследовали рынки банковских услуг в России.

В работе *Дробышевского С., Пащенко С.* (Дробышевский, 2006) был исследован рынок банковских услуг по России. Исследователи указали в работе, что несмотря на большое количество банков в отрасли, рынок считается сильно монополизированным. Для анализа конкуренции на рынке банковских услуг в России были использованы две модели: модель Бреснахана и модель Барроса-Модесто. Исследование показало, что на вышеуказанном рынке существуют сегменты и с интенсивной, и со слабой конкуренцией. При этом, банки, работающие в сегменте со слабой конкуренцией, превалируют по сравнению с банками из сегментов с интенсивной конкуренцией. Кроме того, было выявлено, что на рынке кредитов существует два типа потребителей: ограниченная группа привлекательных с точки зрения банков потребителей и многочисленная группа, которая не представляет большого интереса для банков. При этом, лишь небольшое количество банков способно производить обслуживание группу привлекательных клиентов, поэтому конкуренция между такими банками высока. Такими банками являются крупнейшие банки, а также банки с иностранным участием.

На рынке депозитов, по результатам исследования Дробышевского и Пащенко, ситуация совсем другая. Состав клиентов является более однородным, частные вкладчики не выявляют приверженности к определенной группе банков, и поэтому конкуренция на данном рынке достаточно высока.

Предложенные вышеуказанными исследователями меры по повышению уровня конкуренции между банками в России заключаются в уменьшении разрыва между различными категориями потребителей банковских услуг, что может произойти благодаря расширению класса клиентов, за которые банки готовы конкурировать друг с другом, и благодаря увеличению возможностей средних банков предоставлять «хорошим» клиентам адекватное обслуживание, соответствующее их запросам.

Работа *Анцотегая, Перии, Мелеки* (Anzoategui, 2010) оценивает конкуренцию на рынке банковских услуг в России, а также сравнивает ее с конкуренцией на этих рынках в остальных странах-участницах БРИК. Исследование проводилось на основе данных по российским банкам с 2002 по 2008 гг. Исследователями была использована модель нестркутурного подхода Паназара-Росса.

В вышеуказанной работе сообщается, что в Бразилии, Индии и Китае количество действующих банков намного ниже, чем в России. Так, на 2010 г. в Бразилии работало 163 банка, в Китае 370, а в Индии 169. При этом указывается, что на момент проведения исследования в России действовало 1007 банков.

Результатом исследования стало описание рыночной структуры рынка банковских услуг в России как рынка монополистической конкуренции. Такие результаты были получены в ходе анализа рынков банковских услуг всех сран-участниц БРИК.

Таким образом, исследователями подчеркивается факт необходимости сокращения количества банков в России и повышения уровня конкуренции между ними. Кроме того, учитывая масштабы рынка, указывается, что при сокращении количества действующих банков, рыночную долю увеличат государственные крупные банки, что может привести снижению уровня конкуренции.

Работа *Анисимовой А. И., Верникова А. В.* (Анисимова, 2011) нацелена на оценку конкурентности региональных рынков банковских услуг. Были исследованы рынки банковских услуг в Башкирии и Татарстане. При этом была использована неструктурная модель Панзара-Росса.

В ходе исследования были описаны рынки обоих регионов. В работе указывается, что Татарстан является регионом-лидером по общему количеству самостоятельных кредитных организаций, а Башкирия по этому показателю заняла лишь двенадцатое место. Таким образом, было выявлено, что оба региона действуют в условиях монополистической конкуренции, причем конкуренция в Башкирии оказалась сильнее, чем в Татарстане.

В данной главе было дано понятие банковской деятельности и описаны рыночные структуры. Были описаны структурный и неструктурный подходы к анализу рынка банковских услуг, а также исследования, в которых был использован неструктурный подход.

# Глава 2. Анализ российского и регионального рынка банковских услуг

## 2.1. Описание рынка банковских услуг в России

Как уже было указано ранее, банковская система в России находится на стадии развития. Жители развитых стран часто берут кредиты, что ярко описывает уровень предоставления банковских услуг в той или иной стране. Так, в Великобритании общая потребительская задолженность по соотношению к ВВП страны составляет около 78%, в Германии этот показатель достигает 54%, во Франции около 48%, а в России данный показатель не превышает 10% (Перечнева, 2011). Соответственно, можно сделать вывод о качестве банковского обслуживания в лидирующих европейских странах. Одними из самых известных и крупнейших в мире являются банки Barclays Bank и HSBC Bank в Великобритании, Société Générale и BNP Paribas во Франции, Deutsche Bank и Commerzbank в Германии. Однако российские банки так же являются одними из крупнейших в мире, в частности это ОАО «Сбербанк России», чья прибыль в 2012 г. составила около 350 млрд. руб.

На данный момент ситуация не меняется, так как правительство страны создает условия, помогающие российским банкам. Однако в будущем возможна ситуация увеличения доли зарубежных банков на российском рынке, что может обусловить выход из рынка отдельных игроков и увеличение качества банковского обслуживания оставшихся банков.

Улучшение экономической ситуации в 2012 г. способствовало увеличению объемов кредитования российскими банками. Ограничительное влияние на развитие рынка кредитования в 2012 г. оказывали колебания курса национальной валюты, отток капитала из страны, кризисные явления в мировой экономике и сохранение инфляционных рисков.

Розничное кредитование в 2012 г. росло быстрее, чем межбанковское и корпоративное. Появились условия высокого спроса со стороны населения, поэтому розничное кредитование является одним из самых доходных сегментов банковского бизнеса. По экспертным оценкам, в 2012 г. рост розничного кредитования был обусловлен тем, что население стремилось привлечь кредит на текущих условиях в преддверии их вероятного ужесточения. Кроме того, доходы населения повышались и, соответственно, увеличивалась уверенность граждан в способности обслуживать полученные кредиты.

Для рынка розничного кредитования характерен высокий уровень конкуренции. Главными инструментами для привлечения клиентов в этом сегменте являлись внедрение новых кредитных продуктов для физических лиц, упрощение процедуры оформления розничных кредитов и увеличение сумм потребительских займов.

Основной прирост в сегменте кредитования физических лиц обеспечили крупнейшие банки страны, в первую очередь ОАО «Сбербанк России».

Самые крупные темпы роста в розничном сегменте кредитования физических лиц были выявлены в выдаче кредитов на потребительские цели. За 2012 г. объем таких кредитов вырос более чем на 45%, в основном за счет выдачи кредитов наличными и кредитных карт.

Многие банки старались увеличить количество предлагаемых потребительских кредитов, повышая их привлекательность и смягчая условия их предоставления. Потребность в постоянном расширении клиентской базы усиливала конкуренцию между банками и различными микрофинансовыми организациями в сегменте потребительских, в частности необеспеченных, кредитов. Необеспеченные кредиты являются одним из самых рискованных активов банков. По оценкам экспертов, снижению рисков в вышеуказанном сегменте кредитного рынка будет способствовать ужесточение регулятивных требований ЦБ РФ по оценке качества данных кредитов и порядка формирования резервов по ним.

Ипотечное кредитование за 2012 г. выросло более чем на 26% (Густап, 2013). Отношение объемов этих кредитов к ВВП в России составило приблизительно 3%. В это время, в Евросоюзе, по данным МВФ и Всемирного Банка, данный показатель достигает 45%, а в США около 65%. Кроме того, улучшилось качество залогов по ипотечным кредитам в виду принятия в 2011 г. новых правил обращения взыскания на заложенное имущество заемщика.

Устойчиво развивался рынок автокредитования, который поддерживался высокими объемами продаж автомобилей. Объем задолженности по автокредитам в 2012 году возрос более, чем на 18%. Около половины автомобилей в России покупалось с помощью банковских кредитов. В условиях соперничества между классическими коммерческими банками и банками, специализирующимися на автокредитовании, в частности банками, представляющими автопроизводителей, развивалась конкуренция на рынке банковских услуг и дальнейшая либерализация условий на данном рынке (Журавлева, 2013).

Доля просроченной задолженности по выданным кредитам постепенно снижается. С начала 2012 г., когда данный показатель составлял 5,56%, доля просрочки снизилась до 4,05% к началу 2013 г. При этом, в портфелях просроченных кредитов, которые банки выставляли на продажу, преимущественно наблюдались долги населения по кредитным картам и кредитам, выданным на потребительские цели. Тем не менее, просроченная задолженность снижалась в связи с тем фактом, что объем выданных кредитов увеличивался, что может означать постепенное изменение настроения кредитополучателей в сторону увеличения трат.

За 2012 г. наблюдалось замедление роста объемов корпоративного кредитования. Это объясняется отчасти тем, что произошло снижение экономической активности, что, в свою очередь, было проявлено в снижении темпов роста оборота промышленной торговли и промышленного производства. Кроме того, корпоративные заемщики стали чаще привлекать заемные средства на рынке облигаций (Журавлева, 2013).

Опишем крупнейшие банки Российской Федерации. Итак, в России можно выделить три группы банков. Это федеральные банки, региональные банки и зарубежные банки, вошедшие на российский рынок банковских услуг. Безусловно, сильнейшими в стране являются федеральные банки, обладающие штаб-квартирой в Москве. Это такие банки как ОАО «Сбербанк России» и ЗАО «ВТБ 24». Кроме того, по величине активов также выделяется ЗАО «Райффайзенбанк», являющийся 100%-м дочерним банком австрийской банковской группы Raiffeisen, и ОАО «СКБ-Банк», являющийся одним из крупнейших региональных банков и обладающий штаб-квартирой в Екатеринбурге.

