

Экономические вопросы управления
Economic issues in administration

DOI: 10.24412/2070-1381-2022-91-7-23

Статистический анализ финансовой доступности и удовлетворенности населения
деятельностью финансовых организаций

Бушуева Людмила Игоревна

Доктор экономических наук, профессор, Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина, Сыктывкар, РФ.

E-mail: ieu@syktsu.ru

SPIN-код РИНЦ: 3991-0938

ORCID ID: [0000-0003-2070-5465](https://orcid.org/0000-0003-2070-5465)

Попова Юлия Федоровна

Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга, Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина, Сыктывкар, РФ.

E-mail: ieu@syktsu.ru

SPIN-код РИНЦ: 5939-1074

ORCID ID: [0000-0001-8138-0962](https://orcid.org/0000-0001-8138-0962)

Аннотация

В статье представлены результаты анализа доступности финансовых услуг и финансовых организаций и удовлетворенности населения их деятельностью, исследования потребительских предпочтений на региональном финансовом рынке. В качестве исходной информации использованы данные информационно-аналитического отчета о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Коми в 2020 г., подготовленного авторами статьи для Министерства экономики Республики Коми на основе мониторинга конкурентной среды потребительских товаров и услуг. Для реализации поставленных задач использовался количественный метод опроса населения по квотной выборке. Для анализа полученных результатов применялись программы статистической обработки данных SPSS и Statistica. По результатам опроса дана оценка доступности и востребованности финансовых продуктов (услуг) у населения региона; изучены особенности поведения граждан при их выборе; проанализирован уровень доверия населения к финансовым организациям, степень удовлетворенности людей предлагаемыми на рынке продуктами (услугами). В ходе исследования изучены барьеры доступа к финансовым услугам. Отдельным направлением изучения был анализ уровня востребованности дистанционных каналов финансового обслуживания, поскольку их расширение влияет на активность и удовлетворенность существующих клиентов и позволяет привлечь новых участников рынка. Полученные по результатам анализа данные показали, что такие традиционные финансовые продукты (услуги), как банковские карты, вклады и накопительные счета, являются наиболее востребованными на региональном рынке. Сравнительно меньше граждане обращаются в финансовые организации за инвестиционными услугами, так как это направление предполагает более высокий уровень финансовой грамотности граждан. Результаты исследования могут быть полезны финансовым организациям для разработки мероприятий по повышению уровня удовлетворенности населения.

Ключевые слова

Дистанционное банковское обслуживание, доверие к финансовым организациям, инфраструктура предоставления финансовых услуг, мониторинг конкурентной среды, потребительские предпочтения, удовлетворенность населения деятельностью финансовых организаций, финансовая доступность, финансовый рынок, цифровизация.

Statistical Analysis of Financial Accessibility and Population Satisfaction with Activities of
Financial Institutions

Ljudmila I. Bushueva

DSc (Economics), Professor, Pitirim Sorokin Syktyvkar State University, Syktyvkar, Russian Federation.

E-mail: ieu@syktsu.ru

ORCID ID: [0000-0003-2070-5465](https://orcid.org/0000-0003-2070-5465)

Yulia F. Popova

DSc (Economics), Professor, Head of Management and Marketing Department, Pitirim Sorokin Syktyvkar State University, Syktyvkar, Russian Federation.

E-mail: ieu@syktsu.ru

ORCID ID: [0000-0001-8138-0962](https://orcid.org/0000-0001-8138-0962)

