

Тоймат кызы Зыйнат
Кыргыз Республикасынын эл аралык университети,
«Эл аралык бизнес» кафедрасынын окутуучусу
Тулегенова Жибек Каныбековна
Кыргыз Республикасынын эл аралык университети,
«Эл аралык бизнес» кафедрасынын окутуучусу

Тоймат кызы Зыйнат
преподаватель кафедры «Международный бизнес»
Международного университета Кыргызской Республики.
Тулегенова Жибек Каныбековна
преподаватель кафедры «Международный бизнес»
Международного университета Кыргызской Республики.

Toimat kyzy Zyinat
Lecturer of the department of "International business"
International University of the Kyrgyz Republic
zynattoktomusheva@gmail.com
Tulegenova Zhibek Kanybekovna
Lecturer of the department of "International business"
International University of the Kyrgyz Republic

БАНКТЫН РЫНОКТУН АТКАНДАШТЫК ПОЗИЦИЯСЫ ЖАНА АНЫН АТААНДАШТЫККА ЖӨНДӨМДҮҮЛҮГҮН ТАЛДОО

КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ БАНКА НА РЫНКЕ И АНАЛИЗ ЕГО КОНКУРЕНТО- СПОСОБНОСТИ

COMPETITIVE POSITION OF THE BANK IN THE MARKET AND ITS ANALYSIS COMPETITIVENESS

Аннотациясы: Бул макалада банктын атаандаштык абалы талкууланат. Атаандаштык позициясынын эң маанилүү мүнөздөмөсү болуп банктын белгилүү бир сатуу рыногундагы үлүшү же анын бул рыноктогу салыштырмалуу үлүшү, башкача айтканда, бул банк жана эң күчтүү атаандаштардын эки же үчөө ээлеген рынок үлүшү саналат. Бирок, бул атаандаштык позициясын мүнөздөөгө жетиштүү эмес. Бул позициянын канчалык туруктуу экенин билүү да маанилүү.

Негизги сөздөр: коммерциялык банк, атаандаштык, баа, кызмат көрсөтүүлөр, банк продуктусу, банктык кызмат көрсөтүүлөрдүн сапаты, анализ, потенциал.

Аннотация: В данной статье рассматривается конкурентная позиция банка. Важнейшей характеристикой конкурентной позиции является доля банка на том или ином рынке сбыта или его относительная доля на этом рынке, т.е. доля рынка, занимаемая этим банком и двумя-тремя сильнейшими конкурентами. Однако этого недостаточно для характеристики конкурентной позиции. Также важно знать, насколько стабильно это положение.

Ключевые слова: коммерческий банк, конкуренция, цена, услуги, банковский продукт, качество банковских услуг, анализ, потенциал.

Annotation: *This article discusses the competitive position of the bank. The most important characteristic of a competitive position is the bank's share in a particular sales market or its relative share in this market, i.e. market share occupied by this bank and two or three strongest competitors. However, this is not enough to characterize the competitive position. It is also important to know how stable this position is.*

Keywords: *commercial bank, competition, price, services, banking product, quality of banking services, analysis, potential.*

Изучение собственных возможностей банка позволяет определить конкурентные преимущества банка – те материальные и нематериальные активы банка, а также направления деятельности, которые являются для банка стратегически важными и позволяют ему преодолевать конкуренцию. Обладание конкурентным преимуществом позволяет занять прочную позицию на рынке.

На практике конкурентные преимущества банка могут принимать различные формы:

1. величина уставного капитала и активов;
2. высокое качество оказываемых услуг;
3. действенная реклама;
4. имидж банка
5. устойчивая клиентура;
6. корреспондентская сеть;
7. наличие валютной или генеральной лицензии;
8. наличие филиальной сети и перспективы ее расширения;
9. система расчетов и спектр оказываемых услуг;
10. квалификация работников, грамотный менеджмент, накопленный опыт работы и т.д.

Основными направлениями достижения конкурентных преимуществ являются дифференциация деятельности, расширение объема предоставляемых банковских услуг и снижение издержек, хотя могут быть и другие пути реализации конкурентных преимуществ, например, «пионерская стратегия» – т. е. ранний выход на рынок с новой услугой.