По всем показателям в России на первом месте находится ОАО «Сбербанк России». Указанный банк обладает самыми высокими показателями активов, кредитного портфеля, капитала, чистой прибыли и других. При этом, по некоторым показателям ОАО «Сбербанк России» опережает своих ближайших преследователей в несколько раз.

Для начала будут описаны барьеры входа на рынок банковских услуг в России. Так, будут описаны нестратегические барьеры, а затем стратегические, т.е. создаваемые банками.

Одним из главных нестратегических барьеров входа на рынок банковских услуг в России является дифференцированная продукция банков (Bikker, 2001). Каждый из банков работает под собственным брендом, но услуги, предоставляемые банками, обладают одинаковыми характеристиками. Отличие услуг различных банков состоит в различии условий, на которых эти услуги предоставляются. К данным условиям относятся срок рассмотрения заявления о предоставлении кредита, различные скрытые проценты и процентная ставка в случае предоставления кредитов. В случае открытия вкладов, потребители выбирают банки, основываясь в основном только на процентной ставке. Такие банки, как ОАО «Сбербанк России» создали себе серьезную репутацию. Соответственно, у потребителей уже сложилась приверженность определенной марке. Поэтому, чтобы новым банкам на рынке удалось получить рыночную долю, необходимо преодолевать сложившиеся стереотипы поведения потребителей.

Как было указано ранее, рынок банковских услуг в России находится на стадии развития. Темпы развития данного рынка являются умеренными, о чем так же было указано ранее, соответственно, степень конкурентности рынка может быть описана как высокая, что может усложнить вход новых продавцов на рынок.

Одними из самых сложнопреодолимых барьеров входа на рынок банковских услуг в России являются институциональные барьеры. На данный момент существует большой список требований ЦБ РФ к осуществлению деятельности коммерческих банков. Одним из таких требований является величина норматива достаточности капитала Н1. Так, одним из последних ограничений, установленных ЦБ РФ в марте 2013 г. стало повышение требования к банковским резервам для потребительского кредитования (Сервис подбора...).

Серьезным нестратегическим барьером входа на рынок банковских услуг в России является величина капитальных затрат. Не учитывая требования ЦБ РФ, для открытия банка требуется осуществить существенные инвестиции. Так, необходимо иметь офис, в котором будут работать сотрудники банка, не контактирующие с клиентами, кроме того, требуется открытие офисов для работы с юридическими лицами. Так же, необходимо нанять соответствующее количество сотрудников и выплачивать им зарплату. По сравнению со многими другими видами экономической деятельности, затраты, которые необходимо осуществить для открытия банка, существенны. Соответственно, данный барьер является высоким и тяжелым для преодоления.

Теперь будут описаны стратегические барьеры входа на рынок банковских услуг. Так, одним из самых крупных стратегических барьеров являются действия банков по слиянию и поглощению. Это приводит к увеличению рыночной доли банка, числа клиентов, обслуживаемых банком, увеличению активов и капитала банка и других показателей. Таким образом, примером может служить банк ОАО «ВТБ», осуществивший двенадцать поглощений, четыре из которых произошли в России, три в Европе и пять в СНГ.

Другим стратегическим барьером является наличие долгосрочных контрактов с клиентами банка. Банки обслуживают крупных корпоративных клиентов, которым будет достаточно затратным осуществить переход от работы с одним банком, к работе с другим. Кроме того, в большинстве случаев, работники организации, обслуживаемой в конкретном банке, будут обращаться за получением кредита или открытием депозита именно в этот банк. Примером могут служить такие банки, как ОАО «Петрокоммерц», ОАО «Газпромбанк», обслуживающие ОАО «Лукойл» и ОАО «Газпром» соответственно. Кроме того, банки заключают долгосрочные контракты с организациями, занимающимися предоставлением сопутствующих услуг. К примеру, это выражается в сотрудничестве банков со страховыми компаниями, оценочными компаниями, различными пенсионными фондами.

Также стратегическим барьером является сотрудничество различных банков друг с другом. В основном это определяется сотрудничеством крупных банков со средними и мелкими банками. Примером данного взаимодействия является тот факт, что клиенты сотрудничающих банков имеют возможность без комиссий обслуживаться в банкоматах этих банков.

Еще одним стратегическим барьером является дифференциация продукции, осуществляемая банками. Игроки рынка банковских услуг зачастую запускают новые услуги, затрудняя осуществление деятельности мелким банкам и повышая барьеры входа для новых банков. Примером может являться ОАО АКБ «Урал ФД», внедривший целевые кредитные пакеты, в рамках которых клиенты имеют возможность получить кредит на определенную цель, будь то ремонт собственного жилья или организация свадьбы, и также получить скидку на осуществление соответствующей деятельности.

Вышеуказанные барьеры являются достаточно высокими, что затрудняет вход новых фирм на рынок. Кроме того, эти барьеры описывают весь рынок банковских услуг в России, поэтому при дальнейшем анализе рынка банковских услуг, как в России, так и в Пермском крае, будут использованы именно эти барьеры.

В соответствии с ужесточением требований к кредитным организациям, а также в виду сделок по слиянию и поглощению, количество кредитных организаций, действующих на территории Российской Федерации начиная с 2003 г. снижается, что отражено на рис. 1. На данный момент в России свою деятельность осуществляет 955 банков.

Рис. 1. Количество кредитных организаций в России Федерации [21]

Самыми высокими барьерами входа новых банков на рынок банковских услуг, безусловно, являются институциональные барьеры, устанавливаемые ЦБ РФ. Благодаря наличию данных барьеров, количество банков, осуществляющих свою деятельность на территории России, только снижается.

Теперь проведем анализ рынков банковских услуг по различным сегментам. Банки будут исследованы по величине активов, по объему вкладов населения, по объему розничного кредитного портфеля, по объему привлеченных средств корпоративных клиентов и по объему корпоративного кредитного портфеля. По каждому из вышеуказанных показателей будут проанализированы 30 банков, являющихся лидерами по данным показателям (Рейтинг банков…).  
 На рынке нетто-активов явным лидером является ОАО «Сбербанк России», что отражено в табл. 2. Безусловно, наличие подобного лидера может быть обусловлено множеством факторов. Во-первых, этот банк был основан еще 1841 г. и с тех пор ведет свою деятельность. Во-вторых, Центральный Банк Российской Федерации владеет 50% уставного капитала плюс одна голосующая акция. В-третьих, помимо России, ОАО «Сбербанк России» действует и в странах СНГ. Ближайшими последователями являются два других государственных банка: ОАО «ВТБ» и ОАО «Газпромбанк». Размер ОАО «ВТБ» обусловлен тем, что банк ведет свою деятельность с 1990 г. и к 2013 г. банк осуществил ряд слияний и поглощений. За этот временной промежуток банк приобрел двенадцать различных банков, четыре из которых были приобретены в России, три в Европе и пять в СНГ. Одним из основных направлений деятельности ОАО «Газпромбанка» является обслуживание крупнейшей компании России ОАО «Газпром», что обуславливает размеры банка.

Таблица 2

30 крупнейших банков по величине нетто-активов на 01.01.132

| Банк | Активы (тыс.руб.) | Доля |
| --- | --- | --- |
| ОАО «Сбербанк России» | 14 082 252 862 | 28,44% |
| ОАО «ВТБ» | 4 338 506 970 | 8,76% |
| ОАО «Газпромбанк» | 2 814 389 584 | 5,68% |
| ОАО «Россельхозбанк» | 1 672 771 138 | 3,38% |
| ОАО «Банк Москвы» | 1 520 101 934 | 3,07% |
| ЗАО «ВТБ 24» | 1 511 500 758 | 3,05% |
| ОАО «Альфа-Банк» | 1 377 045 587 | 2,78% |
| ЗАО «ЮниКредит Банк» | 886 111 726 | 1,79% |
| ОАО «Промсвязьбанк» | 703 512 015 | 1,42% |
| ОАО АКБ «Росбанк» | 694 965 066 | 1,40% |
| ОАО «НОМОС-Банк» | 658 177 268 | 1,33% |
| ЗАО «Райффайзенбанк» | 636 129 628 | 1,28% |
| ОАО «ТрансКредитБанк» | 504 220 728 | 1,02% |
| ОАО «Уралсиб» | 452 552 670 | 0,91% |
| ОАО Банк «Санкт-Петербург» | 377 459 109 | 0,76% |
| ОАО «МДМ Банк» | 369 245 138 | 0,75% |
| ОАО АКБ «Ак Барс» | 342 762 257 | 0,69% |
| ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» | 331 652 350 | 0,67% |
| ЗАО КБ «Ситибанк» | 326 162 434 | 0,66% |
| ОАО «Московский Кредитный Банк» | 320 218 464 | 0,65% |
| ОАО «АБ «Россия» | 320 073 599 | 0,65% |
| ЗАО «Банк Русский Стандарт» | 301 700 094 | 0,61% |
| ОАО «Ханты-Мансийский Банк» | 298 476 987 | 0,60% |
| ОАО «Связь-Банк» | 269 560 402 | 0,54% |
| ОАО «Нордеа Банк» | 265 476 257 | 0,54% |
| ЗАО КБ «Глобэкс» | 236 339 119 | 0,48% |
| ОАО «Восточный Экспресс Банк» | 233 182 612 | 0,47% |
| ОАО Банк «Петрокоммерц» | 233 056 908 | 0,47% |
| ОАО Банк «Зенит» | 226 905 452 | 0,46% |
| ОАО Банк «Возрождение» | 221 393 243 | 0,45% |
| Остальные 926 банков | 14 021 323 | 0,03% |
| Россия | 49 509 647 000 | 100,00% |

2Сост. по источнику: Обзор деятельности банков в I квартале 2013 года [Эл. ресурс]. Режим доступа: http://www.banki.ru/upload/files/research/4849775/bank\_view\_290413.pdf.

