

УДК 336.71

DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-3-0-12

Юсеф Рагид

**АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ЭЛЕКТРОННЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ**

Экономический факультет университета Хама, Сирия

e-mail: Y@hama-univ.edu.sy

**Аннотация.**

В последние годы российский банковский сектор показал выдающиеся результаты в области оцифровки услуг и управления клиентами. В статье ставится задача изучить влияние электронных банковских услуг на розничных потребителей. Для этого необходимо выявить бизнес-модели банков и их основные элементы. Анализ экономической и социальной эффективности электронных банковских услуг позволил измерить их эффективность через такие показатели, как: целевая клиентская база, предложение банковских услуг, каналы распространения услуг, степень лояльности потребителей к банку. В данной статье были изучены предыдущие показатели пяти ведущих банков в сфере электронного банкинга. Мы пришли к выводу, что практически все исследуемые банки одинаково работают в обеспечении показателя социально-экономической эффективности электронных банковских услуг.

**Ключевые слова:** Электронные банковские услуги, Российский банковский сектор, экономическая и социальная эффективность, показатели измерения банковских услуг, розничные клиенты. Бизнес-модели банка, цифровизация банковских услуг.

**Информация для цитирования:** Юсеф Рагид Анализ социально-экономической эффективности электронных банковских услуг // Научный результат. Экономические исследования. 2022. Т. 8. № 3. С. 145-153. DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-3-0-12

Ragheed Yousef

**ANALYSIS OF THE SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY  
OF ELECTRONIC BANKING SERVICES**

Faculty of Economics, University of Hama, Syria

e-mail: ragheed.Y@hama-univ.edu.sy

**Abstract.**

In recent years, the Russian banking sector has shown outstanding results in the areas of service digitization and customer management. The article aims to study the impact of electronic banking services on retail consumers. To do this, it is necessary to identify the business models of banks and their main elements. An analysis of the economic and social efficiency of electronic banking services made it possible to measure their effec-

tiveness through such indicators as: the target client base, the offer of banking services, distribution channels for services, and the degree of consumer loyalty to the bank. This article examined the previous performance of the top five banks in e-banking. We came to the conclusion that almost all the studied banks work in the same way in providing an indicator of the socio-economic efficiency of electronic banking services.

**Key words:** electronic banking services; Russian banking sector; economic and social efficiency; banking services measurement indicators; retail clients; bank business models; digitalization of banking services

**Information for citation:** Ragheed Yousef “Analysis of the socio-economic efficiency of electronic banking services”, *Research Result. Economic Research*, 8(3), 145-153, DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-3-0-12

### Введение

В последние годы российский банковский сектор показал выдающиеся результаты в области оцифровки услуг и управления клиентами. В статье ставится задача изучить влияние электронных банковских услуг на розничных потребителей. Для этого необходимо выявить бизнес-модели банков и их основные элементы. Анализ экономической и социальной эффективности электронных банковских услуг позволил измерить их эффективность через такие показатели, как: целевая клиентская база, предложение банковских услуг, каналы распространения услуг, степень лояльности потребителей к банку [Юсеф Р., 2021]. В данной статье были изучены предыдущие показатели пяти ведущих банков в сфере электронного банкинга. Мы пришли к выводу, что практически все исследуемые банки одинаково работают в обеспечении показателя социально-экономической эффективности электронных банковских услуг [Ивлиев М. И., 2021].

Электронные банковские услуги эффективно преобразовали традиционные операции финансового бизнеса, а это означает, что финансовые услуги доступны в любое время и в любом месте, и по сниженной стоимости услуг [Yang S., Li Z., Ma Y., Chen X., 2018]. Ранее режимы обслуживания финансовых транзакций в основном предоставлялись банковскими предприятиями, и потребители могли по-

лучать их услуги и продукты только пассивным образом [Аганбегян, А. Г., 2019]. Однако из-за больших скачков технологий онлайн-коммуникаций изменились рамки финансовых транзакций обеих сторон, и потребители получили возможность получать более полные и удобные услуги в финансовой деятельности банковских предприятий [Глибчак А. А., 2020].

Стремительная популяризация технологий мобильной связи заставила банковские предприятия столкнуться с вызовами, связанными с технологической революцией. В ответ на рыночную тенденцию органы финансового надзора постепенно ослабляют указы и правила, позволяя банковским предприятиям лучше использовать сетевые разработки для разработки новых финансовых услуг и увеличения прибыли [Арасланова К. М., 2019].

