

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АО «АЛЬФА – БАНК»

© 2020 Кравченко О.В., Васина А.А., Болгов С.А.

Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», г. Самара, Россия

В статье проводится анализ конкурентоспособности коммерческого банка, а также приводится оценка значимости данного показателя для развития организации. Под конкуренцией понимается борьба независимых субъектов экономической деятельности за ограниченные ресурсы на рынке. Также под конкуренцией понимается процесс взаимодействия организаций между собой в борьбе за более выгодные условия сбыта продукции для удовлетворения пожеланий потребителей. Она способствует качественным преобразованиям в банковской сфере, направленным на повышение устойчивости кредитных организаций, рассредоточение проводимых операций и увеличение доступности оказываемых услуг.

Ключевые слова: конкуренция, банк, финансовые услуги, политика развития компании, потребительское кредитование.

На основе тотального контроля государства над финансовой сферой произошла выработка специфических особенностей национального рынка финансовых услуг. На сегодняшний день отмечается определяющее положение государственных организаций в основных рыночных сегментах, умеренное представительство иностранных банков, большое количество кредитных организаций с небольшими долями на рынке.

В настоящее время в Самарском регионе и по всей России функционирует большое

число коммерческих банков. В их числе можно выделить следующие банки: Хоум КредитБанк, Отп Почта – банк и Альфа – банк. На примере АО «Альфа-банк» оценим его положение относительно своих конкурентов в данном сегменте.

Для определения направления политики развития компании необходимо провести оценку факторов внешней и внутренней среды с помощью SWOT-анализа. SWOT-анализ представлен в таблице 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ АО «Альфа – банк»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> • Надежность и финансовая устойчивость банка. • Концентрация на определенных услугах и продуктах. • Быстрое реагирование на изменение условий рынка. • Сплоченный коллектив. • Использование передовых технологий. • Высококачественное обслуживание клиентов. • Развитая сеть филиалов по стране, удобное расположение близ станций метро и транспортных развязок. • Быстрая связь с местными органами. • Развитость удаленных каналов доступа 	<ul style="list-style-type: none"> • Большое число конкурентов на рынке кредитования. • Незнание организации в определенных кругах. • Присутствие недоверия потенциальных клиентов к банку. • Относительно небольшая рекламная кампания банка. • Персонал практически не участвует в принятии решений. • Значительная зависимость от компаний, занятых в торговом секторе. • Отсутствие мониторинга клиентов. • Неправильное выделение

(мобильный банк, доп. услуги) <ul style="list-style-type: none"> • Развитая корпоративная культура банка. • Большая клиентская база. • Недостаток капитала 	целевых клиентов. <ul style="list-style-type: none"> • Недостаточные усилия по развитию бренда
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • Изменение инвестиционного климата в лучшую сторону. • Рост спроса на отдельные банковские услуги. • Совершенствование сервиса обслуживания. • Расширение клиентской базы. • Повышение эффективности сети в регионе. • Увеличение спектра услуг, предлагаемых банком. • Внедрение новых информационных технологий по самообслуживанию. • Эмиссия акций и облигаций для увеличения капитала банка. • Внедрение более совершенной системы обслуживания и более наглядной системы мотивации персонала. • Контроль над затратами банка. • Создание положительного образа банка 	<ul style="list-style-type: none"> • Потеря важных клиентов. • Развитие более сильных банков на рынке. • Текучка кадров

На основе данных, представленных в SWOT-анализе, у АО «Альфа – банк» имеется много сильных сторон, связанных с обслуживанием клиентов, развитой продуктовой линейкой, предоставлением банковских услуг, применением передовых технологий. При развитии своих возможностей и нейтрализации своих слабых сторон банк может улучшить свое положение в конкурентной среде. На основе этих данных перспективными направлениями деятельности банка можно считать:

- 1) деятельность по эмиссии акций и облигаций;
- 2) развитие клиентоориентированности персонала;

- 3) увеличение контроля над затратами банка и в дальнейшем их сокращение;
- 4) совершенствование системы мотивации персонала;
- 5) создание положительного образа банка;
- 6) создание и внедрение новых технологий и банковских услуг;
- 7) улучшение обслуживания банковских карт [1, 2, 4].

