

УДК 336.71

DOI: 10.18413/2409-1634-2020-6-4-0-12

Тарасова Т.Ю.

**Трансформация способов продвижения  
банковских продуктов в современных условиях**

Отделение по Белгородской области Главного управления Центрального банка  
Российской Федерации по Центральному федеральному округу  
пр-т Славы, 74, г. Белгород, 308000, Россия

e-mail: tatynatarasova@gmail.com

**Аннотация**

В статье обсуждаются основные тенденции, преобладающие на современном этапе развития российского банковского рынка. В качестве одной из характеристик отечественного финансового рынка отмечен устойчивый тренд на сокращение числа банков и их самостоятельных структурных подразделений. В этих условиях подчеркивается значимость исследования проблем финансовой доступности банковских продуктов и услуг потенциальным потребителям. Цель работы состоит в обосновании необходимости развития дистанционных способов предоставления банковских продуктов и услуг для повышения общей финансовой доступности.

Автором проанализировано влияние сокращения количества действующих подразделений кредитных организаций на доступность банковских услуг и продуктов для населения. Рассмотрена динамика показателей обеспеченности населения банковскими услугами в России в сравнении с банковскими секторами развитых стран. По результатам проведенного анализа обозначена проблема низкого уровня финансовой доступности в отдельных регионах нашей страны, а также предложена трансформация способов предоставления банковских продуктов и услуг как возможный вариант её решения. Дана оценка текущего уровня использования населением дистанционных каналов доступа к финансовым услугам на отечественном рынке и обоснована необходимость их дальнейшего развития на основе передовых электронных технологий. Выявлены основные преимущества дистанционных каналов обслуживания, которые рассматриваются как наиболее перспективный способ продвижения и реализации банковских продуктов и услуг потребителям.

**Ключевые слова:** банки, банковские продукты и услуги, клиенты, финансовая доступность, дистанционные каналы обслуживания.

**Информация для цитирования:** Тарасова Т.Ю. Трансформация способов продвижения банковских продуктов в современных условиях // Научный результат. Экономические исследования. 2020. Т. 6. № 4. С. . DOI: 10.18413/2409-1634-2020-6-4-0-12

Tatiana Y. Tarasova

**Transformation of methods of providing banking products  
in modern conditions**

Belgorod Regional Division of the Central Bank of the Russian Federation Main Branch  
for the Central Federal District  
74 Slavy Ave., Belgorod, 308000, Russia

e-mail: tatynatarasova@gmail.com

**Abstract**

The article discusses the main trends prevailing at the current stage of development of the Russian banking market. As one of the characteristics of the domestic financial market, a steady trend towards a reduction in the number of banks and their independent structural divisions is noted. In these conditions, the importance of studying the problems of financial availability of banking products and services to potential consumers is emphasized. The purpose of the work is to substantiate the need to develop remote methods of providing banking products and services to improve overall financial availability.

The author analyzed the impact of reducing the number of operating units of credit institutions on the availability of banking services and products for the population. The dynamics of indicators of the provision of the population with banking services in Russia in comparison with the banking sectors of developed countries is considered. Based on the results of the analysis, the problem of a low level of financial availability in certain regions of our country is identified, and the transformation of the methods of providing banking products and services is proposed as a possible solution to it. The assessment of the current level of use by the population of remote channels of access to financial services in the domestic market is given and the necessity of their further development on the basis of advanced electronic technologies is substantiated. The main advantages of remote service channels are identified, which are considered as the most promising way to promote and sell banking products and services to consumers.

**Key words:** banks; banking products and services; customers; financial availability; remote service channels

**Information for citation:** Tarasova T. Yu. "Transformation of methods of providing banking products in modern conditions", *Research Result. Economic Research*, 6(4), – , DOI: 10.18413/2409-1634-2020-6-4-0-12

**Введение**

Банковский рынок постоянно изменяется под влиянием различных факторов, что отражается как на деятельности самих банков, их конкурентной позиции, так и на составе, разнообразии предлагаемых банковских продуктов и услуг, на их доступности потребителям. Поэтому для выживания в условиях жесткой рыночной конкуренции кредитным организациям необ-

ходимо для соответствия клиентским запросам и удовлетворения их потребностей не только предлагать востребованные продукты, но и выработать верную маркетинговую стратегию по их продвижению на рынок [Ваховская М.Ю., Овчинникова А.Е., 2019.]. Ведь успех реализации банковских продуктов во многом зависит, кроме их потребительских свойств, еще и от способа предоставления клиенту.

