УДК 336

ИССЛЕДОВАНИЕ ПУБЛИКАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПО ВОПРОСАМ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Петрова Татьяна Викторовна
Доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и отраслевой экономики, ФГБОУ ВО «СибГИУ»

Ражева Наталья Игоревна
Аспирант кафедры менеджмента и отраслевой экономики, Преподаватель, Университетского колледжа ФГБОУ ВО «СибГИУ»

В статье проведен библиографический анализ публикаций за 2010 – 2022 гг. по банковским продуктам. Определена степень разработанности этой темы: выявлен значительный интерес к рассмотрению банковских продуктов в целом и цифровых банковских продуктов, в частности. Проанализирована заинтересованность авторов вопросами диверсификации банковских продуктов и молодежных банковских продуктов, установлено, что интерес к этим продуктам значительно меньше.

***Ключевые слова**: банковский продукт, диверсификация банковских продуктов, цифровой банковский продукт, молодежный банковский продукт, молодежный банкинг.*

*****

Одна из основных целей любого коммерческого банка – стабильное получение прибыли и ее максимизация от осуществления своей деятельности. В процессе своей деятельности коммерческий банк создает и реализует банковские продукты. В современных реалиях в банковской сфере наблюдается стремительный рост конкуренции между кредитными организациями, в связи с чем, рассмотрение вопросов разработки новых банковских продуктов и модернизации существующих, их продвижение приобретают еще большую актуальность. Клиенты становятся более требовательными к финансовым продуктам. Молодежный сегмент на рынке банковских услуг составляет весомую долю потенциальных клиентов банков в обозримом будущем. Финансовые организации уже в настоящий момент должны стремиться завоевать эту аудиторию. Предпочтения, нужды, образ мышления молодежи значительно отличается от образа мышления людей старших поколений. Отличия поколений требует от банков разработки новых продуктов и иных форматов взаимодействия с целевой аудиторией.

Материалы и методы

В данной статье с использованием библиометрического метода проведен библиографический анализ аспектов трансформации банковских продуктов. Библиографический поиск проведен по следующим дефинициям: банковский продукт, диверсификация банковских продуктов, розничный банковский продукт, цифровой банковский продукт, молодежный банковский продукт. Для анализа публикаций была использована база Elibrary.ru.

Поиск по ключевым словам осуществлялся среди статей, материалов конференций и патентов за период 2010 – 2022 гг.

В мировой практике в последние годы наблюдается интерес к вопросу качества взаимодействия финансовых организаций с потребителями финансовых услуг. Развитие

дистанционных каналов реализации финансовых продуктов, появление новых сложных финансовых продуктов при отсутствии необходимого уровня финансовой грамотности населения, нарушение прав потребителей снижают степень доверия к финансовым организациям, порождают риски для финансовой стабильности банков.

О существовании несоответствия приобретенных финансовых продуктов ожиданиям и потребностям потребителей можно судить по числу обращений потребителей в Банк России. Кроме того, о наличии несоответствий можно судить по косвенным признакам: невозможность для клиента выполнять взятые перед банком обязательства; отсутствие знаний по использованию каких-либо сервисов, входящих в состав финансового продукта и т.п. Все это позволяет сделать вывод о масштабе несоответствия финансовых продуктов интересам целевой потребительской аудитории.

О необходимости повышать клиентоориентированность финансовых организаций, необходимости разработки диверсифицированных банковских продуктов говорится в докладе Банка России.

Таким образом, в настоящий момент существует необходимость трансформации процесса управления банковскими продуктами. Изменение процесса управления банковскими продуктами принесет положительный эффект как финансовым организациям, так и самим клиентам банков.

Для финансовых организаций изменение процесса управления продуктом будет способствовать устойчивому развитию организации: понимание потребностей существующих и потенциальных клиентов позволит повысить лояльность клиентов, сформировать долгосрочные отношения с потребителями, увеличить объемы продаж.

Для потребителей трансформация управления банковскими продуктами позволит улучшить их удовлетворенность качеством финансовых продуктов, повысить степень благосостояния клиентов в будущем [1].

