

**ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА КЛИЕНТСКУЮ
ПОЛИТИКУ АО «АЛЬФА-БАНК»
Карпова А.С.**



*Карпова Анна Сергеевна – студент,
направление подготовки: 38.03.01 Экономика,
кафедра бизнес-процессов и экономической безопасности, факультет инновационного бизнеса и экономики,
Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ, г. Краснодар*

Аннотация: в статье обоснована важность формирования и развития клиентской политики коммерческого банка, выделены факторы, влияющие на нее, представлен анализ деятельности Альфа-Банка, дана оценка элементам (факторам) клиентской политики на основании официальных рейтингов кредитных организаций

Ключевые слова: клиентская политика, удовлетворенность и лояльность клиентов, надежность и репутация банка.

В условиях массового отзыва лицензий в банковском секторе России, который начался еще в 2013 г., среди кредитных организаций обострилась конкурентная борьба за потребителя. Согласно официальной статистике только за последние 5 лет Банк России отозвал лицензии более чем у 350 банков: в 2018 г. – 57, в 2017 г. – 47, в 2016 г. – 94 и т.д.

По этой причине внимание банков сосредоточено на сохранении и расширении клиентской базы. Организационной основой данных процессов выступает клиентская политика, к проработке элементов которой кредитные организации проявляют в настоящее время недостаточный интерес.

Клиентская политика в значительной степени обусловлена факторами, влияющими на ее проведение, которые представлены на рис. 1.



Рис. 1. Факторы, влияющие на клиентскую политику банка

Клиентская политика является важнейшей составляющей стратегии развития АО «АЛЬФА-БАНК» – крупнейший российский частный банк, входящий в топ-5 надежных банков России. Рассмотрим основные показатели деятельности банка (табл. 1).

Активы банка росли на протяжении всего анализируемого периода в основном за счет увеличения объемов кредитования. В целом они выросли на 437,1 млрд. руб. или на 21,2% и составили в 2017 г. 2495,7 млрд. руб. Капитал на 01.01.2018 г. составил 326,4 млрд. руб., незначительно снизившись за три года на 27,4 млрд. руб. или на 7,7%.

Таблица 1. Динамика основных показателей деятельности АО «АЛЬФА-БАНК»

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение (+,-) 2017 г. от		Темп роста, % 2017 г. к	
				2015 г.	2016 г.	2015 г.	2016 г.
Активы, млрд. руб.	2058,6	2246,8	2495,7	437,1	248,9	121,2	111,1
Капитал, млрд. руб.	353,8	352,9	326,4	-27,4	-26,5	92,3	92,5
Прибыль до налогообложения, млрд. руб.	59,0	11,3	60,3	1,3	49	102,2	в 5,3 раза
Прибыль за отчетный период, млрд. руб.	43,8	4,9	42,6	-1,2	37,7	97,3	в 8,7 раза
Численность сотрудников, чел.	21036	21276	25340	4304	4064	120,5	119,1
Количество офисов	745	733	762	17	29	102,3	103,4
Корпоративные клиенты, тыс. чел.	255,0	334,1	420,0	165,0	85,9	164,7	125,7
Частные клиенты, млн. чел.	13,6	14,3	14,4	0,8	0,1	105,9	100,7

* Составлено автором на основании годовых отчетов банка [1].

Прибыль до налогообложения за анализируемый период выросла на 1,3 млрд. руб. или на 2,2%.

Существенный рост прибыли в 2017 г. по сравнению с 2016 г. в 5,3 раза обеспечен такими источниками как увеличение процентных и комиссионных доходов. В течение отчетного года АО «АЛЬФА-БАНК» делал ставку на качественных заемщиков, уделял особое внимание возврату просроченных кредитов, и, таким образом, при росте кредитного портфеля в 2016 г. банку удалось сократить среднюю ставку резервирования на 2,8%. Также положительное влияние на финансовый результат банка в 2017 г., который составил 42,6 млрд. руб. по сравнению с предыдущим годом оказало существенное уменьшение сумм отрицательной переоценки средств в иностранной валюте.

