

Разработка маркетинговой программы развития организации на основе конкурентного анализа и оценки маркетинговой среды (на примере банка «Альфа-Банк»)

Лысенко Василий Андреевич, студент Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Самарский государственный технический университет», Самара, Россия.

Нестерова Юлия Денисовна, студентка Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева», Самара, Россия.

Савельева Арина Дмитриевна, студентка Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева», Самара, Россия.

Аннотация. В данной статье производится анализ конкурентоспособности компании «Альфа-Банк», поиск ее слабых и сильных сторон. Предлагаются методы повышения конкурентоспособности на рынке банковских услуг.

Ключевые слова: банковская система, маркетинговое исследование, конкурентоспособность, реклама, первичный источник информации, финансовые показатели.

Abstract. This article analyzes the competitiveness of Alfa-Bank and searches for its strengths and weaknesses. Methods for improving competitiveness in the banking services market are proposed.

Keywords: banking system, marketing research, competitiveness, advertising, primary source of information, financial indicators.

Банковская система очень важная составляющая экономической системы любой страны, также представляет собой институты социального значения. Устойчивое и динамичное развитие банков подразумевает достижение равновесия интересов самих банков как коммерческих организаций, их клиентов и общества в целом.

Рынок банковских услуг в РФ является сложной системой формирования спроса и предложения на части банковской деятельности, которые относятся к товарному типу денежно-кредитных и финансовых отношений. Развитие данных связей способствует увеличению спроса и предложения на услуги банков, а так же стимулирует операции по расширению структурных элементов ассортимента и качества услуг. Именно поэтому мы приходим к выводу, что банковская деятельность очень актуальна на данный момент. [3]

Чтобы правильно выявить аспекты, на которые стоит обратить внимание, необходимо проведение комплексного маркетингового исследования, которое поможет проанализировать рынок и оптимизировать деятельность организации для максимизации прибыли и завоевания рыночных долей.

На рисунке 1 представлен ТОП-5 самых крупных мировых банков на 13.01.2019. Рейтинг построен по суммарным активам банка.

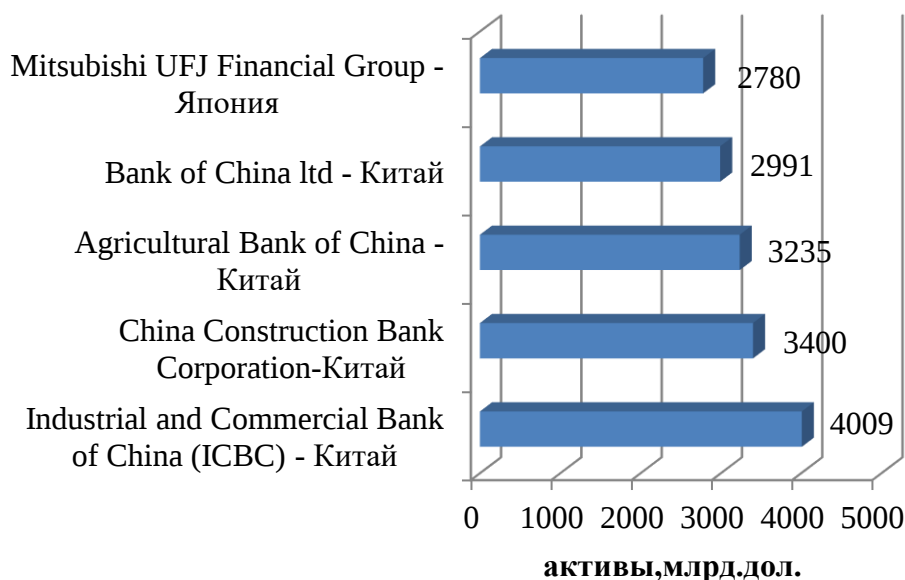


Рисунок 1. Рейтинг банков мира по суммарным активам

Уже несколько лет подряд лидирующие позиции в этом рейтинге занимают банки Китая, и это вполне закономерно, учитывая ежегодный прирост экономики и производительности страны. [6]

Лишь один банк России входит в ТОП-100 банков мира – Сбербанк (66 место).

За 2017 год активы банковского сектора увеличились на 6,4%, собственный капитал банков вырос незначительно, за год его рост составил 0,1%.(табл.1)

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Прирост активов	16	35,2	6,9	-3,5	6,4
Прирост собственного капитала	15,6	12,2	13,6	4,2	0,1

Таблица 1. Темпы прироста показателей банковского сектора в % [2]

В период с 2015 года по 2017 год происходит рост депозитов, кредитов и прочих размещенных средств банков в национальной валюте на 22%. Самый большой прирост объема кредитов происходит в 2017 году, за этот год объем размещенных средств вырос на 14%. Объем предоставленных кредитов в большей степени увеличивался за счет займов организациям.