Предположим ситуацию, когда клиент М из существующих на рынке предложений выбрал для себя депозит с максимальной процентной ставкой и желает его оформить в банке N. Территориально банк N находится в регионе X, а клиент проживает в регионе Y, удаленность которых друг от друга составляет 6000 км. Согласно условиям банка N для заключения договора вклада физическое лицо должно обратиться в офис кредитной организации. Клиент М не имеет физической возможности посетить офис выбранного банка, к тому же это будет являться экономически нецелесообразным в связи с высокими транспортными расходами. Данный пример наглядно демонстрирует, что даже банковский продукт с самыми выгодными и привлекательными условиями может не удовлетворить клиентские потребности из-за его финансовой недоступности потенциальным потребителям.

В связи с этим актуальность и важность приобретает исследование трансформации способов предоставления банковских продуктов и услуг на отечественном банковском рынке, которые положительно влияли бы на их финансовую доступность.

Цель данного исследования заключается в обосновании необходимости трансформации способов предоставления бан-

ковских продуктов и услуг в современных условиях, характеризующихся сокращением количества действующих подразделений кредитных организаций на российском рынке, в целях повышения общей финансовой доступности в нашей стране. Попытаемся выявить основные преимущества дистанционных каналов обслуживания и рассмотреть.

#### Основная часть

Наблюдается устойчивая тенденция сокращения количества кредитных организаций и их самостоятельных структурных подразделений. В 2019 году количество действующих кредитных организаций сократилось с 484 до 442 единиц. Происходящие изменения количества банковских отделений, несомненно, влияют на показатель обеспеченности населения банковскими услугами, рассчитываемый как число внутренних структурных подразделений банков на 100 тыс. жителей, который в России постепенно сокращается [Радковская Н.П., 2019]. Так в 2008 году на 100 тыс. жителей приходилось 27 банковских отделений, а в конце 2018 года этот показатель уже уменьшился до 20,3. Аналогичная динамика исследуемого показателя прослеживается и в банковских секторах развитых стран, что подтверждают данные таблицы 1.

Таблица 1

Количество банковских отделений на 100 тыс. жителей

Table 1

Bank branches per 100 thousand inhabitants

	Годы			
	2008	2010	2013	2016
<b>Россия</b>	27.0	27.1	30.3	23.3
Еврозона	58	55	49	44
Франция	62	59	57	57*
Германия	48	47	45	42*
Италия	58	57	53	48
Нидерланды	21	17	13	10
Испания	99	92	72	62
Швеция	21	20	19	15
Великобритания	20	19	18	
США	27	27	26	26*

	Годы			
	2008	2010	2013	2016
Австралия	25	24	24	22
Канада	25	24	24	23
Япония	16	16	16	16
Страны с формирующимися рынками				
Бразилия	10	9	11	11
Гонконг	20	20	19	17
Индия	9	9	10	12
Корея	15	15	17	16
Мексика	10	10	11	10
* – 2015				

Источник: [Итоги десятилетия 2008-2017]

«Международные сопоставления свидетельствуют о средней степени концентрации банковского бизнеса в России. При этом тенденция к росту концентрации банковского сектора в последнее десятилетие была также характерна для банковских секторов стран еврозоны и США» [Итоги десятилетия 2008-2017].

Для более полной характеристики доступности банковских услуг для населения используется интегральный показатель обеспеченности банковскими услугами, представляющий собой среднее геометрическое значение обеспеченности региона кредитами (кредиты нефинансовым организациям и физическим лицам к объему ВРП региона) и интенсивности сберегательного поведения населения в регионе (объем вкладов населения к среднедушевым доходам и средней численности населения региона) [Тарасова Т.Ю., Флигинских Т.Н., 2016]. Данный показатель, рассчитанный для субъектов РФ, входящих в состав Центрального федерального округа (ЦФО), представлен в таблице 2.

Из данных таблицы 2 наглядно видно, что в ЦФО большинство подразделений кредитных организаций сосредоточены в г. Москве (2805 шт.) и Московской области (1346 шт.). Их общее количество составляет 51,22% от всех банковских подразделений ЦФО и в десятки раз превосходит число структурных подразделений в отдельных субъектах РФ (в Ко-

стромской области – 119 шт.). Наименьший интегральный показатель обеспеченности банковскими услугами (0,70) имеет Тамбовская область. При этом в Смоленской, Орловской, Воронежской и Брянской областях вообще отсутствуют головные организации региональных банков. Все это свидетельствует о неравномерности распределения подразделений кредитных организаций среди субъектов РФ.

