

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра «Финансы и кредит»

**АВТОРЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
(БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ)**

Студентки 4 курса 413 группы экономического факультета
направления 38.03.01. «Экономика» профиль «Финансы и кредит»

Васильевой Елены Олеговны

«Новые банковские услуги и этапы их формирования»

Научный руководитель

доцент кафедры «Финансы и кредит»,

к.э.н., доцент

_____ Е.В.Чистопольская

Зав.кафедрой «Финансы и кредит»,

к.э.н., доцент

_____ О.С. Балаш

Современный этап развития банковской системы России характеризуется высоким уровнем насыщенности рынка финансовыми продуктами и услугами и, как следствие, активной конкуренцией между кредитными организациями. В таких условиях значительное превосходство получают те кредитные организации, которые готовы внедрять новые технологии, модернизировать продуктовый ряд, разрабатывать альтернативные каналы обслуживания клиентов, иными словами, осуществлять инновационный процесс.

Как известно, стремительное совершенствование технологий и банковского сектора не только в России, но и во всем мире привело к тому, что инновационный процесс стал для банков важной составляющей. Стратегия роста банковского рынка страны предусматривает интенсивное применение информационных и банковских инноваций, наличие инфраструктуры и предоставление современных банковских услуг населению и предприятиям, с высоким уровнем конкуренции и рыночной дисциплины участников, с развитыми системами корпоративного управления и управления рисками.

В процессе своего развития банковские услуги эволюционировали от простых до сложных услуг, удовлетворяя связанные с ними потребности клиентов. Совершенствование электронных банковских услуг является следствием трансформации индивидуальных банковских услуг в широкий спектр стандартизированных автоматизированных услуг. Электронное банковское обслуживание – это новый технологический способ производства банковских продуктов, которые удовлетворяют потребности клиентов с помощью электронных банковских технологий.

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых и экономистов. Данной проблематике посвящены исследования многих зарубежных ученых: Долана Эдвина Дж., Х. А. Витрюха, Ж. Гаспермана, Г. Дистерера, О. Тоффлера.

В оценке отечественных ученых рассматриваемая в настоящем исследовании проблема имеет комплексный характер. Данная проблема связана с анализом тенденций финансовой глобализации, возникающих в результате всестороннего воздействия инновационных информационных технологий. Эту группу вопросов отразили в своих работах такие ученые, как Е. И. Ананкина, А. И. Ведева, И. А. Лаврентьева, А. М. Тавосиева, В.А. Москвина, Е. Т. Шарипова. Более конкретные вопросы развития новых банковских услуг (в частности на основе интернет-технологий) освещены в публикациях М.З. Бора, И. П. Бубенцовой, Т.Е. Крылова, В. В. Пятенко, Е. А.Тарханова.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что современные реалии требуют иных научных подходов к исследованию эффективности новых банковских услуг и их влияния на банки. До сих пор остается множество вопросов, которые требуют дальнейшей разработки. Недостаточно раскрыты сущность и особенности новых банковских услуг предприятиям как технического и экономического явления, лежащего в основе современных направлений банковского бизнеса, последствия оказания этих услуг для банковского сектора в целом и отдельных банков как за рубежом, так и в России. Именно поэтому, данная тема актуальна на сегодняшний день для коммерческих банков.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в исследовании современного состояния рынка новых банковских услуг в России, а также этапов их формирования.

Для достижения поставленной цели в работе нужно решить следующие **задачи**:

1. Изучить теоретические аспекты новых банковских услуг и этапы их формирования в России;
2. Изучить и охарактеризовать основные виды банковских услуг;
3. Провести анализ российского рынка новых банковских услуг;

4. Выявить направления и перспективы развития новых банковских услуг в России.

Предметом исследования являются новые банковские услуги и этапы их формирования.

Объектом исследования является рынок банковских услуг и продуктов.

Методологической основой исследования являются такие общенаучные диалектические методы, как анализ и синтез, индукция и дедукция, метод научного абстрагирования, позволяющие сформировать теоретические выводы о рассматриваемом предмете исследования. С целью обоснования теоретических выводов используется системный подход, восхождение от абстрактного к конкретному.

Информационной базой выпускной квалификационной работы бакалавра послужили аналитические и статистические материалы по банковским услугам в целом, финансовая (бухгалтерская) отчетность ведущих банков России, официальный сайт ЦБ РФ, а также публикации в научных специализированных изданиях, ресурсы Интернет.

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя введение, основную часть, состоящую из 2 глав, заключение и список использованных источников.

Характеристика основных глав работы

В первой главе под названием *«Теоретические аспекты новых банковских услуг в России»* рассматриваются основные проблемы определения понятия традиционных и новых банковских услуг и этапов их формирования, а также приведена характеристика основных видов банковских услуг.

Под банковскими услугами понимается деятельность банка, осуществляемая по поручению и в интересах клиента с целью

удовлетворения его потребностей в банковском обслуживании. Услуги обычно связывают с конечным результатом.