Так как величина нетто-активов отражает банк в целом, поэтому можно предположить, что по данному показателю можно описать рынок банковских услуг России в целом. Для более точного определения структуры данного рынка произведем расчет индекса концентрации и индекса Херфиндаля-Хиршмана.

Индекс концентрации для трех крупнейших по величине активов банков в России, которыми являются ОАО «Сбербанк России», ОАО «ВТБ» и ОАО «Газпромбанк»:

CR3=0,4289.

Величина данного показателя может свидетельствовать о наличии крупных игроков на рынке.

Теперь произведем расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана для всех тридцати банков. Итак:

HHI=975.

Величина данного показателя свидетельствует об умеренном уровне концентрации продавцов на рынке, соответственно, конкуренция на рынке является высокой. Тем не менее, учитывая долю ОАО «Сбербанка России», составляющую около 28%, а также высокие барьеры входа на рынок, описанные ранее, следует отметить, что рынок банковских услуг в России является рынком с доминирующей фирмой, не смотря на количество участников данного рынка. Для более точного определения структуры рынка банковских услуг в России, проанализируем четыре сегмента этого рынка, которые были указаны ранее.

Первым рассмотренным сегментом является рынок депозитов физических лиц. Данные о тридцати крупнейших банках по этому показателю указаны в табл. 3.

Таблица 3

30 крупнейших банков России по вкладам физических лиц на 01.01.133

| Банк | Вклады ФЛ (тыс.руб.) | Доля |
| --- | --- | --- |
| ОАО «Сбербанк России» | 6 510 314 837 | 36,90% |
| ЗАО «ВТБ 24» | 982 659 352 | 5,57% |
| ОАО «Газпромбанк» | 298 642 859 | 1,69% |
| ОАО «Альфа-Банк» | 292 065 516 | 1,66% |
| ЗАО «Райффайзенбанк» | 218 912 909 | 1,24% |
| ОАО «Россельхозбанк» | 185 266 179 | 1,05% |
| ОАО «Банк Москвы» | 169 609 248 | 0,96% |
| ОАО «Промсвязьбанк» | 167 207 318 | 0,95% |
| ЗАО «Банк Русский Стандарт» | 157 463 644 | 0,89% |
| ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» | 157 289 156 | 0,89% |
| ОАО «Уралсиб» | 154 073 260 | 0,87% |
| ОАО «Восточный Экспресс Банк» | 145 745 934 | 0,83% |
| ОАО АКБ «Росбанк» | 138 652 626 | 0,79% |
| ОАО «МДМ Банк» | 119 108 181 | 0,68% |
| ОАО «Московский Кредитный Банк» | 105 735 676 | 0,60% |
| ОАО Национальный Банк «Траст» | 102 187 576 | 0,58% |
| ОАО Банк «Возрождение» | 100 635 341 | 0,57% |
| ОАО Банк «Санкт-Петербург» | 96 121 200 | 0,54% |
| ОАО «Московский Индустриальный Банк» | 91 525 293 | 0,52% |
| ОАО «ТрансКредитБанк» | 80 405 756 | 0,46% |
| ОАО «Бинбанк» | 79 341 982 | 0,45% |
| ОАО «НОМОС-Банк» | 75 602 047 | 0,43% |
| ОАО Банк «Петрокоммерц» | 75 410 820 | 0,43% |
| ОАО Банк «Открытие» | 71 913 347 | 0,41% |
| ОАО Банк «Северный Морской Путь» | 71 350 726 | 0,40% |
| ОАО «Балтийский Банк» | 66 468 769 | 0,38% |
| ОАО «УБРИР» | 66 022 964 | 0,37% |
| ОАО «СКБ-Банк» | 63 488 870 | 0,36% |
| ЗАО КБ «Ситибанк» | 62 464 116 | 0,35% |
| ОАО АКБ «Ак Барс» | 59 999 414 | 0,34% |
| Остальные 926 банков | 7 211 151 | 0,04% |
| Россия | 17 643 211 000 | 100,00% |

3Сост. по источнику: Обзор деятельности банков в I квартале 2013 года [Эл. ресурс]. Режим доступа: http://www.banki.ru/upload/files/research/4849775/bank\_view\_290413.pdf.

На данном сегменте лидером является ОАО «Сбербанк России». Ближайшим преследователем является банк ЗАО «ВТБ 24». В данном списке нет банка ОАО «ВТБ», так как этот банк занимается обслуживанием юридических лиц, в то время как ЗАО «ВТБ 24» действует с физическими лицами. Произведем расчет индекса концентрации и индекса Херфиндаля-Хиршмана для этого сегмента.

Индекс концентрации рассчитан для трех банков: ОАО «Сбербанк России», ЗАО «ВТБ 24» и ОАО «Газпромбанк».

CR3=0,4416.

Данный показатель свидетельствует о умеренноконцентрированном рынке.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана:

HHI=1411,7.

Так же, как и в случае расчета индекса концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана говорит об умеренной концентрации на рынке депозитов физических лиц. Однако, судя по абсолютным показателям, на данном рынке присутствует явный лидер, более чем в шесть раз опережающий ближайшего последователя. Наличие высоких барьеров и доля ОАО «Сбербанка России», составляющая около 37% свидетельствуют о том, что этот рынок является рынком с доминирующей фирмой в лице ОАО «Сбербанка России». Рассчитанные показатели, а также число участников рынка в данном случае не отображают реальной ситуации на рынке.

Тридцать крупнейших банков России по величине розничного кредитного портфеля представлены в табл. 4.

Таблица 4

30 крупнейших банков по величине розничного кредитного портфеля на 01.01.134

| Банк | Кредиты ФЛ (тыс.руб.) | Доля |
| --- | --- | --- |
| ОАО «Сбербанк России» | 2 528 285 414 | 32,79% |
| ЗАО «ВТБ 24» | 793 890 162 | 10,29% |
| ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» | 237 339 816 | 3,08% |
| ОАО АКБ «Росбанк» | 215 422 930 | 2,79% |
| ОАО «Россельхозбанк» | 197 929 290 | 2,57% |
| ЗАО «Банк Русский Стандарт» | 192 995 415 | 2,50% |
| ОАО «Восточный Экспресс Банк» | 175 112 115 | 2,27% |
| ОАО «Газпромбанк» | 174 130 427 | 2,26% |
| ОАО «Альфа-Банк» | 155 904 998 | 2,02% |
| ЗАО «Райффайзенбанк» | 123 454 746 | 1,60% |
| ОАО «ТрансКредитБанк» | 118 085 607 | 1,53% |
| ЗАО «ЮниКредит Банк» | 111 509 913 | 1,45% |
| ОАО «ОТП Банк» | 110 567 717 | 1,43% |
| ООО «Русфинанс Банк» | 101 774 178 | 1,32% |
| ОАО «Уралсиб» | 99 950 900 | 1,30% |
| ОАО Национальный Банк «Траст» | 95 111 114 | 1,23% |
| ОАО «Банк Москвы» | 94 852 581 | 1,23% |
| ЗАО «Кредит Европа Банк» | 80 264 702 | 1,04% |
| ПАО Банк «Ренессанс Кредит» | 65 796 760 | 0,85% |
| ОАО «СКБ-Банк» | 62 346 517 | 0,81% |
| ОАО «Ханты-Мансийский Банк» | 61 069 419 | 0,79% |
| ОАО «Промсвязьбанк» | 60 664 070 | 0,79% |
| ЗАО «КБ ДельтаКредит» | 59 137 830 | 0,77% |
| ОАО «МДМ Банк» | 58 878 469 | 0,76% |
| ЗАО «Тинькофф. Кредитные Системы» | 51 178 857 | 0,66% |
| ОАО «Московский Кредитный Банк» | 50 580 972 | 0,66% |
| ООО ИКБ «Совкомбанк» | 45 159 505 | 0,59% |
| ОАО АКБ «Ак Барс» | 41 934 190 | 0,54% |
| ОАО «Азиатско-Тихоокеанский Банк» | 41 196 907 | 0,53% |
| ОАО «МТС-Банк» | 41 185 257 | 0,53% |
| Остальные 926 банков | 1 583 066 | 0,02% |
| Россия | 7 711 630 000 | 100,00% |

4Сост. по источнику: Обзор деятельности банков в I квартале 2013 года [Эл. ресурс]. Режим доступа: http://www.banki.ru/upload/files/research/4849775/bank\_view\_290413.pdf.

На данном сегменте, как и в предыдущем случае, лидером является ОАО «Сбербанк России». Ближайшим преследователем является ЗАО «ВТБ 24».

Произведем расчет индекса концентрации для этого сегмента на основе трех банков: ОАО «Сбербанк России», ЗАО «ВТБ 24, ОАО «Хоум Кредит Банк»:

CR3=0,4616.

Величина индекса концентрации свидетельствует об умеренной концентрации на данном сегменте.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана:

HHI=1248,19.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана сообщает об умеренной концентрации продавцов, как и показатель концентрации, однако, учитывая долю ОАО «Сбербанка России», составляющую около трети рынка, достаточно тяжело сообщить о высоком уровне конкуренции на данном сегменте рынка. В данном случае, в виду высоких барьеров и высокой доли лидера данного сегмента, делается вывод о действии данного сегмента в рамках рынка с наличием доминирующей фирмы.

