

ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

С. В. Васильева¹,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ К РОССИЙСКИМ КОММЕРЧЕСКИМ БАНКАМ

Статья посвящена рассмотрению факторов лояльности клиентов к российским коммерческим банкам. Исследование, проведенное автором, показывает, что основными факторами, определяющими выбор вкладчиками банка, являются процентные ставки по депозитам, надежность банка и ориентация на привлечение средств от физических лиц. В статье представлен сравнительный анализ значимости данных факторов на следующих временных периодах: март 2012 г. и сентябрь 2017 г. В марте 2012 г. повышение процентной ставки положительно сказывалось на доле банка на рынке вкладов, в сентябре 2017 г. — отрицательно. Изменение тенденции связано с политикой Банка России, начавшейся в 2013 г., по очищению банковского сектора, что выражается в отзыве лицензий и санациях банков, а также с введением контроля за процентными ставками, устанавливаемыми банками. Более высокий уровень надежности банка и ориентация на физических лиц в обоих периодах оказывают положительное влияние на долю банка.

Ключевые слова: банковский сектор, коммерческие банки, вклады физических лиц, лояльность клиентов, процентные ставки по вкладам.

FACTORS BUILDING CUSTOMERS LOYALTY TO RUSSIAN COMMERCIAL BANKS

The article considers factors of customer loyalty to Russian commercial banks. The research conducted by the author shows that interest rates on deposits, bank reliability and orientation towards raising funds from individuals are the main factors determining the choice of a bank. The article presents a comparative analysis of the significance of these factors for March 2012 and September 2017. In March 2012, an increase in deposits rates had a positive influence on a bank market share; in September 2017, the influence was negative. Trend reversal is due to the Bank of Russia policy of banking sector cleaning that started in 2013 and implied revocation of bank licenses, bank sanitations, and control over interest rates on deposits set by

¹ Васильева Светлана Владимировна, аспирант экономического факультета; e-mail: svetlana.vasilyeva92@mail.ru

banks. The higher level of bank reliability and client orientation have a positive effect on the bank's share in both periods.

Key words: banking sector, commercial banks, individuals' deposits, client loyalty, interest rates on deposits.

Принимая решение о том, какому банку доверить свои сбережения, обычные граждане руководствуются рядом причин. Существует множество показателей, характеризующих финансовую стабильность банка, таких как достаточность капитала, ликвидность, рентабельность. Однако маловероятно, что среднестатистический вкладчик учитывает все указанные выше показатели. Прежде всего вкладчиков волнует вопрос о том, смогут ли они получить свои деньги назад, а также вопрос о том, выгодно ли предполагаемое вложение средств. Соответственно, можно предположить, что наибольшую роль при принятии решения будут играть такие факторы, как доверие к банку, в частности его репутация, а также привлекательность условий размещения средств.

Ответ на вопрос, почему клиенты изменяют банк обслуживания или остаются верны своему банку, может дать теория лояльности [Jacoby, Chestnut, 1978; Dick, Basu, 1994; Parasuraman, Grewal, 2000; Reichheld et al., 2000; Capizzi, Ferguson, 2005], поскольку именно она рассматривает процессы удержания старых клиентов и привлечения новых за счет построения устойчивых взаимоотношений с целевыми аудиториями [Griffin, Herres, 2002; Kumar, Shah, 2004; Yang, Peterson, 2004; Tsao et al., 2010].

Согласно подходу, обоснованному в работе М. Константинески и А. Филип [Constantinescu, Filip, 2007], можно разделить все факторы, влияющие на лояльность, на две группы: воздействующие положительно и отрицательно. Первая группа способствует поддержанию отношений с клиентами, вторая — ведет к снижению их лояльности (падает вероятность удержания, ухудшается отношение к банку).

