

Рейтинг банковских брендов - 2015 г.

Центр стратегических исследований компании РОСГОССТРАХ подготовил обзор потребительского восприятия банковских брендов по итогам замеров, проведенных в первой половине 2015 г. В исследование приняли участие 7 тыс. 800 жителей крупных и средних городов России с населением более 500 тыс. человек.

Исследование было традиционно построено вокруг следующих тем:

- 1) Знание банковских брендов без подсказки, в том числе по первому упоминанию;
- 2) Пользование и намерение пользоваться услугами различных банков.
- 3) Удовлетворенность клиентов работой банка;
- 4) Оценка банковских брендов по основным параметрам, используемых потребителями при выборе банка (восприятие банка как надежного, доступного, полностью выполняющего свои обязательства, предоставляющего качественный сервис и привлекательные финансовые условия для своих клиентов),

По итогам замеров Сбербанк сохранил место самого известного банка в России. Спонтанное знание бренда лидера с 2006 года выросло в 1,5 раза. Сегодня 87% населения без подсказки знают Сбербанк России (см. Табл. 1). В тройке лидеров по-прежнему остаются ВТБ-24 и Альфа-Банк. При этом средний городской житель знает без подсказки примерно три банковских бренда.

Среди первых упоминаний банковских брендов также с большим отрывом лидирует Сбербанк России (см. Табл.2). На вопрос «Какие банки Вы знаете?» 65% респондентов в первую очередь называют именно его, далее следуют ВТБ-24 (9%) и Альфа-банк (4%).

Из Таблиц 1 и 2 видно, что знание брендов наиболее крупных банков среди населения значительно выросло с начала замеров (с 2006 г.). В первую очередь, это связано с ростом благосостояния населения, (с 2006 года реальные доходы населения выросли на 37%¹), благодаря чему гораздо большее число людей перешло к активному

пользованию банковскими услугами. Росту знания брендов способствовало повышение финансовой грамотности населения и увеличение коммуникационной активности финансовых компаний.

Доля населения, пользующегося услугами Сбербанка России, выросла с 35% в 2006 г. до 74% в 2015 г. (см. Табл. 3), это самый высокий показатель проникновения банковских услуг среди городского населения. Доля тех, кто является клиентами банков ВТБ-24, за последние 9 лет выросла с 1% до 13%. Доля клиентов Альфа-банка увеличилась с 1% до 7%. В то же время надо отметить, что по сравнению с 2014 годом рыночные доли клиентов крупнейших банков несколько снизились. С другой стороны, больше клиентов привлекают менее крупные и региональные банки.

Что касается намерения пользоваться услугами банков, то здесь тройка лидеров остается прежней – в случае возникновения потребности в банковских услугах 72% населения обратятся в Сбербанк России, 7% в ВТБ 24, 3% воспользуются услугами Альфа-банка (см. Табл.4).

Общий уровень удовлетворенности потребителей работой кредитных организаций на протяжении всего исследования остается на высоком уровне – в 2015 г. работой своих банков довольны 91% респондентов (см. Табл. 5, здесь и далее приводятся данные от числа потребителей, определившихся с ответом, по банкам, для которых имеется достаточная выборка респондентов). Этот показатель немного снизился за последний год, хотя отклонение находится в пределах погрешности вычислений. Наивысшего результата по этому показателю добились Банк Москвы, Газпромбанк и Райффайзенбанк.

Исследования показали, что основными факторами выбора банка среди населения являются:

- Надежность банка – наличие гарантий выполнения банком своих обязательств (этот фактор называют 68% респондентов),
- Удобство расположения банковских отделений и банкоматов, удобные часы работы – 54%,

¹ По данным Росстата

- Скорость обслуживания, простота оформления документов, вежливый сервис – 45%,
- Привлекательные финансовые условия – 42%,
- Широкий выбор банковских продуктов и услуг – 30%,
- Предложение небанковских финансовых продуктов и услуг (ПИФы, страхование и т.д.) – 12%.

