

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК КЛИЕНТОВ И ВЫЯВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЁМА ВКЛАДОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Рахимов Шохрух Фуркатович

независимый исследователь

кафедры «Маркетинг»

Ташкентского государственного

экономического университета

Аннотация

В исследовании проанализированы возможности увеличения объёма депозитов коммерческих банков на основе поведенческих характеристик клиентов. На основе современных научных источников оценено влияние мотивов сбережений, доверия, финансовой грамотности, использования цифровых банковских сервисов и демографических факторов на решения вкладчиков. С использованием подходов поведенческой экономики систематизированы практические принципы сегментации клиентов и формирования целевых депозитных продуктов. По результатам исследования разработаны научно-практические рекомендации по совершенствованию депозитной политики коммерческих банков, повышению качества цифровых услуг, развитию финансовой грамотности населения и обеспечению устойчивого роста депозитной базы банков.

Ключевые слова: коммерческий банк, депозиты, поведение клиентов, поведенческая экономика, финансовая грамотность, цифровые банковские услуги, сегментация, депозитная политика.

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda tijorat banklarida depozitlar hajmini oshirish imkoniyatlari mijozlarning xulq-atvor xususiyatlari asosida tahlil qilindi. Jamg'arish motivlari, ishonch, moliyaviy savodxonlik, raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi hamda demografik omillarning omonat joylashtirish qaroriga ta'siri ilmiy manbalar asosida baholandi. Xulq-atvor iqtisodiyoti yondashuvlari yordamida mijozlarni segmentatsiyalash va maqsadli depozit mahsulotlarini shakllantirishning amaliy jihatlari tizimlashtirildi. Tadqiqot natijasida tijorat banklarida mijozlarga yo'naltirilgan depozit siyosatini takomillashtirish, raqamli xizmatlar sifatini oshirish, moliyaviy savodxonlikni rivojlantirish va depozit bazasining barqaror o'sishini ta'minlashga qaratilgan ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: tijorat banki, depozitlar, mijozlar xulq-atvori, xulq-atvor iqtisodiyoti, moliyaviy savodxonlik, raqamli bank xizmatlari, segmentatsiya, depozit siyosati.

Abstract

This study examined opportunities to increase commercial bank deposits through the analysis of customer behavioral characteristics. Based on contemporary scientific literature, the effects of saving motives, institutional trust, financial literacy, digital banking usage, and demographic factors on deposit decisions were evaluated.

Behavioral economics principles were applied to systematize customer segmentation approaches and the development of targeted deposit products. The findings enabled the formulation of scientific and practical recommendations aimed at improving customer-oriented deposit policies, enhancing the quality of digital banking services, strengthening financial literacy, and supporting sustainable growth of deposit resources. The results confirmed the importance of behavioral analysis for improving commercial banks' competitiveness and long-term deposit performance.

Keywords: commercial bank, deposits, customer behavior, behavioral economics, financial literacy, digital banking, customer segmentation, deposit policy.

ВВЕДЕНИЕ

Депозитная база остаётся фундаментом устойчивого функционирования коммерческих банков, поскольку привлечённые средства населения и предприятий формируют основной источник кредитного потенциала и ликвидности кредитной организации [1]. Объём и стабильность вкладов определяют способность банка финансировать реальный сектор, поддерживать платёжеспособность и сохранять доверие рынка. По мере развития цифровой экономики природа конкуренции за сбережения существенно изменилась: решение разместить средства во вкладе перестало определяться исключительно уровнем процентной ставки и всё заметнее опирается на совокупность поведенческих факторов - доверие к институту, удобство цифровых каналов, осведомлённость вкладчика и его индивидуальные предпочтения.

Понимание этих факторов приобрело прикладную ценность, поскольку традиционные ценовые инструменты исчерпывают свой потенциал в условиях сближения процентных предложений разных банков. Депозитный рынок неоднороден по структуре: предпочтения вкладчиков относительно соотношения доходности и качества обслуживания формируют различные модели поведения, которые кредитной организации полезно учитывать при позиционировании продуктов [15]. Банк, способный распознавать мотивацию отдельных групп клиентов, получает возможность выстраивать предложения точнее конкурентов и удерживать средства дольше.

