ISSN 2311-8709 (Online)
ISSN 2071-4688 (Print)

Банковская деятельность

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТОВ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Александр Владимирович ЕКИМОВ[a], Надежда Викторовна ГОРБУНОВА[b], Ольга Александровна НОВОКРЕЩЕНОВА[c,•]

[a] аспирант кафедры управления качеством экономического факультета,
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Саранск, Российская Федерация
Alex-saransk@mail.ru

[b] соискатель кафедры управления качеством экономического факультета,
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Саранск, Российская Федерация
GNadezhdaW@yandex.ru

[c] преподаватель кафедры управления качеством экономического факультета,
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Саранск, Российская Федерация
nol55@yandex.ru

• Ответственный автор

История статьи:
Принята 04.08.2016
Принята в доработанном виде 18.08.2016
Одобрена 31.08.2016

УДК 336.233.2
JEL: G21, G22

Ключевые слова:
конкурентоспособность, банкострахование, стратегическое партнерство

Аннотация

Предмет. Проведен анализ существующих в научной литературе подходов к определению понятий «стратегическое партнерство», «интеграция», «банкострахование». Рассмотрена проблема повышения конкурентоспособности субъектов финансового рынка.

Цели. Комплексное исследование проблемы повышения конкурентоспособности субъектов финансового рынка. Определение конкурентных преимуществ, получаемых коммерческими банками и страховыми компаниями при реализации стратегического партнерства.

Методология. Для обеспечения обоснованности теоретических положений использованы критический анализ, абстрактно-логический и сравнительный методы научного исследования. Работа основана на рассмотрении трудов ведущих отечественных и зарубежных экономистов.

Результаты. Приведены различные подходы к классификации факторов обеспечения конкурентоспособности, предложен состав внутренних и внешних факторов. Рассмотрена эволюция теории стратегического партнерства, выделены его основные характеристики. Обоснована актуальность стратегического партнерства среди субъектов финансового рынка. Проведен обзор подходов к определению понятия банкострахования, а также выявлены конкурентные преимущества, получаемые коммерческими банками и страховыми компаниями в случае объединения.

Область применения. Результаты проведенного в статье исследования могут быть использованы в деятельности кредитных организаций и страховых компаний при формировании стратегического партнерства.

Выводы. Банкострахование как стратегическое партнерство позволяет получить ряд конкурентных преимуществ, что делает входящую в нее организацию более конкурентоспособной. Эффективное использование стратегического партнерства в обеспечении конкурентоспособности финансового института позволяет рационально управлять капиталом и денежными потоками; минимизировать издержки и максимизировать доходы; обеспечить реализацию эффективной финансовой стратегии; мобилизовать достаточный объем финансовых ресурсов, необходимых для достижения стратегических целей развития финансовой организации.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2016

В современных условиях функционирования экономики вопросы повышения конкурентоспособности являются актуальными для организаций всех сфер деятельности, в том числе и субъектов финансового рынка. В ситуации ухудшения экономической конъюнктуры, ограничения доступа финансовых институтов к внешнему рынку и сужения возможностей их дальнейшего экстенсивного роста решение задачи повышения устойчивости и конкурентоспособности российской экономики возможно исключительно в рамках изменения существующей бизнес-модели функционирования отечественного финансового рынка. Поэтому на текущем этапе развития национальной экономики приоритетной задачей становится совершенствование направлений взаимодействия между институтами финансового рынка, которое возможно в рамках развития банкострахования как стратегического партнерства банков и страховых компаний. Оно ориентировано на получение субъектами конкурентных преимуществ на основе достижения синергического эффекта. Это выражается в углублении сотрудничества по различным

направлениям, включая совместное привлечение и использование финансовых средств, объединение технологических и трудовых ресурсов, создание совместных продуктов/услуг, проведение общей сбытовой, маркетинговой и рекламной политики. Данные процессы направлены на достижение стратегических задач, в том числе на рост доходности бизнеса, улучшение имиджа, получение конкурентных преимуществ и, следовательно, повышение конкурентоспособности как отдельной организации, так и экономики в целом [1].

В научной литературе традиционно выделяются разные уровни понятия «конкурентоспособность» [2]: макроуровень (страна в целом), мезоуровень (регион, отрасль, предприятие), микроуровень (продукт или услуга). В масштабе страны конкурентоспособность означает эффективную интеграцию в мировое пространство, соответствующее функционирование всех ее структур для обеспечения суверенитета и высокого качества жизни населения. В рыночной системе хозяйствования конкурентоспособность является одним из ключевых понятий. В ней концентрированно выражаются экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие, кадровые и иные возможности не только отдельного предприятия или организации, но и экономики страны в целом. Всемирный экономический форум (ВЭФ) с 2003 г. оценивает конкурентоспособность стран по 160 критериям, которые объединены в 12 направлений[1]. Данные направления отражают уровень развития:

– социальных и государственных институтов (качество институтов, здоровье и начальное образование, высшее образование и профессиональная подготовка);

– бизнес-среды (инфраструктура, развитость финансового рынка, уровень технологического развития, конкурентоспособность компаний, инновационный потенциал);

– экономики в целом (макроэкономическая стабильность, эффективность рынка товаров и услуг, размер внутреннего рынка, эффективность рынка труда).