Подавляющее большинство потребителей банковских услуг считают свой банк надежным (95%) ([см. Табл. 6](#)) и выполняющим свои обязательства (94%) ([см. Табл. 7](#)). По сравнению с предыдущим годом эти показатели снизились незначительно, несмотря на волну отзыва лицензий Центральным Банком в конце 2014 г. – начале 2015 г.

Доля потребителей, считающих, что их банк предоставляет качественный сервис, остается на высоком уровне – 91% клиентов банков полностью или в основном довольны качеством обслуживания в офисе кредитной организации: обслуживание происходит без очередей, грубостей и проволочек со стороны персонала ([см. Табл. 8](#)). Наивысшего результата по этому показателю достигли Райффайзенбанк, Газпромбанк и Банк Москвы.

Широта сетей банковских отделений, обеспечивающая удобство доступа потребителей к банковским услугам, не вызывает нареканий: 92% потребителей считают свой банк легкодоступным, обладающим широкой сетью отделений и банкоматов ([см. Табл. 9](#)).

Финансовыми условиями, предоставляемыми банками довольны только 67% клиентов ([см. Табл. 10](#)). Наиболее привлекательные финансовые условия с точки зрения потребителей предоставляет Банк Москвы (86% довольных). Лидер рынка – Сбербанк России – значительно отстает в этом плане от конкурентов (только 62% клиентов довольны финансовыми условиями, которые он предоставляет клиентам).

Доля потребителей финансовых услуг, считающих свой банк современным, составляет 95% ([см. Табл. 11](#)). Максимального результата по этим показателям удалось добиться Альфа-банку и Райффайзенбанку.

Исследование показало, что 44% населения крупных и средних городов пользуются интернет-банкингом, а 31% используют для доступа к своим счетам планшет или смартфон.

Таблица 1. Знание брендов без подсказки (от общего числа респондентов, множественный ответ, указаны банки, которые знают не менее 1% населения).

	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Сбербанк России	55%	54%	59%	63%	71%	75%	80%	84%	89%	87%
ВТБ 24	11%	18%	23%	28%	30%	33%	34%	39%	46%	43%
Альфа-банк	9%	12%	14%	13%	17%	16%	17%	23%	22%	22%
Банк Москвы	7%	12%	12%	9%	9%	11%	8%	9%	9%	10%
Россельхозбанк				1%	1%	2%	2%	5%	6%	10%
Райффайзенбанк	2%	4%	8%	7%	10%	7%	7%	8%	9%	8%
Хоум Кредит Банк								12%	11%	8%
Русский стандарт	12%	13%	17%	11%	10%	11%	10%	12%	9%	7%
Газпромбанк	2%	3%	3%	3%	3%	4%	4%	5%	5%	6%
Уралсиб		9%	7%	7%	8%	6%	6%	7%	7%	6%
Промсвязьбанк		2%	3%	2%	3%	3%	3%	4%	5%	4%
Бинбанк		3%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	2%	4%
ОТП Банк				1%	1%	2%	3%	4%	3%	3%
Росбанк	4%	5%	5%	4%	3%	5%	5%	4%	4%	3%
Ак Барс			3%	3%	2%	2%	3%	2%	3%	3%
Ренессанс Кредит								4%	3%	3%
МДМ Банк		4%	3%	2%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Открытие					0%	0%	1%	1%	2%	3%
Совкомбанк					0%	1%	1%	2%	2%	3%
Санкт-Петербург										3%
Тинькофф КС									3%	2%
Балтийский банк			3%	3%	3%	3%	2%	2%	2%	2%
Восточный экспресс банк								3%	3%	2%
УБРР								1%	1%	2%
Ситибанк	2%	3%		3%	5%	4%	3%	3%	3%	2%
Московский кредитный банк					1%	1%	1%	1%	2%	2%
Югра										1%
СКБ-банк		1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Юникредит Банк								3%	2%	1%
Петрокоммерц		1%		1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%
Татфондбанк			1%	1%	1%			1%	1%	1%
Возрождение	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%
Траст		1%	1%	0%	0%	2%	1%		2%	1%
МИНБанк	1%	1%		0%	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Связь-банк		0%	1%				1%			1%
Мособлбанк										1%
МТС-банк								1%	1%	1%
Запсибкомбанк				0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Внешпромбанк										1%
Азиатско-Тихоокеанский банк						0%		1%	1%	1%
Росгосстрах Банк										1%

Таблица 2. Доля банков в первых упоминаниях банковских брендов (от общего числа ответов – один ответ, указаны банки, которые назвали не менее 1% населения).