В нынешних экономических условиях не каждый банк способен обслуживать все категории клиентов, и зачастую это неэффективно. Многие банки осознают необходимость определения своего сегмента рынка, круга своих клиентов и развития услуг, ориентированных на этих клиентов, т.е. реализовать стратегию дифференциации.

Дифференциация предполагает адаптацию услуг к потребностям определенных групп потребителей и клиентов банка, что создает ощущение уникальности услуг, предоставляемой клиенту. В результате однотипные услуги, хотя и полностью идентичные по качеству и цене, не воспринимаются потребителями как заменители, а считаются уникальными. Формируются устойчивые потребительские предпочтения и устойчивые отношения «банк-клиент», что затрудняет выход на рынок новых, неизвестных финансово-кредитных организаций.

За рубежом широко используется однотипная дифференциация качества услуг, в основе которой лежат различные факторы: целевые сегменты; каналы продаж и цены. Проблемой при определении критериев качества банковского продукта для банков была дифференциация качества обслуживания, а также общая направленность на повышение качества обслуживания клиентов. В принципе возможны два подхода: с точки зрения клиентов и с точки зрения банков. Критериями качества банковских услуг с точки зрения клиента являются: скорость обслуживания, срочность операций, режим работы банка, наличие ошибок и неточностей в работе, качество консультации. Клиент сравнивает качество банковских услуг с их ценами. Для банка критериями качества являются: скорость внутренних рабочих процессов, величина затрат на исправление ошибок, производительность труда, мотивация сотрудников банка и другие факторы, которые сопоставляются с уровнем затрат на производство банковских услуг.

По мнению американских исследователей, важнейшим критерием определения качества банковских услуг для клиентов является квалификация персонала и окружающая среда. Работа с клиентами требует от банковского специалиста не только отличного экономического образования, но и хорошего знания деловой этики, основ психологии и умения вести переговоры. Во многих случаях клиенту сложно или практически невозможно оценить главный показатель качества обслуживания – квалификацию банкира. Поэтому важна обстановка и наличие дополнительных услуг: вежливость, персональное внимание, приветливый персонал, умение слушать, общение на языке клиента. Для банков также важна защита своих конкурентных преимуществ – это прежде всего обеспечение контроля входящей и исходящей информации и конфиденциальность информации о внутренней деятельности. В тоже время необходимо ввести применение современных информационно-программных разработок и общих систем коммуникации в создании интегрированных информационных систем, что позволяет обеспечить быстрый сбор и размещение информации в базах данных, а также оперативно проводить расчеты в различных интеграционных ресурсах и системах [5, с.158].

Потенциал банка реально определить анализом конкурентоспособности банка, его способности предоставить лучшее предложение по сравнению с конкурентами. Только обладание конкурентным преимуществом банк позволяет завоевать прочную позицию на рынке. Для выявления и анализа конкурентных преимуществ полезно систематизировать информацию в виде таблицы, включающей такие факторы, как: размер менеджмент, капитала, банковские технологии, финансовые инновации, качество информации, культура обслуживания, корреспондентская сеть, качество услуг, рекламная кампания, репутация банка сравниваются с аналогичными показателями других банков. Такой анализ необходим для позиционирования – определения положения банка на рынке и его конкурентоспособности.

Активная борьба за потребителя, за превращение его из случайного в постоянное, за расширение клиентуры составляет суть современной конкурентной борьбы. Таким образом, потенциальные потребители убеждены, что предлагаемый продукт наилучшим образом отвечает их потребностям в решении каких-то конкретных задач. Сегодняшние потребители убеждены, что продолжение деловых контактов с банком, регулярное и массовое приобретение его услуг приносит каждому клиенту ощутимую выгоду.

Процесс анализа конкурентов проходит ряд этапов, в ходе которых банк должен создать систему информации о конкурентах, включающую идентификацию конкурентов, выявление источников информации о конкурентах и анализ этой информации.