Жесткая конкуренция ускорила популяризацию мобильных услуг с поддержкой мобильной связи, чтобы предложить разнообразные мгновенные услуги и различные потребительские услуги в мобильной коммерции.

### Основная часть

Банковский сектор является одним из важнейших факторов успешной экономики любой страны. Экономическое развитие является залогом стабильного роста экономики страны, поэтому социально-экономические процессы желательно рассматривать как фактор развития банков-

ских операций [Юсеф Р., Ваганова О. В., 2019].

За последние десять лет в банковской сфере произошло множество событий, сильно повлиявших на развитие банковского сектора в целом, в том числе последовательные финансовые кризисы и жесткость надзорных органов в регулировании банковской отрасли, бурное развитие информационных технологий и быстрое изменение потребностей клиентов, в дополнение к появлению неправительственных организаций Банковское дело оказывает банковские услуги [Я.Ю. Радюкова, О.Н. Чернышова, А.Ю. Федорова, 2020]. Все это оказало существенное влияние на развитие банковских операций и переход конкуренции в банковской сфере с ценовых факторов на привлекательность и условия банковских услуг, предоставляемых клиентам.

В статье ставится задача изучить влияние электронных банковских услуг на розничных потребителей. Для этого необходимо определить бизнес-модели банков и их ключевые элементы.

Капитал банка и его стратегические цели являются важными факторами при выборе банком бизнес-модели работы с клиентами. Некоторые банки пытаются ориентироваться на широкий сегмент населения, предоставляя услуги, отвечающие их повседневному банковским потребностям, в то время как другие предпочи-

тают предоставлять специализированные услуги узкому сегменту населения [Siddik M. N. A., Sun G., Kabiraj S., Shanmugan J., Yanjuan C., 2016].

Бизнес-модель банка регулирует все основные особенности и характер его работы с клиентами, от способов покрытия всех первичных запросов целевой аудитории до основных принципов взаимодействия с ней, включая необходимую частоту обращения в банк для удовлетворения эти потребности.

Автор выбрал для исследования розничный сектор электронных банковских услуг. Чтобы исследовать эту тему, автор провел демографический опрос и оценил финансовые счета пяти известных банков в цифровизации банковских услуг.

Однако следует отметить, что рейтинг банка из Таблицы 1 изменяется следующим образом, исходя из потребительских оценок по фактору частоты использования электронных банковских услуг розничными клиентами за анализируемый период (2020 г.).

Следует отметить, что лидером среди российских банков в блоке «Частота использования электронных банковских услуг розничными клиентами» является ПАО Сбербанк, однако и другие банки активно укрепляют свои позиции: АО «Тинькофф Банк», АО «Альфа-Банк», Банк ВТБ (ПАО) и ПАО «Промсвязьбанк».

Таблица

Топ-5 банков в блоке «Частота использования электронных банковских услуг розничными клиентами»

Table 1

Top-5 banks in the block "Frequency of use of electronic banking services by retail clients"

№	Банк	Доля клиентов, воспользовавшихся розничными электронными услугами банка		Доля клиентов, которые используют кросс-продукты банка		Доля пользователей мобильных приложений банка		Лояльность потребителей электронных банковских услуг к банкам,		Итого	
		%	балл	%	балл	%	балл	%	балл	%	балл
1	Сбербанк	87,1	8,7	25	2,5	87	8,7	74	7,4	273	27,3
2	Тинькофф	19,3	1,9	43	4,3	82	8,2	70	7,0	214	21,4

	Банк										
3	Альфа-Банк	16,5	1,6	41	4,1	76	7,6	72	7,2	205	20,5
4	ВТБ	23,4	2,3	34	3,4	76	7,6	72	7,2	205	20,5
5	Пром-связьбанк	6,6	0,6	35	3,5	55	5,5	64	6,4	160	16,0

Размер потенциальной клиентской базы банка был одним из определяющих элементов при анализе социально-экономической эффективности электронных банковских услуг. Кроме того, линейка электронных услуг и продуктов банка, а также уровень цифровизации и дистанционного банковского обслуживания были оценены для измерения эффективности (RBS).

В целом результаты исследования отражают состояние розничного банковского сектора Российской Федерации по состоянию на 1 января 2021 года.

Результаты анализа, согласно Таблице 1, можно расценивать как объем активности клиентской базы в рассматриваемых банках (Рисунок 1) [6, 7, 8, 9, 10, 11].