	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Сбербанк России	45%	49%	52%	58%	58%	60%	65%
ВТБ 24	9%	9%	9%	8%	9%	10%	9%
Альфа-банк	5%	7%	5%	4%	5%	4%	4%
Банк Москвы	3%	3%	3%	2%	2%	2%	2%
Русский стандарт	4%	3%	4%	2%	3%	2%	1%
Газпромбанк	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Россельхозбанк	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%
Уралсиб	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%
Хоум Кредит Банк					2%	1%	1%
Райффайзенбанк	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Ак Барс	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
ОТП Банк	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%
Санкт-Петербург							1%

Таблица 3. Проникновение банковских услуг – доля тех, кто пользуется услугами банков от общего числа респондентов (приводятся данные по банкам с долей пользователей больше 1% населения)

	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Сбербанк России	35%	40%	46%	54%	61%	62%	76%	69%	74%	74%
ВТБ 24	1%	4%	5%	6%	10%	10%	12%	12%	14%	13%
Альфа-банк	1%	3%	3%	3%	6%	5%	7%	8%	9%	7%
Банк Москвы	1%	3%	2%	3%	4%	3%	2%	2%	3%	3%
Хоум Кредит Банк								4%	4%	3%
Газпромбанк	0%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	3%
Уралсиб		3%	2%		3%	2%	2%	2%	3%	2%
Райффайзенбанк		1%	1%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%
Русский стандарт	4%	5%	4%	4%	4%	3%	4%	4%	2%	2%
Россельхозбанк				0%	0%	1%	1%	1%	1%	2%
Промсвязьбанк		1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%
ОТП Банк				1%	0%	1%	2%	1%	1%	1%
Росбанк	1%	2%	1%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	1%
МДМ Банк		1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Ренессанс Кредит								1%	1%	1%
Санкт-Петербург										1%
Ак Барс			1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Бинбанк		0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%
Ситибанк		1%	1%	1%	3%	2%	1%	1%	1%	1%
Открытие					0%	0%	0%	0%	0%	1%
Совкомбанк					0%	0%	1%	0%	0%	1%
Тинькофф КС									1%	1%
Юникредит Банк								1%	1%	1%
Балтийский банк			1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Московский кредитный банк					0%	0%	0%	1%	1%	1%

Таблица 4. Намерение пользоваться банковскими брендами – доля тех, кто обратится в ту или иную кредитную организацию, если им потребуются банковские продукты (от общего числа тех, кто намерен приобрести банковские услуги, по банкам с долей потенциальных потребителей более 1%).

	2014 г.	2015 г.
Сбербанк России	71%	72%
ВТБ 24	7%	7%
Другое	6%	4%
Альфа-банк	3%	3%
Банк Москвы	1%	2%
Газпромбанк	2%	1%
Райффайзенбанк	1%	1%
Россельхозбанк	1%	1%
Хоум Кредит Банк	1%	1%
Санкт-Петербург		1%
Уралсиб	1%	1%
Росбанк	1%	1%

Таблица 5. Удовлетворенность работой банков

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Банк Москвы	95%	87%	79%	73%	96%	97%	93%	100%
Газпромбанк	93%	98%		95%	96%	95%	100%	98%
Райффайзенбанк	97%	93%		97%	100%	90%	87%	98%
Альфа-банк	90%	91%	91%	94%	96%	92%	96%	97%
ВТБ 24	90%	90%	94%	91%	96%	93%	98%	96%
Сбербанк России	91%	92%	89%	88%	91%	90%	93%	90%
Уралсиб	90%			91%	100%		94%	88%
Хоум Кредит Банк						73%	83%	85%
В целом по рынку	91%	91%	90%	89%	92%	91%	93%	91%