Для анализа факторов внешней среды проведем PEST-анализ, проанализируем политические, экономические, социальные и технологические аспекты внешней среды (табл. 2).

Таблица 2 – PEST-анализ АО «Альфа – банк»

Политические факторы	Социальные факторы
<ul style="list-style-type: none"> • Сокращение общего числа банков за 	<ul style="list-style-type: none"> • Низкая образованность населения в

<p>счет ужесточения законодательства в сфере финансового обслуживания.</p> <ul style="list-style-type: none"> Ограничение продуктовой линейки банков (потребительское кредитование, кредитование малого бизнеса, автокредитование). Дестабилизация экономики из-за политической нестабильности в стране. Поддержка банков с иностранным капиталом. Поддержка государством банков только с долей государственного участия 	<p>сфере финансовых услуг.</p> <ul style="list-style-type: none"> Сезонность оказания банковских услуг. Зависимость от уровня жизни населения. Уровень доходности населения
<p>Экономические факторы</p> <ul style="list-style-type: none"> Учетная ставка Банка России. Рост инфляции. Увеличение рисков по банковским операциям. Снижение процентных ставок в условиях конкуренции. Уровень безработицы в стране. Курс национальной валюты. Ставка рефинансирования 	<p>Технологические факторы</p> <ul style="list-style-type: none"> Техническое оснащение банка. Скорость обслуживания клиентов. Качество обслуживания клиентов

На основе PEST-анализа можно сделать вывод о том, что наиболее серьезное влияние на банк оказывают политические и экономические факторы, которые непосредственно формируют среду, в которой функционирует организация, поэтому организация должна осуществлять

своевременную реакцию на изменения, происходящие в политической и экономической среде, для поддержания своей конкурентоспособности, но при этом брать в расчет факторы социального и технологического влияния (табл. 3).

Таблица 3 – Матрица профиля внешней среды АО «Альфа - банк»

Факторы среды	Важность для отрасли	Влияние на организацию	Характер влияния	Степень важности
Политические	3	3	-1	-9
Экономические	2	3	+1	+6
Технологические	2	2	+1	+4
Социальные	3	2	+1	+6
Конкурентные	3	3	-1	-9
Рыночные	2	2	+1	+4
Международные	2	2	+1	+4

По итогам данных матрицы профиля внешней среды АО «Альфа – банк» можно сделать вывод о том, что наибольшую угрозу для банка представляют конкурентные и политические факторы внешней среды, так как они оказывают наибольшее влияние на банк, финансовую и банковскую отрасль в целом, но при этом серьезные перспективы

для развития дают экономические, социальные факторы.

На сегодняшний день АО «Альфа – банк» входит в 100 лучших банков России. Национальное рейтинговое агентство оценивает кредитоспособность/надежность банка как ААА. Данный рейтинг оценивается низким уровнем кредитного

риска, в финансовой отчетности отмечаются высокие значения основных финансовых показателей. Международное рейтинговое агентство Moody's оценивает кредитный рейтинг как – ВА2 (негативный).

По объему активов – нетто АО «Альфа – банк» занимает седьмое место по России, уступая таким компаниям, как Сбербанк, ВТБ Москва, Газпромбанк, ФК Открытие, ВТБ24, Россельхозбанк. Объем активов – нетто составляет 2 334 924 053 рублей.

В 2017 году ЦБ РФ утвердил обновленный перечень системно значимых банков для России. На данный момент в него входят такие банки, как: Сбербанк, ВТБ,

Россельхозбанк, Газпромбанк, «ФК Открытие», ЮниКредит Банк, Райффайзенбанк, Промсвязьбанк, Альфа-Банк и Росбанк.

На данный момент Альфа-банк входит в тройку лидеров и занимает второе место по размеру портфеля на рынке потребительского кредитования, это подтверждает важность данного сегмента для компании, а также надежность и доверие партнеров банка [5]. Но если сравнивать долю банка с другими банками по стране, по некоторым кредитным сегментам, то она оставляет желать лучшего [6, 7].