Изучение текущих стратегий конкурентов
Анализ сильных и слабых сторон конкурентов (SWOT анализ)
Оценка факторов внешней среды, воздействующих на конкурентов
Анализ будущих целей и возможных стратегий конкурентов

Рис. 1. Этапы анализа основных конкурентов банка

- Анализ стратегии конкурентов, действуют примерно по следующим направлениям:
- оценка цели банка-конкурента;
 - оценка перспектив улучшения его деятельности;
 - оценка сильных и слабых сторон конкурента;
 - разработка примерной схемы экономического портфеля;
 - оценка способности банка адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям;

- оценка квалификации персонала;
- оценка деятельности высшего руководства.

SWOT-анализ на примере ОАО «РСК Банк»

1. Сильные стороны банка

- ОАО «РСК Банк» имеет большое количество подразделений по всей стране (52 филиала, 35 стационарных сберкасс и 28 выездных касс);
- Большой депозитный портфель (более 24,6 млрд сом);
- ОАО «РСК Банк» известен своей положительной репутацией;
- В деятельности банка достаточно серьезное участие принимает государства, что вызывает доверие у населения;
- Эффективный менеджмент;
- Грамотный персонал, квалифицированные и опытные работники;
- Работа с клиентами: опыт массового обслуживания клиентов, обширная клиентская база;
- Репутация банка.

2. Слабые стороны

- В частности, наблюдается относительно высокая текучесть кадров нижнего уровня, особенно работников операционного отдела, работающих в банках. Дело в том, что банковские служащие вынуждены работать с очень большим количеством клиентов, такая работа требует нервного напряжения, поэтому долго работать на этой должности способен далеко не каждый;
- Использование ограниченных методов продвижения банковских услуг;
- Недостаточный бюджет на маркетинговые составляющие;
- Организационная структура: масштабность, громоздкость структуры. Невозможность принимать оперативные решения в филиалах.

3. Угрозы

- Существует риск невозврата кредита. Дело в том, что текущая экономическая ситуация в стране достаточно нестабильна.
- Есть риск, что люди продолжают брать кредиты в банке и, наоборот, многие будут бояться вкладывать деньги в банк из-за текущей с. Недостаток наличности может иметь серьезные негативные последствия для будущих операций банка.
- Существует риск изменения ставки рефинансирования НБКР. Дело в том, что ставка рефинансирования является базой, на которой все банки основывают свои процентные ставки по депозитам и кредитам. Ставка рефинансирования представляет собой процент, под который центральный банк может предоставить средства коммерческим банкам, поэтому ниже этой ставки ни один банк не будет предоставлять кредитные ресурсы населению и предприятиям (НБКР поднял ставку рефинансирования с 9,5% до 14%);
- Есть риск, что у компаний возникнут проблемы с погашением кредитов из-за нехватки средств, причиной также является нестабильная экономическая ситуация в стране;
- Снижение экономической активности потребителей банковских услуг;
- Экономический кризис.

4. Возможности

- В первую очередь следует отметить, что Кыргызстан поддерживает кредитование населения на льготных условиях, что способствует росту экономики страны, позволяет населению приобретать жилье в кредит и улучшает жилищные условия. Таким образом, существует вероятность того, что банки будут заинтересованы в предоставлении кредитов домохозяйствам по низким процентным ставкам;
- Растущий спрос на банковские кредитные услуги;

- Ослабление конкурентов;
- Увеличение доли рынка;
- Увеличение льгот и дотаций от государства;
- Снижение уровня налоговой нагрузки.

Под факторами конкурентоспособности банка понимаются явления внешней среды, а также внутренние процессы банковской деятельности. Проведенный анализ показал, что на банковский сектор оказывает влияние ряд внешних и внутренних факторов. Однако сами внешние факторы не зависят от деятельности банка. Данными факторами банк не способен управлять, под них необходимо подстраиваться, выстраивая стратегию развития и деятельности. Ниже рассмотрим внешние и внутренние факторы, оказывающие наибольшее воздействие на конкурентоспособность банка.

Внутренние угрозы

Со стороны государства

- политическая нестабильность в КР;
- снижение уровня независимости НБКР;
- консервация режима низкой конкурентности в банковской среде за счет поддержки банков-фаворитов.

Со стороны банков

- финансовая неустойчивость отдельных действующих банков;
- хорошие идеи головных офисов банков по привлечению клиентов портит слабая работа банковских служащих на местах;
- сохранение действующих приоритетов банков в обслуживании крупного клиента и игнорирование банковской розницы.