Выбор именно этих переменных обусловлен теоретическими и эмпирическими исследованиями. Согласно выводам ВЭФ наиболее конкурентоспособными являются экономики тех стран, которые в состоянии проводить всеобъемлющую политику, учитывать весь спектр выделенных направлений и взаимосвязи между ними, а создание условий для эффективного развития субъектов бизнеса является важным моментом в обеспечении конкурентоспособности экономики.

В современных условиях инновационных изменений одним из определяющих элементов развития экономики является финансовый рынок, представляющий собой систему определенных отношений и своеобразный механизм сбора и перераспределения на конкурентной основе финансовых ресурсов между странами, регионами, отраслями и институциональными единицами. Он состоит из ряда секторов: инвестиционного, денежного, кредитного, фондового, страхового, валютного. Следовательно, конкурентоспособность финансового рынка складывается из конкурентоспособности институтов шести выделенных секторов, к которым наряду с кредитными организациями относятся: страховые организации, финансовые брокеры, негосударственные пенсионные фонды, инвестиционные фонды, лизинговые компании и другие контрагенты. Конкуренция на рынке финансовых услуг, определяемая как состязательность между финансовыми организациями, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждой из них односторонне воздействовать на общие условия предоставления финансовых услуг[2], ужесточается с каждым годом. Неизбежно приходится проводить активную политику по завоеванию, расширению и удержанию своих конкурентных позиций. Значит, на первый план выходит проблема поиска путей укрепления надежности финансового института и повышения его конкурентоспособности. Для ее решения необходимо знать факторы конкурентоспособности, обеспечивающие успех функционирования хозяйствующего субъекта [3]. Под факторами в свою очередь понимаются конкурентные преимущества, позволяющие фирме успешно развиваться в отрасли и иметь превосходство над конкурентами, измеряемые такими экономическими показателями, как дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля и объем продаж[3]. Кроме того, следует отметить, что основным элементом конкурентоспособности

[1] *Фатхутдинов Р.А.* Управление конкурентоспособностью организации. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Эксмо, 2005. 544 с.

[2] Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

[3] *Шевченко Д.А.* Конкурентные преимущества // Экономический электронный словарь. URL: http://glossostav.ru/word/527

финансового института выступают производимые им услуги/продукты, обладающие рядом характеристик, изменяя которые организация может получать конкурентные преимущества. К данным параметрам традиционно относят ценовые и неценовые характеристики услуги/продукта. В настоящее время на первый план выходят неценовые параметры, из которых огромнейшее значение приобретают качество услуг/продуктов, их новизна, условия предоставления, имидж финансовой организации, а также качество процесса обслуживания. Комбинация данных характеристик влияет на прибыль и, следовательно, на конкурентоспособность финансового института путем либо снижения издержек, либо повышения доходов.

Несмотря на наличие в научной литературе различных подходов к классификации факторов обеспечения конкурентоспособности, целесообразно выделить следующие. Н.К. Моисеев и Ю.П. Анискин [4] отмечают две группы факторов, отражающие «превосходство в умении» и «превосходство в ресурсах». Первое связано с эффективной работой маркетологов, операционного, административного персонала. Разнообразными могут быть и ресурсы, влияющие на приобретение преимуществ в конкуренции: финансы, кадровый состав и его квалификация, техническая оснащенность и т.д. Превосходство над конкурентами по перечисленным параметрам позволяет предлагать на рынке услуги/продукты лучшего качества или по более низким ценам.

Также выделяют внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность финансовых институтов. Состав внешних факторов может выглядеть следующим образом:

– рыночные (темпы роста и емкость рынка, уровень развития российских и зарубежных конкурентов и др.);

– государственные (государственная политика по отношению к финансовому рынку, налоговая и финансово-кредитная политика, политика Банка России; законодательные и нормативные акты, касающиеся обязательных экономических нормативов и резервных требований Банка России, страхования вкладов, требований к безопасности, требований к ведению бухгалтерского учета и др.);

– экономические (уровень развития инфраструктуры в стране, темпы инфляции, уровень экономического развития, уровень экономической активности, уровень доходов населения, уровень производительности и прибыльности отраслей экономики, ситуация на фондовом и валютном рынках и др.).

Внутренними факторами являются:

– технологические (качество и новизна существующего оборудования для разработки новых и предоставления имеющихся услуг, доступность получения услуги, инфраструктура организации и др.);

– кадровые (численность и компетенции операционного и административного персонала);

– финансовые (количество, стоимость и надежность капитала, эффективность систем финансового анализа и управления рисками и др.).