В отношении факторов, положительно влияющих на лояльность, Н. Бендапуди и Л. Л. Берри [Bendapudi, Berry, 1997] отмечают, что клиенты остаются лояльными либо потому, что они удовлетворены обслуживанием, либо из-за ограничительных барьеров. Ограничительные факторы могут действовать как барьеры к прекращению отношений и оказывать позитивное влияние на удержание клиентов, однако они могут иметь отрицательный эффект на отношение клиентов к банку. Таким образом, банки сталкиваются со значительными рисками потери клиентов в случае исчезновения барьеров переключения.

Нами был проведен обзор эмпирических работ, посвященных анализу факторов, влияющих на смену банка обслуживания или продолжение сотрудничества с банком. Результаты оценки приведены в табл. 1.

Исследования, посвященные анализу факторов, оказывающих влияние на решения клиентов о смене банка или продолжении сотрудничества

Автор	С. Кивени (S. Keaveney)	С.-М. Триф (S.-M. Trif)	М. Олексиак (M. Oleksiak)	А. Филип, Л.-Д. Энгел (A. Filip, L.-D. Anghel)
Год публикации	1995	2013	2009	2009
Выборка	500	78	3199	1010
Страна	США	Румыния	Польша	Румыния
Факторы	Ценообразование, качество услуг, выбор оказываемых услуг, работа с жалобами, конкуренция, этические проблемы	Общая удовлетворенность, доверие	Удовлетворенность, доверие, качество, имидж, предложение, цена	Удовлетворенность, доверие, качество, привычка, барьеры, недостаточность информации
Автор	Bain & Company	PWC	Л. Понг (Phong L.)	Моисеску О.-И. (O.-I. Moisescu)
Год публикации	2013	2012	2017	2017
Выборка	190 200	Около 6 000	377	1449
Страна	27 стран	США	Вьетнам	Румыния
Факторы	Цены, качество, рекомендации, репутация, набор услуг, расположение офисов	Качество обслуживания, дружелюбие персонала, удобство, предложение, имидж	Удовлетворенность, доверие, издержки переключения	Социально ответственное поведение по отношению к клиентам: качество услуг, предоставление полной информации по услугам, установление справедливых цен, работа с жалобами

Источник: составлено автором на основе [Filip, Anghel, 1995; Keaveney, 1995; Oleksiak, 2009; Bain&Company, 2013; PWC, 2013; Moisescu, 2017; Phong, 2017].

В соответствии с эмпирическими работами по оценке факторов, влияющих на лояльность, цена, для банков — процентная ставка, является одним из основных.

Целью исследования, представленного в данной статье, является проверка влияния фактора процентной ставки по депозитам и ряда других факторов на объем привлеченных российскими коммерческими банками средств от физических лиц.

Для проверки гипотезы о том, что цена является значимым фактором при выборе банка обслуживания, была построена эконометрическая модель. Оценка проводилась для сегмента вкладов физических лиц.

В качестве зависимой переменной выступила рыночная доля банка в сегменте вкладов физических лиц. Независимые переменные — ставка по вкладу, ориентированность банка на работу с физическими лицами, надежность банка.

Поскольку в конце 2014 г. ситуация в финансовом секторе экономики России ухудшилась вследствие введенных санкций со стороны трех стран, что привело к существенному обесценению рубля в конце года, а также к повышению ключевой ставки Банка России в декабре 2014 г. с 9,5% сначала до 10%, а затем до 17% [Банк России, 2018], мы провели оценку на две даты: март 2012 г. (до ухудшения ситуации на рынке) и сентябрь 2017 г. (после адаптации рынка к новым условиям ведения деятельности). Подобный сравнительный анализ также позволит оценить влияние кризиса, ответных мер и регулирования со стороны Банка России на поведение вкладчиков.