Таблица 6. Восприятие банка как надежного (доля клиентов, считающих свой банк надежным)

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Райффайзенбанк	96%	98%		97%	100%		87%	100%
Газпромбанк	97%	99%		97%	98%		99%	98%
Альфа-банк	93%	93%	96%	94%	99%		98%	98%
ВТБ 24	96%	94%	99%	97%	97%		98%	97%
Банк Москвы	99%	95%	87%	80%	98%		94%	97%
Сбербанк России	95%	96%	97%	95%	95%	94%	98%	95%
Хоум Кредит Банк							93%	90%
В целом по рынку	95%	95%	96%	94%	95%	94%	97%	95%

Таблица 7. Доля клиентов, считающих, что их банк полностью выполняет свои обязательства.

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Банк Москвы	98%	97%	88%	99%	87%	97%	100%	100%
Газпромбанк	100%	98%		97%	98%	99%	99%	100%
Райффайзенбанк	100%	96%		98%	97%	95%	92%	98%
Хоум Кредит Банк						83%	93%	97%
Уралсиб	96%			92%	100%		98%	96%
ВТБ 24	97%	96%	97%	99%	96%	94%	98%	96%
Альфа-банк	97%	99%	96%	94%	99%	96%	97%	94%
Сбербанк России	96%	97%	95%	94%	95%	94%	96%	94%
В целом по рынку	96%	97%	96%	95%	96%	95%	96%	94%

Таблица 8. Доля те, кто считает, что их банк предоставляет потребителям качественный сервис без очередей, проволочек и грубостей персонала.

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Райффайзенбанк	92%	95%		95%		86%	81%	100%
Газпромбанк	96%	95%		95%	94%	95%	98%	98%
Банк Москвы	86%	90%	76%	90%	90%	89%	92%	97%
Альфа-банк	89%	91%	96%	90%	95%	89%	93%	96%
ВТБ 24	88%	88%	95%	89%	96%	91%	94%	95%
Сбербанк России	84%	84%	84%	82%	86%	88%	90%	88%
Уралсиб	90%			96%	98%		94%	88%
Хоум Кредит Банк						83%	91%	88%
В целом по рынку	87%	87%	88%	86%	89%	89%	91%	90%

Таблица 9. Доля тех, кто считает свой банк доступным, располагающим сетью удобно расположенных офисов и отделений.

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Сбербанк России	95%	96%	96%	95%	94%	96%	96%	96%
Банк Москвы	92%	92%	89%	85%	82%	81%	80%	94%
Альфа-банк	91%	87%	82%	86%	84%	82%	84%	90%
ВТБ 24	93%	90%	87%	88%	87%	91%	88%	89%
Газпромбанк	97%	85%		90%	70%	84%	86%	88%
Хоум Кредит Банк						95%	92%	75%
Уралсиб	95%			87%	83%		85%	74%
Райффайзенбанк	92%	89%		93%	80%	71%	91%	69%
В целом по рынку	94%	94%	92%	92%	90%	90%	91%	92%

Таблица 10. Доля потребителей банковских услуг, которые считают продукты своего банка финансово привлекательными.

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Банк Москвы	77%	80%		71%	81%		83%	86%
Альфа-банк	73%	70%	82%	78%	74%	76%	84%	81%
Газпромбанк	80%	72%				86%	90%	80%
Хоум Кредит Банк						60%	64%	72%
ВТБ 24	72%	73%	81%	68%	76%	75%	77%	70%
Сбербанк России	66%	68%	68%	62%	68%	64%	64%	62%
В целом по рынку	71%	71%	73%	67%	71%	68%	69%	67%

Таблица 11. Доля клиентов, считающих свой банк современным.

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Альфа-банк	99%	93%	99%	100%
Райффайзенбанк	99%	95%	100%	100%
Банк Москвы	93%	97%	96%	97%
Газпромбанк	94%	99%	97%	96%
ВТБ 24	98%	98%	99%	96%
Сбербанк России	93%	92%	99%	95%
Хоум Кредит Банк		95%	100%	92%
Уралсиб	98%		94%	87%
В целом по рынку	94%	93%	97%	95%