Следующим исследованным сегментом станет сегмент привлечения средств корпоративных клиентов. Данные по этому сегменту рынка представлены в табл. 5.

Таблица 5

30 крупнейших банков по величине привлеченных средств корпоративных клиентов на 01.01.135

| Банк | Вклады ЮЛ (тыс.руб.) | Доля |
| --- | --- | --- |
| ОАО «Сбербанк России» | 2 901 324 205 | 22,55% |
| ОАО «ВТБ» | 1 610 094 621 | 12,52% |
| ОАО «Газпромбанк» | 1 459 309 755 | 11,34% |
| ОАО «Россельхозбанк» | 636 167 297 | 4,95% |
| ОАО «Банк Москвы» | 591 797 654 | 4,60% |
| ОАО «Альфа-Банк» | 505 191 470 | 3,93% |
| ЗАО «ЮниКредит Банк» | 386 924 661 | 3,01% |
| ОАО «Промсвязьбанк» | 309 903 796 | 2,41% |
| ОАО «НОМОС-Банк» | 298 802 167 | 2,32% |
| ОАО «АБ «Россия» | 234 429 853 | 1,82% |
| ОАО «ТрансКредитБанк» | 220 375 277 | 1,71% |
| ОАО АКБ «Росбанк» | 180 291 322 | 1,40% |
| ЗАО «Райффайзенбанк» | 173 850 475 | 1,35% |
| ЗАО КБ «Ситибанк» | 163 096 057 | 1,27% |
| ОАО «Уралсиб» | 148 077 312 | 1,15% |
| ЗАО «ВТБ 24» | 143 728 897 | 1,12% |
| ОАО АКБ «Ак Барс» | 136 000 343 | 1,06% |
| ОАО «Связь-Банк» | 132 114 530 | 1,03% |
| ОАО Банк «Санкт-Петербург» | 130 780 834 | 1,02% |
| ОАО «Московский Кредитный Банк» | 98 558 123 | 0,77% |
| ОАО Банк «Петрокоммерц» | 82 604 695 | 0,64% |
| ОАО «МДМ Банк» | 80 781 740 | 0,63% |
| ООО «Внешпромбанк» | 73 760 721 | 0,57% |
| ОАО Банк «Открытие» | 73 438 263 | 0,57% |
| ОАО «Ханты-Мансийский Банк» | 70 193 926 | 0,55% |
| ЗАО АКБ «Новикомбанк» | 69 782 491 | 0,54% |
| ОАО Банк «Зенит» | 69 440 784 | 0,54% |
| ОАО Банк «Возрождение» | 66 196 600 | 0,51% |
| ЗАО «Банк Русский Стандарт» | 54 875 074 | 0,43% |
| ОАО «КИТ Финанс Инвестиционный Банк» | 48 196 963 | 0,37% |
| Остальные 926 банков | 1 851 556 | 0,01% |
| Россия | 12 864 631 000 | 100,00% |

5Сост. по источнику: Обзор деятельности банков в I квартале 2013 года [Эл. ресурс]. Режим доступа: http://www.banki.ru/upload/files/research/4849775/bank\_view\_290413.pdf.

Лидером данного сегмента является ОАО «Сбербанк России». В отличие от остальных сегментов, описанных ранее, на этом сегменте ОАО «Сбербанк России» имеет меньший отрыв от преследователей. Как было указано ранее, банки ОАО «ВТБ» и ОАО «Газпромбанк» в большой степени зависят от юридических лиц, которых они обслуживают, соответственно, по данному показателю они не так сильно отстают от ОАО «Сбербанка России», как на других сегментах рынка банковских услуг в России.

Для банков ОАО «Сбербанк России», ОАО «Газпромбанк», ОАО «ВТБ» произведем расчет показателя концентрации:

CR3=0,464.

Индекс концентрации может свидетельствовать об умеренной концентрации продавцов на данном сегменте.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана:

HHI=896,37.

Расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана показал, что концентрация продавцов на данном сегменте является умеренной. Данный сегмент рынка банковских услуг в России так же, как и ранее описанные сегменты, имеет лидера в лице ОАО «Сбербанка России». Тем не менее, концентрация продавцов на данном сегменте значительно ниже, чем на вышеописанных сегментах, соответственно, уровень конкуренции выше. В данном случае, рынок может быть описан, как близкий к условиям монополистической конкуренции.

Последним исследованным сегментом станет сегмент кредитования корпоративных клиентов, данные по которому представлены в табл. 6.

Таблица 6

30 крупнейших банков по величине корпоративного кредитного портфеля на 01.01.136

| Банк | Кредиты ЮЛ (тыс.руб.) | Доля |
| --- | --- | --- |
| ОАО «Сбербанк России» | 7 019 343 793 | 35,85% |
| ОАО «ВТБ» | 1 979 881 616 | 10,11% |
| ОАО «Газпромбанк» | 1 603 041 158 | 8,19% |
| ОАО «Россельхозбанк» | 900 082 003 | 4,60% |
| ОАО «Альфа-Банк» | 783 467 627 | 4,00% |
| ОАО «Банк Москвы» | 579 584 679 | 2,96% |
| ЗАО «ЮниКредит Банк» | 380 864 774 | 1,95% |
| ОАО «НОМОС-Банк» | 370 385 383 | 1,89% |
| ОАО «Промсвязьбанк» | 350 509 618 | 1,79% |
| ЗАО «Райффайзенбанк» | 265 486 038 | 1,36% |
| ОАО «ТрансКредитБанк» | 238 632 553 | 1,22% |
| ОАО Банк «Санкт-Петербург» | 216 171 842 | 1,10% |
| ОАО АКБ «Росбанк» | 199 600 473 | 1,02% |
| ОАО «Уралсиб» | 168 057 144 | 0,86% |
| ОАО «Нордеа Банк» | 166 028 673 | 0,85% |
| ОАО АКБ «Ак Барс» | 164 227 651 | 0,84% |
| ОАО «Московский Кредитный Банк» | 164 158 348 | 0,84% |
| ЗАО «ВТБ 24» | 152 757 204 | 0,78% |
| ОАО «АБ «Россия» | 148 617 237 | 0,76% |
| ЗАО КБ «Глобэкс» | 131 258 772 | 0,67% |
| ОАО «Связь-Банк» | 127 774 157 | 0,65% |
| ОАО Банк «Зенит» | 126 932 162 | 0,65% |
| ОАО Банк «Возрождение» | 120 484 578 | 0,62% |
| ОАО Банк «Петрокоммерц» | 119 807 058 | 0,61% |
| ОАО «МДМ Банк» | 118 043 793 | 0,60% |
| ОАО «Московский Индустриальный Банк» | 116 150 788 | 0,59% |
| ОАО «Ханты-Мансийский Банк» | 109 655 248 | 0,56% |
| ЗАО АКБ «Транскапиталбанк» | 77 580 966 | 0,40% |
| ЗАО АКБ «Новикомбанк» | 73 697 762 | 0,38% |
| ОАО «Бинбанк» | 68 560 436 | 0,35% |
| Остальные 926 банков | 2 742 259 | 0,01% |
| Россия | 19 580 175 000 | 100,00% |

6Сост. по источнику: Обзор деятельности банков в I квартале 2013 года [Эл. ресурс]. Режим доступа: http://www.banki.ru/upload/files/research/4849775/bank\_view\_290413.pdf.

Как и на всех остальных сегментах рынка банковских услуг России, лидером сегмента кредитования юридических лиц является ОАО «Сбербанк России».

Рассчет индекса концентрации будет произведен для следующих банков: ОАО «Сбербанк России», ОАО «ВТБ», ОАО «Газпромбанк»:

CR3=0,5415.

Основываясь на величине индекса концентрации можно сделать вывод о высокой концентрации продавцов на рынке кредитов юридическим лицам.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана:

HHI=1524,2.

Данный показатель может свидетельствовать об умеренной концентрации на рынке кредитования корпоративных клиентов в России.

Доля лидера на данном сегменте составляет 36%, что является высоким показателем. Барьеры входа на рынок банковских услуг могут быть применены ко всем сегментам, так как описывают весь рынок. Соответственно, барьеры входа являются высокими. В результате, следует сделать вывод о данном сегменте, как работающем в условиях рынка с доминирующей фирмой.

Проанализировав четыре сегмента рынка банковских услуг в России, очевидно, что лидирующую позицию занимает ОАО «Сбербанк России». Однако на разных сегментах лидер обладает разной долей рынка. Так, на сегменте вкладов физических лиц ОАО «Сбербанк России» в несколько раз опережает ближайшего конкурента, а на сегменте привлеченных средств корпоративных клиентов ОАО «Сбербанк России», являясь лидером, опережение конкурентов уже не является столь значительным. Кроме того, на всех сегментах рынка банковских услуг в России одни из первых позиций также занимают и другие государственные банки: ОАО «Газпромбанк» и банки группы «ВТБ».

В заключение следует указать, что на российском рынке банковских услуг представлено множество банков, при этом большинство этих банков занимает очень малую долю на рынке банковских услуг в России и имеет незначительную рыночную власть. Таким образом, используя структурный подход теории отраслевых рынков, учитывая барьеры входа на рынок и абсолютные показатели доли ОАО «Сбербанка России» на каждом из сегментов рынка банковских услуг, следует отметить, что данный рынок может быть описан, как действующий при наличии доминирующей фирмы. Тем не менее, участок спроса, который ОАО «Сбербанк России» не обслуживает может быть представлен, как действующий в условиях, приближенных к монополистической конкуренции, о чем могут свидетельствовать показатели концентрации и Херфиндаля-Хиршмана, а также количество банков, работающих в отрасли. Это также подтверждается исследованиями Дробышевского и др., Анцотегая и др. (Дробышевский, 2006).