В своем анализе мы будем придерживаться следующих обозначений:

$Size_i = \frac{q_i}{\sum_i^n q_i}$ — доля i -банка, где q_i — сумма вкладов физических лиц, находящихся в i -м банке,

Percent — ставка банковского процента,

Share — доля средств физических лиц в общем объеме средств, привлеченных банком от физических и юридических лиц. Данная переменная призвана отследить стратегию банка: ориентирован ли он в своей работе на физических или юридических лиц.

$$Dummy1 = \begin{cases} 1, & \text{если доля } i\text{-го банка больше } 1\% \\ 0, & \text{иначе} \end{cases}, \text{ где с помощью дан-}$$

ной фиктивной переменной определена принадлежность банка к числу крупных,

$$Dummy2 = \begin{cases} 1, & \text{если ставка процента } i\text{-го банка меньше} \\ & \text{заданного порогового уровня} \\ 0, & \text{иначе} \end{cases}$$

$$Rating = \left\{ \begin{array}{l} 5, \text{ самые надежные банки} \\ 4, \text{ довольно надежные банки, но их устойчивость} \\ \quad \text{зависит от благоприятной деловой среды} \\ 3, \text{ менее надежные банки с ограниченной подушкой} \\ \quad \text{ликвидности} \\ 2, \text{ менее надежные банки с повышенными рисками} \\ \quad \text{относительно группы 3} \\ 1, \text{ менее надежные банки с повышенными рисками} \\ \quad \text{относительно групп 2 и 3} \\ 0, \text{ банки, не вошедшие в рейтинг ТОП-100} \\ \quad \text{по версии } Forbes \end{array} \right\}$$

Оценка надежности банков (фактор *Rating*) была проведена на основе рейтинга, ежегодно публикуемого Forbes [Forbes, 2018]. Согласно методологии Forbes, проводится ранжирование по надежности 100 банков на основе кредитных рейтингов, присваиваемых рейтинговыми агентствами.

Поскольку большинство банков предлагает несколько видов вкладов с различными процентными ставками, при выборе ставки процента для каждого банка мы руководствовались следующими предположениями:

- по данным ГК АСВ, средний размер вклада по всей банковской системе оценивался в 129,8 тыс. руб. в 2011 г., 134 тыс. руб. в 1-м полугодии 2012 г. и в 165,7 тыс. руб. за 9 месяцев 2017 г. [Агентство по страхованию вкладов, 2018], поэтому для определения ставки процента мы будем исходить из минимальной суммы вклада в 100 тыс. руб.;
- с учетом указанных выше параметров практически у каждого банка существует несколько различных вкладов с разными ставками процентов, мы будем выбирать наибольшую, поскольку предполагается, что граждане рациональны и будут выбирать вклад, приносящий максимальный доход, такие показатели, как возможность пополнения и периодичность начисления процентов, не будут учитываться в анализе;
- все вклады имеют рублевую валюту.

Эконометрическая модель была построена с помощью пакета GRETL (табл. 2). С учетом существенного снижения количества банков в период 2012–2017 гг. оценка была проведена на двух одинаковых выборках. Доля банков, которые были включены в анализ, составила 93% для 2012 г. и 96% для 2017 г.

Модель для марта 2012 г.
Model March 2012: OLS, using observations 1-230
Dependent variable: l_size

	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>	<i>Conf</i>
const	-14,8595	1,18968	-12,4903	<0,00001	***
l_percent	1,68781	0,50618	3,3344	0,00094	***
Dummy1	1,53668	0,489706	3,1380	0,00184	***
Dummy2	0,557311	0,188196	2,9613	0,00327	***
Share	4,19912	0,346493	12,1189	<0,00001	***
Rating	0,838018	0,0569443	14,7164	<0,00001	***

Mean dependent var	-8,322563	S. D. dependent var	2,031077
Sum squared resid	655,0553	S. E. of regression	1,347055
R-squared	0,566146	Adjusted R-squared	0,560137
F(5, 224)	94,21531	P-value(F)	2,74e-63
Log-likelihood	-627,0626	Akaike criterion	1266,125
Schwarz criterion	1289,557	Hannan-Quinn	1275,436

RESET test for specification -

Null hypothesis: specification is adequate

Test statistic: $F(2, 222) = 0,244832$

with p-value = $P(F(2, 222) > 0,244832) = 0,622357$

White's test for heteroskedasticity -

Null hypothesis: heteroskedasticity not present

Test statistic: $LM = 16,9854$

with p-value = $P(\text{Chi-square}(17) > 16,9854) = 0,455359$

Conf* — уровень значимости переменной, *** — переменная значима на 1%-ном уровне,

** — переменная значима на 5%-ном уровне.

В качестве порогового значения для *Dummy2* в данном уравнении был принят уровень в 10% (следует отметить, что пороговое значение задается таким образом, чтобы разделить выборку примерно на две равные части).