Банковский сектор Узбекистана демонстрирует уверенную положительную динамику, создающую благоприятную среду для развития сберегательных продуктов. По данным Центрального банка Республики Узбекистан, совокупные депозиты населения и юридических лиц выросли с 283,1 трлн сумов до 363,7 трлн сумов, что соответствует номинальному приросту в 28 процентов в годовом выражении [2]. Финансовая система при этом сохранила стабильность: достаточность капитала банковского сектора превысила установленные регуляторные требования, что укрепило устойчивость кредитных организаций к внешним колебаниям [3]. Рыночные прогнозы подтверждают перспективность сегмента розничных сбережений на фоне структурных реформ и притока инвестиций [14].

Подобный рост открывает возможность перехода банков от экстенсивного привлечения средств к осмысленному управлению поведением вкладчиков. Если

на ранних этапах развития рынка прирост депозитов достигался расширением сети отделений и повышением ставок, то на нынешней стадии устойчивое преимущество получает банк, который понимает психологические и социальные механизмы сберегательного выбора и преобразует это понимание в продуктовые решения. Цель настоящей работы состоит в изучении поведенческих характеристик вкладчиков и в выявлении на этой основе практических стратегических возможностей, способствующих устойчивому увеличению объёма депозитов. Изложение построено от теоретических оснований сберегательного поведения к их эмпирическому уточнению, систематизации в форме прикладных решений и адаптации к условиям Узбекистана.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Теоретическую основу изучения сберегательного поведения образуют положения поведенческой экономики, которые объясняют отклонение реальных решений человека от модели рационального максимизатора полезности. Концепция теории перспектив, разработанная Канеманом и Тверски, показывает, что индивид оценивает исходы относительно точки отсчёта и переживает потерю острее, чем эквивалентный выигрыш [8]. Функция ценности при этом вогнута в области приобретений и выпукла в области потерь, что порождает осторожность при выборе финансовых решений. Применительно к вкладам подобная асимметрия означает, что страх утратить накопленное влияет на выбор банка сильнее, чем обещание дополнительного дохода, а гарантированность и прозрачность условий приобретают первостепенное значение для вкладчика.

Дополняет данную картину модель ментального учёта Ричарда Талера, согласно которой человек кодирует и распределяет денежные средства по обособленным «счетам» с разным назначением - резерв на непредвиденные обстоятельства, накопление на крупную покупку, образование детей или обеспечение в старости [7]. Подобное разделение снижает взаимозаменяемость денег в восприятии вкладчика: средства, мысленно отнесённые к категории неприкосновенного резерва, воспринимаются как недоступные для текущего потребления, что укрепляет дисциплину сбережения. Эта закономерность объясняет готовность человека держать средства в банке при одновременном наличии иных обязательств и создаёт основу для разработки целевых накопительных продуктов, привязанных к конкретным жизненным задачам [9].

Поведенческая трактовка жизненного цикла уточняет связь между мотивацией и фактическим накоплением. Склонность к потреблению из разных мысленных счетов различается, а самоконтроль выступает решающим внутренним ресурсом, удерживающим человека от преждевременного расходования сбережений [6]. Банк, предлагающий инструменты, которые поддерживают самодисциплину вкладчика - автоматическое пополнение, ограничение досрочного снятия, наглядную визуализацию прогресса к цели, - помогает клиенту следовать собственным намерениям и тем самым закрепляет долгосрочные отношения.

Существенную роль играет и эффект формулировки предложения. Одна и та же ставка, представленная как защита накоплений от обесценения или как прирост капитала к определённой цели, воспринимается вкладчиком по-разному, поскольку оценка опирается на точку отсчёта, а не на абсолютную величину дохода [8]. Привязка вклада к понятному ориентиру - сумме на образование ребёнка, первоначальному взносу за жильё, целевому резерву - усиливает мотивацию благодаря механизму ментального учёта и делает накопление осмысленным для клиента [7]. Подобная подача укрепляет приверженность вкладчика выбранному продукту и снижает вероятность преждевременного изъятия средств.

Эмпирические исследования розничного банкинга уточняют состав факторов, определяющих фактическое поведение вкладчика, и переводят теоретические положения в измеримые величины. Работа по прогнозированию потребительского поведения установила устойчивую связь дохода, возраста и уровня образования с долей средств, размещаемых в основном банке: вкладчики с более высоким доходом и образованием концентрируют сбережения в выбранном институте и формируют наиболее перспективный для наращивания депозитов сегмент [4]. Подобная закономерность придаёт сегментации по социально-демографическому профилю практическую значимость как отправной точке продуктовой политики.

