

ТУЗОВА О.А., гр. ЭК-12м(а)
Науч. рук.: Тарасова Е.А., к.э.н., доц.
Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

РЕФЛЕКСИВНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА С СУБЪЕКТАМИ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Рассмотрены возможности применения рефлексивного подхода к управлению банковской деятельностью. Предложена концептуальная модель рефлексивного управления в банковской деятельности.

Актуальность. В настоящее время возникают определенные трудности во взаимоотношениях коммерческих банков с другими субъектами финансового рынка. Происходит изменение взглядов на построение отношений с контрагентами, что постепенно вытесняет традиционные управленческие подходы.

Так, для обеспечения дополнительных конкурентных преимуществ на финансовом рынке перед банками стоит задача эффективного управления поведением субъектов финансового рынка, учитывая как объективные, так и субъективные факторы, которыми данные субъекты руководствуются при построении стратегий поведения на рынке. Решение указанной задачи обуславливает целесообразность применения рефлексивного подхода при организации взаимодействия с субъектами финансового рынка.

Принципы рефлексивного взаимодействия рассмотрены в трудах украинских, российских и зарубежных ученых, таких как Лепа Р.Н., Сергеева Л.Н., Таран Т.А., Крамер З.Х., Кайзер Т.Б., Шмидт С.Е., Дависон Дж.Е., Сорос Дж. и др. Исследованием вопросов рефлексивного управления человеческим поведением занимались Авилов А.В. [1], Лефевр В.А. [2], Новиков Д.А. и Чхартишвили А.Г. [3], Петрачкова Е.Л. [4].

Цель исследования. Рассмотреть возможности применения подходов рефлексивного управления в деятельности коммерческих банков

Основная часть. Основными субъектами финансового рынка, с которыми банк взаимодействует в процессе своей деятельности, являются банки и клиенты. Органы управления коммерческого банка вырабатывают управляющие воздействия исходя из целей управления, информации о клиентах, конкурентах и факторах, которые могут оказать влияние на достижение целей. Так, банк формирует образы объектов управления и свой образ в этой системе, а также определяет факторы, влияющие на модели принятия решений данными объектами [4].

В рамках нашего исследования система рефлексивного управления деятельностью банка с позиции взаимодействия с субъектами финансового рынка представлена в следующем виде (рис. 1):

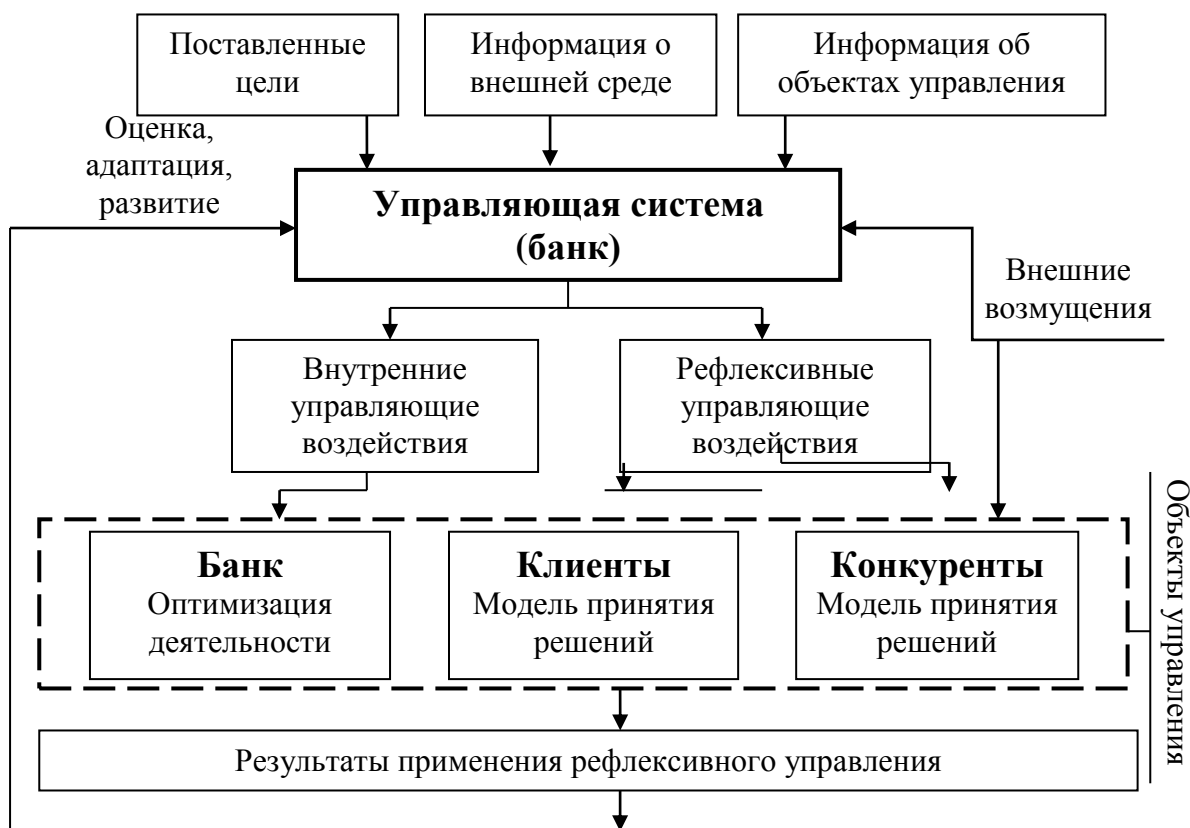


Рисунок 1. Система рефлексивного управления деятельностью коммерческого банка

Посредством рефлексивных воздействий коммерческий банк имеет возможность косвенно управлять процессом принятия решений субъектами. Рефлексивное управление взаимоотношениями банка с субъектами финансового рынка может осуществляться в нескольких направлениях:

- изменение представлений субъектов о банке, то есть воздействие на образ банка, сложившийся у контрагентов;
- изменение объективных характеристик банка или банковских продуктов, направленных на максимальное соответствие реальных характеристик образу банка у других субъектов;
- оказание влияния на представления клиента относительно своих предпочтений и идеального соперника для банков-конкурентов.

Учитывая рассмотренные возможности взаимодействия банка с другими субъектами рынка, была разработана концептуальная модель рефлексивного управления в банковской деятельности (рис. 2).

Выводы. Таким образом, у коммерческих банков возникает необходимость в разработке и реализации соответствующих экономико-математических инструментов, обеспечивающих возможность применения рефлексивных управляющих воздействий в управлении взаимоотношениями с субъектами финансового рынка.



Рисунок 2. Концептуальная модель рефлексивного управления в банковской деятельности

Библиографический список

1. Авилов А.В. Рефлексивное управление: методологические основания/ Авилов А.В. – М.: Изд-во ГУУ, 2003. – 202 с.
2. Лефевр В.А. Рефлексия/ Лефевр В.А. – М.: Когито-Центр, 2003. – 496 с.
3. Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Модели рефлексивного принятия решений // Проблемы управления. –2004. – № 4. – С. 62-70.
4. Петрачкова Е.Л. Рефлексивное управление механизмами формирования спроса на продукцию промышленных предприятий/ Петрачкова Е.Л. // Экономика промышленности. – 2006. – №4. – С. 165-172.