На основе анализа статистики по 230 банкам было получено, что наилучшей формой зависимости, описывающей взаимосвязь доли банка со ставкой процента, является логарифмическая. Коэффициент при переменной *l_percent* значим на 1%-ном уровне, это говорит о том, что доля банка зависит от ставки процента, хотя и не линейно. Кроме того, на 5%-ном уровне значим коэффициент при переменной *Dummy2*. Положительный знак при коэффициенте может свидетельствовать о том, что если банковский процент меньше 10%, то доля банка будет при прочих равных условиях больше. Это может указывать на то, что вкладчики не доверяют банкам, предлагающим слишком большие проценты, так как скорее всего они не

слишком стабильны и им очень нужно привлечь средства вкладчиков, а впоследствии банки не смогут их вернуть.

Также следует отметить, что на 1%-ном уровне значим коэффициент при переменной *Dummy1*, что свидетельствует о том, что существуют банки с относительно большой долей, которая слабо зависит от ставки процента. Указанная переменная была введена в анализ для того, чтобы попытаться учесть остальные факторы, помимо ставки процента, влияющие на долю банка. К банкам, для которых значение *Dummy1* равно единице, относятся Сбербанк, Газпромбанк, Райффайзенбанк, «ВТБ 24», Банк Москвы, Альфа-Банк, «Уралсиб», Россельхозбанк, Промсвязьбанк и Росбанк, т.е. это самые известные российские банки. Отсюда следует, что данная фиктивная переменная позволяет в некоторой степени учесть фактор репутации банка.

По итогам оценки на 1%-ном уровне значимости было получено, что при росте доли финансирования, полученного от физических лиц, в общем объеме финансирования, привлеченного от физических и юридических лиц, рыночная доля банка растет. Данный результат согласуется с тем, что чем в большей степени банк полагается на физических лиц как на источник финансирования, тем в большей степени условия банка должны быть выгодными для привлечения клиентов. Связанным с данным фактором является фактор надежности, который также положительно влияет на долю банка на 1%-ном уровне значимости. Указанный вывод соответствует нашим ожиданиям, поскольку в условиях нестабильности финансовой системы население предпочитает размещать средства в более надежных банках. Следовательно, если банк является надежным, вкладчики с большей вероятностью разместят в нем депозиты, что приводит к увеличению средств, привлеченных от населения, и к соответствующему увеличению доли средств физических лиц в общем объеме средств, привлеченных от физических и юридических лиц.

Уравнение в целом характеризуется высоким уровнем значимости в 1% и высоким показателем R^2 , что свидетельствует о том, что знаки при коэффициентах корректно описывают зависимость доли банка от различных факторов.

Для проверки качества полученного уравнения были проведены тесты Рамсея на правильную спецификацию и тесты на гетероскедастичность, результаты которых приведены выше. По результатам тестов было получено, что на 5%-ном уровне значимости выбранная спецификация (логарифмическая) верна и в модели отсутствует гетероскедастичность. Таким образом, модель является корректной и может быть использована для интерпретации полученных результатов.

Зависимость доли банка от ставки процента и других факторов может быть описана следующим уравнением:

$$l_size = -14,86 + 1,69 * l_percent + 1,54 * Dummy1 + 0,56 * Dummy2 + 4,20 * Share + 0,84 * Rating$$

Проинтерпретируем коэффициенты при переменных (табл. 3).

Таблица 3

Интерпретация модели для марта 2012 г.