В следующей части данной главы будет проведен анализ рынка банковских услуг в Пермском крае, будут выявлены лидеры рынка как федеральные, так и региональные, выявлена структура данного рынка.

## 2.2. Описание рынка банковских услуг в Пермском крае

С конца XX-го века по 2013 г. в Пермском крае было учреждено и совершало свою деятельность 28 самостоятельных региональных местных банков. Многие из этих банков были поглощены, другие были ликвидированы. На рис. 2 указана динамика количества действующих кредитных организаций на территории Пермского края с 2011 по 2013 гг.

Рис. 2. Количество кредитных организаций, действующих в Пермском крае [21]

К началу 2013 г. в Пермском крае осталось лишь пять самостоятельных региональных местных банков (Список кредитных…). Этими банками являются:

* ЗАО АКИБ «Почтобанк»;
* ОАО АКБ «Перминвестбанк»;
* ОАО АКБ «Пермь»;
* ОАО АКБ «Урал ФД»;
* ОАО АКБ «ЭКОПРОМБАНК».

Кроме того, по данным Центрального Банка Российской Федерации к началу 2013 г. на территории Пермского края осуществляли свою деятельность 41 филиал региональных и федеральных банков.

К началу 2013 г. объем выданных кредитов физическим лицам в Российской Федерации составил 7711630 миллионов рублей. В Пермском крае данный показатель к началу 2013 г. достиг уровня в 114045432 тысячи рублей. Соответственно, в процентном соотношении объем выданных кредитов физическим лицам в Пермском крае составил 1,48% от общего объема кредитов физическим лицам, выданных на территории всей России в целом. На протяжении последних двух лет, начиная с 2011 г., данный показатель оставался практически неизменным. Самый высокий показатель наблюдался в июне 2012 г., когда он составил 3,2%, однако в остальное время он оставался примерно на том же уровне. Учитывая, что Российская Федерация состоит из 83 регионов, данный показатель может считаться достаточно высоким.

Просроченная задолженность в Пермском крае, как и в Российской Федерации в целом, так же снижалась. В середине 2012 г. данный показатель составил около 3,5%, а уже к началу 2013 г. он снизился до 2,65%. Вероятно, просроченная задолженность снижалась в связи с тем фактом, что объем выданных кредитов увеличивался, что может означать постепенное изменение настроения кредитополучателей в сторону увеличения трат, что наблюдается и по всей России в целом.

Всего сумма просроченных кредитов по всей России к началу 2013 г. составила 312507 миллионов рублей. В Пермском крае данный показатель к началу 2013 г. составил 3017449 тысячи рублей. В процентном соотношении доля просрочки выданных кредитов физическим лицам в Пермском крае составила 0,97% от общей суммы просрочки кредитов, выданных физическим лицам на территории РФ. Учитывая тот факт, что доля выданных кредитов физическим лицам составляет 1,58%, а доля просрочки при этом равна 0,97% в Пермском крае по сравнению с Россией, то в таком случае можно сделать заключение об эффективности работы кредитных организаций, совершающих свою деятельность на территории Пермского края.

Теперь проанализируем структуру рынка банковских услуг в Пермском крае. Для этого были использованы региональные банки Пермского края, а также крупнейшие федеральные банки, которые осуществляют свою деятельность на территории Пермского края.

Барьеры входа в отрасль идентичны на рынке банковских услуг по всей России, поэтому основными барьерами входа на рынок банковских услуг Пермского края являются все стратегические и нестратегические барьеры, описанные в предыдущей части данной главы.

В виду отсутствия информации о различных сегментах рынка банковских услуг в Пермском крае, анализ будет произведен по величине активов, которыми банки располагали на 01.01.2013 года. Вышеуказанные показатели представлены в табл. 7.

Таблица 7

Доли банков в Пермском крае на 01.01.137

| Банк | Активы (в тыс. руб.) | Доля активов в Пермском крае |
| --- | --- | --- |
| ОАО "Сбербанк России" | 86394189,34 | 22,63% |
| ОАО "Газпромбанк" | 65450920,56 | 17,15% |
| ЗАО "ВТБ 24" | 21905808,09 | 5,74% |
| ОАО АКБ "Урал ФД" | 21588683 | 5,66% |
| ОАО АКБ "Экопромбанк" | 12584709 | 3,30% |
| ЗАО "ЮниКредит Банк" | 10939650,94 | 2,87% |
| ОАО "Меткомбанк" | 4251311,833 | 1,11% |
| ЗАО КБ "Глобэкс" | 3751414,587 | 0,98% |
| ОАО Банк "Петрокоммерц" | 2774487 | 0,73% |
| ОАО "ТрансКредитБанк" | 2424138,115 | 0,64% |
| ОАО АКБ "Пермь" | 2237968 | 0,59% |
| ЗАО АКБ "Абсолют Банк" | 2166338,745 | 0,57% |
| ОАО "МДМ Банк" | 2146774,058 | 0,56% |
| ОАО АКБ "Перминвестбанк" | 2115161 | 0,55% |
| ОАО "Собинбанк" | 2016981,111 | 0,53% |
| ОАО "Россельхозбанк" | 1672771,138 | 0,44% |
| ОАО КБ "СДМ-Банк" | 1506845,727 | 0,39% |
| ОАО "СКБ-Банк" | 1301644,308 | 0,34% |
| ОАО "Бинкбанк" | 1233329,744 | 0,32% |
| ЗАО АКИБ "Почтобанк" | 1039973 | 0,27% |
| ОАО "УБРИР" | 1009746,178 | 0,26% |
| ОАО "Уралтрансбанк" | 832898,0952 | 0,22% |
| ОАО КБ "Агропромкредит" | 639594,2927 | 0,17% |
| ООО КБ "Юниаструм Банк" | 623637,069 | 0,16% |
| ОАО АКБ "Стратегия" | 460148,25 | 0,12% |
| Остальные банки (21 банк, каждый) | 6126422,706 | 1,60% |
| Пермский край | 381724000 | 100,00% |

7Сост. по источнику: Список кредитных организаций Пермского края [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://cbr.ru/credit/colist.asp?find=&how=name&status=0&rgn=50>.

От общего числа активов, которыми обладают банки Пермского края, представленные банки составляют 66%. Учитывая, что на территории Пермского края ведут свою деятельность около 50 банков, величина данного показателя вызвана тем, что на рынке присутствуют сильнейшие банки России. Кроме того, данные, предоставленные ЦБ РФ по федеральным банкам, описывают показатели по банкам в целом, поэтому показатели по регионы были рассчитаны с учетом количества филиалов и отделений в других городах и только примерно отражают действительную ситуацию, сложившуюся на рынке банковских услуг Пермского края.

Пермские региональные банки по величине активов в совокупности составляют 10% от суммарного числа активов в Пермском крае. Это обусловлено присутствием большого количества неместных банков, в особенности крупных федеральных банков таких, как ОАО «Сбербанк России» и ЗАО «ВТБ 24». Крупнейшим региональным банком по этому показателю является ОАО АКБ «Урал ФД», занимающий 5,66% по этому показателю. В таблице позиции местных региональных банков Пермского края выделены желтым цветом.

Как уже было сказано ранее, ОАО «Сбербанк России» является безоговорочным лидером среди банков в России, так же он является лидером в большинстве отдельных регионов, в том числе и в Пермском крае. Среди региональных местных банков в Пермском крае лидером является банк ОАО АКБ «Урал ФД», существенно опережая своих местных региональных конкурентов. Тем не менее, местный региональный лидер достаточно сильно отстает от самого крупного банка страны. Прежде всего, это обусловлено развитой инфраструктурой ОАО «Сбербанка России», его историей и тем фактом, что 50% капитала плюс одна голосующая акция принадлежат Центральному Банку Российской Федерации.

Многие федеральные банки, особенно самые крупные, имеют поддержку со стороны государства. Кроме того, такие банки имеют развитую филиальную сеть, обладают сформированной репутацией, они обладают большими бюджетными средствами. По праву наиболее успешными считаются федеральные банки. Однако региональные банки на данный момент являются более динамично развивающимися. Более того, региональные банки являются более оперативными, так как головной офис таких банков всегда находится рядом. В случае федеральных банков, в регионах осуществляют свою деятельность подразделения, обладающие различным уровнем полномочий в зависимости от статуса данного подразделения. Поэтому от этого зависит круг вопросов, которые решает конкретное подразделение федерального банка.

Как правило, в кризис федеральные банки сокращают свою филиальную сеть, при этом региональные банки стараются максимально развить филиальную сеть, как основное конкурентное преимущество, которое позволяет удержаться в кризис. Также региональные банки разрабатывают и запускают продукты, учитывая специфику региона, а федеральные банки предоставляют стандартные продукты на всей территории страны (Якоби).

Кроме того, региональные банки обладают большим доступом к местным региональным организациям, поэтому преимущество в данном случае заключается в обслуживании региональными банками местных региональных организаций, аккумулируя средства подобных организаций и ведении так называемого «зарплатного проекта».

Вернемся к описанию рынка банковских услуг Пермского края. Для описания используем данные из таблицы 3 и рассчитаем индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана по принципу, который был использован в предыдущей части этой главы.

Рассчитаем индекс концентрации по активам, которыми обладают банки в Пермском крае. Это 3 банка, которыми являются ОАО «Сбербанк России», ЗАО «ВТБ 24» и ОАО «Газпромбанк»:

CR3=0,4552.