В связи с этим в отдельных регионах нашей страны, особенно в малонаселенных или географически удаленных пунктах, возникают проблемы доступа населения к банковским услугам и продуктам. Выходом из этой ситуации может стать использование дистанционных каналов обслуживания (интернет-банкинг, мобильный банкинг, банкоматы, платежные терминалы и прочее), которыми кредитные организации активно стимулируют пользоваться своих клиентов.

Развитие дистанционных каналов доступа к банковским услугам и продуктам имеет большое значение для повышения финансовой доступности в России. Начиная с 2015 года, Банк России регулярно проводит замеры индикаторов финансовой доступности. Согласно официальным данным отмечается устойчивый рост использования населением дистанционных каналов доступа к финансовым услугам и безналичным расчетам. В 2019 году доля таких граждан (среди взрослого населения)

возросла до 55,2% . А количество счетов физических лиц с дистанционным доступом, по которым совершались безналичные операции, увеличилось до 251,8 млн. единиц. В розничном оборо-

те также отмечается превышение безналичных платежей, доля которых составила 64,7%, над расчетами наличными [Аналитическая справка об индикаторах финансовой, 2019].

Таблица 2

Количество подразделений кредитных организаций в ЦФО РФ по состоянию на 01.10.2019, шт.

Table 2

Number of branches of credit institutions in the Central Federal District of the Russian Federation as of 01.10.2019, units

Регион	Головной офис	Филиалы	Представительства	Дополнительные офисы	Операционные кассы вне кассового узла	Кредитно-кассовые офисы	Операционные офисы	Передвижные пункты кассовых операций	Интегральный показатель обеспеченности банковскими услугами
Белгородская область	2	3	4	278	2	20	78	2	0,81
Брянская область	0	2	2	96	0	9	52	0	0,80
Владимирская область	1	2	2	168	8	11	92	6	0,87
Воронежская область	0	11	6	447	1	35	103	5	0,85
Ивановская область	4	2	3	126	0	10	51	3	0,89
Калужская область	3	4	3	118	4	12	66	2	0,90
Костромская область	4	2	2	77	0	4	23	7	0,83
Курская область	1	2	4	144	9	17	54	0	0,92
Липецкая область	1	2	3	199	0	22	57	2	0,73
Московская область	5	2	0	1115	102	33	89	0	1,03
Орловская область	0	5	3	105	0	9	39	2	0,89
Рязанская область	3	3	3	146	3	14	47	2	0,88
Смоленская область	0	2	2	68	5	8	50	5	0,75
Тамбовская область	1	2	2	196	1	12	28	2	0,70
Тверская область	2	4	3	103	3	14	51	0	0,78
Тульская область	1	6	3	144	0	13	94	0	0,98
Ярославская область	2	4	5	159	1	12	66	0	0,94
г. Москва	228	61	11	2086	219	49	150	1	1,76
Центральный федеральный округ	258	119	61	5775	358	304	1190	39	-
Российская Федерация всего	454	647	285	20105	898	2247	5751	290	-

Источник: составлено автором по данным Банка России

Результаты исследования аналитического центра НАФИ подтверждают, что «56% российских граждан пользуются цифровыми каналами управления личными финансами – мобильным приложением или интернет-банком» [Официальный сайт аналитического центра НАФИ, 2020]. При этом в топ-10 регионов с наибольшим числом пользователей цифрового банкинга вошли преимущественно отдаленные регионы нашей страны: Ямало-Ненецкий АО, Республика Коми, Республика Саха (Якутия), Ханты-Мансийский АО, Чукотский АО, Республика Карелия, Калининградская и Магаданская области, Республика Алтай и Камчатский край.

Среди наиболее распространенных операций, совершаемых пользователями с использованием интернет-банкинга, мож-

но назвать следующие: перевод денежных средств (как внутрибанковский между своими счетами, вкладами и картами, погашение кредита, так и межбанковский перевод сторонним организациям и физическим лицам, последним – чаще всего по номеру телефона) – 76%, оплата услуг (сотовой связи, интернет-провайдеров, ЖКХ, госплатежи) – 65%. А вот 48% пользователей заходят в личный кабинет интернет-банка не для совершения каких-либо операций, а исключительно для контроля личных расходов. Структура внутрибанковских операций физических лиц по результатам опроса, проведенного рейтинговым агентством «Эксперт РА», представлена на рисунке [Официальный сайт АО «Эксперт РА», 2020].