Переменная	Коэффициент при переменной	Интерпретация коэффициента
<i>l_percent</i>	1,69	При прочих равных условиях при увеличении банковской ставки на 1% доля банка увеличится на 1,69%
<i>Dummy1</i>	1,54	При прочих равных условиях принадлежность банка к числу крупных увеличивает его долю на 3,66%
<i>Dummy2</i>	0,56	При прочих равных условиях, если ставка банковского процента меньше 10%, то его доля больше на 0,75%
<i>Share</i>	4,20	При прочих равных условиях при увеличении доли средств, привлеченных от физических лиц, на 1% доля банка растет на 0,05–0,30% в зависимости от первоначальной доли
<i>Rating</i>	0,84	При прочих равных условиях увеличение рейтинга надежности банка на 1 класс приводит к росту рыночной доли на 1,32–28,79% в зависимости от первоначального рейтинга

Модель для сентября 2017 г.

Model September 2017: OLS, using observations 1-230

Dependent variable: *l_size*

	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>	Conf	<i>White's std. Error</i>	<i>White's confidence level</i>
const	–11,9441	2,14329	–5,5728	<0,00001	***	2,61861	***
<i>l_percent</i>	–1,7933	0,795883	–2,2532	0,02747	**	0,84352	**
<i>Dummy1</i>	2,16359	0,276187	7,8338	<0,00001	***	0,25220	***
<i>Share</i>	1,34751	0,451186	2,9866	0,00392	***	0,38089	***
<i>Rating</i>	0,136062	0,0618671	2,1993	0,03126	**	0,06329	**

Mean dependent var	–5,682638	S. D. dependent var	1,264003
Sum squared resid	40,65756	S. E. of regression	0,773243
R-squared	0,646563	Adjusted R-squared	0,625772

F(4, 225)	31,09903	P-value(F)	1,01e-14
Log-likelihood	-82,21999	Akaike criterion	174,4400
Schwarz criterion	185,8923	Hannan-Quinn	179,0039

RESET test for specification -

Null hypothesis: specification is adequate

Test statistic: $F(2, 223) = 0,395209$

with $p\text{-value} = P(F(2, 223) > 0,395209) = 0,531712$

White's test for heteroskedasticity -

Null hypothesis: heteroskedasticity not present

Test statistic: $LM = 22,4764$

with $p\text{-value} = P(\text{Chi-square}(13) > 22,4764) = 0,0484054$

Уравнение в целом, а также все переменные значимы на 1%-ном уровне. Отрицательный знак при переменной *l_percent* свидетельствует о том, что с ростом ставки процента доля банка снижается. Положительный коэффициент при переменной *Dummy1* говорит о том, что существуют банки с относительно большой долей, которая слабо зависит от ставки процента, что согласуется с выводами, полученными на основе данных за март 2012 г. К банкам, для которых значение *Dummy1* равно единице, относятся Сбербанк, Газпромбанк, Райффайзенбанк, «ВТБ 24», Банк Москвы, Альфа-Банк, Россельхозбанк, Промсвязьбанк, Бинбанк, Банк «ФК Открытие» и Московский кредитный банк. Таким образом, перечень крупных банков существенно не изменился. Отметим, что данный список практически полностью совпадает с перечнем системно значимых банков, однако, так как первый такой список был сформулирован в 2013 г., а первая модель построена для марта 2012 г., мы не использовали его в построении моделей.

На 5%-ном уровне значимости было получено, что переменная *Dummy2* является незначимой. Для сентября 2017 г. пороговое значение переменной составило 7,5%. Согласно модели на 5%-ном уровне значимости было получено, что банки со стратегией, ориентированной на привлечение средств преимущественно от физических лиц, а также более надежные банки имеют большую рыночную долю.

Значение R^2 составило 0,65, что свидетельствует о высоких прогнозных качествах модели. Данный факт вместе с изменением знака при переменной ставки процента может свидетельствовать об усилении концентрации на рынке вкладов, о том, что процентная ставка не является определяющим фактором при выборе банка обслуживания, в то время как непосредственно размер банка определяет степень доверия клиента к нему и влияет на выбор банка для обслуживания.