Для выявления интереса к банковским продуктам проведен анализ количества публикаций по данной теме за период с 2010 по 2022 гг. Характерной чертой данного периода является активное развитие интернет-банкинга и мобильного банкинга. Несмотря на то, что технология дистанционного банковского обслуживания (ДБО) была известна достаточно давно, до 2010 г. системы ДБО были у ограниченного числа российских банков, а численность удаленных клиентов в этот период была весьма низкой. После экономического кризиса 2008 г. российские банки изменили политику работы с розничными клиентами. Именно в этот период был взят курс на развитие системы ДБО. Активному внедрению сервисов дистанционного банковского обслуживания способствовало развитие интернет-технологий и рынка мобильных устройств.

Количество публикаций по ключевым дефинициям представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Число публикаций по теме банковских продуктов за 2010 – 2022 гг. базы Elibrary.ru

Поисковая дефиниция	Общее число публи-каций	Число статей				Суммарное количество цитирований
		в журналах, входящих в ядро РИНЦ	в журналах входящих в RSCI	в журналах, входящих в Web of Science или Scopus	журналы, не входящие в ядро РИНЦ, RSCI, Web of Science, Scopus	
Банковский продукт	5101	64	43	37	5037	9381
Диверсификация банковских продуктов	61	2	1	2	59	149
Розничный	233	3	3	2	230	567

банковский продукт						
Цифровой банковский продукт	492	6	6	3	486	1214
Молодежный банковский продукт/ молодежный банкинг	8	0	0	0	8	50
Почта Банк	105	1	0	1	104	42

По данным таблицы 1 можно отметить повышенный интерес исследователей в данной предметной области по таким дефинициям, как банковский продукт и цифровой банковский продукт.

Более детальный анализ публикаций базы Elibrary.ru по каждой дефиниции за 2010–2022 гг. представлен в таблице 2, динамика количества публикаций представлена на рисунках 1, 2 [2].

Таблица 2 – Количественная характеристика публикаций по теме банковских продуктов за 2010 – 2022 гг.

Ключевая дефиниция	Показатель	Годы												
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Банковский продукт	Количество публикаций	81	136	180	188	269	391	416	565	551	660	614	620	430
	Суммарное число цитирований	235	564	454	709	799	1323	985	963	1062	1011	631	584	61
	Максимальная цитируемость публикаций	34	91	30	48	38	60	64	162	38	42	27	119	7
Диверсификация банковских продуктов	Количество публикаций	0	1	3	1	3	3	3	12	8	7	9	6	5
	Суммарное число цитирований	0	8	9	5	34	22	0	19	28	12	4	8	0
	Максимальная цитируемость публикаций	0	8	5	5	33	19	0	8	10	8	2	5	0
Розничный банковский продукт	Количество публикаций	8	7	12	7	12	25	22	18	24	27	30	28	13

	Суммарное число цитирований	18	18	33	27	61	148	55	36	40	65	21	34	11
	Максимальная цитируемость публикаций	12	8	12	13	33	60	15	11	19	17	5	7	6
Цифровой банковский продукт	Количество публикаций	0	0	0	0	0	2	1	9	36	92	105	138	109
	Суммарное число цитирований	0	0	0	0	0	15	22	193	208	312	284	161	19
	Максимальная цитируемость публикаций	0	0	0	0	0	15	22	163	38	28	27	17	4
Молодежный банковский продукт, молодежный банкинг	Количество публикаций	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	2	1
	Суммарное число цитирований	0	0	0	0	0	4	45	0	0	0	0	1	0
	Максимальная цитируемость публикаций	0	0	0	0	0	4	45	0	0	0	0	1	0
Почта Банк	Количество публикаций	3	2	1	2	8	2	5	8	20	12	15	14	13
	Суммарное число цитирований	5	4	1	5	4	3	0	0	2	3	5	2	8
	Максимальная цитируемость публикаций	3	2	1	3	2	3	0	0	2	1	4	1	4