Измерение потребительского поведения в банковской сфере подтвердило значимость качества обслуживания и доверия как предикторов лояльности и показало, что удержание клиента напрямую зависит от стабильно высокого уровня сервиса при конкурентной цене [10]. Анализ стадий сберегательного процесса выделил планирование, первый взнос и формирование привычки как последовательные этапы, на каждом из которых действуют различные факторы; переход от единичного решения к устойчивому накоплению обеспечивается самоконтролем, финансовой осведомлённостью и ясностью сберегательной цели [6]. Применение количественных методов к анализу клиентского поведения демонстрирует, что банк, систематически изучающий своих вкладчиков, способен направленно влиять на благоприятные рыночные изменения и повышать собственную прибыльность [5].

Социальное окружение вкладчика дополняет индивидуальные характеристики и воздействует на распределение средств между банками. Доля сбережений, размещаемых в основном институте, связана не только с доходом и образованием, но и с влиянием семьи, ближайшего круга и сложившихся норм обращения с деньгами [4]. Положительный опыт знакомых, рекомендации и репутация института укрепляют намерение разместить вклад, тогда как доверие, формируемое на основе устойчивого качества обслуживания, переносится и на новые цифровые продукты банка [10]. Учёт социального контекста расширяет возможности привлечения средств через программы лояльности и рекомендательные механизмы.

Перевод поведенческих закономерностей в управленческую практику требует системы наблюдения за фактическим поведением вкладчиков. Анализ структуры и динамики операций по счетам позволяет распознавать устойчивые модели - регулярность пополнений, чувствительность к изменению условий, склонность к досрочному изъятию - и заблаговременно реагировать на сигналы оттока средств [5]. Подобный мониторинг превращает разрозненные транзакционные данные в основу адресных предложений и удержания клиентов, повышая отдачу маркетинговых решений.

Надёжность подобной аналитики опирается на проверенный измерительный инструментарий. Применение валидированных шкал оценки потребительского поведения, доверия и удовлетворённости обеспечивает сопоставимость наблюдений во времени и между сегментами, что делает выводы устойчивыми и пригодными для принятия решений [10]. Соединение количественного наблюдения за операциями с регулярными опросами вкладчиков формирует целостную картину мотивации клиента и поддерживает последовательное совершенствование продуктовой политики.

Цифровая трансформация придаёт перечисленным факторам новую конфигурацию и расширяет круг доступных банку инструментов. В развивающихся экономиках доверие выступает посредником между технологией и удовлетворённостью пользователя: готовность размещать средства через мобильные приложения напрямую зависит от уверенности в безопасности, надёжности и репутации сервиса, и без сформированного доверия технологические преимущества не реализуются в полной мере [11]. Раскрытие показателей цифровой финансовой доступности через мобильный банкинг положительно сказывается на объёме привлечённых депозитов и выданных кредитов, что подтверждает экономическую отдачу инвестиций в цифровые каналы [12].

Расширение доступа к финансовым услугам, поддерживаемое международными институтами развития, снижает барьеры участия и вовлекает в организованные сбережения ранее не охваченные группы населения; при этом низкая финансовая и цифровая грамотность остаётся одним из основных препятствий, преодоление которого даёт значительный прирост вовлечённости [13]. Образованность вкладчика повышает его склонность к планомерному, организованному сбережению и снижает чувствительность к импульсивным решениям, что согласуется с положениями поведенческой экономики о роли осведомлённости в принятии финансовых решений [9]. Сочетание удобных цифровых сервисов с программами финансового просвещения формирует благоприятную среду для устойчивого роста депозитной базы.

Сопоставление каждой поведенческой характеристики с конкретной стратегической возможностью банка переводит теоретические и эмпирические положения в плоскость прикладных решений. Подобная систематизация показывает, что увеличение объёма вкладов достигается не единичным

инструментом, а согласованным набором мер, опирающихся на понимание мотивации клиента, и представлена в таблице 1.