Банковское обслуживание выступает в качестве потенциальной формы удовлетворенности клиентов кредитными, расчетными и денежными средствами, покупкой и хранением ценных бумаг, покупкой (продажей) валюты, технической, технологической поддержкой и т. д. Таким образом, банковские услуги создаются на рынке банковских ресурсов (покупка ресурсов клиентов); на рынке банковских активов (услуги по размещению ресурсов); на рынке конкретных услуг (доверие, консультирование, хранение, обслуживание клиентов), помощь в обороте, оборот ценных бумаг и т.д.).

Во всяком случае, следует различать такие понятия как «банковский продукт» и «банковская услуга». Главное отличие банковской услуги от банковского продукта: первая является деятельностью по удовлетворению потребности клиента, второй – способ и результат осуществления такой деятельности. Поэтому часто в ряде работ банковский продукт и операции по предоставлению услуг клиентам называются одним термином – банковская услуга.

В условиях, когда банки предоставляют в основном одинаковые, традиционные услуги, качество этих услуг становится важным аспектом конкурентной борьбы банков за клиентов, а также оказание услуг на новой технологической основе.

Новый банковский продукт представляет собой комбинированную или нетрадиционную форму банковского обслуживания, созданную на базе исследования рынка, на основе потребностей клиентов.

В основе формирования новых банковских продуктов и внедрения инновационных услуг лежат следующие теоретико-методологические предпосылки:

- создается новая модель инновационного развития экономики;

- банковские инновации составляют часть общего потока инноваций, которые стали характерными для современной экономики;

- банковские инновации подразделяются на продуктовые и технологические (ядром продуктовой стратегии является текущий счет/дебетовая карта);

- информационные технологии являются всеобщей средой банковского бизнеса;

- дистанционное банковское обслуживание клиентов на основе Интернет – технологий, несомненно, должно стать одной из основных форм банковских услуг.

Для коммерческих банков создание и внедрение банковских инноваций стало уже привычным видом их деятельности, в которой можно выделить четыре основных этапа:

1-й этап – сбор и обработка информации о состоянии рынка, анализ данных о потенциальных потребностях в новых банковских продуктах и услугах;

2-й этап – разработка инновационной стратегии кредитного учреждения, концепция нового продукта и технологии его внедрения на банковский рынок (подготовка документов ,создание банковских технологий, обучение сотрудников, создание возможностей внедрения продукта (услуг) в рыночную среду, контроль качества продукта среди клиентов);

3-й этап – организация по продвижению инновационного продукта (услуги), его продажа клиентам. Главными условиями успеха на этом этапе считаются: правильный выбор ценовой политики, определение каналов товародвижения, учет жизненного цикла банковского продукта (стадия внедрения, стадия зрелости, стадия спада);

4-й этап – оценка результатов реализации инновационных продуктов (услуг) и анализ выбранной инновационной стратегии.

Банковские услуги, в первую очередь можно подразделить на специфические и неспецифические услуги. Специфическими услугами

считается все то, что вытекает из специфики деятельности банка как особого предприятия.

К специфическим услугам относятся три вида выполняемых ими операций:

- депозитные операции;
- кредитные операции;
- расчетные операции.

Одним из первых способов является предоставление сберегательных депозитов. Банки берут их под проценты и, следовательно, выполняют социально важную задачу – стимулируют кредитование, которое осуществляется путем перераспределения средств юридических лиц и денежных доходов физических лиц. Операции по депозитам связаны с размещением средств клиентов в банковских депозитах.

Кредитная операция является основной операцией банка. Не просто так банк иногда называют крупным кредитным учреждением. И это действительно так: основная доля в общем объеме активов банка – это кредитные операции. Как правило, банк приобретает большую часть дохода за счет кредитов клиентам.

Однако в современной структуре банковских операций кредитная операция не считается самой важной. Из-за экономического кризиса, инфляции и, следовательно, более высокого риска коммерческие банки предпочитают другие более выгодные и менее рискованные операции (например, валютные операции).

Расчетно–кассовые операции, которое включает в себя ведение счетов юридических и физических лиц, осуществление расчетов по их поручению. При этом функция расчетно-кассового обслуживания юридических лиц является приоритетной, так как для предприятий совершения расчетно-кассовых операций через банк считается обязательным.

Перечисленные типы банковских операций – это традиционные банковские операции. Сюда так же можно отнести и кассовые операции. В

современном законодательстве они не включены в состав базовых операций, из которых складывается банк, однако по своему назначению они отражают суть банковской деятельности, так как это связано с депозитами, кредитованием и расчетами.

Нетрадиционными банковскими услугами являются посреднические услуги, которые направлены на развитие предприятия, предоставление гарантий и поручительств, доверительные операции, бухгалтерская помощь предприятиям, представление клиентских интересов в судебных органах, услуги по предоставлению сейфов, туристские услуги и др.

Во второй главе под названием *«Процесс развития новых банковских услуг в России»* проведен анализ российского рынка новых банковских услуг, выделены направления и перспективы развития новых банковских услуг в России.

Банки в условиях развитой конкуренции должны постоянно искать новые способы привлечения клиентов, а интернет-пространство – это область, в которой они могут привлечь интерес к использованию удаленных банковских технологий и тем самым улучшить его реализацию и развитие в РФ. Именно поэтому важным компонентом стратегии развития финансовых институтов страны является разработка и внедрение высокотехнологичных удаленных сервисов для динамичного развития рынка банковских продуктов.