В современных условиях развития экономики субъекты финансового рынка могут значительно повысить свою конкурентоспособность либо за счет использования более качественных и недорогих ресурсов (в роли которых могут выступать финансовая или технологическая составляющие, а также компетенции операционного персонала), либо за счет компетенций руководящего состава организации, позволяющих эффективно использовать перечисленные внешние и внутренние факторы как основу для формирования конкурентных преимуществ. Будет ли тот или иной фактор конкурентным преимуществом, зависит от различных обстоятельств, внешних и внутренних аспектов деятельности [5], потому что только за счет преимуществ финансовый институт завоевывает свой сегмент рынка, привлекает новых клиентов, увеличивает свою прибыль, то есть повышает свою конкурентоспособность. С точки зрения клиента факторы конкурентоспособности можно разделить на два больших блока:

1) преимущества, связанные с низкими издержками (что позволяет предоставлять услуги/продукты по выгодным для клиентов ценам);

2) преимущества, связанные с дифференциацией услуг (что позволяет противостоять снижению цен конкурентами даже при неизменных ценах на свои услуги/продукты).

Исходя из этого, по нашему мнению, стратегическое партнерство может выступать фактором повышения конкурентоспособности финансовых институтов, дающим ряд ключевых конкурентных преимуществ с точки зрения

снижения как издержек, так и дифференциации услуг.

Центральным моментом здесь является решение задачи продвижения своих услуг или продуктов на рынок и завоевание стабильной и надежной клиентуры. Стратегическое партнерство, имеющее ряд конкурентных преимуществ, выгодно и удобно всем его участникам. Прежде всего расширение набора предоставляемых финансовым учреждением услуг положительно влияет на имидж организации и дает ему дополнительное конкурентное преимущество для продвижения собственных продуктов. В то же время организация увеличивает комиссионные доходы за счет реализации услуг партнера и тем самым расширяет свою клиентскую базу.

Стратегическое партнерство представляет собой самую быструю и наименее рискованную альтернативу развития организации, а также является одним из способов решения проблемы продвижения продукта/услуги на рынок [6]. В связи с широким применением данного термина на практике учеными были проведены исследования этимологии понятия «стратегическое партнерство». Прежде всего определение «стратегическое партнерство» можно рассмотреть с точки зрения значения входящих в него слов [7]. И.А. Новиков [8] под стратегией понимает «план или особый вид сознательно и намеренно разработанного алгоритма действий, которого придерживаются в конкретной ситуации или сфере» и определяет две первичные характеристики: предварительность (стратегия разрабатывается заблаговременно) и направленность на достижение цели. В свою очередь понятие «партнерство» определяется как «отношения между индивидами или группами, характеризующиеся взаимным сотрудничеством и ответственностью для достижения какой-либо цели»[4]. Из этого следует, что партнерство характеризуется временной или ситуативной формой отношений. Авторы Большого толкового словаря по социологии под партнерством понимают совместную деятельность, основанную на равных правах и обязанностях, направленную на достижение общей цели[5]. Согласно документам ООН партнерство является добровольным и основанным на сотрудничестве взаимоотношением между различными субъектами, как представляющими государство, так и не связанными с ним, при которых все участники договариваются совместными усилиями добиваться общей цели или выполнять конкретную задачу и сообща преодолевать неблагоприятные факторы, нести общую ответственность, предоставлять на взаимной основе ресурсы и знания и пользоваться достигнутыми результатами[6].

В начале 2000-х гг. в теории и практике менеджмента была четко определена роль партнерства в достижении конкурентоспособности и устойчивого развития организации, а также необходимость его стратегической направленности. По мнению авторов Кембриджского бизнес-словаря, объединивших термины «стратегия» и «партнерство», стратегическое партнерство – это соглашение между двумя или более организациями о совместной деятельности или помощи, позволяющее достичь поставленных стратегических целей[7]. Следовательно, стратегическое партнерство должно основываться на общих ценностях. Как отмечается в положении «Европейской стратегии безопасности», уважение к общим ценностям будет усиливать движение к стратегическому партнерству[8]. Отразим основные подходы к определению данной категории (табл. 1).

Существует мнение, что термин «стратегическое партнерство» возник в экономической теории для обозначения форм кооперации ресурсов и координации деятельности компаний в целях получения взаимных выгод (эффекта синергии). И. Ансофф [9] в числе первых предпринял попытку определить синергию как экономический феномен. Он также выделил четыре основных компонента стратегии: масштабы товарного рынка, вектор роста, конкурентные преимущества и синергизм (синергия). И. Ансофф подчеркивает, что синергия является одним из возможных ключевых компонентов стратегии корпоративного уровня, и указывает экономический базис синергизма – возможность того, что результат совместных усилий нескольких предприятий даст более сильный эффект, чем итоговый результат их самостоятельной деятельности.

[4] The American Heritage Dictionary of the English Language. Fourth Edition. Houghton Mifflin Company, 2000. 2112 p.

[5] *Джери Д.* Большой толковый социологический словарь. В 2 т. М.: Вече, АСТ, 1999. 544 с.

[6] Enhanced cooperation between the United Nations and all relevant partners, in particular the private sector: report of the Secretary-General. URL: un.org/partnerships/Docs/partnershipreport_a-56-323.pdf

[7] Cambridge English Dictionary Online. URL: http://dictionary.cambridge.org/dictionary/business-english/strategic-partnership

[8] *Борко Б.А., Данилов Ю.А.* Россия – Европейский Союз: стратегия стратегического партнерства. М.: ИЕ РАН, ОГНИ ТД, 2005. 78 с.

