

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/13431>

Тип работы: Статья

Предмет: Экономика

-

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КРЕДИТНЫХ КАРТ СБЕРБАНКА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ

В ходе работы проведён анализ конкурентоспособности кредитных карт Сбербанка. Выявлены проблемы конкурентоспособности кредитных карт, и предложены мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности кредитных карт. Положительными моментами, влияющими на повышение конкурентоспособности кредитных карт ПАО «Сбербанк», назван: хорошая репутация банка; высокий уровень доверия населения. Моментами, негативно влияющими на конкурентоспособность кредитных карт ПАО «Сбербанк», являются: процентные ставки выше чем в других банках; более жесткие условия предоставления кредитов; не самый большой льготный период; высокая плата за годовое обслуживание.

Ключевые слова: карта, кредитный, банк, клиент, доверие, обслуживание, конкурентоспособность.

THE COMPETITIVENESS OF THE CREDIT CARD OF SBERBANK AND AREAS OF IMPROVEMENT

During work the analysis of the competitiveness of the credit card of Sberbank. The problems of competitiveness of the credit card and suggested activities aimed at improving the competitiveness of the credit card. Positively affecting the competitiveness of credit cards of Sberbank, called the Bank's good reputation; high level of public confidence. Moments that adversely affect the competitiveness of credit cards of Sberbank are: the interest rates are higher than other banks; more stringent conditions for granting loans; not the biggest grace period; high-the annual fee for the service.

Keywords: card, credit, bank, customer, trust, service, competitiveness.

Кредитные карты и овердрафтное кредитование физических лиц в ПАО «Сбербанк» представляют собой возобновляемые кредитные линии. Данные кредиты являются удобным источником дополнительных средств для потребителя, доступных в любой момент времени в случае необходимости. Процентные ставки по таким кредитам выше, чем по потребительским кредитам, поскольку в них заложен больший риск для банка.

Рассмотрим какие кредитные карты предлагает ПАО «Сбербанк» (см. таблица 1).

Проведем общий анализ кредитных карт, представленных сегодня на рынке и выберем 5 наиболее оптимальных:

- с наименьшей процентной ставкой;
- с самым большим льготным периодом;
- с наименьшей платой за годовое обслуживание, либо ее отсутствием;
- с наибольшим кредитным лимитом при заданных условиях (таблица 2).

Можно видеть, что карты ПАО «Сбербанк» не вошли в рейтинг, это говорит о их низкой конкурентоспособности на рынке.

Тем не менее ПАО «Сбербанк» является крупнейшим банком страны. И по количеству выданных кредитов занимает лидирующее положение. По данным исследовательского холдинга «Ромир», ПАО «Сбербанк» занял первое место по известности и второе по доверию населения среди топ-20 госкомпаний.

Согласно результатам опроса, по подсказанному знанию из предложенного списка россияне распределили свои голоса следующим образом. В пятерку наиболее известных корпораций вошли

- Сбербанк (99%),
- «Газпром» (97%),
- РЖД (96%),
- «Роснефть» (91%),

- «Аэрофлот» (88%).

При расчете индекса доверия состав пятерки лучших компаний почти остался прежним, однако участники немного поменялись местами. Так, на первое место по уровню доверия вышла компания «Аэрофлот» с показателем 68 процентных пунктов (от доли знающих). Сбербанк в вопросе доверия потребителей получил оценку 66 п. п. Третье место по уровню доверия, как и в вопросе известности, сохранила компания РЖД. «Газпром» и ОАК поделили четвертую и пятую строчки с результатом 58 п. п.

Индекс доверия РСХБ составляет 56 п. п., ВТБ - 54 п. п., Газпромбанка - 52 п. п., «Ростелекома» и ВЭБа - по 46 п. п., свидетельствуют данные опроса.

Международные исследования ценности брендов и репутационные рейтинги проводятся во всем мире регулярно. И это крайне важно в условиях жесткой конкуренции на рынках. Если известность компаний может быть обусловлена объемами рекламных кампаний и общей степенью публичности, то доверие так просто не купишь. Доверяют потребители тем компаниям и брендам, которые годами показывают высокий уровень качества сервиса и продуктов. Высокий уровень доверия говорит о том, что респонденты могут рекомендовать компанию своим друзьям и близким. Во всероссийском опросе приняли участие 1,5 тыс. человек в возрасте от 18 лет, проживающие в городах

1. Портал «Банки.ру» [Электронный ресурс] – режим доступа:

http://www.banki.ru/products/creditcards/catalogue/kreditnyie_kartyi_s_nizkim_protsentom.

2. Официальный сайт ПАО «Сбербанк» [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.sberbank.ru>

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – режим доступа:

<http://www.gks.ru>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/13431>