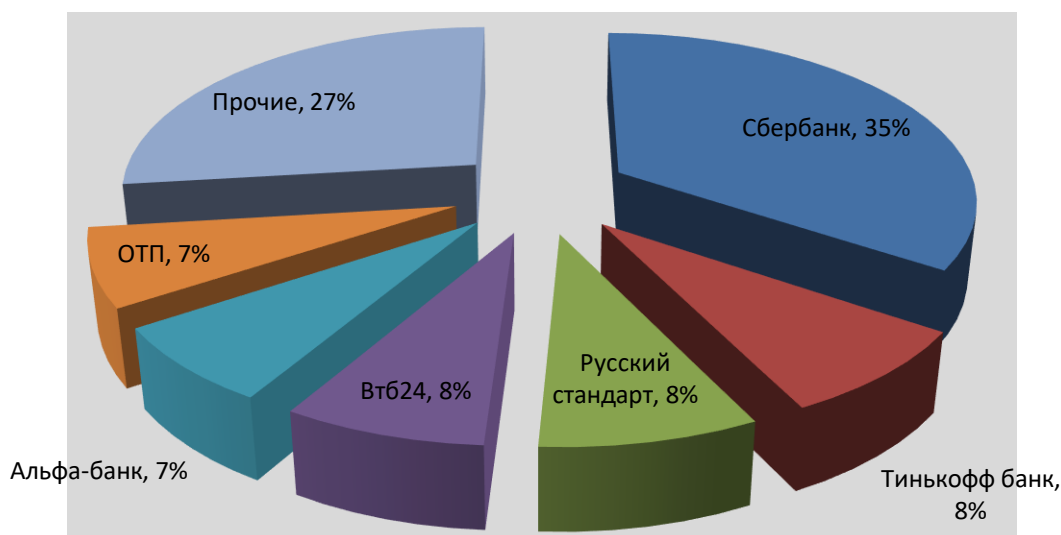


Рисунок 1 – Процентная доля банков на рынке потребительского кредитования

Доля Альфа-банка в потребительском сегменте составляет всего лишь 8%. Он находится на пятом месте по стране, уступая таким конкурентам, как Сбербанк, ВТБ24, Русский стандарт и Тинькофф банк (рис. 1). Для того чтобы увеличить свою долю на рынке, организации необходимо наращивать свои конкурентные преимущества за счет

вывода на рынок более конкурентоспособных продуктов, эффективной рекламы, расширения партнерской сети, а также сети обслуживания клиентов, увеличения открытия отделений и устройств самообслуживания [3].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Грушенко В.И. Выбор стратегии обеспечения высокой конкурентоспособности. - Смоленск, 2018. - 256 с.
2. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. - М.: ТЕИС, 2017. - 239 с.
3. Кравченко О.В., Горбунова О.А. Стратегические направления деятельности коммерческого банка на рынке розничных услуг// Вестник Самарского муниципального института управления. - 2019. - № 2. - С.56-66.

4. Ситнов В.В., Кузнецов А.В., Старикова Т.Е. Реализация клиентоцентричной модели розничного обслуживания в ПАО Сбербанк// Вестник Самарского муниципального института управления. - 2018. - № 3. - С.102-110.
5. Старикова Т.Е., Кузнецов А.В., Сирота И.Е. Организация привлечения и сопровождения корпоративных клиентов в АО «Кошелев-банк»// Вестник Международного института рынка. – 2018. - № 1. - С.57-64.
6. Шифрин М.Б. Стратегический менеджмент. - Спб.: Питер, 2016.- 320 с.
7. <http://www.banki.ru/search/?utf8=1&s=&q=альфа++банк>.

ALFA - BANK COMPETITIVENESS EVALUATION

© 2020 Oksana V. Kravchenko, A.A. Vasina, S.A. Bolgov

Samara University of Public Administration
«International Market Institute», Samara, Russia

The article analyzes the competitiveness of a commercial bank, and also assesses the significance of this indicator for the development of the organization. Competition is understood as the struggle of independent economic entities for limited resources in the market. Also, competition is understood as the process of interaction of organizations among themselves for more favorable conditions for the sale of products to satisfy the wishes of consumers. It promotes high-quality transformations in the banking sector, aimed at increasing the stability of credit organizations, the dispersal of operations and increasing the availability of services.

Keywords: competition, bank, financial services, company development policy, consumer lending.