Величина данного показателя свидетельствует об умеренном уровне концентрации продавцов на рынке банковских услуг в Пермском крае.

Теперь произведем расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана.

HHI=949,64.

Данный индекс был посчитан для всех участников рынка банковских услуг Пермского края, учитывая примерные доли, которыми обладают участники рынка. Соответственно, показатель индекса Херфиндаля-Хиршмана сообщает о низкоконцентрированном рынке банковских услуг Пермского края.

Проанализировав интервью с представителем ОАО АКБ «Урал ФД», представленное в приложении 1 данной работы, следует указать, что, не смотря на высокий уровень рыночной власти, которым обладает ОАО «Сбербанк России», данный банк не действует как ценовой лидер. Наоборот, этот банк, действует в качестве ценового последователя, устанавливая процентные ставки по кредитам и депозитам в ответ на ход мелких и средних участников рынка, старающихся удержаться на рынке и получить большую рыночную долю. Тем не менее, лидирующие позиции ОАО «Сбербанка России» могут быть обусловлены брендом банка. Он является настолько сильным, что потребители в большинстве случаев делают выбор в пользу именно ОАО «Сбербанка России».

Таким образом, учитывая высокие барьеры входа на рынок банковских услуг Пермского края, а также учитывая долю крупнейшего игрока на исследуемом рынке и приверженность потребителей, можно сделать предположение о том, что рынок банковских услуг Пермского края, может быть описан как рынок с доминирующей фирмой в лице ОАО «Сбербанка России». Среди региональных местных банков лидером является ОАО АКБ «Урал ФД», что подтверждается величиной активов данного банка. Таким образом, рынок банковских услуг, как в России, так и в Пермском крае может быть описан как рынок с доминирующей фирмой.

Однако, несмотря на полученные результаты и учитывая сложный характер конкурентного взаимодействия между банками, все же необходимо проверить гипотезу о рынке банковских услуг в Пермском крае как рынке монополистической конкуренции. Это будет сделано в следующей главе благодаря неструктурной модели Панзара-Росса.

# Глава 3. Применение модели Панзара-Росса для рынка банковских услуг Пермского края

## 3.1. Описание использованных данных

При генерации выборки были использованы открытые источники данных банковской статистики. Данные включают период с 2008 по начало 2013 г. Выбор периода обусловлен наличием данных и тем фактом, что с 2008 г. действует новая методология формирования отчетности, составленная Банком России. Были использованы данные 101-й и 102-й форм бухгалтерской отчетности (Формы 101, 102...).

Следует отметить, что данные 101-й формы, которые дают информацию о величине собственного капитала и активов банка представлены накопленным итогом с начала 1998 г. При этом данные 102-й формы бухгалтерской отчетности, дающие информацию о процентных доходах и расходах, затратам на персонал и т.д., представлены накопленным итогом в течение текущего года и эти показатели обнуляются к началу следующего года.

Для произведения расчета была решено приводить все показатели 102-й формы бухгалтерской отчетности к годовому выражению с помощью сложения значений показателя за 4 скользящих квартала. Данный подход к формированию данных был использован для избавления от сезонности в модели.

Особенностью отчетов 101-й и 102-й форм бухгалтерской отчетности является необязательность их публикации на сайте Банка России. Поэтому, количество банков, предоставляющих свои данные, может меняться. Соответственно, в итоговую выборку вошли 25 банков, которые осуществляли свою деятельность на территории Пермского края с начала 2008 г. по начало 2013 г. и которые на протяжении всего периода предоставляли информацию для публикации на сайте Банка России. Список банков, участвующих в выборке представлен в табл. 8.

Таблица 8

Список банков, участвующих в выборке8

| Банк |
| --- |
| ОАО АКБ "Урал ФД" |
| ОАО АКБ "Экопромбанк" |
| ЗАО АКИБ "Почтобанк" |
| ОАО АКБ "Перминвестбанк" |
| ОАО АКБ "Пермь" |
| ОАО "Сбербанк России" |
| ЗАО "ВТБ 24" |
| ЗАО КБ "Глобэкс" |
| ОАО "СКБ-Банк" |
| ОАО "Собинбанк" |
| ОАО "УБРИР" |
| ОАО "Бинкбанк" |
| ЗАО АКБ "Абсолют Банк" |
| ОАО "Газпромбанк" |
| ОАО Банк "Петрокоммерц" |
| ОАО КБ "СДМ-Банк" |
| ОАО "ТрансКредитБанк" |
| ОАО "Уралтрансбанк" |
| ЗАО "ЮниКредит Банк" |
| ООО КБ "Юниаструм Банк" |
| ОАО КБ "Агропромкредит" |
| ОАО "МДМ Банк" |
| ОАО "Меткомбанк" |
| ОАО АКБ "Стратегия" |
| ОАО "Россельхозбанк" |

8Сост. по источнику: Список кредитных организаций Пермского края [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://cbr.ru/credit/colist.asp?find=&how=name&status=0&rgn=50>.

Далее, в табл. 9 указаны переменные и их обозначения, используемые в модели Панзара-Росса.

Таблица 9

Описание переменных для модели Панзара-Росса

| Название переменной | Обозначение | Расчет |
| --- | --- | --- |
| Цена банка | p | Отношение выручки к активам |
| Общие издержки | c |  |
| Цена фондирования | w1 | Отношение процентных расходов к депозитам |
| Цена труда | w2 | Отношение затрат на персонал к активам |
| Цена обеспечения деятельности банка | w3 | Отношение прочих административных расходов к активам |
| Величина активов | a |  |
| Контрольная перменная 1 | ea | Отношение собственного капитала к активам |

Однако в модели Панзара-Росса используется транслогарифмическая функция издержек, поэтому в дальнейшем все переменные будут приведены к форме логарифмов этих переменных.

Так как данные формы 102 бухгалтерской отчетности представлены только на федеральном уровне, показатели выручки, издержек, расходов и депозитов, активов и капитала в целом по банку умножались на его долю активов в совокупном объеме активов банков Пермского края.

В соответствии с эмпирической моделью Панзара-Росса цены на факторы производства являются основными для проведения расчета. Тем не менее, в модель были добавлены такие переменные, как величина активов и отношение собственного капитала к активам, которые являются контрольными переменными в модели.

Далее был проведен анализ переменных на наличие мультиколлинеарности. Результаты проверки указаны в табл. 10.

Таблица 10

Корреляционный анализ параметров

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | LNA | LNC | LNEA | LNP | LNW1 | LNW2 | LNW3 |
| LNA | 1.000000 | 0.699811 | -0.950867 | 0.012810 | -0.275892 | -0.651650 | -0.428809 |
| LNC | 0.699811 | 1.000000 | -0.654339 | 0.723075 | 0.398803 | -0.898365 | -0.713984 |
| LNEA | -0.950867 | -0.654339 | 1.000000 | 0.004944 | 0.296656 | 0.646239 | 0.489551 |
| LNP | 0.012810 | 0.723075 | 0.004944 | 1.000000 | 0.828666 | -0.621728 | -0.584480 |
| LNW1 | -0.275892 | 0.398803 | 0.296656 | 0.828666 | 1.000000 | -0.214802 | -0.411016 |
| LNW2 | -0.651650 | -0.898365 | 0.646239 | -0.621728 | -0.214802 | 1.000000 | 0.678327 |
| LNW3 | -0.428809 | -0.713984 | 0.489551 | -0.584480 | -0.411016 | 0.678327 | 1.000000 |

Многие переменные оказывают умеренное влияние друг на друга, тем не менее, как указано в табл. 7, наибольшее влияние друг на друга оказывают переменные lna и lnea, обозначающие логарифм активов и логарифм отношения величины собственного капитала. Таким образом, возникает мультиколлинеарность. Кроме того, мультиколлинеарность возникает между переменными lna и lnc. Самым популярным методом избавления от мультиколлинеарности является исключение одной из сильно влияющих друг на друга переменных. Поэтому для проведения дальнейшего анализа будут построены различные модели с исключением различных переменных и произведен поиск лучшей модели.

Таким образом, данная часть этой главы представила данные, которые будут исследованы, благодаря неструктурной модели Панзара-Росса. Данные представлены по 25 банкам, осуществлявшим свою деятельность на территории Пермском края с 2008 по 2013 г. и предоставлявшим отчетность ЦБ РФ для публикации за этот же период.

## 3.2. Описание модели Панзара-Росса для рынка банковских услуг Пермского края

Построение моделей Панзара-Росса для исследования структуры рынка производится с помощью метода наименьших квадратов. В построенных моделях оценена степень конкуренции с помощью уравнения (25). Первая модель была создана с учетом всех показателей. Данная модель представлена в табл. 11.

Таким образом, с использованием метода наименьших квадратов была получена модель, качество которой является достаточно высоким. Об этом свидетельствует подтверждение гипотезы о значимости регрессии показателем Prob(F-statistic), равным нулю.

