



**Подольская Татьяна Олеговна,**

ассистент кафедры коммерции ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского», г. Н. Новгород

[podolskaya79@yandex.ru](mailto:podolskaya79@yandex.ru)

**Трошин Александр Сергеевич,**

студент финансового факультета ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского», г. Н. Новгород

[atroext@gmail.com](mailto:atroext@gmail.com)

## **Исследование потребительского поведения при выборе коммерческого банка**

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные факторы, влияющие на выбор коммерческого банка потребителями, составлен рейтинг важности и выявлена степень значимости каждого из выбранных факторов.

**Ключевые слова:** коммерческий банк, потребители, факторы, исследования.

**Раздел:** (04) экономика.

В нашей современной жизни банки стали ее неотъемлемой частью. Практически каждый человек в той или иной степени знаком с работой банков и с удовольствием пользуется услугами, предоставляемыми финансовыми учреждениями. Банковские услуги оказывают существенное воздействие на повседневную жизнь людей. Несмотря на то что спектр таких услуг значителен, специалистами банков постоянно разрабатываются и внедряются новые продукты, а также совершенствуются уже действующие. Сегодня существует множество банков, и каждый банк борется за своего клиента. Это выражается в предоставлении особых условий обслуживания, и эти условия могут выгодно отличаться от предложений конкурентов. Поэтому прежде чем выбрать банк и стать его клиентом, нужно хорошо изучить весь спектр предоставляемых банковских услуг разными банками, провести анализ и сделать выводы. Это позволит в будущем избежать самых разных проблем.

Данная работа направлена в том числе и на то, чтобы узнать, что влияет на выбор коммерческого банка потребителями и какие из современных услуг оказывают наибольшее влияние на этот выбор среди целевого сегмента. Сегментом выбраны студенты и работающие граждане РФ в возрасте 18–22 лет, так как интересы этой категории потенциальных клиентов существенно отличаются от потребностей лиц старшего возраста. Это связано с массивной интеграцией новых технологий в повседневную жизнь человека, а представители данного сегмента – это именно те люди, которые активно пользуются такими технологиями, поэтому их можно рассматривать как перспективную клиентскую базу коммерческих банков.

Для выявления факторов, влияющих на выбор потенциальных клиентов, был проведен анализ результатов анкетирования. Опрашиваемыми являются студенты II–III курсов финансового факультета ННГУ им. Лобачевского в Нижнем Новгороде, возраст аудитории от 18 до 22 лет. Число респондентов – 100 человек, по 50 представителей каждого пола. На основании анализа было определено, какие из предложенных критериев: известность банка; распространенность отделений и банкоматов; наличие молодежных программ; стоимость обслуживания; величина процентов по кредитам и вкладам; качество и перечень современных услуг; эстетика банка и банковских продуктов – определяют выбор потребителя и в какой степени. Результаты опроса представлены в табл. 1.



Таблица 1

## Анализ важности факторов, влияющих на выбор коммерческого банка

Фактор	Мужская аудитория, кол-во ответов (процент от общего числа респондентов)	Женская аудитория, кол-во ответов (процент от общего числа респондентов)	Полный охват, кол-во ответов (процент от общего числа респондентов)
Известность	20 (40)	30 (60)	50 (50)
Распространённость отделений и банкоматов	45 (90)	35 (70)	80 (80)
Наличие молодёжных программ	15 (30)	25 (50)	40 (40)
Стоимость обслуживания	25 (50)	15 (30)	40 (40)
Величина процентов по вкладам и кредитам	15 (30)	40 (80)	55 (55)
Качество и перечень современных услуг	30 (60)	25 (50)	55 (55)
Эстетика банка и банковских продуктов	10 (20)	10 (20)	20 (20)

Приведённая выше таблица отображает количественные и процентные показатели ответов респондентов на тот или иной вопрос, таким образом, показывает важность того или иного фактора для мужской, женской или смешанной аудитории.