В то же время многие исследователи и ученые весьма скептично отзываются о синергетическом эффекте. В частности, Ф. Тротвайн [10] отмечает широкое признание того, что многие попытки достижения синергизма терпят фиаско. Однако имеются практические доказательства успеха в достижении синергетического эффекта. Так, Г. Хэмел и К. Прахалад [11] хорошо отзываются о японских корпорациях, которые сумели создать и использовать стержневые компетенции и прежде всего технологические знания в соответствующих отраслях. А М. Портер[9] считает важной концепцию синергии и утверждает, что причиной фиаско синергизма является неспособность компаний понять его сущность и воплотить ее в реальность, а отнюдь не изъяны самой концепции.

Таким образом, проведенный анализ подходов к определению стратегического партнерства показал, что такая форма сотрудничества между организациями, с одной стороны, достаточно полно изучена теоретически и находит широкое применение на практике, но, с другой стороны, в международной практике менеджмента отсутствует единое определение категории «стратегическое партнерство». Несмотря на различие представленных точек зрения, содержание обсуждаемой категории, по мнению авторов, наиболее полно отражает определение С.М. Вдовина, Т.А. Салимовой, Н.Д. Гуськовой, согласно которому стратегическое партнерство является необходимым фактором снижения уровня риска, возникающего из-за динамично меняющихся требований внешней среды, роста конкуренции и высокого уровня взаимозависимости между организациями. Результатом стратегического партнерства учреждений финансового рынка должна стать определенная программа деятельности всех его участников, устанавливающая: какие новые продукты и услуги они будут предлагать клиентам, какие изменения они должны внести в прежние направления деятельности, каким образом устанавливать цены на новые продукты и услуги, каковы наиболее оптимальные формы доведения их до потребителя, как их рекламировать. Итогом стратегического партнерства должно стать повышение конкурентоспособности финансовых институтов, которое может привести к существенному повышению потребления финансовых продуктов и услуг.

Глобальные изменения на мировых финансовых рынках внесли кардинальные новшества в деятельность финансовых учреждений. В постоянно меняющихся условиях экономические агенты, вынужденные пересматривать стратегии развития своего бизнеса, пришли к выводу о том, что направление в сторону стратегического партнерства смежных секторов рынка финансовых услуг является единственным и наиболее целесообразным способом усиления конкурентоспособности. В связи с этим интеграция банков и страховых компаний, реализующаяся в концепции банкострахования (bancassurance), стала глобальной тенденцией, которая доказала свою успешность в европейских странах и стала распространяться на финансовые рынки развивающихся стран. Изначально развитие банкострахования было связано с либерализацией государственного контроля, реформированием банковского сектора, ростом конкуренции в области оказания финансовых услуг и развитием новых технологий [12]. В последующем банки и страховые организации стали использовать эту модель для достижения операционной синергии, результат которой проявляется в двух формах – увеличении доходов и сокращении расходов. Данная концепция основывается на более эффективном использовании совместных ресурсов, расширении доли традиционного рынка, объединении клиентских портфелей и модернизации каналов сбыта, что способствует уменьшению операционных расходов и диверсификации рисков [13].

В научной литературе отсутствует единое определение понятия «банкострахование» (англ. – bancassurance). Однако в зарубежных и российских аналитических отчетах существуют различные подходы к трактовке данного понятия. Согласно позиции Швейцарского перестраховочного общества [14] банкострахование – это стратегия, принятая банком или страховой организацией в целях работы на финансовом рынке в более или менее интеграционном направлении. Х. Леал-Грин и Д. Блумфилд [15] утверждают, что определение термина «банкострахование» различается от одной организации к другой, а также от одной страны к другой. Они предложили следующее широкое определение: предоставление полного спектра финансовых услуг, прежде всего для физических лиц, через союз традиционных банка, страховой и инвестиционной компаний. В российской литературе также встречаются разнообразные подходы. В частности, А.О. Елифанов, И.О. Школьник и Ф. Павелко [16] считают, что банкострахование – это объединение банков и страховых компаний для координации продаж продуктов и их интеграции, налаживания

[9] *Porter M.E.* Competitive Advantage. New York: Free Press, 1985. 318 p.

совместных каналов реализации, использования единой клиентской базы в целях расширения деятельности и роста прибыли.

Ученые А.В. Пенюгалова и А.И. Шкуренко формулируют следующее определение термина «банкострахование»: «интеграция банков и страховых компаний для достижения синергетического эффекта от координации продаж, объединения страховых и банковских продуктов, общего использования каналов их распространения и выхода на одну клиентскую базу»[10].

Исследователи П.А. Гришин, В.Н. Демченко и А.А. Цыганова [12] определяют банкострахование как интеграцию банков и страховых компаний в целях координации продаж, совмещения страховых и банковских продуктов, каналов их распространения или выхода на одну и ту же клиентскую базу, а также доступа к внутренним финансовым ресурсам партнера. Анализ подходов к определению понятия «банкострахование» показал, что большинство авторов рассматривают его как интеграцию или объединение. При этом все авторы сошлись во мнении об использовании единой клиентской базы как преимущества такого рода интеграции.