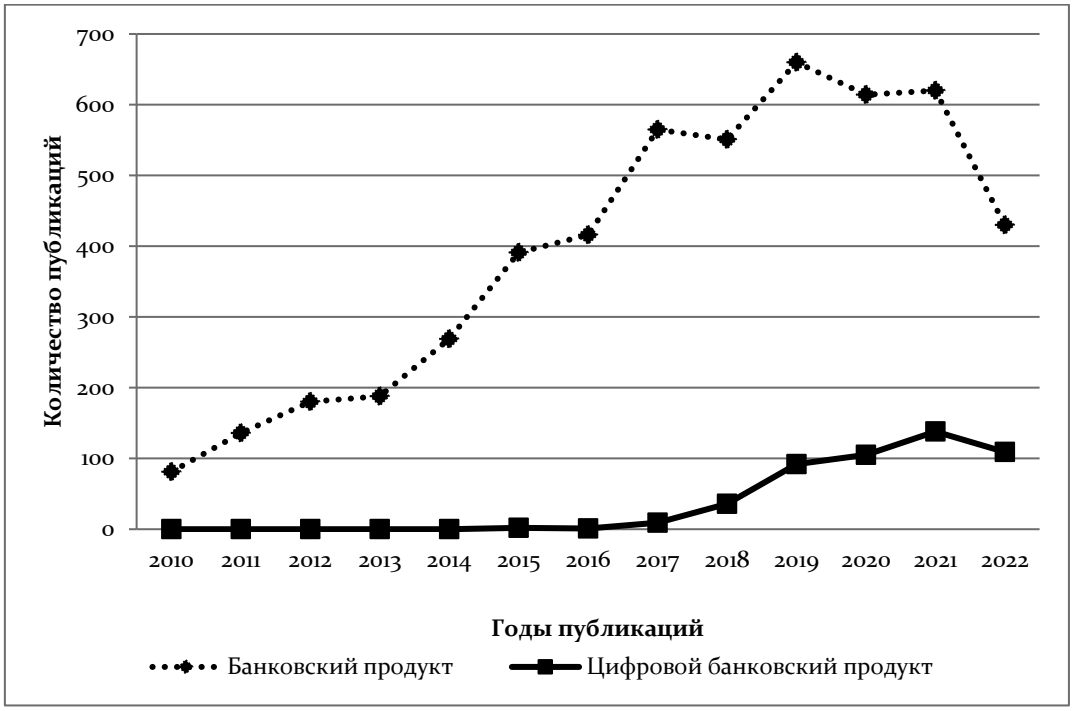

Рисунок 1 – Динамика количества публикаций за 2010 – 2022 гг. по банковским продуктам и цифровым банковским продуктам