Для проверки качества полученного уравнения были проведены тесты Рамсея на правильную спецификацию и тесты на гетероскедастичность, результаты которых приведены выше. По результатам тестов было

получено, что на 5%-ном уровне значимости выбранная спецификация (логарифмическая) верна и в модели присутствует гетероскедастичность. Модель с гетероскедастичностью показывает корректные расчетные значения коэффициентов, однако стандартные ошибки и *t*-статистики рассчитываются некорректно, и, следовательно, может быть сделан неверный вывод о значимости переменных и уравнения в целом. Для преодоления данной проблемы были использован расчет стандартных ошибок в форме Уайта, что не привело к изменению вывода о значимости переменных (см. выше). Таким образом, модель является корректной и может быть использована для интерпретации полученных результатов.

Зависимость доли банка от ставки процента и других факторов может быть описана следующим уравнением:

$$l_size = -11,94 - 1,79 * l_percent + 2,16 * Dummy1 + 1,35 * Share + 0,14 * Rating$$

Проинтерпретируем коэффициенты при переменных (табл. 4).

Таблица 4

Интерпретация модели для сентября 2017 г.

Переменная	Коэффициент при переменной	Интерпретация коэффициента
<i>l_percent</i>	−1,79	При прочих равных условиях при увеличении банковской ставки на 1% доля банка снижается на 1,79%
<i>Dummy1</i>	2,16	При прочих равных условиях принадлежность банка к числу крупных увеличивает его долю на 7,67%
<i>Share</i>	1,35	При прочих равных условиях при увеличении доли средств, привлеченных от физических лиц, на 1% доля банка растет на 0,1—0,26% в зависимости от первоначальной доли
<i>Rating</i>	0,14	При прочих равных условиях увеличение рейтинга надежности банка на 1 класс приводит к росту рыночной доли на 0,15—0,28% в зависимости от первоначального рейтинга

Результаты

Сравнивая модели для марта 2012 г. и сентября 2017 г., можно сделать следующие выводы:

1. Изменилось направление влияния процентной ставки, если раньше увеличение процентной ставки положительно влияло на долю банка на рынке, то в текущих условиях влияние отрицательное. Данное наблюдение может свидетельствовать о том, что вкладчики не руководствуются

ставкой процента при выборе банка для обслуживания, так как существуют факторы, которые намного более важны для клиентов, в частности доверие к банку.

2. В условиях незначимости процентной ставки как фактора, которым руководствуются клиенты при выборе банка обслуживания, непосредственно размер банка, его принадлежность к крупнейшим, государственным или системно значимым банкам начинает играть определяющую роль при выборе банка для обслуживания.

3. В обоих периодах, если банк привлекает средства преимущественно от физических лиц, его рыночная доля больше, чем у банка, ориентированного на корпоративных клиентов. Данная тенденция является закономерной, так как первая группа банков в большей мере ориентирована на физических лиц. Следовательно, предложения по вкладам в большей степени соответствуют запросам со стороны клиентов.

4. Надежность банка является одним из важных критериев при выборе банка обслуживания в условиях нестабильности российского банковского рынка.

Полученные результаты, а также изменения направления влияния ставки процента могут быть объяснены следующими причинами:

1. Начиная с 2013 г. Банк России начал проводить активную политику по очищению банковского сектора, что привело к существенному увеличению отзывов лицензий и санаций банков. Динамика количества действующих банков за период с 1 января 2013 г. по 30 сентября 2017 г. приведена на рис. 1.



Рис 1. Динамика действующих банков

Источник: [Банк России, 2018].

Данная тенденция привела к снижению доверия населения к банковской системе в целом, особенно пострадал сегмент вкладов физических

лиц (по сравнению с сегментами кредитов, выданных физическим лицам). Ситуация обусловлена тем, что вкладчики в случае банкротства или санации страдают больше, чем заемщики, поскольку кредит заемщика либо переводится на другой банк, либо некоторые недобросовестные заемщики, пользуясь ситуацией, прекращают погашение кредита, т.е. они не могут потерять средства. В то время как вкладчики могут потерять свои сбережения свыше 1,4 млн руб. или же получить средства не сразу, а по истечении периода времени, когда будет определен банк, производящий выплаты по вкладам банка с отзыванной лицензией, если банк участвовал в системе страхования вкладов, если же банк не участвовал в системе страхования, то весьма вероятной становится ситуация полной потери сбережений, так как у подобного банка скорее всего отсутствуют средства для выплаты депозитов.