На основании данных табл. 1 проведена оценка и составлен рейтинг важности факторов, влияющих на выбор коммерческого банка. Результат приведён в табл. 2.

Таблица 2

## Рейтинг важности факторов, влияющих на выбор коммерческого банка

Мужская аудитория		Женская аудитория		Полный охват	
Фактор	Позиция в рейтинге	Фактор	Позиция в рейтинге	Фактор	Позиция в рейтинге
Известность	4	Известность	3	Известность	4
Распространённость отделений и банкоматов	1	Распространённость отделений и банкоматов	2	Распространённость отделений и банкоматов	1
Наличие молодёжных программ	5–6	Наличие молодёжных программ	4–5	Наличие молодёжных программ	5–6
Стоимость обслуживания	3	Стоимость обслуживания	6	Стоимость обслуживания	5–6
Величина процентов по вкладам и кредитам	5–6	Величина процентов по вкладам и кредитам	1	Величина процентов по вкладам и кредитам	2–3
Качество и перечень современных услуг	2	Качество и перечень современных услуг	4–5	Качество и перечень современных услуг	2–3
Эстетика банка и банковских продуктов	7	Эстетика банка и банковских продуктов	7	Эстетика банка и банковских продуктов	7

Итак, абсолютно очевидно, что для мужской и женской аудитории важны различные факторы. Для мужчин самым значимым является распространённость отделений и банкоматов, для женщин важнее величина процентов по вкладам и кредитам. Для мужчин также важны качество и перечень современных услуг и стоимость



обслуживания, а для женщин на втором месте находится основополагающий фактор мужчин, на 3-м месте для мужской аудитории – известность банка, в то время как для противоположного пола эта позиция занимает лишь 6-е место. Совпали мнения лишь по одному фактору, при этом для всех эстетика заняла последнее место.

Для смешанной аудитории распространённость занимает лидирующее место. Такой фактор важен для 4 человек из 5. 2–3-е места делят такие факторы, как величина процента и качество и перечень современных услуг, показывая процент важности, равный 55, или 11 человек из 20. Эстетичность, самый не основополагающий из факторов, важен лишь для одного человека из 5.

Ввиду заинтересованности молодежной аудитории фактором качество и перечень современных услуг был проведен опрос, какой продукт является наиболее привлекательным. Рассматривались следующие предложения: мобильный банк, мобильные программы и приложения, онлайн-банк, облачные технологии, бонусные программы. Результаты анализа в виде рейтинга приведены в табл. 3.

Таблица 3

Рейтинг степени важности современных услуг

Мужская аудитория		Женская аудитория		Полный охват	
Услуга	Позиция в рейтинге	Услуга	Позиция в рейтинге	Услуга	Позиция в рейтинге
Мобильный банк	2	Мобильный банк	3	Мобильный банк	2–3
Мобильные программы и приложения	5	Мобильные программы и приложения	5	Мобильные программы и приложения	5
Онлайн-банк	1	Онлайн-банк	1	Онлайн-банк	1
Облачные технологии	4	Облачные технологии	4	Облачные технологии	4
Бонусные программы	3	Бонусные программы	2	Бонусные программы	2–3

Онлайн-банк занимает лидирующее место в рейтинге, опережая любую другую услугу, в то время как мобильные приложения оказались наименее востребованными из всех предложений, а это значит, что потребитель при выборе банка в настоящее время обращает минимальное внимание на наличие мобильных приложений.

На основании важности факторов, влияющих на выбор коммерческого банка, был составлен рейтинг 20 крупнейших российских банков с точки зрения степени удовлетворения ими этих факторов.

В табличной форме (см. табл. 4) представим факторы с указанием способов и источников их определения.