Таблица 1. Поведенческие характеристики вкладчиков и соответствующие стратегические возможности банков¹

Поведенческая характеристика	Проявление в сберегательном поведении	Стратегическая возможность банка	Источник
Неприятие потерь	Риск утраты средств воспринимается острее возможного дохода	Акцент на гарантировании вкладов и прозрачности условий	[8]
Ментальный учёт	Деньги распределяются по целевым «счетам» под конкретные нужды	Целевые и накопительные продукты под жизненные цели клиента	[7]
Самоконтроль и привычка	Регулярность взносов определяет накопление сбережений	Автоматическое пополнение и инструменты автосбережения	[6]
Доверие к институту	Доверие опосредует принятие цифровых каналов обслуживания	Укрепление репутации и безопасность цифровых сервисов	[11]
Финансовая грамотность	Информированность повышает склонность к организованным сбережениям	Образовательные программы и понятные условия продуктов	[13]
Доход и демографический профиль	Доход устойчиво связан с долей средств в основном банке	Сегментация предложений по доходным и возрастным группам	[4]
Цифровая вовлечённость	Мобильные сервисы расширяют доступ и частоту операций	Развитие мобильного банкинга и финансовой доступности	[12]

Представленная систематизация подводит к выводу о том, что отдельные характеристики вкладчика действуют не изолированно, а образуют связанные профили, которым соответствуют различные стратегии работы. Перевод этих профилей в практическую сегментацию повышает адресность продуктовой линейки и делает распределение маркетинговых ресурсов более эффективным [10]. Группировка вкладчиков по уровню дохода, возрасту и цифровой активности с привязкой к доминирующему поведенческому мотиву и рекомендуемому продуктовому подходу представлена в таблице 2.

В условиях Узбекистана изложенный подход обладает значительным потенциалом, поскольку макроэкономическая среда благоприятствует развитию сберегательных отношений. Высокие темпы прироста депозитов и устойчивость банковской системы создают прочную основу для внедрения клиентоориентированных стратегий и снижают неопределённость при долгосрочном планировании продуктовой политики [2]. Сохранение достаточности капитала на уровне выше регуляторных требований поддерживает доверие вкладчиков, которое выступает условием принятия цифровых сервисов и предпосылкой притока средств [3].

¹ Источник: составлено автором на основе [4], [6], [7], [8], [11], [12], [13].

Таблица 2. Сегментация вкладчиков и рекомендуемые продуктовые подходы¹

Сегмент вкладчиков	Доминирующий поведенческий мотив	Рекомендуемый продуктовый подход	Источник
Состоятельные клиенты среднего возраста	Концентрация сбережений в основном банке, чувствительность к надёжности	Премиальные срочные вклады с гарантиями и персональным сервисом	[4]
Молодёжь и начинающие вкладчики	Формирование первой сберегательной привычки, цифровая ориентация	Мобильные накопительные продукты с автопополнением	[6]
Семьи с целевыми накоплениями	Ментальный учёт под образование, жильё, резерв	Целевые вклады с визуализацией прогресса к цели	[7]
Ранее не охваченные группы	Низкая вовлечённость, барьер финансовой грамотности	Простые продукты в сочетании с просвещением и доступом	[13]
Цифровые активные пользователи	Частые операции, ценность удобства и скорости	Гибкие онлайн-вклады с управлением через приложение	[12]

Развитие мобильных сервисов и расширение финансовой доступности вовлекают в организованные сбережения молодёжь и жителей регионов, ранее опиравшихся на наличные формы хранения средств; для этих групп простота продукта и доступность канала имеют не меньшее значение, чем процентная ставка [13]. Прогнозируемый рост розничного банковского сегмента подтверждает целесообразность инвестиций в цифровую инфраструктуру и сегментированные предложения [14]. Банк, последовательно соединяющий поведенческую аналитику с продуманной сегментацией и развитием цифровых каналов, получает возможность преобразовать благоприятную внешнюю динамику в собственный устойчивый рост депозитной базы и укрепить конкурентные позиции [12].

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Проведённое рассмотрение подтвердило, что поведение вкладчика формируется взаимодействием психологических, социальных и институциональных факторов, а понимание этих механизмов открывает перед банком практические возможности для устойчивого наращивания вкладов. Неприятие потерь и ментальный учёт объяснили приоритет надёжности и целевого назначения сбережений, самоконтроль раскрыл значение инструментов поддержания дисциплины, а доход и образование обозначили основу для сегментации. Доверие, финансовая грамотность и цифровая вовлечённость выступили ключевыми условиями привлечения средств, тогда как сегментированный подход доказал свою результативность как способ перевода теоретических закономерностей в конкретные продуктовые решения.