Альфа-Банк основан в 1990 году, он является универсальным банком, который осуществляет все основные виды банковских операций, существующих на рынке финансовых услуг, включая обслуживание корпоративных и частных клиентов, торговое финансирование, инвестиционный банковский бизнес и т.д.

Анализ внешней, а так же внутренней среды дает возможность скомпоновать информацию, связанную с деятельностью организации (табл. 2-3).[4]

Функции и факторы	Слабые стороны	Сильные стороны
Маркетинг	+2	-10
Менеджмент	+12	-4
Продажа услуг	+9	-1
Финансы	+28	-2
Организация и кадры	+6	-14
Итого:	+57	-31

Таблица 2. Анализ силы воздействия факторов внутренней среды

Сильные стороны	Слабые стороны
Большая клиентская база	Неизвестность организации в определенных кругах
Работа с предприятиями по программам кредитования	Персонал не участвует в принятии решений
Широкий ассортимент и высокое качество услуг	Серьезная зависимость от организаций торговли
Растущий спрос на кредиты	Небольшая рекламная компания
Высокий уровень сервиса	Огромное количество конкурентов

Таблица 3. Сильные и слабые стороны организации АО «Альфа-Банк»

На основе данных с сайта (табл.4), можно сделать вывод, что основная масса отзывов отрицательные (65,8%), значит, существует значительный объем параметров, на который банку «Альфа-Банк» стоило бы обратить внимание. Хуже всего пользователи сайта оценили качество обслуживания в банке. [1]

Оценка	Количество отзывов
Отлично	180
Хорошо	76
Средне	84
Плохо	95
Ужасно	560

Таблица 4. Соотношение количества отзывов с оценкой услуг, предоставленных АО «Альфа-Банк»

Первичным источником внешней информации будет Интернет-опрос. Создание опроса будет проводиться Google-формах, с их помощью можно формировать онлайн-опросы и тесты.

Для данного исследования самой подходящей выборкой является стратифицированная, поскольку так будут наиболее точно определены аспекты, на которые банку следует обратить внимание для совершенствования своей деятельности.

Исследование проводилось в течение недели с помощью Интернет-опроса, фактическими участниками пилотажного опроса стали 116 человек, из которых с помощью вопроса-фильтра, было отобрано 50 потребителей, бравших ипотечный кредит в банке.

На основе данных кодировочной таблицы была составлена таблица, позволяющая оценить конкурентоспособность банка на основе комплексного метода (табл.5-8):

Параметры	ТМ банков			Коэффициент значимости параметра, ai	Ср. знач.
	«Сбербанк»	«Альфа- Банк»	«ВТБ»		
Качественные характеристики:					
Надежность банка	5,7	4,4	4,3	0,19	5,6
Качество работы с клиентами	5,5	4,9	4,1	0,16	4,8
Доступность банкоматов	5,7	4,0	4,2	0,18	5,2
Дополнительные опции и услуги (персональные предложения и т.д.)	5,0	4,0	4,3	0,15	4,4
Длительность работы на рынке	5,5	4,3	4,4	0,17	5,1
Удобное месторасположение	5,4	3,4	3,6	0,15	4,5
Стоимостные характеристики:					
Ставка по ипотеке на новостройки — 2 миллиона рублей при первоначальном взносе 500 000 Р на 15 лет, площадь жилья меньше 65 кв. м	10,90%	10,19%	10,60%		

Таблица 5. Оценка характеристик банков

Ітп «Сбербанк»	Ітп «Альфа-Банк»	Ітп «ВТБ»
1,00	0,76	0,76

Таблица 6. Оценка качественных параметров банков

Іэп «Сбербанк»	Іэп «Альфа-Банк»	Іэп «ВТБ»
1,00	0,93	0,97

Таблица 7. Оценка экономических параметров банков

К «Сбербанк»	К «Альфа-Банк»	К «ВТБ»
1,00	0,82	0,78

Таблица 8. Оценка конкурентоспособности гостиниц

Из анализа данных кодировочной таблицы, можно сделать вывод, что наиболее важной характеристикой для респондентов является надежность банка.

Дополнительные опции и услуги, а также удобное месторасположение офиса оказались наименее важными параметрами.