Со стороны населения

- привычка пользоваться кредитами в микрофинансовых организациях, где условия кредитования, как правило, хуже;
- вывод своих денег с банковской системы;
- уверенность населения, что малые суммы денег нет смысла держать в банках.

Внешние угрозы

- решение акционеров банков–нерезидентов вывести капитал приведет к закрытию многих банков, что еще больше ослабит доверие к системе;
- валютные риски;
- текущая экономическая ситуация в стране достаточно нестабильная;
- появление и проявление интереса банковского сектора РФ к мигрантским деньгам и конкуренции со стороны банков РФ.

В целях повышения конкурентоспособности банков необходимо учитывать высокую степень влияния внешних и внутренних факторов. Стимулирование внешних факторов не осуществляется банком, поэтому их воздействие необходимо учитывать в процессе осуществления банковской деятельности. Воздействие на факторы внутренней среды, влияющие на конкурентоспособность банка может осуществлять самостоятельно.

Список использованной литературы:

1. Абаева П.П. Конкурентоспособность организации / П.П. Абаева. Т.Г. Старостина; под ред. Т.Г. Старостиной. – Ульяновск: УлГТУ. 2020.-91 с.
2. Ахматова М.В., Попов Е.В. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг: методы, формы, исследования. 2013. – № 4. – с. 25-48.
3. Бондарева Ю., Шовиков С., Хаиров Р. Конкуренция на рынке банковских услуг. Мнение аналитиков МАП РФ // Банковское дело. 2020. – № 2. -е.

4. Климов А.Г., Яковлев С.А. Конкуренция на рынке банковских услуг Мурманской области // Деньги и кредит-2019 №7.
5. Семенов, С. Р. Формирование экономических и информационных отношений в сельскохозяйственном секторе Кыргызской Республики / С. Р. Семенов, Н. С. Семенов // Весті Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя аграрных навук. – 2021. – Т. 59. – № 2. – С. 151-159. – DOI 10.29235/1817-7204-2021-59-2-151-159. – EDN RZHQVS.

Toimat kyzy Zyinat

Lecturer of the department of "International business"
International University of the Kyrgyz Republic

Tulegenova Zhibek Kanybekovna

Lecturer of the department of "International business"
International University of the Kyrgyz Republic

COMPETITIVE POSITION OF THE BANK IN THE MARKET AND ITS ANALYSIS COMPETITIVENESS

***Annotation:** This article discusses the competitive position of the bank. The most important characteristic of a competitive position is the bank's share in a particular sales market or its relative share in this market, i.e. market share occupied by this bank and two or three strongest competitors. However, this is not enough to characterize the competitive position. It is also important to know how stable this position is.*

***Keywords:** commercial bank, competition, price, services, banking product, quality of banking services, analysis, potential.*

The study of the bank's own capabilities allows us to determine the competitive advantages of the bank – those tangible and intangible assets of the bank, as well as areas of activity that are strategically important for the bank and allow it to overcome competition. Having a competitive advantage allows you to take a strong position in the market.

In practice, the competitive advantages of a bank can take various forms:

1. the amount of the authorized capital and assets;
2. high quality of services provided;
3. effective advertising;
4. image of the bank
5. stable clientele;
6. correspondent network;
7. availability of a currency or general license;
8. availability of a branch network and prospects for its expansion;
9. payment system and range of services provided;
10. qualification of employees, competent management, accumulated work experience, etc.

The main directions for achieving competitive advantages are differentiation of activities, expansion of the volume of banking services provided and cost reduction, although there may be other ways to realize competitive advantages, for example: "pioneer strategy" – i.e., early entry into the market with a new service.

In the current economic conditions, not every bank is able to serve all categories of customers, and this is often inefficient. Many banks are aware of the need to define their market segment, the circle of their customers and develop services focused on these customers, i.e. implement a differentiation strategy.

Differentiation involves the adaptation of services to the needs of certain groups of consumers and bank clients, which creates a sense of the uniqueness of the services provided to the client. As a result, services of the same type, although completely identical in quality and price, are not perceived by consumers as substitutes, but are considered unique. Stable consumer preferences and stable “bank-client” relationships are being formed, which makes it difficult for new, unknown financial and credit organizations to enter the market.