Основными характеристиками стратегического партнерства согласно проведенному ранее анализу являются: направленность на достижение общей долгосрочной цели, добровольность и получение взаимных выгод. С учетом совпадения таких характеристик стратегического партнерства и интеграции, как добровольный характер, решение совместных задач и использование ресурсов, можно предположить, что в самом общем случае интеграцию коммерческих банков и страховых компаний, начиная от создания союзов без взаимоинвестирования в реализацию общих целей и заканчивая объединением капитала компаний в виде слияния и поглощения, можно назвать стратегическим партнерством. Следовательно, термин «банкострахование» раскрывает различные формы взаимодействия финансовых агентов, преследующих цели поиска новых рынков сбыта и путей сотрудничества для увеличения эффективности и прибыльности деятельности кредитных учреждений и страховых организаций. Поэтому, на наш взгляд, под банкострахованием следует понимать стратегическое партнерство коммерческих банков и страховых компаний в целях реализации как страховых, так и банковских продуктов на основе совмещения каналов продаж и более эффективного использования финансовых ресурсов и клиентской базы партнера [17]. В основе стратегического партнерства банков и страховых компаний лежит сотрудничество менеджмента компаний, обусловленное взаимным участием в капиталах, совпадением интересов по развитию и диверсификации бизнеса, расширению рынка сбыта, выходу на новые рынки.

Ключевыми аспектами экономики интеграции банковского и страхового бизнеса в рамках концепции банкострахования являются стремления участников конгломерата к снижению издержек и росту потока доходов. Способами достижения отмеченных целей можно назвать диверсификацию бизнеса и реализацию синергетических эффектов [18]. Стратегическое партнерство, имеющее ряд конкурентных преимуществ, выгодно и удобно всем его участникам и направлено на повышение конкурентоспособности партнеров. Прежде всего банкострахование позволяет повысить прибыльность деятельности коммерческих банков, что в контексте ухудшающейся динамики показателей прибыльности является крайне актуальным. Предложение страховых продуктов приносит довольно значительный непроцентный доход. Банковские институты могут получать доходы за продвижение страховых услуг в разных формах – комиссионное вознаграждение за выполнение функций страхового агента, возврата им страховщиком части страховой премии, комиссионного вознаграждения за оказание расчетно-кассовых услуг клиентам страховых компаний. В то же время расширение набора услуг тоже положительно влияет на имидж, дает возможность удовлетворить новые для банка потребности клиента, а также позволяет повысить качество обслуживания клиентов, поскольку банковские институты с наибольшей вероятностью могут определить их запросы. Кроме того, среди конкурентных преимуществ для коммерческих банков, стимулирующих их к более тесному взаимодействию со страховыми компаниями, фигурирует и возможность привлечения к размещению временно свободных средств страховщика.

Повышение конкурентоспособности для страховой компании за счет использования стратегического партнерства возможно при использовании филиальной сети банка, благодаря чему страховщик привлекает клиентов банка. Особенно актуально данное конкурентное преимущество проявляется на территориях, где страховая

[10] *Пенюгалова А.В., Шкуренко А.И.* Интеграция рынка страхования и банковского сектора: современное состояние и перспективы развития // Финансы и кредит. 2011. № 19. С. 25–30.

компания в силу неразвитой филиальной сети имеет ограниченное присутствие. Кроме того, банк может рассматриваться как один из наиболее крупных страхователей. Немаловажным является снижение транзакционных издержек, что приводит к удешевлению тарифной политики страховой компании и делает ее более гибкой и конкурентоспособной. Основные конкурентные преимущества для коммерческих банков и страховых компаний можно представить графически (рис. 1).

Стратегическое партнерство коммерческого банка и страховой компании, если оно имеет единые либо связанные цели действий, способно охватить максимальное число потенциальных клиентов, предложить им наиболее полный спектр финансовых услуг/продуктов и координировать свои действия в работе с уже существующими клиентами. Банкострахование позволяет устранить избыток затрат и задействованных трудовых ресурсов за счет объединения инфраструктуры компаний. Таким образом, развитие банкострахования в финансовой среде как стратегического партнерства банков и страховых компаний, ориентированного на создание условий для роста его инновационной и инвестиционной привлекательности, будет являться фактором повышения конкурентоспособности и обеспечения устойчивого состояния экономики страны в долгосрочном периоде.

Проведенный обзор подходов к определению понятия «банкострахование» показал, что большинство исследований, посвященных изучению стратегического партнерства между субъектами финансового рынка, имеет описательный характер с обсуждением экономического обоснования данного сотрудничества, выявления преимуществ и недостатков участвующих в этом процессе сторон. Банкострахование как стратегическое партнерство позволяет получить ряд конкурентных преимуществ, что делает входящую в нее организацию более конкурентоспособной. В целом эффективное использование стратегического партнерства в обеспечении конкурентоспособности финансового института позволяет рационально управлять капиталом и денежными потоками; минимизировать издержки и максимизировать доходы; обеспечить реализацию эффективной финансовой стратегии; мобилизовать достаточный объем финансовых ресурсов, необходимых для достижения стратегических целей развития финансовой организации.