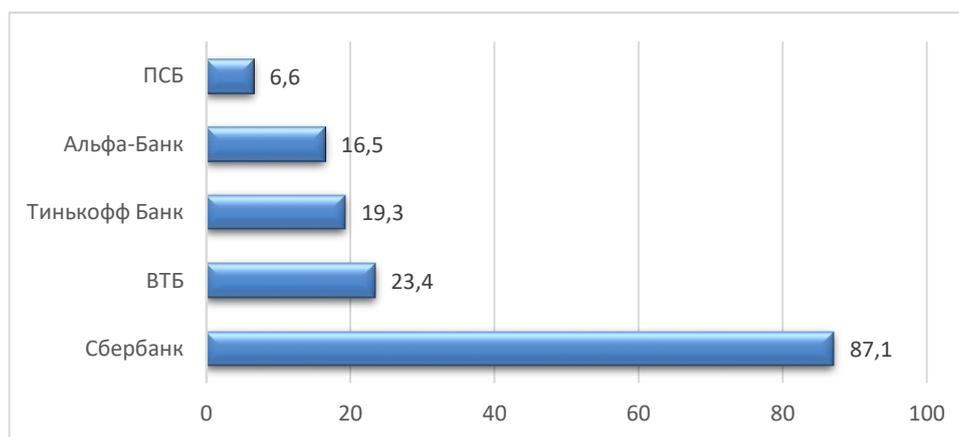


Рис. 1. Доля клиентов, воспользовавшихся розничными электронными услугами банка, %  
 Fig. 1. Share of clients who used the bank's retail e-services, %

Сбербанк является лидером рынка по количеству потребителей, воспользовавшихся розничными электронными услугами, о чем свидетельствуют объемы розничного бизнеса, в несколько раз превышающие объемы его ближайшего конкурента, Банка ВТБ (ПАО). Банк ВТБ (ПАО), как и ПАО Сбербанк, использует универсальную модель развития бизнеса в рамках своей задачи по улучшению взаимодействия с клиентами, особенно за счет ускорения цифровизации. Розничный портфель АО «Тинькофф Банк» значительно уступает портфелю ПАО «Сбербанк» и Банка ВТБ (ПАО), при этом основной упор в его бизнес-плане делается на формирование

клиентской базы среди молодежи. АО «Альфа-Банк» занимает четвертое место по популярности среди опрошенных граждан и пятое место, по оценке стоимости банковских активов.

ПАО «Промсвязьбанк», напротив, начал активно развивать розничный бизнес лишь несколько лет назад и сейчас входит в пятерку крупнейших российских банков в блоке «Платежные технологии и услуги» и 20-е место по цифровизации банковских услуг на 01.01. 2021. Однако в рейтинге банков по стоимости активов он занимает 166 место.

Продуктовое предложение банка является следующим фактором, определяющим относительную социально-

экономическую эффективность использования электронных банковских услуг. Анализ основных электронных услуг и продуктов банков в банковской отрасли в

целом дает базовое представление о финансовых потребностях населения (рис. 2) [6].

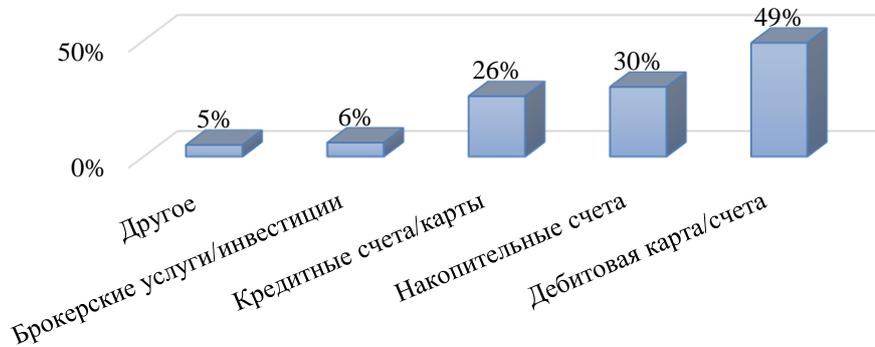


Рис. 2. Рейтинг электронных продуктов и услуг банков по востребованности клиентами  
 Fig. 2. Rating of electronic products and services of banks in terms of customer demand

На распространение банковских карт и электронных банковских счетов влияют такие факторы, как кэшбэк, уникальные условия обслуживания, скидки и акции. На

рис. 3 представлена популярность использования банковских карт и электронных банковских счетов среди исследованных банков.