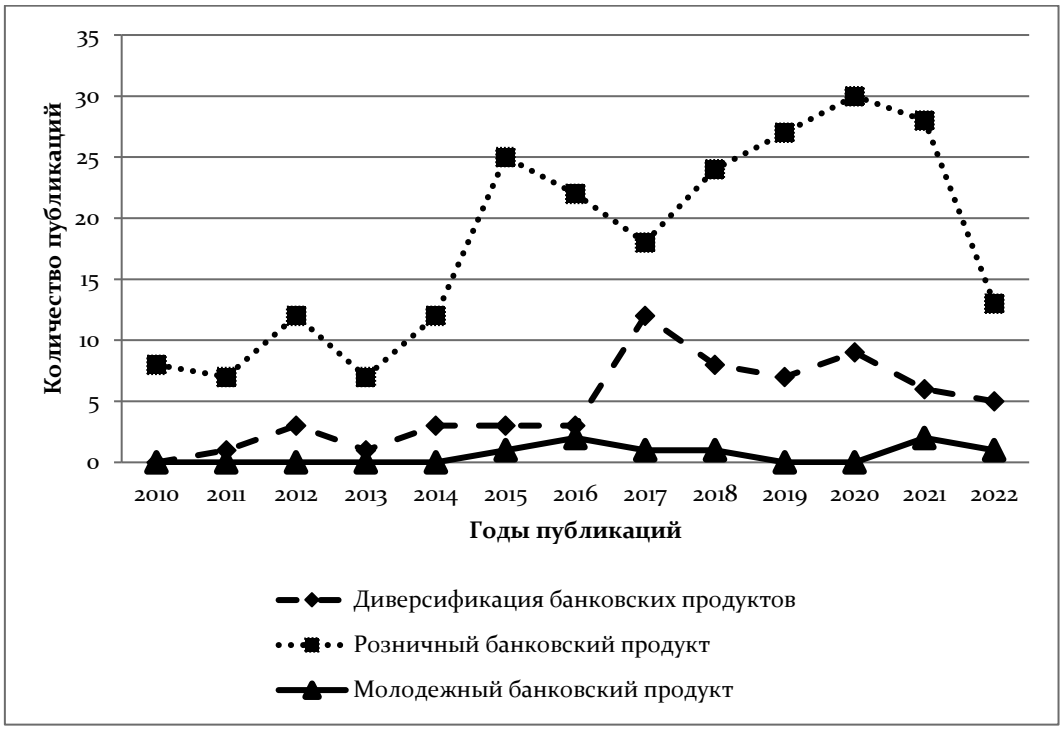

Рисунок 2 – Динамика количества публикаций за 2010 – 2022 гг. по диверсифицированным банковским продуктам

Рассмотрим наиболее цитируемые статьи авторов по ключевым понятиям.

За 2019 г. самой цитируемой по дефиниции «банковский продукт» является статья авторов Нечайчук Д.В., Котелевская Ю.В., Шевчук Л.Е. «Региональный разрез формирования кредитной политики современного банковского сектора: Крым и Севастополь». Авторы рассматривают вопросы формирования кредитной политики нового для Российской Федерации субъекта – Республики Крым [3]. В статье поднимается проблема доступности финансовых услуг в регионе. Авторы отмечают, что финансовые учреждения региона в целом предлагают населению весь спектр основных банковских продуктов, однако делают акцент на том, что в Крыму и Севастополе осуществляют деятельность всего 7 банков. При таком незначительном количестве банковских организаций фактически отсутствует конкуренция. Для улучшения состояния финансового рынка для розничных клиентов авторы указывают на необходимость развития новых банковских услуг: бесконтактных карт, оплату смартфонами и прочие/

За 2020 г. наибольшее количество цитирований было у публикации коллектива авторов Оренбургского ГАУ Андреевой Н.В., Ермош Е.В., Набатчиковой С.В., Огородниковой Е.П. «Применение цифровых технологий в банковском секторе экономики». Авторы рассматривают основные направления цифровизации банковской отрасли, указывают на неравномерность реализации цифровой трансформации по стране в целом, отмечают отсутствие полностью цифровых банков в России, но при этом делают акцент на том, что цифровые технологии являются одним из способов расширения клиентской базы банка. В статье отмечается, что в России развиваются различные технологии инновационных платежей (силиконовые браслеты, керамические кольца с чипом, развитие цифрового банкинга, дистанционные каналы обслуживания и другие) [4]. Авторы указывают, что для расширения клиентской базы финансовых учреждений необходимо введение инноваций в их деятельность. Запуск принципиально новых продуктов на основе digital технологий является одним из приоритетных направлений привлечения клиентов. В публикации говорится, что банки все чаще предлагают персонализированные кешбэк-сервисы с возможностью выбора категорий покупок, а часть банков уже начала использовать предиктивную аналитику для создания индивидуальных предложений. Андреева Н.В. (и др.) указывают на необходимость развития омниканального обслуживания клиентов, необходимость запуска новых продуктов на основе цифровых технологий

Вторая по количеству цитирований по дефиниции «банковский продукт» является статья Бубновой Ю.Б. «Трансформация бизнес-модели банка в условиях цифровой экономики» [5]. В своей статье автор делает акцент на том, что основными потребителями банковских услуг становятся представители поколений миллениалов (поколение Y, 1981 – 1996 годы рождения) и центениалов (поколение Z, 1997 – 2012 годы рождения), для которых смартфон является самым важным персонализированным техническим устройством. Именно с его помощью становится возможным предоставление широкого спектра банковских услуг и продуктов, их персонализации, пакетных предложений в режиме реального времени.