Отметим также незначительное количество работ, содержащих эмпирическую оценку конкурентных преимуществ в деятельности локальных финансовых институтов и анализирующих консолидированные риски участвующих в них структур. Кроме того, в современной научной литературе не получили достаточного освещения вопросы повышения эффективности взаимодействия финансовых институтов, совершенствования механизмов их стратегического партнерства, реализуемых для повышения как конкурентоспособности отдельных субъектов, так и страны в целом. Представляется также интересным анализ эффекта от стратегического партнерства, направленный на снижение себестоимости транзакций между партнерами проекта, который можно оценить через изменение тарифной политики и размеров комиссионных вознаграждений. Авторы планируют исследовать данные проблемы в следующих работах.

Таблица 1

Основные подходы к определению понятия «стратегическое партнерство»

Table 1

Major approaches to defining the strategic partnership concept

Автор	Определение
Д.М. Розенберг*[1]	Сотрудничество одной компании с другой, более крупной и мощной, для достижения общих экономических и стратегических целей
И.В. Аржанова, А.Г. Бадалова, М.Ю. Барышникова [19]	Юридически закрепленная форма взаимодействия двух или более хозяйствующих субъектов, направленная на формирование устойчивых и в долгосрочной перспективе конкурентных преимуществ на профильных рынках на основе интеграции ресурсов, компетенций и технологий
Pricewaterhouse Coopers*[2]	Стратегическое партнерство может включать в себя некоторые формы формальных соглашений как между двумя (при двустороннем партнерстве), так и более (при партнерской сети) участниками, которые согласились делиться финансами, навыками, информацией и/или другими ресурсами для достижения общих целей
М. Уорнер, П. Гринер*[3]	Союз между сторонами, представляющими правительство, бизнес, гражданское общество, в котором стратегически объединяются ресурсы и способности каждой из сторон в целях ответа на ключевые вызовы времени. Это инструмент, способствующий устойчивому развитию, основанный на принципах разделения рисков, затрат и общей выгоде
С.М. Вдовин, Т.А. Салимова, Н.Д. Гуськова [20]	Стратегическое партнерство является необходимым средством снижения уровня риска, возникающего из-за динамично меняющихся требований внешней среды, роста конкуренции, с одной стороны, и высокого уровня взаимозависимости между организациями – с другой. Стратегическое партнерство также направлено на усиление синергетического эффекта от объединения усилий в достижении общих целей
Н.И. Фокин*[4]	Сотрудничество партнера с экономически значимым партнером, как правило, на уровне юридических лиц, то есть сотрудничество одной компании с более крупной и мощной в финансовом отношении компанией, которая может обеспечить ресурсы для достижения ее стратегических целей
В.А. Дергачев*[5]	Общность или близость интересов и долгосрочных целей соответствующих государств и народов

*[1] *Розенберг Д.М.* Менеджмент: терминологический словарь. М.: Инфра-М, 1997. 464 с.
*[2] Strategic Partnerships: The Real Deal? URL: http://www.pwc.co.uk/en_UK/uk/assets/pdf/strategic-partnerships-the-real-deal.pdf.
*[3] Global Knowledge Partnership. Multi-Stakeholder Partnerships. Issue Paper. URL: odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/2117.pdf.
*[4] *Фокин Н.И.* Партнерство // Аналитический обзор. URL: http://dictionary-economics.ru/art-20.
*[5] *Дергачев В.А.* Международные экономические отношения // Краткий словарь-справочник. URL: http://dergachev.ru/meo/17.html.

Источник: составлено авторами

*[1] Rosenberg D.M. Management: Terminological dictionary. Moscow, INFRA-M Publ., 1997, 464 p.
*[2] Strategic Partnerships: The Real Deal? Available at: http://www.pwc.co.uk/en_UK/uk/assets/pdf/strategic-partnerships-the-real-deal.pdf.
*[3] Global Knowledge Partnership. Multi-Stakeholder Partnerships. Issue Paper. Available at: odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/2117.pdf.
*[4] Fokin N. *Partnerstvo (analiticheskii obzor)* [Partnership (an analytical review)]. Available at: http://dictionary-economics.ru/art-20. (In Russ.)
*[5] Dergachev V.A. *Mezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniya. Kratkii slovar'-spravochnik* [International economic relations. Concise dictionary]. Available at: http://dergachev.ru/meo/17.html. (In Russ.)

Source: Authoring

Рисунок 1

Основные конкурентные преимущества стратегического партнерства коммерческих банков и страховых компаний

Figure 1

Major competitive advantages of strategic partnership of commercial banks and insurance companies

Источник: составлено авторами

Source: Authoring

Список литературы

1. *Газизуллина Н.Ф.* Конкурентоспособность экономики: комплексный подход // Проблемы современной экономики. 2010. № 2. С. 34–38.