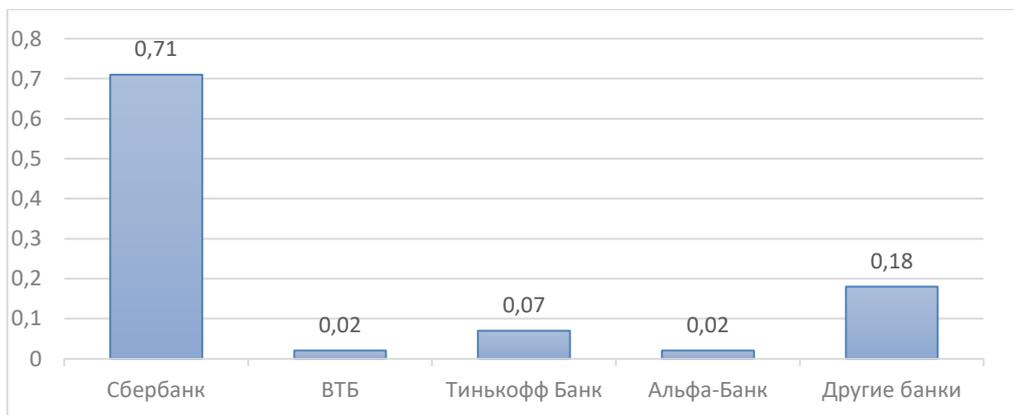


Рис. 3. Популярность использования банковских карт и электронных банковских счетов среди исследуемых банков  
 Fig. 3. Popularity of using bank cards and electronic bank accounts among the studied banks

При рассмотрении использования банковских карт и электронных банковских счетов автор выделил решающий фактор – каналы продаж. Сегодня банки используют кросс-продажи через каналы продаж, что означает, что, оказывая конкретную банковскую услугу, банки предлагают/навязывают клиентам выполнение ряда других продуктов и услуг, тем самым

увеличивая объемы розничного бизнеса и количество потенциальных клиентов, и, таким образом, реализация партнерских программ с другими юридически связанными компаниями.

Наиболее популярными банками в использовании каналов продаж кросс-продажи среди исследуемых банков являются (Рисунок 4):



Рис. 4. Доля клиентов, которые используют кросс-продукты банка  
 Fig. 4. The share of customers who use the bank's cross-products

Следующей составляющей в каналах продаж банка является «активность использования банковских мобильных приложений». Роль цифровых каналов продаж банковских продуктов и услуг резко возросла в tandem с развитием технологий и активной цифровизацией экономики. Дистанционное банковское обслуживание является одной из приоритетных целей для оцениваемых банков (ПАО «Сбербанк», АО «Тинькофф Банк», АО «Альфа-Банк», Банк ВТБ (ПАО), ПАО «Промсвязьбанк»). Основными инструментами ДБО являются интернет-банкинг и приложение для смартфонов.

ПАО «Сбербанк» предоставляет своим клиентам больший функционал приложений, чем другие интернет-банки (Рисунок 5), демонстрируя свои лидирующие позиции среди пользователей приложений мобильного банкинга и выступая одним из основных элементов определения относительной социально-экономической эффективности электронных банковских услуг. Включение банковской экосистемы продуктов и услуг в бизнес-стратегию банка демонстрирует его большую технологичность.

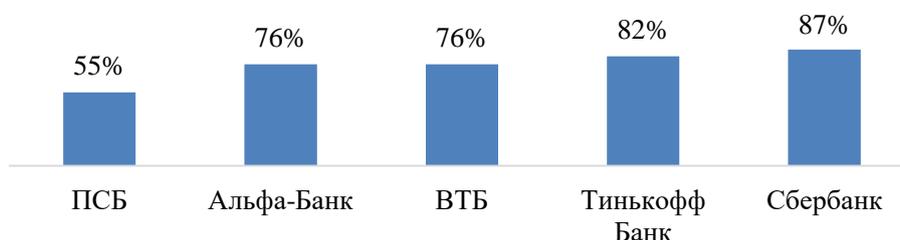


Рис. 5. Доля пользователей мобильных приложений банка  
 Fig. 5. The share of users of the bank's mobile applications

Последним компонентом в подходе к определению относительной социально-экономической эффективности использования электронных банковских услуг является лояльность клиентов к банкам. Этот показатель указывает на уровень удовлетворенности клиентов электронными банковскими услугами и склонность клиентов продолжать работу с банком и предлагать его электронные банковские услуги другим пользователям.