Abstract

The article provides the results of the analysis of financial institutions financial accessibility and public satisfaction with their activities, the study of consumer preferences in the regional financial market. The initial information is based on the information and analytical report on the state and development of the competitive environment in the goods and services markets of the Komi Republic in 2020, prepared by the authors of the article for the Ministry of Economy of the Komi Republic on the basis of the competitive environment monitoring of consumer goods and services. The quantitative method of a quota sample survey of the population was used to implement the objectives. Statistical processing software SPSS and Statistica were used to analyze

the obtained results. The survey results are used to assess the availability and demand for financial products (services) among the population of the region. The features of citizens' behaviour in their choice have been studied. The level of population's trust in financial institutions and the degree of people's satisfaction with the products (services) offered in the market have been analyzed. The barriers to access to financial services have been studied in the course of the research. A separate direction of the study was to analyze the level of demand for remote channels of financial services, as their expansion affects the activity and satisfaction of existing customers and allows attracting new market participants. The data obtained from the analysis showed that such traditional financial products (services) as bank cards, deposits and savings accounts are the most demanded in the regional market. Comparatively fewer citizens turn to financial institutions for investment services, as this area implies a higher level of financial literacy of citizens. The results of the study can be useful to financial institutions to develop measures to increase the level of satisfaction of the population.

Keywords

Remote banking, trust to financial institutions, financial services infrastructure, competitive environment monitoring, consumer preferences, public satisfaction with financial institutions, financial inclusion, financial market, digitalization.

Введение

Развитие современной российской экономики невозможно без эффективной системы денежного обращения и использования инновационных банковских технологий. Однако, несмотря на быстрое развитие финансового сектора в России, в том числе рынка цифровых услуг, существуют проблемы физического доступа к финансовым услугам, недостаточной удовлетворенности населения и низкого уровня доверия граждан к финансовым организациям.

В настоящее время вопросам доступности финансовых услуг и удовлетворенности потребителей уделяется большое внимание. Банк России регулярно проводит анализ финансовой доступности и удовлетворенности населения работой финансовых организаций, а также оценку проникновения дистанционных каналов доступа¹.

С целью повышения уровня качества и доступности финансовых услуг для потребителей Банком России была принята «Стратегия повышения финансовой доступности в Российской Федерации на период 2018–2020 годов»². В 2021 г. с учетом процессов цифровой трансформации финансового рынка были разработаны «Приоритетные направления повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации на период 2022–2024 годов»³.

Актуальность изучения данных проблем подтверждают научные исследования. В работах российских и зарубежных авторов активно обсуждаются основные элементы понятия доступности финансовых услуг в рамках подходов, применяемых Банком России и международными организациями [Байдукова и др. 2018; Быковец 2015; Калачева, Кириенко 2018; Мочалина, Лобачева 2016]; анализируется доступ к финансовым услугам в регионах РФ [Большаков и др. 2020; Коханова, Лосева 2018; Куницина, Белгаришвили 2020; Тётушкин 2015]. В ряде работ [Большаков, Дохолян 2020; Большаков и др. 2021] изучается удовлетворенность населения деятельностью финансовых организаций.

Российские [Гетманова 2016; Ширинкина 2019; Юсупова 2016] и зарубежные [Aladwani 2001; Birch, Young 1997; Chernikova et al. 2015; Furst et al. 2000; Furst et al. 2002; Hurnandez-Murillo 2010; Ивлиев, Коротаева 2016; Ruben et al. 2010; Тан, Тео 2000] исследователи широко обсуждают проблемы и перспективы развития современных инновационных технологий, изучают роль дистанционного банковского обслуживания для повышения доступности и качества финансовых услуг

¹ Аналитическая справка об индикаторах финансовой доступности за 2020 год (по результатам замера 2021 года) // ЦБ РФ [Электронный ресурс]. URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/124646/acc_indicators_29072021.pdf (дата обращения: 01.02.2022).

² Стратегия повышения финансовой доступности в Российской Федерации на период 2018–2020 годов // ЦБ РФ [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/84497/str_30032018.pdf (дата обращения: 01.02.2022).

³ Приоритетные направления повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации на период 2022–2024 годов Банка России // ЦБ РФ [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/132047/pr_pnpdfu_2022-2024.pdf (дата обращения: 01.02.2022).