2. *Бичоева Д.С.* Конкурентоспособность потребительских товаров и услуг и ее связь с конкурентоспособностью предпринимательских структур в целом // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 3. С. 66–71.

3. *Хасанова А.Р.* Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия // Экономика. Управление. Право. 2012. № 7-2. С. 26–29.

4. *Моисеев Н.К., Анискин Ю.П.* Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление. М.: Внешторгиздат, 2001. 178 с.

5. *Журавлева Е.А.* Как развить региональную конкурентоспособность? Региональная конкурентоспособность // Российское предпринимательство. 2010. № 11-1. С. 109–112.

6. *Хрусталев Е.Ю.* Проблемы организации и управления в наукоемких отраслях экономики России // Менеджмент в России и за рубежом. 2001. № 1. С. 20–32.

7. *Нурлиева К.Р., Жунусова А.Ж.* Партнерство и стратегические альянсы в процессах экономической глобализации // Сборник материалов II Международной научно-практической конференции. Кемерово: Западно-Сибирский научный центр, 2015. С. 154–157.

8. *Новиков И.А.* Стратегическое партнерство как феномен международной политики (анализ отношений Россия – Евросоюз) // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 4. 2010. № 1. С. 117–124.

9. *Ansoff I.* Corporate Strategy. Second Revised Edition. Penguin Books, 1988, 288 p.

10. *Trautwein F.* Merger Motives and Merger Prescriptions. *Strategic Management Journal*, 1990, vol. 11, no. 4, pp. 283–295. doi: 10.1002/smj.4250110404

11. *Prahalad C.K., Hamel G.* The Core Competence of the Corporation. Harvard Business Review, 1990, May–June, pp. 79–91.

12. *Гришин П.А., Демченко В.Н., Цыганова А.А.* Bancassurance в России и за рубежом. Интеграция страховых компаний и банков для реализации страховых услуг (аналитическое исследование) // Русский полис. 2004. № 1. С. 4–10.

13. *Екимов А.В.* Развитие банкострахования в России: проблемы и перспективы // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 2. С. 90–96.

14. Swiss RE Sigma Report. Bancassurance. Economic Research & Consulting. *Sigma*, 1992, no. 2, p. 4–10.

15. *Leale-Green H., Bloomfield J.* Bancassurance: The Shape of Things to Come. Post Magazine, 1994, June, pp. 16–19.

16. *Елифанов А.О., Школьник И.О., Павелко Ф.* Интеграционные процессы на финансовом рынке Украины. Сумы: УАБД НБУ, 2012. 258 с.

17. *Екимов А.В.* Основные мотивы участия коммерческих банков и страховых компаний в развитии банкострахования // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-4. С. 672–676.

18. *Гришин П.А., Цыганов А.А.* Анализ факторов эффективности банкостраховой группы // Финансы. 2007. № 9. С. 43–46.

19. *Аржанова И.В., Бадалова А.Г., Барышникова М.Ю.* Основные положения методологии экспертной оценки процессов формирования и развития стратегических партнерств на основе кластерных проектов с участием ведущих инженерных вузов // Управление экономическими системами. 2011. № 36. С. 55–74. URL: http://uecs.ru/otraslevaya-ekonomika/item/887-2011-12-22-07-59-41.

20. *Вдовин С.М., Салимова Т.А., Гуськова Н.Д.* Стратегическое партнерство национального исследовательского университета: реалии и перспективы (монография). Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2014. 200 с.

ISSN 2311-8709 (Online)
ISSN 2071-4688 (Print)

Banking

STRATEGIC PARTNERSHIP AS A FACTOR OF ENHANCING THE COMPETITIVENESS OF FINANCIAL MARKET ACTORS

Aleksandr V. EKIMOV[a], Nadezhda V. GORBUNOVA[b], Ol'ga A. NOVOKRESHCHENOVA[c,•]

[a] Ogarev Mordovia State University, Saransk, Republic of Mordovia, Russian Federation
Alex-saransk@mail.ru

[b] Ogarev Mordovia State University, Saransk, Republic of Mordovia, Russian Federation
GNadezhdaW@yandex.ru

[c] Ogarev Mordovia State University, Saransk, Republic of Mordovia, Russian Federation
nol55@yandex.ru

[•] Corresponding author

Article history:
Received 4 August 2016
Received in revised form
18 August 2016
Accepted 31 August 2016

JEL classification: G21, G22

Keywords: competitiveness, bancassurance, strategic partnership

Abstract

Subject The article reviews the approaches to the definition of concepts of strategic partnership, integration, and bancassurance that exist in academic literature, and considers the issue of improving the competitiveness of financial market participants.

Objectives The purpose of the study is to investigate the competitiveness enhancement of financial market actors, define competitive advantages derived by commercial banks and insurance companies from strategic partnership.

Methods To substantiate theoretical tenets, we employ critical analysis, abstract-logical and comparative methods. The paper rests on the analysis of works of leading domestic and foreign economists.

