

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ПОЗНЯК Александра Сергеевна

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЕДЕНИЯ
ПОКУПАТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ**

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
кандидат философских наук,
доцент
Н.В.Ефимова

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

Структура и объем дипломной работы составляет 40 страниц и включает 2 приложения, 2 рисунка, 15 таблиц и 44 использованных источников.

Ключевые слова: поведение потребителей, процесс принятия решения, лояльность, транзакционная лояльность, перцепционная лояльность, комплексная лояльность, внутренние факторы, факторы внешней среды, маркетинговые стимулы, целевая аудитория, реклама, банк, банковская сфера, средства и методы формирования и повышения лояльности.

Объект исследования дипломной работы – банковская сфера и ее клиенты.

Предмет исследования дипломной работы – стратегия и тактика банков по формированию лояльности потребителей банковских услуг.

Цель дипломной работы – изучить методы, средства и способы формирования потребительской лояльности в банковской сфере на примере «Альфа-Банка» и «БСБ Банка».

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, метод сравнения, описательный метод, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (метод контент-анализа).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: определены внутренние и внешние факторы, которые влияют на поведение потребителя; выявлены маркетинговые стимулы покупательского поведения; проанализирована лояльность как социально-психологическая установка; выделены способы и методы по формированию и повышению потребительской лояльности; изучен опыт формирования лояльности у потребителей в банковской сфере на примере банка «Альфа-Банк» и «БСБ Банк».

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к изучению формированию и повышению потребительской лояльности. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке и реализации стратегий по достижению лояльности в банковской сфере.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.