Исследования Marksw Webb «e-Finance User Index» показали, что 97% российских интернет-пользователей являются клиентами российских банков как частные лица, то есть имеют хотя бы одну банковскую карту, счет, вклад или непогашенный кредит; 75% клиентов банков, пользующихся Интернетом, применяют хотя бы один канал дистанционного доступа к своим картам, счетам и другим банковским продуктам. Наиболее известный дистанционный канал банковского обслуживания – интернет-банк. Хотя бы одним интернет-банком в России пользуются 35,3 млн человек, или 64,5% всех российских интернет-пользователей (рисунок 7).

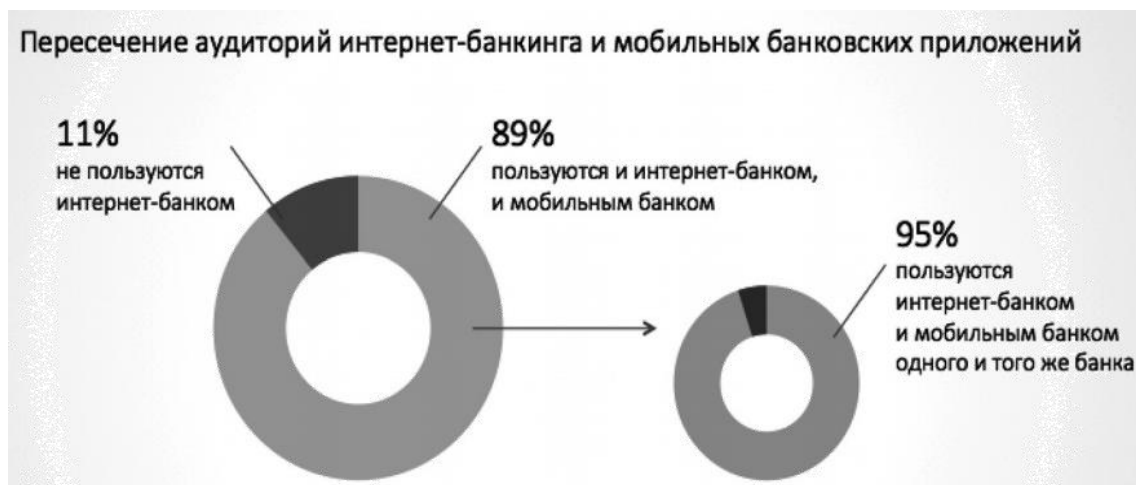


Рисунок 7 – Исследование аудиторий интернет-банкинга и мобильных приложений¹

Исследования пользователей электронных финансовых и платежных сервисов в России подтвердили, что наибольшее количество пользователей в России имеет интернет-банк Сбербанк Онлайн: им пользуются более 28 млн человек, или почти 82% всех пользователей интернет-банкинга в стране (рисунок 8).



Рисунок 8 – Топ-10 интернет-банков по количеству запросов в месяц (относительно всей аудитории интернет-банкинга)²

Бесспорный лидер – Сбербанк. Его популярность в интернете обусловлена распространенностью услуг в офлайне. Так, например, он располагает крупнейшей филиальной сетью среди всех профильных

¹ Исследования пользователей электронных сервисов в России [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://markswebb.ru/efinance/e-finance-user-index-2018> (дата обращения 10.04.2019)

² Исследования пользователей электронных сервисов в России [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://markswebb.ru/efinance/e-finance-user-index-2018> (дата обращения 10.04.2019)

финансовых учреждений. К тому же для массы населенных пунктов с незначительным количеством жителей является безальтернативной кредитной организацией.

Второе место со значительным отставанием от лидера, но не менее весомым отрывом от преследователя занял банк ВТБ. Его известность среди населения так же может обуславливаться широкой филиальной сетью и большой клиентской базой. В особенности, после присоединения к себе еще двух кредитных организаций – ВТБ 24 и ВТБ Банк Москвы.

Относительно Альфа-Банка, замыкающего тройку лидеров рейтинга. Он так же, как и два вышестоящих представителя, входит в список системно значимых профильных коммерческих структур. Одновременно с этим, по объему активов находится не на 3-м месте. По числу брендовых запросов он превзошел более крупные кредитные организации – Россельхозбанк и Газпромбанк.

Что касается четырех коммерческих структур, которые по объему собственных активов не включены в перечень ЦБ РФ системно значимых банков 2018 года, то к ним относятся: Тинькофф Банк, Почта Банк, Хоум Кредит Банк, Совкомбанк. Популярность в интернете, к примеру, Тинькофф Банка в первую очередь может быть обусловлена его бизнес-моделью, которая предусматривает в полной мере удаленное обслуживание клиентов. Соответственно, клиентам приходится регулярно совершать запрос в поисковых системах на данную коммерческую структуру.

Интернет-банкинг широко распространен как канал банковского обслуживания в населенных пунктах любого размера. Среди россиян, проживающих в городах с населением менее 100 тысяч жителей, поселках городского типа, деревнях и селах, более 58% интернет-пользователей пользуются хоть одним интернет-банком.