Подобное поведение свойственно российским вкладчикам, что может быть проиллюстрировано изменением доли Сбербанка и прочих государственных банков, доля которых на рынке вкладов физических лиц в период очистки банковского сектора растет, несмотря на относительно невыгодные предложения (табл. 5).

Таблица 5

**Динамика доли Сбербанка и государственных банков
на рынке вкладов физических лиц**

Наименование показателя	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.10.2017
Индекс государственных банков, %	58,3	59,6	61	61,7	64,2	63,9
Доля Сбербанка, %	45,7	46,7	45	46	46,6	46

Источник: [Банк России, 2018; Банки.ру, 2018].

По информации Банка России, очищение банковского сектора продлится до 2019 г. В рамках обсуждения с представителями Банка России тенденций изменений сектора представители банковского сообщества обращали внимание на постепенную консолидацию сектора и увеличение доли государственных банков, что приводит к снижению конкуренции. Однако представители Банка России отметили, что происходит очистка рынка от недобросовестных игроков: лицензии отзываются у банков, которые не соблюдают законодательство в области противодействия отмыванию доходов и финансированию террористов, а также те, что размещали средства в высокорисковые активы без адекватной оценки рисков, что поставило под угрозу средства вкладчиков. Недобросовестные игроки не конкурируют с другими банками на стандартных рыночных условиях,

поэтому действия Банка России не направлены на ограничение конкуренции, а наоборот, после очистки приведут к тому, что предложения банков будут более конкурентоспособными и будут соответствовать требованиям потребителей.

2. Политикой Банка России по регулированию процентных ставок по вкладам. На ежемесячной основе Банк России рассчитывает базовую доходность по вкладам, для банков, чья доходность по вкладам превышает базовую доходность более чем на 2 процентных пункта, предусмотрена дополнительная ставка страховых взносов, которые все банки, участники страхования вкладов, уплачивают Агентству по страхованию вкладов, в соответствии со ст. 36 ФЗ от 23.12.2003 № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» [Федеральный закон № 177-ФЗ]. Таким образом, предложение повышенных ставок приводит к уменьшению средств, доступных для размещения в активы за счет повышенных ставок резервов, что снижает привлекательность такого предложения для банков.

С одной стороны, данная мера является обоснованной, поскольку, привлекая средства населения под высокие ставки, банк вынужден компенсировать высокую стоимость финансирования вложениями в активы с высокой доходностью. Так как доходность и риск вложения являются обратно пропорциональными, банки вынуждены инвестировать в инструменты с высоким риском, в том числе выдавать кредиты высокорисковым заемщикам, что приводит к увеличению вероятности неплатежа по кредиту, тем самым подвергая риску финансовое положение банка и средства вкладчиков. С другой стороны, это ограничивает конкуренцию по цене.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в современных условиях во многом вследствие политики Банка России, которая выражается в отзыве лицензий на осуществление операций, санациях и контроле за уровнем процентных ставок по депозитам, основными факторами, определяющими выбор коммерческого банка вкладчиками, являются процентные ставки по вкладам физических лиц в сочетании с прочими факторами, среди которых ключевую роль играют принадлежность банка к крупнейшим, государственным или системно значимым банкам, надежность банка, а также клиентоориентированность.

Список литературы

1. Агентство по страхованию вкладов (АСВ). URL: <http://www.asv.org.ru> (дата обращения: 01.03.2018).
2. Банк России. Официальный сайт. URL: www.cbr.ru (дата обращения: 01.03.2018).
3. Банки.ру. Интернет-портал. URL: <http://www.banki.ru>
4. Федеральный закон от 23.12.2003 № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации».

