

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра общей и экономической социологии

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Заведующий кафедрой

канд. социол. наук, доцент


Е.В. Андрианова

2021 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

магистерская диссертация

**ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В
ОЦЕНКАХ НАСЕЛЕНИЯ**

39.04.01 Социология

Магистерская программа «Экономическая социология»

Выполнил работу
студент 2 курса
очной формы обучения



Ашихмин Николай
Николаевич

Научный руководитель
Доктор соц. наук, профессор



Давыденко Владимир
Александрович

Рецензент
Кандидат социол. наук,
Доцент кафедры маркетинга
и муниципального управления
Тюменского индустриального
университета



Шлык Константин
Юрьевич

Тюмень
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БАНКОВСКОГО ПРОДУКТА	8
1.1. СУЩНОСТЬ БАНКОВСКОГО ПРОДУКТА. ОПРЕДЕЛЕНИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ	8
1.2. ВИДЫ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ	19
ГЛАВА 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ БАНКОВСКОГО ПРОДУКТА	26
2.1. ОБОСНОВАНИЕ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ	26
2.2. ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ	31
ГЛАВА 3. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПЕРСПЕКТИВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В ОЦЕНКАХ НАСЕЛЕНИЯ	39
3.1 ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В ОЦЕНКАХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	39
3.2 ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В ОЦЕНКАХ ЭКСПЕРТОВ	47
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ.....	66
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. АНКЕТА.....	71
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 ГАЙД ЭКСПЕРТНОГО ИНТЕРВЬЮ.....	77
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ЛИНЕЙНЫЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОТВЕТОВ РЕСПОНДЕНТОВ.....	78
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ТРАНСКРИПТЫ ИНТЕРВЬЮ	84

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы

В современном обществе происходит развитие и распространение банковских продуктов, трансформируются как банковские продукты, так и способы коммуникации компаний, предоставляющих банковские продукты, с потребителями банковских продуктов, также, трансформируются и сами компании, предоставляющие банковские продукты. Вместе с этим, банковским организациям необходимо постоянно увеличивать количество потребителей услуг, а это, по большей части, может произойти благодаря совершенствованию системы функционирования банка. Проблема исследования, таким образом, состоит в необходимости обнаружения эффективных способов создания, адаптации и внедрения новых банковских продуктов.

Степень разработанности научной проблемы

Различные определения банковского продукта дают такие исследователи как Уткин А.Н., Маслюченков Ю.С., Балабанов И.Т., Жуков Е.Ф., Маркова В.Д., Гурьянов С.А., Лаврушин О.И., Роуз П.

Тарасова Т.Ю. определяет сходства и различия понятий «банковская услуга» и «банковский продукт».

Стоит отметить, большую долю исследований, посвященных новым, инновационным банковским продуктам, так этот аспект рассматривают Безгачева О.Л., Ревенко О, Галигузов Н., Лемешева Е, Федосеева Е., Корсунова Н.Н., Караваева Ю.С., Курочко О.С., Бычкова И.И., Семенюта О.Г. Velas J., Chochořák A., Ključnikov A., Vincúrová Z. исследовали потребителей банковских продуктов в Чехии и Словакии.

Ивлева Н.А., Кравец О.Я., А.Н. Соломахин проводили исследование банковских продуктов с применением прогнозирования.

Вопросам оценки качества предоставляемых банковских услуг посвящены работы Жариковой Г.С., Поповой А.Е., Аброковой Л.С.

Объектом (теоретическим) выпускной квалификационной работы является банковский продукт;

Объектом (эмпирическим) - жители города Тюмени (потребители банковских услуг/ клиенты банка) в возрасте от 18 до 65 лет, сотрудники банков и представители инвестиционных компаний города Тюмени.

Предметом работы выступает мнение населения о перспективах использования банковского продукта.

Цель работы состоит в том, чтобы определить, как население Тюмени оценивает перспективы использования банковского продукта.

В рамках ВКР-МД выполнены следующие **задачи**:

1. Определена сущность банковского продукта, их классификация, структура;
2. Рассмотрены виды банковских продуктов;
3. Обоснован метод эмпирического исследования;
4. Описана методика исследования банковских продуктов;
5. Проанализированы мнения экспертов по поводу перспектив использования банковских продуктов;
6. Определено, как оценивает население Тюмени перспективы использования банковских продуктов.