Наиболее активные пользователи интернет-банков – мужчины и женщины в возрасте от 25 до 44 лет. Наименее активные – мужчины до 24 лет и женщины в возрасте 45-54 года (рисунок 9).

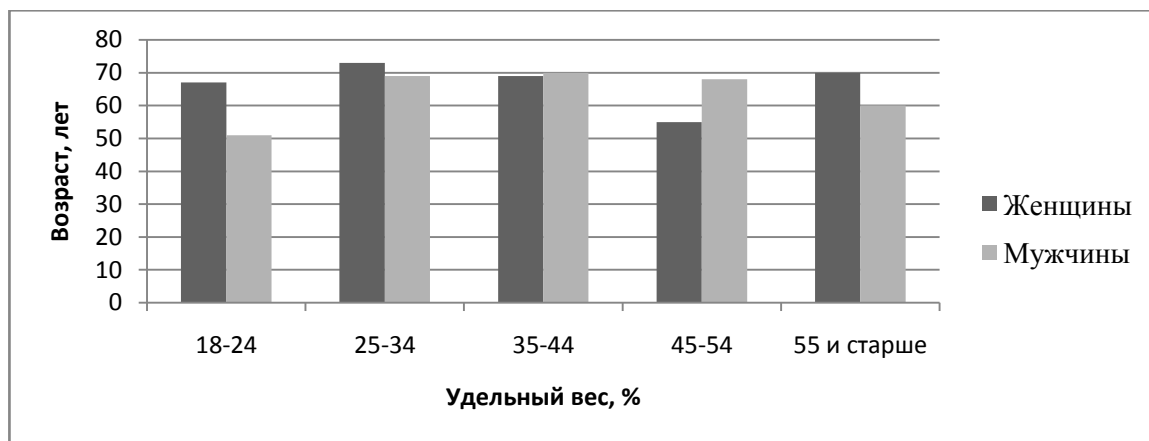


Рисунок 9 – Структура пользователей интернет-банкинга в 2018 году в России по возрасту и полу³

Вероятность пользования интернет-банкингом увеличивается с ростом дохода – более 80% интернет-пользователей в России с доходом от 100 тысяч рублей в месяц используют интернет-банкинг, для наименее обеспеченных граждан с доходом от 10 до 20 тысяч рублей в месяц этот показатель менее 70 % (рисунок 10).

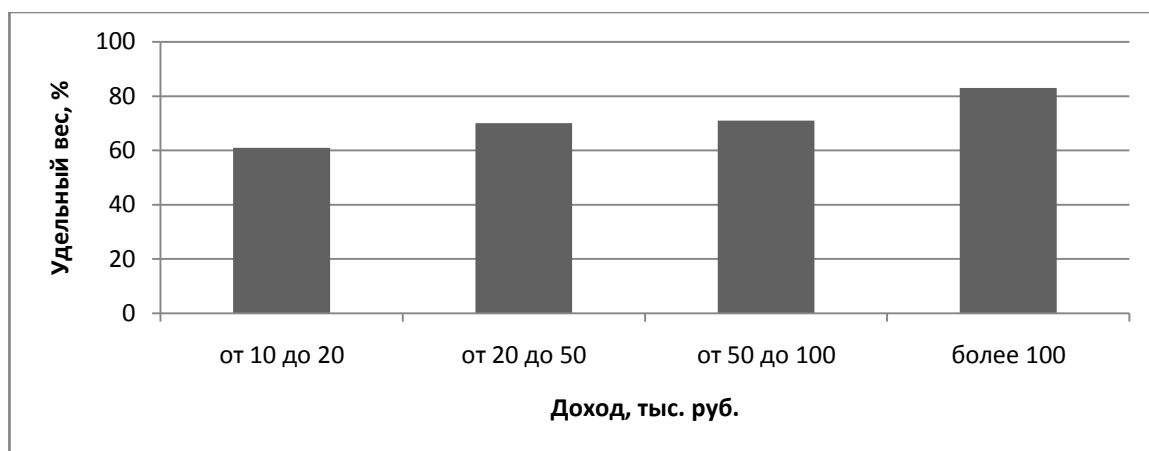


Рисунок 10 – Удельный вес пользователей интернет-банкинга с разным уровнем дохода⁴

Аудитория digital-среды постепенно меняется, если в 2014–2016 гг. значительное число клиентов использовали интернет-банкинг для управления финансами, то в 2017 году аудитория интернет-банка перестала расти. По данным исследования e-Finance User Index 2017, интернет-

³ Исследования пользователей интернет-банкинга в России [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://markswebb.ru/e-finance/e-finance-user-index-2018/online-banking> (дата обращения 10.04.2019)

⁴ Исследования пользователей интернет-банкинга в России [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://markswebb.ru/e-finance/e-finance-user-index-2018/online-banking> (дата обращения 10.04.2019)

банкингом пользуются 35,3 млн. человек, между тем доля мобильного банкинга с каждым годом увеличивается на 30–40%.