Рис. Структура внутрибанковских операций физических лиц  
Fig. The structure of intrabank transactions of individuals

С помощью дистанционных каналов обслуживания клиентам становятся доступны проведение различных операций по своим счетам, а также оформление новых банковских продуктов без посещения офиса банка, что является очень удобным и безопасным в современных условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции. Автором в своей статье среди основных достоинств дистанционного банковского обслуживания были отмечены: возможность проведения опера-

ции из любой точки мира, круглосуточный доступ к финансовым продуктам и услугам, оперативность выполнения всех банковских операций в онлайн режиме, сниженные тарифы на предоставляемые услуги, экономия времени из-за отсутствия необходимости обращения клиента в офис кредитной организации, сокращение издержек баков на оплату труда и содержание офисов и другие [Тарасова Т.Ю., 2016].

## Заключение

Пандемия наглядно обозначила преимущества дистанционного банковского обслуживания для всего населения и необходимость его дальнейшего развития. На фоне пандемии COVID-19 значительно выросла активность использования цифровых платежных сервисов. Ведь находясь в условиях самоизоляции, люди не всегда могли снимать наличные и расплачиваться ими. Поэтому большая часть всех совершаемых расчетов осуществлялась безналичным способом. Сегодня люди уже привыкли к новой реальности, ощутили удобство использования и быстроту цифровых сервисов, поэтому, по мнению автора, рост безналичных операций продолжится и в дальнейшем. А значит, продолжится трансформация способов предоставления банковских продуктов, их цифровизация. И отечественным кредитным организациям, чтобы соответствовать современным реалиям, необходимо развивать и совершенствовать цифровые приложения, обеспечивающие полный доступ ко всему спектру банковских услуг для клиентов. Это позволит им не только сохранить действующую клиентскую базу, конкурентные позиции на рынке, но и выйти на качественно новый уровень предоставления банковских сервисов. Таким образом, банкам в условиях изменяющейся внешней среды и растущих моровых вызовов следует использовать дистанционные каналы обслуживания на основе передовых электронных технологий как основной способ реализации банковских продуктов и услуг потребителям.

## Список литературы

1. Аналитическая справка об индикаторах финансовой доступности за 2019 год (по результатам замера 2020 года), 2020 г. URL: [http://www.cbr.ru/content/document/file/108660/a\\_cc\\_indicators\\_2019.pdf](http://www.cbr.ru/content/document/file/108660/a_cc_indicators_2019.pdf) (дата обращения: 01.11.2020).
2. Ваховская М.Ю., Овчинникова А.Е., 2019. Особенности стратегии продвижения банковского продукта // Устойчивое развитие социально-экономической системы Россий-

ской Федерации. Сборник трудов XXI Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 45-49.

3. Итоги десятилетия 2008-2017 годов в российском банковском секторе: тенденции и факторы, 2018 г. URL: <https://www.cbr.ru/Content/Document/File/43933/wps31.pdf> (дата обращения: 07.11.2020).

4. Колесникова О.В., Легович Н.В., 2016. Использование mobile banking в продвижении банковских продуктов // Муниципальная академия. 2016. № 4. С. 152-158.

5. Официальный сайт аналитического центра НАФИ, 2020 г. URL: <https://nafi.ru> (дата обращения: 30.10.2020)

6. Официальный сайт АО «Эксперт РА», 2020 г. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: [https://raex-a.ru/editions/struggle\\_for\\_users](https://raex-a.ru/editions/struggle_for_users) (дата обращения: 30.10.2020).

7. Радковская Н.П., 2019. Новые методы и модели продвижения банковских продуктов на рынке // Архитектура финансов: иллюзии глобальной стабилизации и перспективы экономического роста. Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции. 2019. С. 65-68.

8. Тарасова Т.Ю., Флигинских Т.Н., 2016. Факторы, определяющие развитие инноваций в виде новых банковских продуктов // Креативная экономика. – 2016. № 10: 1157–1168. doi: 10.18334/ce.10.10.36906

9. Тарасова Т.Ю., 2016. Современное состояние интернет-банкинга в России // Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. 2016: 203-205.

10. Ponomarenko, A., Sinyakov, A., 2018. Impact of Banking Supervision on Banking System Structure: Conclusion from Agent-Based Modelling. Russian Journal of Money and Finance, 77(1), pp. 26-50.

11. Ushakova, Y., Kruglova, A., 2018. Competition in Russia's Banking Sector Prior and After Supervision Police Enhancement: Conclusions Based on Interest Rate Dispersion and Spread. Russian Journal of Money and Finance, 77(2), pp. 22-50.

12. Fomin, L., (2019). Do Higher Interest Rates on Loans and Deposits and Advertising Spending Cuts Forecast Bank Failures? Evidence

from Russia. *Russian Journal of Money and Finance*, 78(2), pp. 94-112.