Методы исследования

В Республике Коми (РК) с 2016 г., в соответствии с Планом мероприятий («дорожной картой») по содействию развитию конкуренции на региональных рынках, ежегодно в форме опроса населения и субъектов предпринимательской деятельности проводится мониторинг состояния конкурентной среды⁴. Целью эмпирического исследования, проведенного в ноябре 2020 г., являлась оценка состояния конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Коми, в рамках которого были изучены потребительские предпочтения населения на финансовом рынке; измерен уровень удовлетворенности граждан финансовыми услугами; дана оценка их доступности и распространенности; исследованы факторы, влияющие на выбор финансовых услуг; проанализирован уровень цифровизации и распространенности дистанционного обслуживания клиентов банков.

Для реализации поставленных задач был использован количественный метод сбора данных. Опрос проводился по квотной выборке. Для сбора необходимой информации была использована высокостандартизированная анкета.

В анкету вошли 26 вопросов, из них 8 вопросов задавались с целью анализа демографических характеристик респондентов (пол, возраст, социальный статус, уровень материального благосостояния, место проживания, образование, наличие детей и их количество), а остальные 16 относились к основной части анкеты и включали вопросы, непосредственно связанные с использованием/неиспользованием финансовых продуктов и услуг (за последние 12 месяцев) и их оценкой по показателю удовлетворенности этими продуктами и услугами или причинами отказа от использования этих услуг; респондентам предлагалось также оценить собственный уровень финансовой грамотности.

Для обработки исходной информации были использованы пакеты прикладных программ Excel и Statistica.

Обоснование выборочной совокупности. В 2020 г. в процессе анкетирования было опрошено 977 респондентов, из них 569 женщин (58%) и 408 мужчин (42%). Выбор участников опроса осуществлялся случайным образом на основе их готовности участвовать в мониторинге при обращении в Многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг Республики Коми, центры госуслуг «Мои Документы». Заполнить анкеты можно было на сайтах органов республиканской власти, местных администраций, муниципальной власти, на крупных предприятиях и в местах массового скопления людей.

Опрос проводился во всех муниципальных образованиях городских округов и муниципальных районов республики Коми. Возрастной состав аудитории респондентов приведен на Рисунке 1.

⁴ Внедрение стандарта развития конкуренции в Республике Коми // Министерство экономического развития и промышленности Республики Коми [Электронный ресурс]. URL: <https://econom.rkomi.ru/deyatelnost/vnedrenie-standarta-razvitiya-konkurencii-v-respublike-komi> (дата обращения: 15.04.2021).

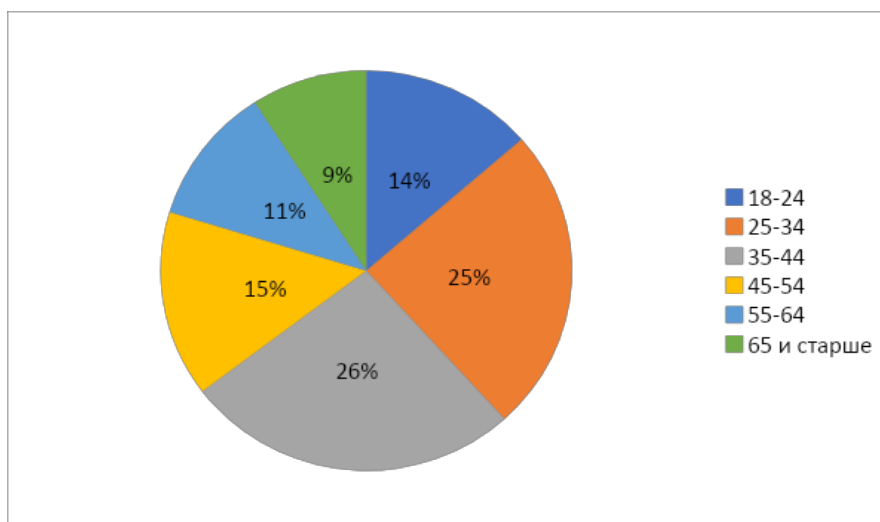


Рисунок 1. Возраст респондентов⁵

В ходе исследования было опрошено 62% работающего населения, 18,6% пенсионеров, 7,2% студентов и учащихся, 10% безработного населения, 0,5% предпринимателей, 1,1% самозанятого населения, 0,5% домохозяек (домохозяев).