Мобильными банковскими приложениями для смартфонов и планшетов в России пользуются 18,1 млн человек, или 33% российской интернет-аудитории. Как и в случае с интернет-банкингом, доминирующий по количеству пользователей мобильный банк — мобильные приложения Сбербанка: ими пользуются 14 млн человек или 78% всей аудитории мобильного банкинга. Второе, третье и четвертое места занимают мобильные приложения ВТБ24, Альфа-Банка и Банка Тинькофф, которыми пользуются 8%, 6% и 5% пользователей мобильного банкинга в России.

Среди наиболее востребованных функций мобильного и интернет-банка – оплата мобильной связи (73% и 78% пользователей этих сервисов соответственно) и отслеживание операций по карте или счету (61% и 73% соответственно). Реже всего через удаленные сервисы совершают операции по инвестиционным продуктам и услугам (не более 2%)(рисунок 11).

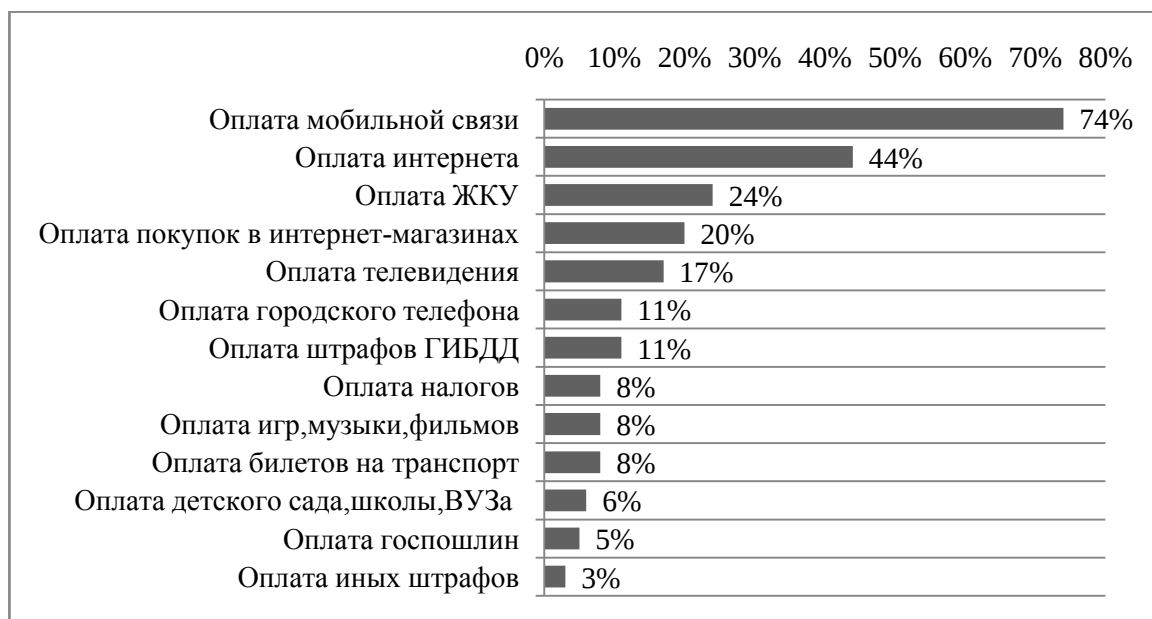


Рисунок 11 – Востребованность функций мобильного и интернет-банка для пользователей, совершивших один платеж за месяц⁵

⁵ Исследования пользователей электронных сервисов в России [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://marksw Webb.ru/efinance/e-finance-user-index-2018> (дата обращения 10.04.2019)

С противоположной стороны, мобильные банковские приложения довольно активно применяются для совершения различных переводов. Переводы другим клиентам внутри банка через мобильные приложения совершают 41% пользователей, между своими собственными счетами и картами – 33%, погашают задолженность по кредитным картам и кредитам – 25%. Подобного вида операции в интернет-банке совершают 47%, 45% и 35% пользователей интернет-банкинга соответственно (рисунок 12).