За анализируемый период численность сотрудников выросла на 4304 чел. или на 20,5% и составила в 2017 г. 25340 чел. Количество офисов увеличилось с 745 в 2015 г. до 762 в 2017 г. (темп роста 102,3%). То, что клиентская политика Альфа-Банка развивается э, подтверждает устойчивая динамика роста количества клиентов: численность корпоративных клиентов в 2017 г. составляет 420 тыс. чел., частных – 14,4 млн. чел. (темп прироста за три года 64,7% и 5,9% соответственно).

Стратегические приоритеты АО «АЛЬФА-БАНК» – поддержание статуса лидирующего частного Банка в России с акцентом на надежность и качество активов, а также ориентированность на лучшие в отрасли качество обслуживания клиентов, технологии, эффективность и интеграцию бизнеса.

Дать оценку клиентской политике по нашему мнению можно и на основе официальных рейтингов (табл. 2).

Таблица 2. Место АО «АЛЬФА-БАНК» в официальных рейтингах банков за 2018 г.

Показатель	Место в рейтинге			
	1	2	3	Альфа-Банк
Активы	Сбербанк	ВТБ	Газпромбанк	6 (+1)
Капитал	Сбербанк	ВТБ	Газпромбанк	5 (+1)
Чистая прибыль	Сбербанк	ВТБ	Альфа-Банк	3 (+2)
Кредитный портфель	Сбербанк	ВТБ	Газпромбанк	5 (+1)
Просроченная задолженность в кредитном портфеле	Сбербанк	Национальный Банк «Траст»	ВТБ	9 (-4)
Вклады физических лиц	Сбербанк	ВТБ	Альфа-Банк	3 (+2)
Кредиты физическим лицам	Сбербанк	ВТБ	Газпромбанк	4 (+1)
Средства предприятий и организаций	Сбербанк	ВТБ	Газпромбанк	4 (+1)
Кредиты предприятиям и организациям	Сбербанк	ВТБ	Газпромбанк	5 (+1)
Овердрафты и прочие предоставленные счета	ВТБ	Альфа-Банк	Русский Стандарт	2

* Составлено автором по данным портала Banki.ru [2].

Как видно, Альфа-Банк фигурирует в «пятерке» российских банков, на уровне с такими крупными банками, как Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк.

Данный факт подтверждает и исследования Аналитического центра НАФИ (табл. 3, рис.1).

Таблица 3. Результаты исследования Аналитического центра НАФИ, %

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Основной банк для россиян:			
Сбербанк	84	79	83
ВТБ	4	3	5
Альфа-Банк	2	3	2
Другие банки	10	15	10
Индекс потребительской лояльности (NPS) по всем банкам, услугами которых пользуются россияне	43	39	29

* Составлено автором по данным [3].

Уровень лояльности клиентов российских банков постепенно снижается. Если в 2015 г. Индекс лояльности (NPS) по всем банкам составлял 43 пункта, то к январю 2018 г. он снизился на 14 п.п. Восемь из десяти россиян пользуются услугами банков (83%). Из них большинство считают своим основным банком Сбербанк (83%). Для 5% россиян основной банк – ВТБ, для 2% – Альфа-Банк. Другие банки

основными называют в сумме 10% опрошенных.

Согласно исследованию (рис. 2) клиенты Альфа-Банка больше, чем клиенты конкурентов (Сбербанк, ВТБ), склонны рекомендовать банк.