Таблица 11

Модель Панзара-Росса 1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Dependent Variable: LNP | | |  |  |
| Method: Least Squares | | |  |  |
| Date: 05/22/13 Time: 18:55 | | |  |  |
| Sample: 1 61 | |  |  |  |
| Included observations: 61 | | |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| C | -0.131498 | 0.137893 | -0.953625 | 0.3445 |
| LNC | 0.961551 | 0.007373 | 130.4155 | 0.0000 |
| LNW1 | 0.002966 | 0.021273 | 0.139421 | 0.8896 |
| LNW2 | 0.079329 | 0.018131 | 4.375327 | 0.0001 |
| LNW3 | -0.025167 | 0.026903 | -0.935483 | 0.3537 |
| LNA | -0.934987 | 0.009809 | -95.31815 | 0.0000 |
| LNEA | 0.019952 | 0.017667 | 1.129335 | 0.2637 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| R-squared | 0.999731 | Mean dependent var | | -0.468408 |
| Adjusted R-squared | 0.999701 | S.D. dependent var | | 0.240245 |
| S.E. of regression | 0.004152 | Akaike info criterion | | -8.022969 |
| Sum squared resid | 0.000931 | Schwarz criterion | | -7.780738 |
| Log likelihood | 251.7006 | Hannan-Quinn criter. | | -7.928036 |
| F-statistic | 33476.20 | Durbin-Watson stat | | 1.490573 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Значения Prob. Позволяют произвести оценку значимости полученных коэффициентов. В данном случае в модели коэффициент при логарифме цены фондирования оказался незначимым на уровне 5%. Это может означать, что коэффициент при логарифме цены фондирования в статистическом смысле равен нулю.

Для расчета показателя H используется формула (25), соответственно необходимо сложить значения коэффициентов при логарифмах на цены факторов производства. Однако, так как коэффициенты при логарифмах цены фондирования lnw1 и цены обеспеченности деятельности банка lnw3 оказались незначимыми, будет произведена оценка коэффициента при логарифме цены труда банка lnw2. Так,

H=0,07933.

Расчет показателя H показал, что рынок находится в условиях монополистической конкуренции, так значение H находится в пределах от 0 до 1. Однако, рынок далек от условий совершенной конкуренции, о чем свидетельствует близость к нулю полученного коэффициента.

Следующей моделью, которая была построена в рамках исследования, стала модель, исключившая переменную lnea, в виду наличия мультиколлинеарности. Результаты построения модели представлены в табл. 12.

Таблица 12

Модель Панзара-Росса 2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Dependent Variable: LNP | | |  |  |
| Method: Least Squares | | |  |  |
| Date: 05/22/13 Time: 19:05 | | |  |  |
| Sample: 1 61 | |  |  |  |
| Included observations: 61 | | |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| C | -0.001919 | 0.076671 | -0.025023 | 0.9801 |
| LNC | 0.962620 | 0.007330 | 131.3217 | 0.0000 |
| LNW1 | 0.005709 | 0.021187 | 0.269452 | 0.7886 |
| LNW2 | 0.081976 | 0.018024 | 4.548167 | 0.0000 |
| LNW3 | -0.012415 | 0.024479 | -0.507145 | 0.6141 |
| LNA | -0.943208 | 0.006591 | -143.1062 | 0.0000 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| R-squared | 0.999725 | Mean dependent var | | -0.468408 |
| Adjusted R-squared | 0.999700 | S.D. dependent var | | 0.240245 |
| S.E. of regression | 0.004162 | Akaike info criterion | | -8.032412 |
| Sum squared resid | 0.000953 | Schwarz criterion | | -7.824785 |
| Log likelihood | 250.9886 | Hannan-Quinn criter. | | -7.951041 |
| F-statistic | 39971.04 | Durbin-Watson stat | | 1.536733 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Как и в случае построения предыдущей модели, коэффициент при логарифме цены фондирования оказался незначимым на 5%-ом уровне доверия. Соответственно, данный коэффициент равен нулю в статистическом смысле и для оценки показателя H использован не будет.

Таким образом, используя формулу (25) и коэффициент при параметре lnw2, произведем расчет показателя H в модели 2:

H=0,08198.

Результат показателя H, рассчитанного по модели 2 оказался близок к показателю H в модели 1. В модели 2 этот показатель не намного выше и он также находится в пределах от 0 до 1, значит можно сделать вывод о наличии монополистической конкуренции на рынке банковских услуг в Пермском крае.

Следующей построенной моделью стала модель, исключающая две переменные: lnea и lnc. Эти переменные были исключены, так как корреляция между ними и между переменной lna была высокой. Результаты модели 3 представлены в табл. 13.

Таблица 13

Модель Паназара-Росса 3

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Dependent Variable: LNP | | |  |  |
| Method: Least Squares | | |  |  |
| Date: 05/22/13 Time: 19:09 | | |  |  |
| Sample: 1 61 | |  |  |  |
| Included observations: 61 | | |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| C | -5.054300 | 1.165675 | -4.335943 | 0.0001 |
| LNW1 | 2.355381 | 0.199425 | 11.81086 | 0.0000 |
| LNW2 | -1.818503 | 0.188835 | -9.630123 | 0.0000 |
| LNW3 | 0.121830 | 0.429887 | 0.283400 | 0.7779 |
| LNA | -0.217558 | 0.063146 | -3.445312 | 0.0011 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| R-squared | 0.913459 | Mean dependent var | | -0.468408 |
| Adjusted R-squared | 0.907278 | S.D. dependent var | | 0.240245 |
| S.E. of regression | 0.073155 | Akaike info criterion | | -2.314048 |
| Sum squared resid | 0.299696 | Schwarz criterion | | -2.141025 |
| Log likelihood | 75.57845 | Hannan-Quinn criter. | | -2.246239 |
| F-statistic | 147.7734 | Durbin-Watson stat | | 0.551233 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Данная модель также является значимой, как и предыдущие модели, так как в данной модели показатель F-statistic равен нулю. Соответственно, для оценивания параметра H были использованы коэффициенты при значимых переменных lnw1 и lnw2:

H=2,35538-1,8185=0,53688.

Результат данного показателя свидетельствует о наличии монополистической конкуренции, так как его значение находится в промежутке от 0 до 1.

В отличие от моделей 1 и 2, модель 3 может считаться более качественной, так как она исключает мультиколлинеарность между независимыми переменными.

Далее произведем проверку модели 3 на соответствие условий Гаусса-Маркова.



Рис. 3. Гистограмма остатков модели Панзара-Росса 3

На рис. 3 показана гистограмма модели 3 и приведены описательные статистики. Так, математическое ожидание модели близко к нулю, следовательно, первое условие Гаусса-Маркова выполняется. Кроме того, показатель probability больше 10%, значит можно сделать вывод о том, что распределение модели является нормальным.

Далее проведем тест на гетероскедастичность остатков модели Панзара-Росса 3. Он указан в табл. 14.

Таблица 14

Проверка остатков модели Панзара-Росса 3 на наличие гетероскедастичности

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Heteroskedasticity Test: White | | | |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| F-statistic | 13.16435 | Prob. F(11,49) | | 0.0000 |
| Obs\*R-squared | 45.57751 | Prob. Chi-Square(11) | | 0.0000 |
| Scaled explained SS | 55.22543 | Prob. Chi-Square(11) | | 0.0000 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Test Equation: | |  |  |  |
| Dependent Variable: RESID^2 | | |  |  |
| Method: Least Squares | | |  |  |
| Date: 05/23/13 Time: 10:06 | | |  |  |
| Sample: 1 61 | |  |  |  |
| Included observations: 61 | | |  |  |
| Collinear test regressors dropped from specification | | | | |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| C | 19.86406 | 9.698677 | 2.048120 | 0.0459 |
| LNW1 | -25.94175 | 4.165417 | -6.227888 | 0.0000 |
| LNW1^2 | 2.133471 | 0.426691 | 5.000038 | 0.0000 |
| LNW1\*LNW2 | 2.309696 | 0.476753 | 4.844634 | 0.0000 |
| LNW1\*LNW3 | 1.517979 | 0.788890 | 1.924195 | 0.0601 |
| LNW1\*LNA | 2.520906 | 0.409738 | 6.152479 | 0.0000 |
| LNW2 | -11.62591 | 1.551023 | -7.495640 | 0.0000 |
| LNW2^2 | 0.629416 | 0.543484 | 1.158115 | 0.2524 |
| LNW2\*LNW3 | 0.937902 | 1.253228 | 0.748389 | 0.4578 |
| LNW2\*LNA | 1.246234 | 0.160049 | 7.786554 | 0.0000 |
| LNW3 | 22.32166 | 6.080472 | 3.671040 | 0.0006 |
| LNW3\*LNA | -1.218110 | 0.157617 | -7.728299 | 0.0000 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| R-squared | 0.747172 | Mean dependent var | | 0.004913 |
| Adjusted R-squared | 0.690415 | S.D. dependent var | | 0.008400 |
| S.E. of regression | 0.004674 | Akaike info criterion | | -7.719245 |
| Sum squared resid | 0.001070 | Schwarz criterion | | -7.303991 |
| Log likelihood | 247.4370 | Hannan-Quinn criter. | | -7.556503 |
| F-statistic | 13.16435 | Durbin-Watson stat | | 1.409607 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Из табл. 14 видно, что значение prob chi-squared равно нулю, что соответствует гетероскедастичности остатков модели. Таким образом, независимые переменные являются детерминированными.

Кроме того, табл. 14 дает информацию о критерии Дарбина-Уотсона в данной модели. Для четырех объясняющих переменных и 61 наблюдения, необходимо, чтобы данный показатель находился в промежутке от 1,444 до 1,727, однако в нашем случае критерий Дарбина-Уотсона равен 1,41, соответственно, он не попадает в вышеуказанный промежуток, и мы можем свидетельствовать о наличии автокорреляции остатков в модели Панзара-Росса 3.

Тем не менее, в целом модель Панзара-Росса 3 соответствует условиям Гаусса-Маркова, поэтому может быть использована для описания рынка банковских услуг в Пермском крае.