¹ Источник: составлено автором на основе [4], [6], [7], [12], [13].

На основе полученных выводов сформулированы практические рекомендации для коммерческих банков, направленные на устойчивое увеличение объёма вкладов:

1. Внедрять сегментацию вкладчиков по доходу, возрасту и уровню цифровой активности, формируя адресные предложения для каждой выделенной группы [4].

2. Развивать целевые накопительные продукты, привязанные к конкретным жизненным целям клиента, в соответствии с логикой ментального учёта [7].

3. Предлагать инструменты автоматического пополнения и наглядной визуализации прогресса, поддерживающие самоконтроль и устойчивую привычку сбережения [6].

4. Укреплять доверие через прозрачность условий, надёжную репутацию и безопасность цифровых каналов обслуживания [11].

5. Подчёркивать гарантированность вкладов и ясность условий, учитывая повышенную чувствительность вкладчиков к риску утраты средств [8].

6. Реализовывать образовательные программы по финансовой грамотности, повышающие склонность населения к организованным сбережениям [13].

7. Расширять функциональность мобильного банкинга, увеличивая доступность услуг и частоту взаимодействия с вкладчиком [12].

8. Поддерживать стабильно высокое качество обслуживания как условие удержания клиентов и роста их лояльности [10].

Совокупная реализация перечисленных мер позволяет банку преобразовать благоприятную динамику депозитного рынка в собственное конкурентное преимущество. Клиентоориентированная стратегия, опирающаяся на поведенческую аналитику и сегментацию, обеспечивает устойчивое расширение ресурсной базы, повышает лояльность вкладчиков и укрепляет позиции кредитной организации в цифровой экономике, что благоприятно сказывается на развитии финансового сектора в целом [5].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Центральный банк Республики Узбекистан. Информация об основных показателях коммерческих банков. URL:

<https://cbu.uz/en/statistics/bankstats/2057165/>

2. Total Assets of Uzbek Banks Reach 863 Trillion Soums, Capital Grows by 21% - Central Bank Data. UzDaily, 2025. URL: <https://www.uzdaily.uz/en/total-assets-of-uzbek-banks-reach-863-trillion-soums-capital-grows-by-21-central-bank-data/>

3. Central Bank of the Republic of Uzbekistan. Financial Stability Report for 2024 H1. URL: https://cbu.uz/en/press_center/releases/1914854/

4. Baumann C., Burton S., Elliott G. Predicting Consumer Behavior in Retail Banking. Journal of Business and Management, 2007. URL: <https://jbm.johogo.com/pdf/volume/1301/JBM-1301-05-full.pdf>

5. Analysis of the Bank Customer Behavior Based on Conduction Change. Atlantis Press, ICEMSE-19. URL: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icemse-19/125918167>

6. Behavioral and contextual determinants of different stages of saving behavior. Frontiers in Behavioral Economics, 2024. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/behavioral-economics/articles/10.3389/frbhe.2024.1381080/full>
7. Mental accounting. BehavioralEconomics.com - The BE Hub. URL: <https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/mental-accounting/>
8. What is behavioral economics? University of Chicago News. URL: <https://news.uchicago.edu/explainer/what-is-behavioral-economics>
9. Elliehausen G. Behavioral Economics, Financial Literacy, and Consumers' Financial Decisions. Consumer Financial Protection Bureau. URL: https://files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_elliehausen-written-statement_symposium-behavioral-economics.pdf
10. Measuring Consumer Behavior in Banking: Scale Development and Validation. ResearchGate, 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/336854304_Measuring_Consumer_Behavior_in_Banking_Scale_Development_and_Validation
11. Digital Banking Adoption in Developing Economies: The Mediating Role of Trust Between Technology and User Satisfaction. IJSRM, 2026. URL: <https://www.ijssrm.net/index.php/ijssrm/article/view/7106>
12. The impact of disclosing digital financial inclusion indicators through mobile banking on deposits, loans and sustainable growth rate. Cogent Economics & Finance, 2025. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23322039.2025.2457486>
13. Financial Inclusion. World Bank Group, Overview. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview>
14. Banking - Uzbekistan. Statista Market Forecast. URL: <https://www.statista.com/outlook/fmo/banking/uzbekistan>
15. The Deposit Business at Large vs. Small Banks. NBER Working Paper No. 31865. URL: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w31865/w31865.pdf