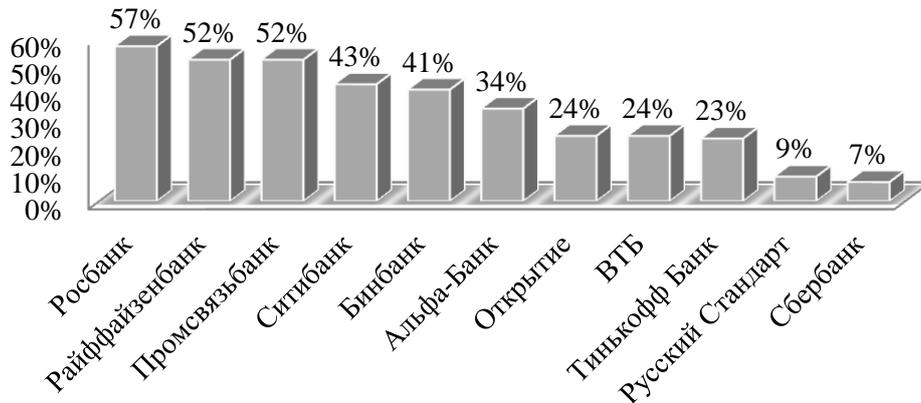


Рис. 2. Показатели индекса лояльности (NPS), янв. 2017 г. [4]

В рамках настоящего исследования интерес представляет рейтинг (табл. 4) позволяющий дать оценку основным потребительским факторам клиентской политики, на основании результатов которого Альфа-Банк стал лучшим премиальным банком по версии Frank RG и победителем, получившим наивысшую оценку по сумме баллов в номинации «Лучшее дистанционное банковское обслуживание для премиальных клиентов». Следует отметить, что из основных конкурентов ни ВТБ, ни Газпромбанк в исследовании не участвовали.

Таблица 4. Результаты рейтинга Frank Premium Banking Award по группам критериев, март 2018 г. [5]

Банк	Надежность	Уровень сервиса	ДБО	Тарифы на банковские продукты и услуги	Условия по вкладам и счетам	Инвестиционные предложения	Небанковские привилегии	Предложение по дебетовым картам	Условия по кредитам и кредитным картам
max % по группе	17,1	15,6	15,3	14,1	6,1	7,1	10,9	10,3	3,5
Альфа-Банк	B	B	A	B	C	B	A	B	B
Райффайзен Банк	B	B	B	B	C	B	B	D	B
Ситибанк	B	B	D	B	C	A	C	D	C
Сбербанк	A	C	C	B	D	C	B	C	D
Промсвязьбанк	C	C	B	A	A	B	C	C	C

В 2017 г. Альфа-Банк получил Гран-при в ежегодной профессиональной премии, учрежденной порталом Banki.ru в номинации «Лучший банк года».

Заслужить доверие клиентов – сложная задача для любой компании, поэтому Альфа-Банк стремится не просто сохранить лояльность текущих клиентов, но постоянно работает над ее повышением, добавляя все больше компаний и физических лиц в число адвокатов своего бренда.

На основе проведенного исследования целесообразно на наш взгляд выделить приоритетные направления развития клиентской политики Альфа-Банка, среди которых, максимальное повышение доступности банковских продуктов и услуг через мобильные устройства, постоянное повышение доступности кредитов, сохранение всей линейки розничных кредитных продуктов и ее оптимизация, усиление работы по сохранению и повышению качества кредитного портфеля, ведение борьбы с коррупционным и иным незаконным давлением и др.

В заключении необходимо отметить, что в мировом рейтинге Альфа-Банк занял 23-ю строчку и оказался среди крупнейших мировых инвестиционных банков и фондов. Для клиентов это – доказательство их верного выбора. Поэтому очень важно формировать и оценивать факторы, которые влияют на клиентскую политику коммерческого банка.

Список литературы

1. Официальный сайт АО АЛЬФА-БАНК. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alfabank.ru/> (дата обращения: 24.12.2018).
2. Официальный сайт портала «банки.ру». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.banki.ru/> (дата обращения: 21.12.2018).
3. Официальный сайт аналитического центра «НАФИ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nacfin.ru/metody-issledovaniy/> (дата обращения: 23.12.2018).
4. Поговорим о сервисе? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://project220418.tilda.ws/page1273224.html/> (дата обращения: 26.12.2018).
5. Frank Premium Banking Award 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.frankrg.com/userfiles/FrankRG_Premium%20\(2018-03-13\)_Data%20for%20Press_website\(2\).pdf/](https://www.frankrg.com/userfiles/FrankRG_Premium%20(2018-03-13)_Data%20for%20Press_website(2).pdf/) (дата обращения: 26.12.2018).