Наибольшее число цитирований публикаций 2022 г. принадлежит статье Н.А. Лазаревой «Проблемы и перспективы трансформации традиционного банкинга в финансово-банковские экосистемы» [6]. В публикации освещаются проблемы трансформации банков в банковскую экосистему, рассматриваются перспективы функционирования данной формы деятельности, освещаются негативные последствия такой трансформации для бизнеса и потребителей.

Количество публикаций по дефиниции «диверсификация банковских продуктов» по сравнению с числом публикаций по «банковским продуктам» резко сокращается, порядка 90 раз.

Самой цитируемой статьей по данной дефиниции в 2019 г. является публикация Горовец Н.А. «Российский рынок лизинга: современное состояние и тенденции».

Следующей по цитируемости публикацией является «Инструментарий исследования рыночной конкуренции в банковском секторе», Леонов М.Ф., Фирсова С.Н. [7]. В статье анализируется применимость показателей рыночной конкуренции в

банковском секторе, рассматриваются преимущества и недостатки каждого из них в условиях трансформации и цифровизации банковской отрасли. Леонов М.Ф. и Фирсова С.Н. отмечают, что применение цифровых технологий позволяет декомпозировать традиционные банковские продукты на отдельные элементы и создать на их основе более привлекательные для клиентов продукты.

За 2020 г. наибольшее число цитирований у статьи Луковниковой Н.С. «Особенности применения кредитных банковских инструментов в условиях развития банковской системы России» [8]. Автор указывает на необходимость диверсификации кредитного портфеля, оптимизацию расчетов с держателями банковских карт, что будет способствовать повышению эффективности применения кредитных банковских инструментов, а также предупреждению финансовых потерь банков.

В 2021 г. самой цитируемой является публикация Соколинской Н.Э., Зиновьевой Е.А. «Траектория цифрового развития: банковский продукт, классификация и принципы его диверсификации». Авторы указывают на необходимость создания новых банковских продуктов, а также совершенствование и диверсификацию существующих [9]. Соколинская Н.Э и Зиновьева Е.А. предлагают разделить банковские продукты на группы, для каждой из которых необходимо определить цели использования, особенности, риски, основного потребителя, принципы диверсификации, проблемы внедрения. Авторским предложением является создание справочника банковских продуктов, который позволит оперативно подбирать для клиентов «правильный» продукт. Авторы определяют основные принципы диверсификации банковских продуктов, с учетом их жизненного цикла: принцип реновации; принцип партнерства и сотрудничества с различными участниками банковской деятельности; принцип интегративности и логичности; «цифровой» принцип; принцип управляемого риска; принцип эффективной сбалансированности.

В период с 2010 г. по 2014 г. статей по цифровым банковским продуктам не обнаружено. Активный и стабильный рост числа публикаций по данной тематике отмечается с 2017 г. Повышенный интерес к цифровым банковским продуктам можно связать с выступлением В.В. Путина с президентским посланием в декабре 2016 года. Речь президента была посвящена запуску программы цифровой экономики. Продолжением этой темы по обсуждению цифровой экономики можно считать Петербургский экономический форум 2017 года. Всеобщие мировые тенденции и эти два события стали истоками всеобщего интереса к цифровой экономике [10].

Суммарное число публикаций по дефинициям «розничный банковский продукт» и «диверсификация банковских продуктов» по сравнению с «банковским продуктом» отличается более чем в 21 и 81 раз соответственно.

Регги де Феникс и Роджер Певерелли в книге «Финансовые услуги: перезагрузка» говорят о необходимости обратить внимание на потребительский рынок банковского обслуживания. Авторы описывают важные потребительские тенденции, говорят о важности клиентоориентированного подхода, возвращении и сохранении доверия клиентов для успешного функционирования финансовых учреждений в будущем. Кроме того, авторы утверждают, что «Создание «банка будущего» начинается с банковских услуг для молодежи». В связи с этим, банкам нужно ориентироваться не только на нынешних клиентов, но и на тех, кто появится в перспективе через 5 – 10 лет.