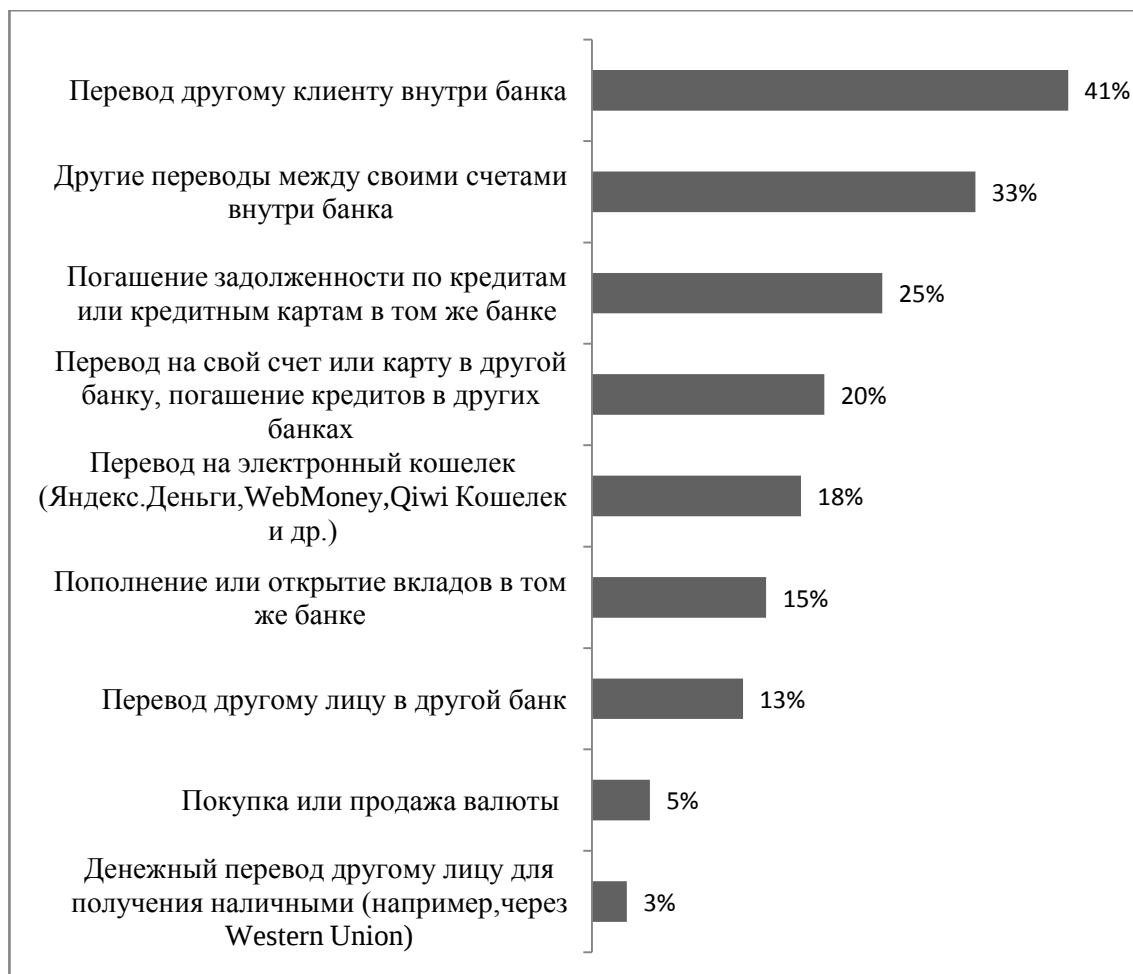


Рисунок 12 – Пользователи мобильного банкинга, совершившие хотя бы один перевод за месяц (относительно всей аудитории мобильного банкинга)⁶

Около 30 млн человек, или 55% российской аудитории интернета пользуются по меньшей мере одним сервисом электронных денег или электронным кошельком. Лидирующие позиции в сегменте электронных

⁶ Мобильный банкинг в России [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/mobilnyy_banking (дата обращения 10.04.2019)

денег занимают Яндекс.Деньги (59% пользователей электронных денег), VISA Qiwi Wallet (54%) и WebMoney (51%). Помимо этого в пятерку крупнейших сервисов электронных денег в России вошли PayPal и BitCoin: этими сервисами пользуются 32% и 6% всех российских пользователей электронных денег.

Несмотря на значительную аудиторию, сервисы электронных денег заметно проигрывают интернет-банкам и мобильным банковским приложениям по интенсивности проведения платежей и переводов. Среди сегментов, где услуги электронных денег еще впереди онлайн-банковских услуг, есть платежи за покупки в интернет-магазинах и покупку цифрового контента (музыка, фильмы, игры и программное обеспечение).

По оценкам различных экспертов число пользователей мобильного банкинга в России составило около 31,7 миллиона человек в 2016 году, а по прогнозам к 2020 году количество пользователей может превысить 76,2 миллиона человек (рисунок 13).