Abroad, the same type of differentiation of the quality of services is widely used, which is based on various factors: target segments; sales channels and prices. The problem in determining the criteria for the quality of a banking product for banks was the differentiation of the quality of service, as well as the general focus on improving the quality of customer service. In principle, two approaches are possible: from the point of view of customers and from the point of view of banks. The criteria for the quality of banking services from the point of view of the client are: the speed of service, the urgency of operations, the operating mode of the bank, the presence of errors and inaccuracies in work, the quality of advice. The client compares the quality of banking services with their prices. For a bank, the quality criteria are: the speed of internal work processes, the cost of correcting errors, labor productivity, the motivation of bank employees and other factors that are compared with the level of costs for the production of banking services.

According to American researchers, the most important criterion for determining the quality of banking services for customers is the qualifications of staff and the environment. Working with clients requires from a banking specialist not only an excellent economic education, but also a good knowledge of business ethics, the basics of psychology and the ability to negotiate. In many cases, it is difficult or almost impossible for a client to assess the main indicator of the quality of service – the banker's qualification. Therefore, the environment and the availability of additional services are important: courtesy, personal attention, friendly staff, listening skills, communication in the client's language. It is also important for banks to protect their competitive advantages – this is, first of all, ensuring control of incoming and outgoing information and confidentiality of information about internal activities. At the same time, it is necessary to introduce the use of modern information and software developments and general communication systems in the creation of integrated information systems, which makes it possible to ensure the rapid collection and placement of information in databases, as well as to quickly carry out calculations in various integration resources and systems [5, p.158].

The bank's potential can be realistically determined by analyzing the bank's competitiveness, its ability to provide the best offer compared to its competitors. Only the possession of a competitive advantage allows the bank to gain a strong position in the market. To identify and analyze competitive advantages, it is useful to systematize information in the form of a table that includes such factors as: the size of management, capital, banking technologies, financial innovations, information quality, service culture, correspondent network, service quality, advertising campaign, bank reputation are compared with similar ones. indicators of other banks. Such an analysis is necessary for positioning – determining the position of the bank in the market and its competitiveness.

An active struggle for the consumer, for turning it from casual into permanent, for expanding the clientele is the essence of modern competitive struggle. Thus, potential consumers are convinced that the proposed product best meets their needs in solving some specific problems. Today's consumers are convinced that the continuation of business contacts with the bank, the regular and massive purchase of its services brings tangible benefits to each client.

The competitor analysis process goes through a series of steps, during which the bank must establish a competitive information system, including the identification of competitors, the identification of sources of information about competitors, and the analysis of this information.

Studying the current strategies of competitors
Analysis of strengths and weaknesses of competitors (SWOT analysis)
Assessment of environmental factors affecting competitors
Analysis of future goals and possible strategies

Rice. 1. Stages of analysis of the main competitors of the bank

Analysis of competitors' strategies, they act approximately in the following areas:

- evaluation of the purpose of the bank-competitor;
- assessment of the prospects for improving its activities;
- assessment of strengths and weaknesses of a competitor;
- development of an approximate scheme of the economic portfolio;
- assessment of the bank's ability to adapt to changing market conditions;
- assessment of personnel qualification;
- performance appraisal of top management.

SWOT-analysis on the example of JSC "RSK Bank"

1. Strengths of the bank

- JSC "RSK Bank" has a large number of divisions throughout the country (52 branches, 35 stationary savings banks and 28 mobile cash desks);
- Large deposit portfolio (more than 24.6 billion soms);
- JSC "RSK Bank" is known for its positive reputation;
- The state takes a fairly serious part in the activities of the bank, which inspires confidence among the population;
- Effective management;
- Competent staff, qualified and experienced workers;
- Work with clients: experience of mass customer service, extensive client base;
- Reputation of the bank.

2. Weaknesses

- In particular, there is a relatively high turnover of lower-level staff, especially back office employees working in banks. The fact is that bank employees are forced to work with a very large number of clients, such work requires nervous tension, so not everyone is able to work in this position for a long time;
- Use of limited methods to promote banking services;
- Insufficient budget for marketing components;
- Organizational structure: scale, bulkiness of the structure. Inability to make operational decisions in branches.