39% респондентов имели высшее образование разных уровней: специалистами со средним профессиональным образованием являлись 40% опрошенных. Менее 1% — это люди с неполным средним образованием, 7% — с основным общим образованием и 14% — со средним общим образованием.

Что касается материального состояния, практически 37% респондентов указали, что их доход позволяет приобретать еду и одежду, но покупка бытовой техники вызывает затруднения; 19,2% опрошенных могут позволить себе купить еду, но на одежду уже не хватает. Не всегда хватает денег даже на еду 10,8% опрошенных. Для 20% респондентов их материальное состояние позволяет без проблем приобретать бытовую технику, но покупка автомобиля уже кажется непозволительной роскошью. Денег хватает на все, кроме покупки однокомнатной квартиры, 10,1% респондентов, и лишь 3,2% не испытывают никаких финансовых затруднений. Полученные данные подтверждают достаточно напряженное материальное положение жителей региона. 34,3% респондентов имеют двух детей, 27,9% — одного ребенка, 10,4% — 3 и более детей. Около трети опрошенных (27,3%) не имеют детей.

Результаты исследования

Исследование проводилось по трем основным направлениям:

- доступность и востребованность финансовых услуг для населения;
- доверие к финансовым организациям и удовлетворенность финансовыми услугами;
- развитие дистанционного обслуживания в финансовых организациях.

Доступность и востребованность финансовых услуг для населения региона. Одним из косвенных показателей востребованности финансовых услуг различными участниками рынка является оценка их использования жителями региона за последние 12 месяцев.

Банковские карты являются наиболее востребованным продуктом в финансовом секторе (Рисунок 2). Платежные карты активно использовались респондентами: за последние 12 месяцев

⁵ Составлено авторами.

более 70% опрошенных являлись участниками зарплатных проектов, более 47% опрошенных имели расчетные дебетовые карты. Кредитными картами пользовались 39% респондентов. Основные причины отказа от пользования платежными картами — это недоверие банкам (24,7%) и недостаточность средств для хранения и использования на карте (17,7%). Сдерживающим фактором также является удаленность банковских отделений в отдельных населенных пунктах РК.