5. Bain&Company Inc. Customer Loyalty in Retail Banking: Global Edition 2013.
6. *Bendapudi N., Berry L. L.* Customer's Motivation for Maintaining Relationships with Service Providers // Journal of Retailing. — 1997. — Vol. 73. — No. 1. — P. 15–38.
7. *Capizzi M. T., Ferguson R.* Loyalty trends for the twenty-first century // Journal of Consumer Marketing. — 2005. — No. 2 (22). — C. 72–80.
8. *Constantinescu M., Filip A.* Customer Retention and Customer Loyalty in Financial Service Industry: Definitions, Importance and Benefits // Revista Romana de Marketing, Anul. — 2007. — Vol. 2. — No. 1. — P. 221–237.
9. *Dick A. S., Basu K.* Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework // Journal of the Academy of Marketing Sciences. — 1994. — No. 2 (22). — C. 99–113.
10. *Filip A., Anghel L.-D.* Customer Loyalty and its Determinants in Banking Service Environment // The Amfiteatru Economic Journal. — 2009. — Vol. 11. — No. 26. — P. 288–297.
11. Forbes. Интернет-портал. URL: <http://www.forbes.ru/> (дата обращения: 15.02.2018).
12. *Griffin J., Herres R. T.* Customer loyalty: How to earn it, how to keep it. — San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2002.
13. *Jacoby J., Chestnut R.* Brand Loyalty: Measurement and management. — New York: John Wiley & Sons, 1978.
14. *Keaveney S. M.* Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study // Journal of Marketing. — 1995. — Vol. 59. — P. 71–82.
15. *Kumar V., Shah D.* Building sustaining profitability customer loyalty for the 21 century // Journal of retailing. — 2004. — No. 4 (80). — C. 317–329.
16. *Moisescu O.-I.* From CSR to Customer Loyalty: an Empirical Investigation in the Retail Banking Industry of a Developing Country // Scientific Annals of Economics and Business. — 2017. — Vol. 64(3). — P. 307–323.
17. *Oleksiak M.* Satisfaction Drivers in Retail Banking: Comparison of Partial Least Squares and Covariance Based Methods // Central European Journal of Economic Modelling and Econometrics. — 2009. — Vol. 1. — P. 83–102.
18. *Parasuraman A., Grewal D.* The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda // Journal of the Academy of Marketing Science. — 2000. — No. 1 (28). — C. 168–174.
19. *Phong L. T.* An Investigation into Customer Loyalty in Vietnam Retail Banking Industry // Business and Entrepreneurship Journal. — 2017. — Vol. 6(1). — P. 61–84.
20. PWC. Experience Radar 2013. Lessons from the U.S. Retail Banking Industry. November, 2012.
21. *Reichheld F. F., Markey R. G., Hopton C.* The Loyalty Effect — The Relationship between Loyalty and Profits // European Business Journal. — 2000. — No. 3 (12). — C. 134–139.
22. *Trif S.-M.* The Influence of Overall Satisfaction and Trust on Customer Loyalty // Management and Marketing Journal. — 2013. — Vol. 8. — No. 1. — P. 109–128.
23. *Tsao H.-Y., Pitt L., Campbell C.* Analysing consumer segments to budget for loyalty and promotion programmes and maximize market share // Journal of the Operational Research Society. — 2010. — No. 10 (61). — C. 1523–1529.

24. *Yang Z., Peterson R. T.* Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: The role of switching costs // *Psychology and Marketing*. — 2004. — No. 10 (21). — C. 799–822.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Agentstvo po strahovaniju vkladov (ASV). URL: <http://www.asv.org.ru> (data obrashhenija: 01.03.2018).
2. Bank Rossii. Oficial'nyj sajt. URL: www.cbr.ru (data obrashhenija: 01.03.2018).
3. Banki.ru. Internet-portal. URL: <http://www.banki.ru>
4. Federal'nyj zakon № 177-FZ ot 23.12.2003 «O strahovanii vkladov fizicheskich lic v bankah Rossijskoj Federacii».