3. Threats

- There is a risk of loan default. The fact is that the current economic situation in the country is rather unstable.
- There is a risk that people will continue to take loans from the bank and, conversely, many will be afraid to invest in the bank because of the current s. A lack of cash can have a serious negative impact on a bank's future operations.
- There is a risk of changes in the refinancing rate of the NBKR. The fact is that the refinancing rate is the base on which all banks base their interest rates on deposits and loans. The refinancing rate is the percentage at which the central bank can provide funds to commercial banks, therefore, below this rate, no bank will provide credit resources to the population and enterprises (the NBKR raised the refinancing rate from 9.5% to 14%);
- There is a risk that companies will have problems with repayment of loans due to lack of funds, the reason is also the unstable economic situation in the country;

- Decrease in economic activity of consumers of banking services;
- Economic crisis.

4. Opportunities

- First of all, it should be noted that Kyrgyzstan supports lending to the population on favorable terms, which contributes to the growth of the country's economy, allows the population to purchase housing on credit and improves housing conditions. Thus, there is a possibility that banks will be interested in providing loans to households at low interest rates;
- Growing demand for banking credit services;
- Weakening of competitors;
- Increase in market share;
- Increase in benefits and subsidies from the state;
- Reducing the level of tax burden.

Under the factors of the nutrient environment coverage of the phenomena of the external environment, as well as food processes of banking. The analysis showed that the banking sector is affected by a number of external factors. However, the external factors themselves do not affect the activities of the bank. The bank does not control these factors, what needs to be insured, building manifestations of development and activity. The following are environmental and nutritional factors that cause an increased impact on the harmfulness of the jar.

Internal Threats

From the side of the state

- political instability in the Kyrgyz Republic;
- decrease in the level of independence of the NBKR;
- preservation of the regime of low competitiveness in the banking environment through the support of favorite banks.

From the banks

- financial instability of individual operating banks;
- good ideas of the head offices of banks to attract customers are spoiled by the weak work of bank employees in the field;
- preservation of existing priorities of banks in servicing a large client and ignoring retail banking.

By the population

- the habit of using loans in microfinance institutions, where credit terms are usually worse;
- withdrawing your money from the banking system;
- confidence of the population that it makes no sense to keep small amounts of money in banks.

External threats

- the decision of shareholders of non-resident banks to withdraw capital will lead to the closure of many banks, further weakening the credibility of the system;
- currency risks;
- the current economic situation in the country is rather unstable;
- emergence and manifestation of interest of the banking sector of the Russian Federation to migrant money and competition from banks of the Russian Federation.

In order to increase the competitiveness of banks, it is necessary to take into account the high degree of influence of external and internal factors. Stimulation of external factors is not carried out by the bank, so their impact must be taken into account in the process of banking activities. The impact on the factors of the internal environment that affect the competitiveness of the bank can be carried out independently.

List of used literature

1. Abaeva P.P. Competitiveness of the organization / P.P. Abaev. T.G. Starostina; ed. T.G. Starostina. – Ulyanovsk: UIGTU. 2020.-91 p.
 2. Akhmatova M.V., Popov E.V. Theoretical models of competitiveness // Marketing: methods, forms, research. 2013. – No. 4. – p. 25-48.
 3. Bondareva Yu., Shovikov S., Khairov R. Competition in the banking services market. Opinion of analysts of the Ministry of Antimonopoly Policy of the Russian Federation // Banking. 2020. – No. 2.-e.
 4. Klimov A.G., Yakovlev S.A. Competition in the banking services market of the Murmansk region
// Money and Credit-2019 No. 7
- Semenov, S. R. Formation of economic and information relations in the agricultural sector of the Kyrgyz Republic / S. R. Semenov, N. S. Semenov // Bulletin of the National Academy of Sciences of Belarus. Series of agricultural sciences. – 2021. – T. 59. – No. 2. – S. 151-159. – DOI 10.29235/1817-7204-2021-59-2-151-159. – EDN RZHQVS.