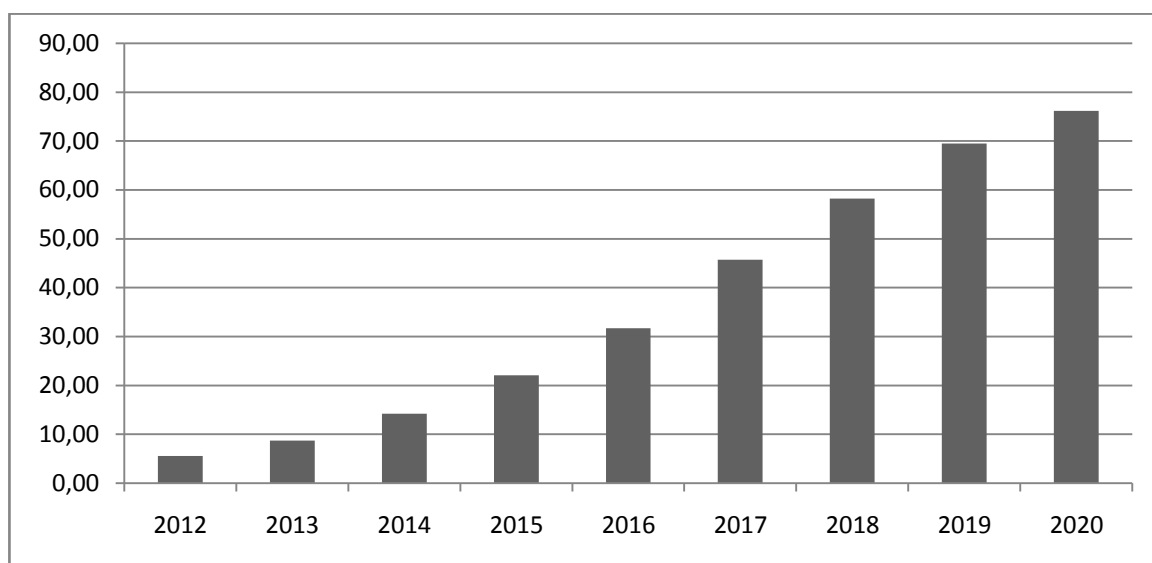


Рисунок 13 – Динамика пользователей мобильного банкинга в России, млн человек⁷

Интенсивное развитие не единственная стратегия для формирования мобильного банкинга. Сегодня ведущие игроки внедряют не только базовый

⁷ Мобильный бандинг набирает в России обороты [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/mobilnyy_banking (дата обращения 13.04.2019)

комплект B2C- и B2B-приложений, но и целые агломерации околотематических сервисов.

Так, «Тинькофф» выпустил приложения для проверки и оплаты штрафов ГИБДД и долгов, а также купил сервис «Вкармане» для хранения документов. У Сбербанка есть приложение «Взрослые и дети», в котором родители дают детям задания, те их выполняют и обменивают полученные баллы на деньги. У «Альфа-Банка» — мобильный финансовый помощник Sense и приложение «Секреты лидерства». Это помогает нарастить пул клиентов за счёт предложения эксклюзивных услуг, а также собирать данные о пользователях.

Мобильные приложения широко используются в современной электронной коммерции, но активно развиваются и другие составляющие: интернет-маркетинг, торговые интернет-сайты компаний, интернет-аукционы, интерактивные площадки различной направленности, обучающие сервисы и сектор торговли виртуальным товаром. Расходы на мобильные технологии в мире растут, по данным аналитической компании IDC (International Data Corporation) (рисунок 14).

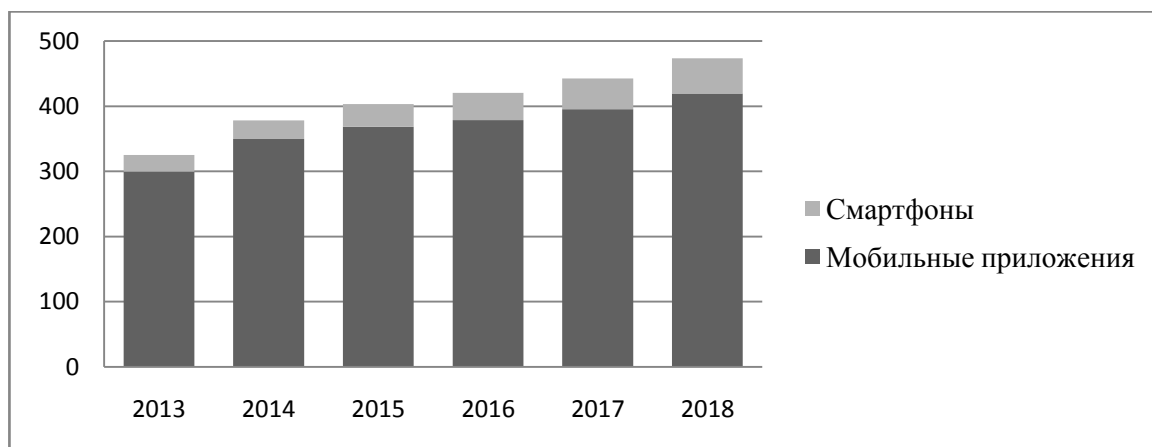


Рисунок 14 – Динамика расходов на мобильные технологии в мире, млрд долл.⁸

Оценивая бурный темп развития информационных технологий, сетей и телекоммуникаций и их влияние на развитие и совершенствование

⁸Информационные технологии 2017 года [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://bit.samag.ru/archive/article/1795> (дата обращения 13.04.2019)

банковских приложений и систем мобильного банкинга, можно говорить о кардинальных изменениях в способах и видах банковских услуг. Расходы на информационные технологии в мире представлены на рисунке 15.