Рейтинг составляется исходя из данных анализа по факторам, с учётом коэффициентов значимости показателя. Коэффициенты значимости определяются как процентное значение значимости того или иного фактора на основе результатов опроса полного охвата. К примеру, коэффициент значимости фактора «известность» = 1,5, так как процентное значение значимости = 50%. Максимальная рейтинговая сумма без учёта коэффициентов = 70 с учётом = 104. Введение коэффициентов обусловлено неоднозначным отношением потребителей к тому или иному фактору. Коэффициенты позволяют в полной мере отразить конечный рейтинг банка по определённым факторам с учётом потребительских интересов.

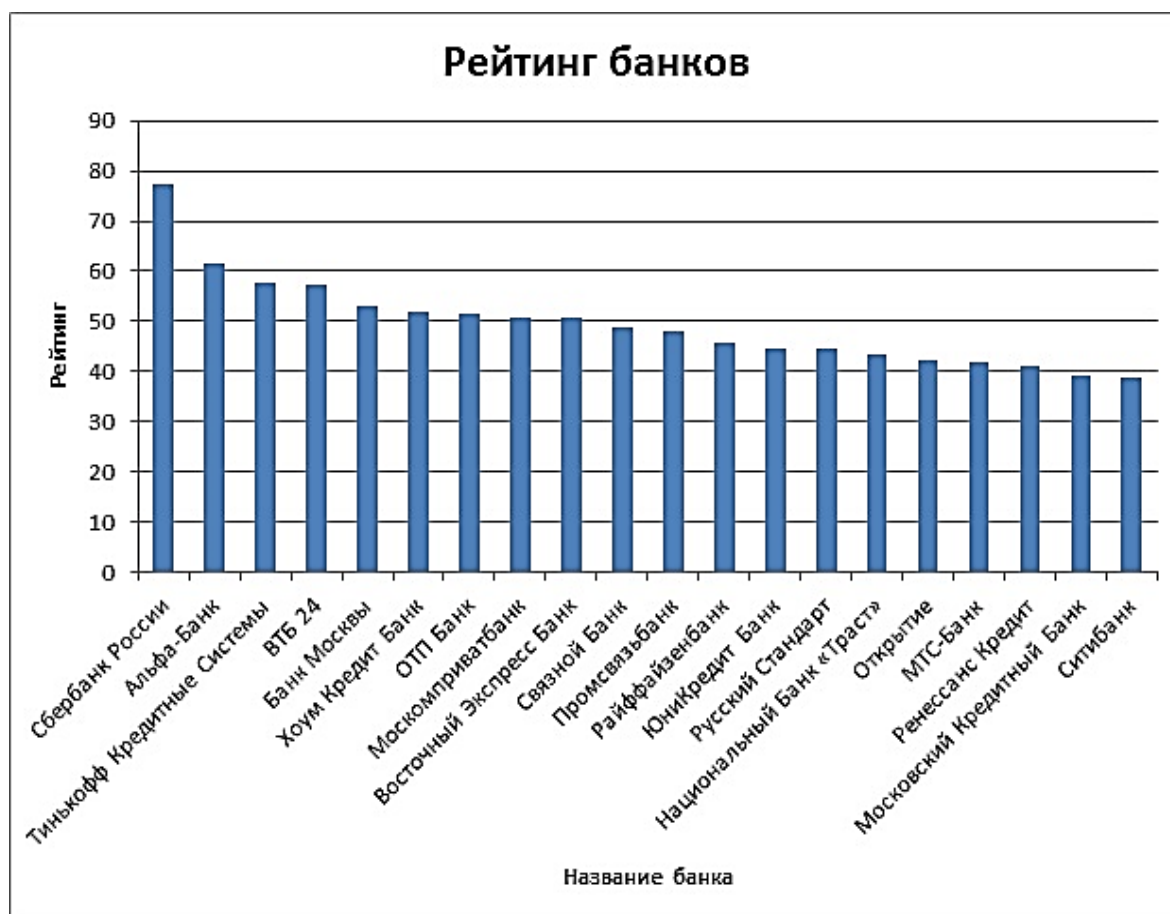


Таблица 4

## Способы определения оценок факторов

Наименование фактора	Способ и источник определения
Распространённость	Определяется как количество фирменных отделений и банкоматов в Нижегородской области по данным 2gis (Нижний Новгород, Дзержинск, Бор, Кстово и т. д.)
Величина процентов по кредитам и вкладам	Определяется разницей между минимальной процентной ставкой по основному виду кредита (кредитная карта) и средней процентной ставкой по вкладам (период вклада – 12 мес.). Чем ниже окончательное значение, тем выше рейтинг
Качество и перечень современных услуг	Определяется наличием и разнообразием таких услуг и критерием субъективной оценки автора
Известность	Определяется с помощью народного рейтинга сайта banki.ru (количество отзывов)
Наличие молодёжных программ	Определяется предложениями банков таких программ и субъективной оценкой автора
Стоимость обслуживания	Определяется стоимостью обслуживания наиболее распространённой кредитной карты
Эстетичность	Определяется оценкой автора на основе анкетных данных таких параметров, как эмблема и основные цвета компании, а также разнообразие цветовых вариаций оформления банковских карт
Окончательная оценка выставляется по каждому из пунктов, исходя из вышеприведённых условий	

Рейтинг банков выглядит следующим образом.