13. Флигинских Т.Н., Ваганова О.В., Соловьева Н.Е., Быканова Н.И., Рагид Ю., Усатова Л.В. Влияние электронного банкинга на эффективность банков: опыт России // *Журнал перспективных исследований в области динамических и управляющих систем*. 2020. Т. 12. № S4. С. 231-239.

14. Муравецкий А.Н., Ваганова О.В., Гончаренко Т.В., Быканова Н.И. Системные свойства ссудного портфеля: данные коммерческих банков // *Международный журнал экономических перспектив*. 2017. Т. 11. № 3. С. 1884-1888.

15. Кучерявенко С.А., Ваганова О.В., Кучерявенко И.А., Климова Т.Б. Моделирование системы управления рисками: на примере малого и среднего бизнеса // *Международный журнал экономических перспектив*. 2017. Т. 11. № 4. С. 220-230

### References

1. The analytical report on indicators of financial inclusion for 2019 (based on the results of measurement in 2020), 2020. URL: [http://www.cbr.ru/content/document/file/108660/a\\_cc\\_indicators\\_2019.pdf](http://www.cbr.ru/content/document/file/108660/a_cc_indicators_2019.pdf) (Accessed 1 November 2020).

2. Fomin, L., (2019). Do Higher Interest Rates on Loans and Deposits and Advertising Spending Cuts Forecast Bank Failures? Evidence from Russia. *Russian Journal of Money and Finance*, 78(2), pp. 94-112.

3. Kolesnikova O.V., Levoshich N.V., (2016). Using mobile banking in promoting banking products // *Municipal Academy*. 2016. № 4. S. 152-158.

4. Official site of JSC "Expert RA", (2020). URL: [https://raex-a.ru/editions/struggle\\_for\\_users](https://raex-a.ru/editions/struggle_for_users) (Accessed 30 October 2020).

5. Official site of the analytical center NAFI, (2020). URL: <https://nafi.ru> (Accessed 30 October 2020).

6. Ponomarenko, A., Sinyakov, A., (2018). The impact of Banking Supervision on Banking System Structure: Conclusion from Agent-Based Modelling. *Russian Journal of Money and Finance*, 77(1), pp. 26-50.

7. Radkovskaja N.P., (2019). New methods and models for promoting banking products on the market // *Architecture of finance: illusions of global stabilization and prospects for economic growth*. Collection of materials of the VIII International Scientific and Practical Conference. 2019. S. 65-68.

8. Results of the decade 2008-2017 in the Russian banking sector: trends and factors, 2018. URL:

<https://www.cbr.ru/Content/Document/File/43933/wps31.pdf> (Accessed 7 November 2020).

9. Tarasova T.Yu., Fliginskih T.N., (2016). Factors determining the development of innovations in the form of new banking products // *Creative Economy*. – 2016. № 10. S. 1157-1168. doi: 10.18334/ce.10.10.36906

10. Tarasova, T.Yu., (2016). The current state of Internet banking in Russia // *Modern problems and perspective directions of innovative development of science: collection of articles*. Art. int. scientific-practical conf. 2016. S. 203-205.

11. Ushakova, Y., Kruglova, A., (2018). Competition in Russia's Banking Sector Prior and After Supervision Police Enhancement: Conclusions Based on Interest Rate Dispersion and Spread. *Russian Journal of Money and Finance*, 77(2), pp. 22-50.

12. Vakhovskaja, M.Ju., Ovchinnikova, A.E., (2019). Features of a banking product promotion strategy // *Sustainable development of the socio-economic system of the Russian Federation*. Proceedings of the XXI All-Russian Scientific and Practical Conference. 2019. S. 45-49.

13. Fliginskih T.N., Vaganova O.V., Solovjeva N.E., Bykanova N.I., Ragheed Y., Usatova L.V. The impact of e-banking on performance of banks: evidence from Russia // *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*. 2020. Т. 12. № S4. С. 231-239.

14. Muravetskiy A.N., Vaganova O.V., Goncharenko T.V., Bykanova N.I. System properties of the loan portfolio: evidence from commercial banks // *International Journal of Economic Perspectives*. 2017. Т. 11. № 3. С. 1884-1888.

15. Kucheryavenko S.A., Vaganova O.V., Kucheryavenko I.A., Klimova T.B. Modeling the risk management system: a case study from small and medium-sized businesses // *International Journal of Economic Perspectives*. 2017. Т. 11. № 4. С. 220-230



**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

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

**Тарасова Т.Ю.**, помощник управляющего Отделением по Белгородской области

Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному федеральному округу

**Tarasova T.Y.**, Assistant Manager, Belgorod Regional Division of the Central Bank of the Russian Federation Main Branch for the Central Federal District