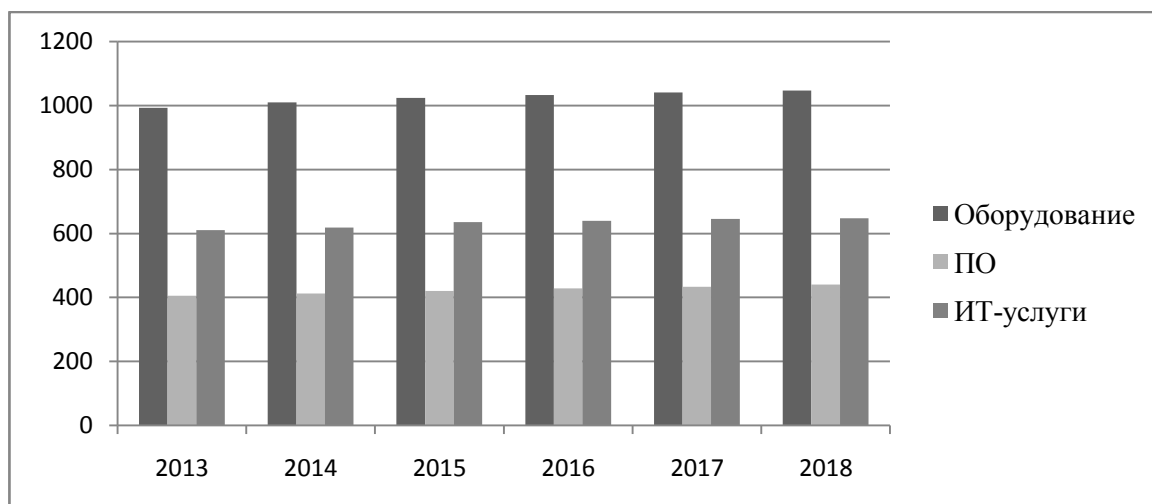


Рисунок 15 – Динамика расходов на информационные технологии в мире, млрд долл.⁹

Процессы экономического ускорения, глобализации, а также минимизация потери времени клиентов и широкое использование гаджетов приведут к тому, что традиционные виды услуг будут вытеснены как в банковском секторе, так и в торговле.

Внедрение технологических инноваций в финансовую индустрию и есть важнейший глобальный феномен последних лет, и его темп с каждым годом ускоряется. Современные цифровые технологии дают возможность увидеть не только рождение новых электронных банковских продуктов и услуг, но также и преобразование форм, в которых они предлагаются. Помимо этого, наиболее интенсивно такие преобразования происходят в секторах потребительского банковского обслуживания и платежей.

Для участников финансового рынка внедрение новых технологий демонстрирует снижение затрат, способность адаптироваться к потребностям клиентов за счет эффективной обработки данных и облегчения обмена

⁹Информационные технологии 2017 года [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://bit.samag.ru/archive/article/1795> (дата обращения 13.04.2019)

информацией. Технологические инновации становятся фактором повышения эффективности банковского сектора, снижения стоимости выхода на рынок новых предприятий, формирования потребительских предпочтений.

Финансовые технологии, устраняя необходимость привлечения дополнительных посредников, оказывают давление на традиционные бизнес-модели финансовых учреждений и усиливают конкуренцию новыми способами предоставления банковских услуг. Объем услуг, предоставляемых с использованием финансовых технологий, по-прежнему очень мал по сравнению с традиционными формами финансовых транзакций, но его темпы роста впечатляют.

Драйвером продуктовых инноваций в банковской отрасли являются такие технологические и цифровые тренды, как анализ больших массивов данных и Big Data, машинное обучение, углубленная аналитика, искусственный интеллект, робоэдвайзинг, а также блокчейн, позволяющий совершать операции без участия посредников и бэк-офиса. Именно на базе данных технологий создаются принципиально новые продукты, обладающие коммерческим потенциалом, сервисы и возможности, такие как услуги, ранее требовавшие личного присутствия клиента в банке, а теперь перешедшие в онлайн, кастомизированные предложения, скидки, инвестиционные услуги и чат-боты для помощи клиентам в подборе продуктов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Под банковской услугой понимается профессиональный интеллектуальный продукт, состоящий из комплекса банковских операций, которые приводят к оптимальному исполнению требований клиента и созданный с целью реализации его на рынке и извлечения прибыли.

Дистанционное банковское обслуживание, как один из вариантов банковских услуг, приобрел большую популярность в развитых странах и постепенно берет на себя внутренний финансовый и кредитный сектор. Выявленная тенденция объясняется рядом преимуществ такого рода

банковских услуг, как для банковских учреждений, так и для потребителей их услуг.

Можно предположить, что инвестиции в развитие цифровых банковских услуг от интернет- и мобильных технологий будут более эффективными, чем открытие новых филиалов и филиалов. Потому что только отечественные кредитные учреждения, которые привлекают большинство клиентов через инновационные услуги, могут с оптимизмом смотреть в будущее.

Получение услуги «в один клик» – быстро складывающийся новый «стандарт» потребительских привычек в банковском секторе. С учетом сопутствующей тенденции к стандартизации финансового продукта создаются предпосылки для платформенных решений доставки банковских продуктов, способной привести к доминированию дистрибьюторов над первичными производителями. Ключевым фактором в этой модели является эффективность, то есть низкая себестоимость, от которой зависит цена и простая доставка продукта пользователю.

Особенность нашего времени в том, что оно отличается процессами ускорения во всех сферах жизни, что влияет на ускорение научно-технического прогресса и, следовательно, на развитие информационно-коммуникационной сферы.

Растущий ажиотаж вокруг внедрения новых технологий поможет повысить конкуренцию между банками и финтех-стартапами. Чтобы получить конкурентные преимущества, российские банки должны активно внедрять интернет-продукты и услуги, совершенствовать информационные технологии, предлагать персонализированные услуги с искусственным интеллектом и учитывать индивидуальные потребности и интересы каждого клиента. Поэтому развитие банковских инноваций является сознательной необходимостью для сохранения банками рыночной ниши и укрепления конкурентных позиций.