По результатам исследования грамотности, осведомленности и удовлетворенности клиентов от использования электронных банковских услуг анализируемых банков, банков, их услуг и условий обслуживания, 74% опрошенных потребителей готовы сотрудничать в будущем с ПАО «Сбербанк», 70% в АО «Тинькофф Банк», 72% в АО «Альфа-Банк», 72% в Банке ВТБ (ПАО), 64% в ПАО «Промсвязьбанк».

### Заключение

Подводя итог оценке измерения относительной социально-экономической эффективности использования электронных банковских услуг, можно констатировать, что в данной системе используются следующие показатели:

- размер базы потенциальных клиентов банка;
- продуктовые предложения банка;
- каналы продаж (кросс-продажи и мобильные приложения);
- лояльность потребителей электронных банковских услуг к банкам.

Ежегодное исследование социально-экономической эффективности использования электронных банковских услуг является макроинструментом, который дает долгосрочную оценку банковского сектора, позволяя отслеживать динамику удовлетворенности клиентов и лояльности потребителей к бизнес-моделям банков.

Во время оценки банков лидеров в дистанционном обслуживании ПАО Сбербанк получает максимальную оценку из большинства характеристик выше по сравнению с конкурентами: АО «Тинькофф Банк», АО «Альфа-Банк», Банк ВТБ (ПАО) и ПАО «Промсвязьбанк». Однако анализируя каждый показатель социально-экономической эффективности в использовании электронных банковских услуг говорит о том, что всех конкурентных преимуществ у ПАО Сбербанка пока не приобретено. То есть, можно отметить что исследуемые банки работают фактически вровень.

Проведенное исследование данных пяти банков показало, что за последние годы банковский сектор России сделал значительный шаг вперед в области цифровизации услуг и организации взаимодействия с клиентами. Важным достижением развития и внедрения электронных банковских услуг, можно считать минимизацию или вовсе ликвидацию недоверия населения к банкам в последствии финансовых кризисов, как основной показатель

социально-экономической эффективности интернет банкинга.

### Список литературы

1. Аганбегян А. Г., 2019. Финансы, бюджет и банки в новой России. – Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019: 400.
2. Арасланова К. М., 2019. Зарубежный опыт развития электронного банкинга // Вестник современных исследований. – 2019. – № 6(2): 27-29.
3. Банковский менеджмент: учебник / Я.Ю. Радюкова, О.Н. Чернышова, А.Ю. Федорова и др. – Москва : ИНФРА-М, 2020: 379.
4. Глибчак А. А., 2020. Современное состояние и перспективы развития электронных банковских услуг // Экономика в теории и на практике: Актуальные вопросы и современные аспекты. – 2020: 35-37.
5. Ивлиев М. И., Коротаева Н. В., 2021. Векторы развития дистанционного банковского обслуживания в современной России // Социально-экономические явления и процессы. – 2021. – Т. 11. – № 10: 21-27.
6. Раскрытие финансовой отчетности по МСФО, 2022. Официальный сайт Банка ВТБ (ПАО). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/finansovaya-informaciya/raskrytie-finansovoj-otchetnosti-po-msfo/>, свободный. – (дата обращения: 08.08.2022).
7. Уровень цифровизации банковских услуг, 2022. Banki.ru – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/research/?id=10950478>, свободный. – (дата обращения: 08.08.2022).
8. Устойчивость и надежность банка. Финансовый анализ банка Альфа-Банк, 2022. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=al-fa-bank-1326&BankMenu=nadezhnost&fform=kexpress>, свободный. – (дата обращения: 13.08.2022).
9. Устойчивость и надежность банка. Финансовый анализ банка ВТБ, 2022. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=vtb-1000&BankMenu=nadezhnost&fform=kexpress>, свободный. – (дата обращения: 14.08.2022).
10. Устойчивость и надежность банка. Финансовый анализ банка ПРОМСВЯЗЬ-БАНК, 2022. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=promsvyaz-bank-3251&BankMenu=nadezhnost&fform=kexpress>, свободный. – (дата обращения: 08.08.2022).

11. Устойчивость и надежность банка. Финансовый анализ банка СБЕРБАНК, 2022. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=sberbank-1481&BankMenu=nadezhnost&fform=kexpress>, свободный. – (дата обращения: 08.08.2022).

12. Юсеф Р., 2021. Перспективы развития электронных банковских услуг России // Научный результат. Экономические исследования. – № 1. – 2021. – С. 5-12.