Безоговорочным лидером рейтинга является «Сбербанк России». Успех этого банка легко объясним. На данный момент Сбербанк является наиболее известным и «распространённым» банком из всех в РФ, и в частности в Нижегородской области. А самым значимым фактором для потребителя молодёжной аудитории явилась как раз распространённость отделений и банкоматов. В этом пункте Сбербанк стал безоговорочным фаворитом, обогнав всех своих конкурентов в несколько раз (на основании данных 2gis). Самой уязвимой точкой банка стала экономическая составляющая. Из всех факторов банк получил минимальную оценку за относительно высокие проценты по кредитам и относительно низкие проценты по вкладам. Также относительно слабыми сторонами оказались стоимость обслуживания и эстетичность.

На втором месте располагается «Альфа-Банк», который получил максимально возможное количество баллов за реализацию такого фактора, как современные услуги, а также получил высокую оценку за низкие процентные ставки по кредитам и высокие ставки по вкладам. Сильными сферами данного банка также стали известность и эстетичность, а вот такие факторы, как стоимость обслуживания и молодёжные программы, являются слабейшими сторонами данного банка.

Составленный рейтинг также отражает специфику некоторых банков. Так, «Тинькофф Кредитные Системы» занимает третье место в рейтинге банков, что на первый взгляд не сочетается с рейтингом важности факторов. Специфика данного банка в том, что он не имеет филиалов и представительств, а обладает единственным головным офисом в Москве и осуществляет свою деятельность не так, как это делают обычные банки. Чтобы получить карту данного банка, необходимо заполнить заявку и через некоторое время получить её по почте в любом регионе Российской Федерации. Несмотря на то что данная компания получила минимальный балл за фактор «распространённость», который является наиболее важным для молодёжной аудитории, на основании проведённого исследования она показала превосходные результаты в других категориях, что позволило ей выйти на третье место в рейтинге, даже учитывая практически полное отсутствие также и молодёжных программ (см. табл. 5 и анкету).

### **Анкета «Банки и банковские услуги»**

Данный опрос направлен на то, чтобы узнать, какие из современных услуг оказывают наибольшее влияние на выбор коммерческого банка среди молодёжной аудитории.

Анкета является добровольной и анонимной. Ниже представлен ряд вопросов, на которые необходимо ответить.

1. Ваш пол.
2. Пользуетесь ли Вы банковскими услугами?
3. Если да, то какими?
4. Если да, то услугами какого банка Вы пользуетесь?