Анализ публикаций о молодежных банковских продуктах (таблица 1, 2, рисунок 2) показывает низкую степень заинтересованности исследователей по этой теме.

Первая публикация по молодежным банковским продуктам датирована 2015 г. В статье рассматриваются перспективы продвижения банковских продуктов и коммуникации с клиентами через социальные сети. Отмечается, что такой инструмент будет более эффективен для молодежи и аудитории среднего возраста.

Куваева Е.В, Серебренникова А.И., Микрюков А.В., Черных А.Ю. рассматривают возможность привлечения молодежи в процесс формирования клиентского портфеля банков [11]. Авторы описывают особенности обслуживания молодежного сегмента. В данной публикации отмечается, что привлечение молодежи позволит воспитывать лояльных клиентов, повысит конкурентоспособные преимущества банков.

За 2021 г. в электронную библиотеку Elibrary добавлены всего 2 статьи.

Голев В. И. пишет о необходимости повышения финансовой грамотности населения, особенностях реализации программ для различных возрастных групп [12]. Автор отмечает, что особое внимание нужно уделить обучению молодого поколения, поскольку именно эта группа через небольшой период времени станет активным участником на рынке труда. Финансово грамотная молодежь будет пропагандировать рациональное финансовое поведение, использование онлайн-сервисов, финансовых инструментов.

Быканова Н.И., Гордя В.В. рассматривают развитие детского банкинга в России [13]. Авторы проанализировали предложения детских и молодежных карт некоторых крупных российских банков и отметили, что подавляющее большинство представленных банков не выделяют молодежь как самостоятельный сегмент и работают с этой группой на общих основаниях. В статье отмечаются преимущества развития детского банкинга.

В 2022 г. в электронную библиотеку Elibrary добавлена единственная статья, которая является студенческой работой, освещает проблему недостаточного внимания банков к молодежному сегменту.

Таким образом, среди столь малого количества статей по молодежному банкингу, вопросам необходимости создания молодежных банковских продуктов посвящено всего три публикации.

Среди российских банков о своем желании привлечь молодежь говорил Альфа-Банк. В 2017 г. Альфа-Банк заявлял о намерении нанять на работу молодых людей в возрасте 15 – 17 лет [14]. Такой проект должен был привлечь подростков к созданию и продвижению молодежных банковских продуктов, трансформировать систему коммуникации с данной возрастной категорией. О развитии этого проекта и степени его успеха ничего не известно. Можно предположить, что проект Альфа-Банка не имел ожидаемой степени успеха. Объяснить такой результат можно следующим: многие руководители российских банков относятся к поколению Y, на чьих глазах менялись технологические эпохи. Данное поколение людей считает, что современные молодые люди более технически продвинуты. Однако, в большинстве случаев, представители современной молодежи зависимы от технологий, но не разбираются в устройстве того или иного оборудования, не владеют навыками поиска нужной информации, быстро теряют интерес к технологиям, которые интуитивно непонятны. Вследствие этого привлечение молодежной аудитории к разработке банковских продуктов не обеспечит ожидаемого результата.

Почта Банк так же осуществляет попытки привлечь молодежь, что было отмечено в статье «Сравнение разнообразия банковских продуктов Почта Банка с крупными банками России», автор Ражева Н.И. [15]. Однако было отмечено, что при реализации социальной функции государства, усиления конкурентных позиций Почта Банку необходимо уделить большее внимание разработке продуктов и дополнительных программ для молодежи, расширить функционал детской карты и карты «Геймер».

Проведенный библиометрический анализ по рассматриваемым дефинициям с 2010 по 2022 г. показал широкий интерес к теме банковских продуктов в целом, и цифровых банковских продуктов в частности. Однако вопросами диверсификации банковских продуктов, молодежного банкинга занимается очень малое количество исследователей: число статей составляет 1,22% и 0,15% от общего количества публикаций о банкинге соответственно, что свидетельствует о слабой степени изученности данных направлений и необходимости клиентоориентированной разработки банковских продуктов для поколения центениалов, как основных потребителей банковских продуктов в ближайшей перспективе. Несмотря на то, что банковская деятельность направлена на получение прибыли и ее максимизацию посредством удовлетворения потребностей населения в получении банковских услуг, молодежный сегмент финансового рынка оказывается не охвачен. Каждый банк представлен на рынке определенным спектром банковских продуктов, востребованность которых оказывает непосредственное влияние на количество его клиентов, прибыльность, имидж и эффективность банковской деятельности в целом. Диверсификация банковских продуктов и разработка продуктов для молодежного сегмента позволит банкам улучшить свою конкурентную позицию, сделает банк

привлекательным для большего числа клиентов, повысит его финансовую устойчивость в кризисные периоды.