Results The paper provides different approaches to the classification of factors ensuring the competitive ability, the structure of internal and external factors of competitiveness of financial institutions. It also considers the evolution of the theory of strategic partnership, highlights its main characteristics, underpins the importance of strategic partnership among financial market actors. Furthermore, it overviews approaches to the bancassurance concept and identifies competitive advantages of commercial banks and insurance companies from their partnership.

Conclusions Strategic partnership enables to enhance the competitiveness of financial institutions, to efficiently manage capital and cash flows, to minimize costs and maximize revenues and mobilize sufficient financial resources to achieve strategic objectives of financial institutions development.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2016

References

1. Gazizullina N.F. [Competitive ability of the economy: An integrated approach]. *Problemy sovremennoi ekonomiki = Problems of Modern Economics*, 2010, no. 2, pp. 34–38. (In Russ.)

2. Bichoeva D.S. [The competitiveness of consumer goods and services and its relationship with competitiveness of enterprises in general]. *Aktual'nye problemy ekonomiki i prava = Actual Problems of Economics and Law*, 2011, no. 3, pp. 66–71. (In Russ.)

3. Khasanova A.R. [Competitive ability of products and competitiveness of the enterprise]. *Ekonomika. Upravlenie. Pravo = Economy. Management. Law*, 2012, no. 7-2, pp. 26–29. (In Russ.)

4. Moiseev N.K., Aniskin Yu.P. *Sovremennoe predpriyatie: konkurentosposobnost', marketing, obnovlenie* [Modern enterprise: Competitiveness, marketing, innovation]. Moscow, Vneshtorgizdat Publ., 2001, 178 p.

5. Zhuravleva E.A. [How to develop regional competitiveness? Regional competitiveness]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo = Russian Journal of Entrepreneurship*, 2010, no. 11-1, pp. 109–112. (In Russ.)

6. Khrustalev E.Yu. [Problems of organization and management in high-tech sectors of the Russian economy]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom = Management in Russia and Abroad*, 2001, no. 1, pp. 20–32. (In Russ.)

7. Nurlieva K.R., Zhunusova A.Zh. [Partnerships and strategic alliances in the processes of economic globalization]. *Sbornik materialov II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Proceedings of 2nd International Scientific and Practical Conference]. Kemerovo, Zapadno-Sibirskii nauchnyi tsentr Publ., 2015, pp. 154–157.

8. Novikov I.A. [Strategic partnership as a phenomenon of international policy (an analysis of Russia – EU relations)]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 4 = Science Journal of Volgograd State University. Series 4*, 2010, no. 1, pp. 117–124. (In Russ.)

9. Ansoff I. Corporate Strategy. Second Revised Edition. Penguin Books, 1988, 288 p.

10. Trautwein F. Merger Motives and Merger Prescriptions. *Strategic Management Journal*, 1990, vol. 11, no. 4, pp. 283–295. doi: 10.1002/smj.4250110404

11. Prahalad C.K., Hamel G. The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, 1990, May–June, pp. 79–91.

12. Grishin P.A., Demchenko V.N., Tsyganova A.A. [Bancassurance in Russia and abroad. The integration of insurance companies and banks to implement insurance services (an analytical study)]. *Russkii polis = Russian Policy*, 2004, no. 1, pp. 4–10. (In Russ.)

13. Ekimov A.V. [Developing the bancassurance in Russia: Problems and prospects]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta = Vestnik of Samara State University of Economics*, 2016, no. 2, pp. 90–96. (In Russ.)

14. Swiss RE Sigma Report. Bancassurance. Economic Research & Consulting. *Sigma*, 1992, no. 2, p. 4–10.

15. Leale-Green H., Bloomfield J. Bancassurance: The Shape of Things to Come. *Post Magazine*, 1994, June, pp. 16–19.

16. Elifanov A.O., Shkol'nik I.O., Pavelko F. *Integratsionnye protsessy na finansovom rynke Ukrainy* [Integration processes in the financial market of Ukraine]. Sumy, Ukrainian Academy of Banking of National Bank of Ukraine Publ., 2012, 258 p.

17. Ekimov A.V. [Main reasons for commercial banks and insurance companies participation in the bancassurance development]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Economy and Entrepreneurship*, 2015, no. 12-4, pp. 672–676. (In Russ.)

18. Grishin P.A., Tsyganov A.A. [Analysis of factors of bancassurance group's efficiency]. *Finansy = Finance*, 2007, no. 9, pp. 43–46. (In Russ.)

19. Arzhanova I.V., Badalova A.G., Baryshnikova M.Yu. [Principles of the peer review methodology for processes of formation and development of strategic partnerships based on cluster projects with leading engineering schools participation]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami,* 2011, no. 36, pp. 55–74. (In Russ.) Available at: http://uecs.ru/otraslevaya-ekonomika/item/887-2011-12-22-07-59-41.

20. Vdovin S.M., Salimova T.A., Gus'kova N.D. *Strategicheskoe partnerstvo natsional'nogo issledovatel'skogo universiteta: realii i perspektivy (monografiya)* [Strategic partnership of the National Research University: Realities and prospects: a monograph]. Saransk, Ogarev Mordovia State University Publ., 2014, 200 p.