Гипотеза исследования: по мнению населения (включая среднестатистических потребителей банковских продуктов, а также экспертов в этой области), наиболее актуальным банковским продуктом становится инвестирование.

Методологическая основа

В качестве методов исследования использовались анкетирование (онлайн-анкетирование, использовался сервис Google Формы) и экспертные интервью. Респонденты (анкетирование) - жители города Тюмени (потребители банковских услуг/ клиенты банка) в возрасте от 18 лет (опрошено 400 человек). Экспертами выступили сотрудники банков (опрошены сотрудники Альфа-Банка; банка ВТБ; Газпромбанка; банка «Открытие»; СберБанка; Стройлесбанка) и представители

инвестиционных компаний города Тюмени (инвестиционной компании «Атон».)
Проведено 9 экспертных интервью.

Основные положения, выносимые на защиту:

- Банковский продукт – это результат деятельности банка, который служит получению прибыли банком и удовлетворению потребностей клиентов;
- Цифровизация трансформирует банковский продукт, а также способы его получения (развитие онлайн-банков, приложений, развитие их экосистемы, развитие информационно-образовательных площадок в Интернете, электронный документооборот);
- Актуализируются инвестиционные продукты. Несмотря на небольшую инвестиционную активность, отмечаемую как потребителями, так и экспертами. Эксперты говорят о перспективах развития этого направления, потребители выражают готовность использования инвестиций, как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе. Наиболее активными группами, использующими этот банковский продукт, являются молодёжь и лица с доходами выше среднего;
- Распространение получает и более традиционный банковский продукт – кредит (в том числе кредитные карты, карты с овердрафтом).

Теоретическая значимость ВКР-МД состоит в расширении знаний о банковском продукте, его видах, функциях и тенденциях развития.

Практическая значимость заключается в разработанных по результатам исследования рекомендациях банкам и инвестиционным компаниям, направленных на продвижение банковских продуктов.

Научная новизна работы:

- Автором разработана и апробирована собственная методика исследования использования населением банковских продуктов в рамках ВКР-МД;
- Описаны тенденции использования банковских продуктов РФ;
- Разработаны рекомендации для банков относительно продвижения банковских продуктов.

Личный вклад заключается разработке методики исследования использования банковских продуктов населением, а также перспектив их использования, проведении эмпирического исследования, анализе и представлении результатов.

Основные выводы исследования:

- Банковские продукты широко используются населением, увеличивается количество потребителей банковских продуктов, повышается уровень доверия к банкам и банковским продуктам;
- Происходят изменения в структуре использования банковских продуктов (например, отмечается повышение спроса на кредитование);
- Основными тенденциями и перспективами развития банковского продукта является его цифровизация и инвестиции, а также совмещение этих двух тенденций (перспектив).

Рекомендации для банков и инвестиционных компаний:

- Цифровизация банковских продуктов, способов их предоставления клиентам, способов коммуникации с клиентами;
- Обучение и консультирование клиентов относительно цифровизации банковских продуктов;
- Информирование потребителей о перспективах и возможностях инвестирования;
- Осуществление информационно-образовательной деятельности в рамках взаимодействия с инвестированием.

Структура магистерской диссертации включает в себя введение, три главы и заключение. Первая глава состоит из двух параграфов, в которых даются определения термину банковский продукт, выделяются классификации продуктов, виды продуктов, описываются возможные перспективы использования. Вторая глава также состоит из двух параграфов, в них описывается опыт эмпирических исследований банковских продуктов и услуг и объясняется методология собственного исследования. Третья глава посвящена

результатам анкетирования населения и экспертного опроса, делаются выводы и даются рекомендации.

В ходе подготовки выпускной квалификационной работы использовались приемы абстрактного мышления, анализа, синтеза, а также средства и методы саморазвития, самореализации, творческого потенциала.

Формулирование выводов и разработка рекомендаций по результатам проведенного исследования осуществлялись с учетом возможных действий в нестандартных ситуациях и ответственности за принятые решения.