5. Оцените важность наличия определённого вида услуг по 10-балльной шкале, где 1 – совершенно не важно, а 10 – имеет первостепенное значение:

<b>Вид услуги</b>	<b>Оценка</b>
Мобильный банк	
Мобильные банковские программы и приложения	
Онлайн-банк	
Наличие облачных технологий (сохранение необходимой информации в системе удалённого доступа, использование удалённых систем для транзакций и совершения операций и др.)	
Наличие бонусных программ (баллы за совершение операций, сотрудничество и предоставление льготных условий в магазинах-партнёрах и др.)	





6. Какие критерии наиболее важны для Вас при выборе банка? (нужное отметить)
- известность;
  - распространённость отделений и банкоматов;
  - наличие молодёжных программ (молодёжные карты, специальные условия и акции и др.);
  - стоимость обслуживания;
  - величина процентов по вкладам и кредитам;
  - качество и перечень современных услуг (мобильный банк, онлайн-банк и др.);
  - эстетика банка и банковских продуктов (цвета и эмблема банка, наличие различных цветовых вариаций и дизайна для банковских карт и др.);
  - иное (укажите что)

Таблица 5

## Подробный рейтинг банков по факторам

Банк	Рас- про- стра- нён- ность	Ве- ли- чина про- цен- та	Со- ре- мен- ные услу- ги	Из- вест- ность	Мо- ло- дёж- ные про- грам- мы	Сто- имос- ть об- слу- жива- ния	Эсте- тич- ность	Сум- ма бал- лов	Рей- тинг
Сбербанк России	10	4	9	10	8	5	5	51	77,35
Альфа-Банк	5	8	10	7	1	3	7	41	61,4
Тинькофф Кре- дитные Системы	1	6	10	6	2	6	9	40	57,6
ВТБ 24	5	7	9	6	1	5	5	38	57,2
Банк Москвы	2	7	7	3	4	5	9	37	53,2
Хоум Кредит Банк	4	2	7	7	1	10	4	35	51,85
ОТП Банк	2	4	9	5	6	6	3	35	51,65
Москомприват- банк	5	5	7	2	1	10	4	34	50,8
Восточный Экс- пресс Банк	3	1	7	4	8	6	6	35	50,6
Связной Банк	2	5	10	4	1	6	5	33	48,65
Промсвязьбанк	4	3	8	3	1	6	8	33	48,15
Райффайзенбанк	4	10	7	3	1	1	4	30	45,65
ЮниКредит Банк	4	5	7	3	1	5	5	30	44,7
Русский Стандарт	3	3	8	7	1	3	5	30	44,55
Национальный банк «Траст»	3	2	3	5	1	10	6	30	43,25
Открытие	3	5	5	3	1	5	7	29	42,2
МТС-Банк	3	3	9	3	1	6	3	28	41,9
Ренессанс Кредит	2	6	3	5	1	8	3	28	41,25
Московский Кре- дитный Банк	1	7	3	3	3	6	4	27	39,2
Ситибанк	2	4	9	3	1	4	3	26	38,85

Таким образом, с помощью проведённого исследования путем анкетирования были выявлены основополагающие факторы, влияющие на выбор целевым потребителем коммерческого банка, составлен рейтинг значимости таких факторов и осуществлён анализ 20 крупнейших банков, представленных на территории Нижегородской области. Полученные результаты показывают, на какие банковские продукты представителям банков нужно обратить внимание для привлечения молодёжной аудитории 18–22 лет, чтобы получить максимальный результат с помощью наибольшей степени удовлетворённости таких клиентов.



## **Study of consumer behavior when choosing a commercial bank**

**Abstract.** The author describe the main factors, influencing customers' choice of commercial bank; rate the factors by importance and single out the degree of significance of the selected factors.

**Key words:** commercial bank, consumers, factors research.

## **Рекомендовано к публикации:**

*Рогановой С. Ю., кандидатом экономических наук;*

*Горевым П. М., кандидатом педагогических наук, главным редактором журнала «Концепт»*