Лидером на рынке является «Сбербанк», «Альфа-Банк» - наиболее конкурентоспособный банк по отношению к эталону рынка. Банк «ВТБ» является наименее конкурентоспособным.

На основе данных открытого вопроса можно сделать вывод, что большие суммы в ипотечный кредит берут респонденты в возрасте 31-45 лет с доходом 26 000-35 000руб.

Диаграмма на рисунке 2 показывает, как опрошенные респонденты разделились по ипотечным кредитам в банках:

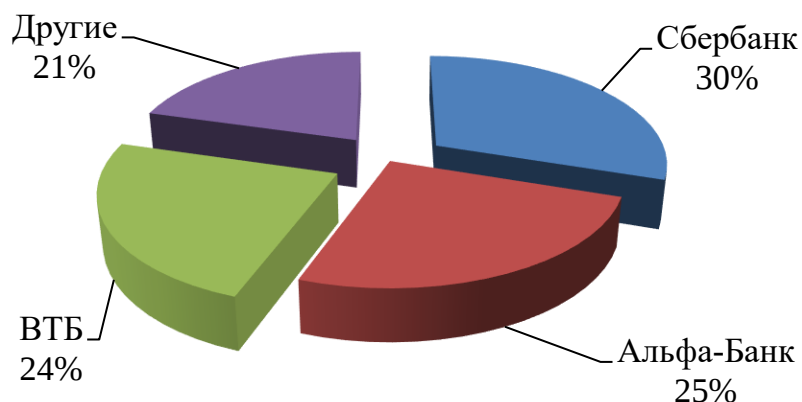


Рисунок 2. Доли по взятию ипотечных кредитов среди респондентов

Предложения по повышению конкурентоспособности банка «Альфа-Банк».

Рассмотрим последовательность действий АО «Альфа-Банк» в рамках мероприятий по стимулированию сбыта.

1. Необходимо разработать программу стимулирования сбыта.

Стимулирование сбыта – это комплексная программа, представляющая собой важный компонент планов маркетинга. АО «Альфа-Банк» как и многие другие коммерческие банки, проводит стимулирование сбыта по трём основным направлениям:

- стимулирования потребителей.
- стимулирование сферы торговли.
- стимулирование работников банка.

б) Тестирование мероприятий по стимулированию сбыта

На этом этапе банк убеждается в соответствии намечаемых мер достижению желаемого эффекта.

в) Осуществление программы стимулирования сбыта.

В процессе действия программы стимулирования сбыта находят подтверждение или разрушаются все предложения банка относительно предлагаемого эффекта отдельных мероприятий.

г) Анализ результатов стимулирования сбыта.

д) Пропаганда. Пропаганда – это целенаправленная деятельность в Альфа-банке по организации общественного мнения и является важным компонентом работы по связям с общественностью.

е) Реклама. Реклама представляет собой средство информации о банке или услугах, которые он оказывает. Коммерческая пропаганда потребительских свойств предоставляемых им услуг для клиентуры и достоинств деятельности банка, которая готовит активного и потенциального клиента к расширению деловых контактов с банком. [5]

Исследуя особенности АО «АЛЬФА-БАНК», можно сделать вывод о высоком уровне рисков, присущий всей российской экономике и ее банковскому сектору, а также о высокой степени концентрации бизнеса банка на отдельных контрагентах и повышенной доли заемных средств в капитализации.

Список используемых источников:

1. Отзовик, Банк «Альфа-Банк», [Электронный ресурс]. URL: https://otzovik.com/reviews/bank_alfa_bank/ (дата обращения 29.04.2019)
2. Федеральная служба государственной статистики, [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru
3. Янина В.В., Клиентская политика кредитной организации и ее влияние на финансовый результат (на примере «Сбербанк» России), [Электронный ресурс]. – URL: http://elibrary.sgu.ru/VKR/2016/38-03-01_110.pdf (дата обращения 04.04.2019)
4. Studbooks.net, Стратегический анализ положения АО «Альфа-Банк», [Электронный ресурс]. – URL: https://studbooks.net/888602/bankovskoe_delo/analiticheskaya_chast (дата обращения 29.04.2019)
5. Vuzlit.ru, Анализ маркетинговой деятельности ОАО Альфа-Банк, [Электронный ресурс]. – URL: https://vuzlit.ru/109545/analiz_marketingovoy_deyatelnosti_alfa_bank (дата обращения 14.05.2019)
6. FXSSI, ТОП 20 Крупнейших банков мира в 2019 году, [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.fxssi.com/top-20-krupnejshix-bankov-mira> (дата обращения 04.04.2019)