Список использованных источников

1. Управление финансовым продуктом: подходы к оценке и управлению потребительскими рисками [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbr.ru/Content/Document/File/135672/report_04052022.pdf

2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru

3. Нехайчук Д.В., Котелевская Ю.В., Шевчук Л.Е. Региональный разрез формирования кредитной политики современного банковского сектора: Крым и Севастополь // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – №8-2. – С. 161 – 167.

4. Андреева Н.В., Ермош Е.В., Набатчикова С.Б., Огородникова Е.П. Применение цифровых технологий в банковском секторе экономики // Вестник академии знаний. – 2020. – №37. – С. 415-419.

5. Бубнова Ю.Б. Трансформация бизнес-модели банка в условиях цифровой экономики // Известия Байкальского государственного университета. – 2019. – №3. – С. 425 – 433.

6. Лазарева Н.А. Проблемы и перспективы трансформации традиционного банкинга в финансово-банковские экосистемы // Экономика и управление. – 2022. – №2. – С. 197 – 205.

7. Леонов М.В. Инструментарий исследования рыночной конкуренции в банковском секторе //Научное обозрение. Экономические науки. – 2019. – №3. – С. 48 – 52.

8. Луковникова Н.С. Особенности применения кредитных банковских инструментов в условиях развития банковской системы России // Финансова аналитика: проблемы и решения. – 2020. – №4. – С. 383 – 397.

9. Соколинская Н.Э., Зиновьева Е.А. Траектория цифрового развития: банковский продукт, классификация и принципы его диверсификации // Финансовые рынки и банки, 2021. - №6, с. 71 – 76.-

10. Козырев А.Н. Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе // Цифровая экономика, 2018. - №1, с. 5 – 19.

11. Куваева Ю.В., Серебренникова А.И., Микрюков А.В., Черных А.Ю. Современные направления развития банковского дела: молодежный банкинг // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования, 2016, №7, с. 151 – 156.

12. Голев В.И. Особенности реализации программ финансовой грамотности для молодежи и людей старшего возраста// Финансовое просвещение: IV Международная научно-практическая конференция по финансовому просвещению в России: сборник материалов. Выпуск 4. – 2021. – С. 100– 107.

13. Быканова Н.И., Гордя Д.В. Векторы развития детского банкинга как перспективного сегмента цифрового банковского бизнеса в России // Научный результат. Экономические исследования. 2021. Т.7. № 3 с. 103 – 114.

14. «Альфа-банк» наймет на работу подростков для разработки и продвижения молодежных продуктов [интернет-ресурс]: https://vc.ru/flood/26546-alfa-teen

15. Ражева Н.И. Сравнение разнообразия банковских продуктов Почта Банка с крупными банками России // Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке: сборник научных статей VII Международной научно-практической конференции 6 – 7 апреля. Часть 1. – 2021. – С. 149– 157.

*****

RESEARCH OF PUBLICATION ACTIVITY ON BANKING PRODUCTS FOR YOUNG PEOPLE

Razheva N. I., Petrova T. V.

The bibliographic analysis of publications for 2010-2022 on banking products is carried out in the article. The degree of development of this topic has been determined: significant interest in the consideration of banking products in general and digital banking products in particular has been revealed. The author's interest in the issues of diversification of banking products and youth banking products was analyzed, and it was found that the interest in these products is much less.

Keywords: banking product, diversification of banking products, digital banking product, youth banking product, youth banking.

Петрова Татьяна Викторовна,
Ражева Наталья Игоревна, 2023