13. Юсеф Р., Ваганова О. В., 2019. Особенности структуры каналов электронного банкинга в развитых и развивающихся странах // Финансовая экономика. – № 11. – 2019. – С. 193-197.

14. Siddik M. N. A., Sun G., Kabiraj S., Shanmugan J., Yanjuan C., 2016. Impacts of e-banking on performance of banks in a developing economy: empirical evidence from Bangladesh // Journal of Business Economics and Management. – 2016. – Т. 17. – № 6. – Pp. 1066-1080.

15. Yang S., Li Z., Ma Y., Chen X., (2018). Does electronic banking really improve bank performance? Evidence in China // International Journal of Economics and Finance. – 2018. – Т. 10. – № 2. – Pp. 82-94.

1. Aganbegyan, A. G., (2019). Finance, budget and banks in the new Russia. – Moscow: Delo Publishing House, RANEPА, 2019. – 400 p. (in Russian)

2. Araslanova K. M., (2019). Foreign experience in the development of electronic banking // Bulletin of modern research. – 2019. – No. 6(2). – Pp. 27-29. (in Russian)

3. Banking management: textbook / Ya.Yu. Radyukova, O.N. Chernyshova, A.Yu. Fedorova and others. – Moscow : INFRA-M, 2020. – 379 p. (in Russian)

4. Glibchak A. A., (2020). The current state and prospects for the development of electronic banking services // Economics in theory and practice: Current issues and modern aspects. – 2020. – Pp. 35-37. (in Russian)

5. Ivliev M. I., Korotaeva N. V., (2021). Development vectors of remote banking services in modern Russia // Socio-economic phenomena

and protsesses. – 2021. – Т. 11. – No. 10. – Pp. 21-27. (in Russian)

6. Disclosure of financial statements under IFRS. Official website of VTB Bank (PJSC), 2022. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/finansovaya-informaciya/raskrytie-finansovoj-otchetnosti-po-msfo/>, free. – (Accessed 08 August 2022). (in Russian)

7. The level of digitalization of banking services, 2022. Banki.ru – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.banki.ru/news/research/?id=10950478>, free. – (Accessed 08 August 2022). (in Russian)

8. Stability and reliability of the bank. Financial analysis of Alfa-Bank, 2022. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=alfa-bank-1326&BankMenu=nadezhnost&fform=kexpress>, free. – (date of access: 08/13/2022). (in Russian)

9. Stability and reliability of the bank. Financial analysis of VTB Bank, 2022. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=vtb-1000&BankMenu=nadezhnost&fform=kexpress>, free. – (date of access: 08/14/2022). (in Russian)

10. Stability and reliability of the bank. Financial analysis of the bank PROMSVYAZBANK, 2022. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=promsvyaz-bank-3251&BankMenu=nadezhnost&fform=kexpress>, free. – (Accessed 08 August 2022). (in Russian)

11. Stability and reliability of the bank. Financial analysis of Sberbank, 2022. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=sberbank-1481&BankMenu=nadezhnost&fform=kexpress>, free. – (Accessed 08 August 2022).

12. Yusef R., (2021). Prospects for the development of electronic banking services in Russia // Scientific result. Economic research. – No. 1. – 2021. – Pp. 5-12. (in Russian)

13. Yusef R., Vaganova O. V., (2019). Features of the structure of e-banking channels in developed and developing countries. Finansovaya ekonomika. – No. 11. – 2019. – Pp. 193-197.

14. Siddik M. N. A., Sun G., Kabiraj S., Shanmugan J., Yanjuan C., (2016). Impacts of e-banking on performance of banks in a developing economy: empirical evidence from Bangladesh //

Journal of Business Economics and Management.  
– 2016. – Т. 17. – No. 6. – Pp. 1066-1080.

15. Yang S., Li Z., Ma Y., Chen X.,  
(2018). Does electronic banking really improve  
bank performance? Evidence in China // Interna-  
tional Journal of Economics and Finance. -2018. –  
Т. 10. – No. 2. – Pp.. 82-94.

**Информация о конфликте интересов:**  
авторы не имеют конфликта интересов для де-  
кларации.

**Conflicts of Interest:** the author has no  
conflict of interest to declare.

**Рагид Юсеф**, научный исследователь  
Экономического факультета Университета  
Хамы, (Хама, Сирия)

**Ragheed Yousef**, Researcher at the Faculty  
of Economics of the University of Hama, (Hama,  
Syria)