Таким образом, неструктурная модель Панзара-Росса показала, что на рынке банковских услуг в Пермском крае присутствует монополистическая конкуренция. Минусом данной модели может считаться невозможность определить наличие доминирующей фирмы, так как в соответствии с таблицей 1, можно описать только три вероятные структуры рынка.

В соответствии с полученными результатами, учитывая высокие барьеры входа на рынок и долю рынка, занимаемую ОАО «Сбербанком России», делаем вывод о том, что рынок банковских услуг Пермского края является рынком с доминирующей фирмой. Тем не менее, учитывая количество игроков на рынке, показатели концентрации и Херфиндаля-Хиршмана, результаты, полученные благодаря неструктурной модели Панзара-Росса 3, и доли остальных игроков на рынке банковских услуг Пермского края, можно сделать вывод, что на участке спроса, не занимаемом ОАО «Сбербанком России», банки действуют в условиях, приближенных к монополистической конкуренции.

В существующих условиях, государство старается сократить количество действующих банков, повышая требования к ним. Таким образом, количество банков постепенно снижается. Однако, в условиях федеративного государства данная политика, вероятно, приведет к увеличению рыночной власти государственных банков в отдельных регионах. Поэтому, для снижения уровня концентрации продавцов и улучшений условий конкуренции необходимо вводить специальные условия для мелких и средних банков, в рамках которых они смогут достаточно эффективно развиваться. Таким образом, в региональном разрезе, у государственных банков будут появляться серьезные конкуренты, а те банки, которые не смогут выдержать эту конкуренцию будут вынуждены покинуть рынок. Это приведет к повышению качества предоставляемых банками услуг, повышению спроса со стороны населения на данный вид услуг, и, следовательно, к эффективному функционированию банковского сектора.

# Заключение

В первой главе было дано определение банка и банковских услуг. Далее, было дано описание рыночных структур и инструментов к определению уровня конкуренции на определенном рынке. Соответственно, структура рынка может быть определена как совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, монополия, олигополия или доминирующая фирма. После был писан классический структурный подход, действующий в рамках парадигмы «структура-поведение-результат», а также неструктурный подход, использующий эконометрический анализ и пользующийся все большей популярностью.

Во второй главе были проанализированы барьеры входа на рынок банковских услуг России. Кроме того, были проанализированы четыре сегмента рынка банковских услуг в России и посчитаны показатели концентрации и Херфиндаля-Хиршмана. В итоге был сделан вывод о рынке банковских услуг в России как о рынке с доминирующей фирмой. Этот вывод был сделан, несмотря на количество продавцов на рынке, а также рассчитанные показатели, указавшие на умеренную концентрацию продавцов. При этом было отмечено, что на остаточном спросе, не обслуживаемом ОАО «Сбербанком России», являющимся лидером, банки действуют в условиях, приближенных к монополистической конкуренции. Аналогичные результаты были получены и при анализе рынка банковских услуг Пермского края. Соответственно, данный вывод был также сделан по абсолютным показателям, барьерам входа на рынок и доле рынка, занимаемой ОАО «Сбербанком России».

Третья глава была посвящена исследованию рынка банковских услуг Пермского края с помощью неструктурного подхода Панзара-Росса. Для оценки модели использовалась данные по отчетности банков, которая публиковалась на сайте ЦБ РФ регулярно с 2008 по 2013 гг. Был проведен анализ на наличие мультиколлинеарности между независимыми переменными, после которого две переменные не использовались в анализе. Были построены три различные модели Панзара-Росса, из которых была выбрана лучшая. Данной моделью оказалась модель Паназара-Росса 3. Результатом анализа данной модели стал показатель H, равный 0,53688. Так как данный подход не позволяет определить наличие доминирующей фирмы на рынке, итогом анализа стал вывод о рынке банковских услуг Пермского края, действующем в условиях, приближенных к монополистической конкуренции.

Таким образом, итогом работы стал вывод о наличии доминирующей фирмы в лице ОАО «Сбербанка России» на рынке банковских услуг, как в России, так и в Пермском крае. На остаточном спросе обоих рынков, который не обслуживается ОАО «Сбербанком России», банки действуют в условиях, приближенных к монополистической конкуренции.

Было отмечено, что действия ЦБ РФ, по ужесточению требований к деятельности банков на территории Российской Федерации могут привести к увеличению рыночной власти государственных банков в отдельных регионах, поэтому была выделена необходимость в создании программы содействия мелким и средним банкам для развития конкуренции на рынке банковских услуг в России.

# Список использованной литературы

**Специальная литература**

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков - М.: Магистр, 1998.
2. Анисимова А.И. и др. Сравнительный Анализ Конкурентности Региональных Рынков Банковских Услуг /А.И. Анисимова, А.В. Верников // Сборник Лучших Выпускных Работ НИУ ВШЭ факультета экономики. 2011.
3. Гальперин В.М., Игнатьев С.М, Моргунов В.И. Микроэкономика. - СПб.: Экономическая школа, 2002.
4. Густап Е. В. Вопросы ипотечного кредитования в Томской области // Деньги и Кредит. 2013. № 2. С. 63-65.
5. Дробышевский С. и др. Анализ конкуренции в российском банковском секторе /С. Дробышевский, С. Пащенко // Научные труды Института экономики переходного периода. 2006. №96Р.
6. Журавлева Ю. А. Рынок Банковских услуг: итоги за 2012 г. // Банковское Дело. 2013. № 1. С. 37-44.
7. Луис М.Б. Крабаль. Организация отраслевых рынков. Вводный курс - Минск, «Новое издание», 2003.
8. Перечнева И. Слезь с Трона // Эксперт Урал. 2011. № 11. С. 10-16
9. Anzoategui D. et al. Banking Sector Competition in Russia / Anzoategui D., Martinez Peria M.S., Melecky M. // Policy Research Working paper. The World Bank. 2010.
10. Barros F. et al. Portuguese Banking Sector: A Mixed Oligopoly? / Barros F., Modesto L. // International Journal of Industrial Organization. 1999. № 17. P. 869-886.
11. Bikker J. et al. Measures of Competition and Concentration in the Banking Industry: A Review of the Literature / Bikker J., Haaf K. // Economic & Financial Modeling. 2001. № 9. P. 53-98.
12. Bresnahan T. The Oligopoly Solution Concept is Identified // Economic Letters. 1982. № 10. P. 87-92.
13. Hirschman A. The Patenity of an Index // American Economic Review. 1964. № 54. P. 761.
14. Mishkin F. The Economics of Money, banking and Financial Markets. The Addison-Wesley series in economics, 2004.
15. Panzar J. et al. Testing for Monopoly Equilibrium / Panzar J., Rosse J. // Journal of Industrial Economics. 1987. № 35. P. 443-456.

**Электронные ресурсы**

1. Banks20.ru / Сервис подбора банковских услуг [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://banks20.ru/news/8>.
2. Москвин В. А. Банковский кредит: его виды и классификация [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/2007/03/15/bankovskijj_kredit_ego_vidy_i_klassifikacija.html>.
3. Обзор деятельности банков в I квартале 2013 года [Эл. ресурс]. Режим доступа: http://www.banki.ru/upload/files/research/4849775/bank\_view\_290413.pdf.
4. Рейтинг банков [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://www.banki.ru/banks/ratings/>.
5. Список кредитных организаций Пермского края [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://cbr.ru/credit/colist.asp?find=&how=name&status=0&rgn=50>.
6. Справка о количестве действующих кредитных организаций и их филиалов в территориальном разрезе 2001-2013 гг. [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=pdko>.
7. Формы 101, 102, 134, 135 банковской отчетности [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://cbr.ru/credit/forms.asp>.
8. «Эксперт РА»: кредиты МСБ под поручительства гарантийных фондов в 2012 году выросли на 21% [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/releases/2013/May20a/>.
9. Якоби И. Региональные и федеральные банки: как клиенту определиться с выбором [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://www.samru.ru/society/gost/54903.html>.

# Приложение 1

Интервью с представителем ОАО АКБ «Урал ФД»

1. Скажите, пожалуйста, как, на сегодняшний день, банк ОАО «Урал ФД» осуществляет политику ценообразования?

Ценообразование в банке «Урал ФД» происходит следующим образом: проводится анализ ближайших 20-30 конкурентов банка, далее используются ставки всех проанализированных банков, высчитывается среднее значение и получается ставка, которую использует сам банк. При изменении ставок у одного из банков-конкурентов или у группы банков, «Урал ФД» реагирует, проводит новый анализ и высчитывает новые ставки.

1. Такое ценообразование характерно для всех услуг, предоставляемых банком?

Все верно, так происходит в случае с вычислением ставок по кредитам и по депозитам.

1. Может ли это означать, что ОАО АКБ «Урал ФД» является ценовым последователем? И, если да, то считает ли Ваш банк своим конкурентом ОАО «Сбербанк России»?

Да, ОАО АКБ «Урал ФД» является ценовым последователем. ОАО «Сбербанк России» является одним из главных конкурентов всех банков Пермского края, соответственно и нашего банка.

1. Каким образом производят ценообразование крупные игроки рынка банковских услуг?

Большие игроки на рынке, такие как «Сбербанк России» тоже не проводят полноценного анализа рынка. Крупные игроки анализируют действия тех фирм, которые делают на рынке первый шаг и уже после рассчитывают новые процентные ставки.

1. В таком случае, кто первым меняет процентные ставки на рынке?

Игроками, которые совершают действия первыми на рынке, являются мелкие и средние банки. Они совершают это для того, чтобы увеличить свою рыночную власть или удержаться на рынке и не выйти из него.