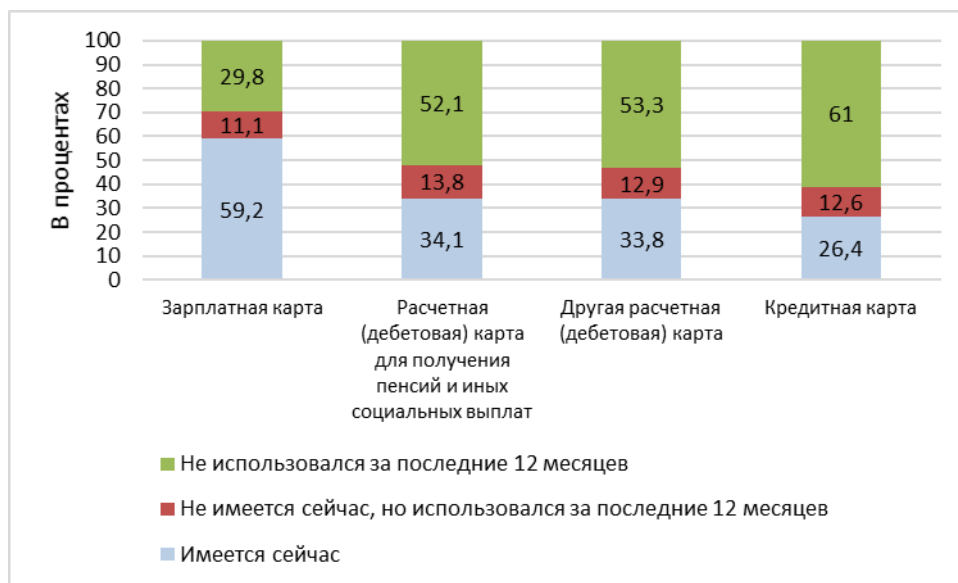


Рисунок 2. Использование респондентами платежных карт⁶

Для приумножения своих сбережений граждане чаще используют вклады и накопительные счета. Сравнительно менее популярны инвестиционные финансовые услуги, так как это направление предполагает более высокий уровень финансовой грамотности пользователей.

По результатам опроса, более половины респондентов не пользовались ни одним из представленных в диаграмме кредитных финансовых продуктов (услуг) (Рисунок 3); 44,4% опрошенных имеют в настоящий момент или имели в течение последнего года банковский вклад. Менее 20% граждан пользовались другими финансовыми продуктами.

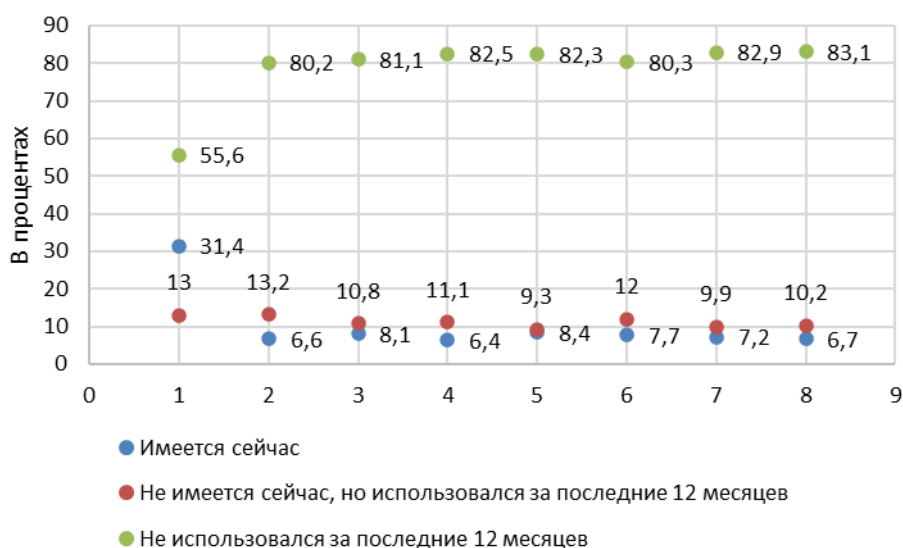


Рисунок 3. Использование респондентами финансовых продуктов (услуг)⁷

⁶ Составлено авторами.

⁷ Составлено авторами. Условные обозначения финансовых продуктов: 1. Банковский вклад; 2. Вклад в микрофинансовые организации; 3. Вклад в кредитном потребительском кооперативе; 4. Вклад в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе; 5. Индивидуальный инвестиционный счет; 6. Инвестиционное страхование жизни; 7. Брокерский счет; 8. Вложение средств в паевой инвестиционный фонд.

Основная причина, почему респонденты не пользуются тем или иным финансовым продуктом, — это недостаточность свободных средств (45,1%), а также факт пользования им другими членами семьи респондента (9,7%).

На Рисунке 4 представлены результаты использования респондентами кредитных финансовых продуктов (услуг). Ипотечным кредитом в течение года пользовались 31,8% опрошенных, кредитным лимитом по кредитной карте — 30,6%, онлайн-кредитом в банке — 30,9% и иным кредитом — 31,4% респондентов.

Основные причины недостаточного уровня использования кредитных финансовых продуктов жителями Республики Коми — нежелание жить в долг, брать кредиты (20,7%) и отсутствие необходимости в заемных средствах (19,5%). На третьем месте по популярности ответ «Процентная ставка слишком высокая» (16,3%).

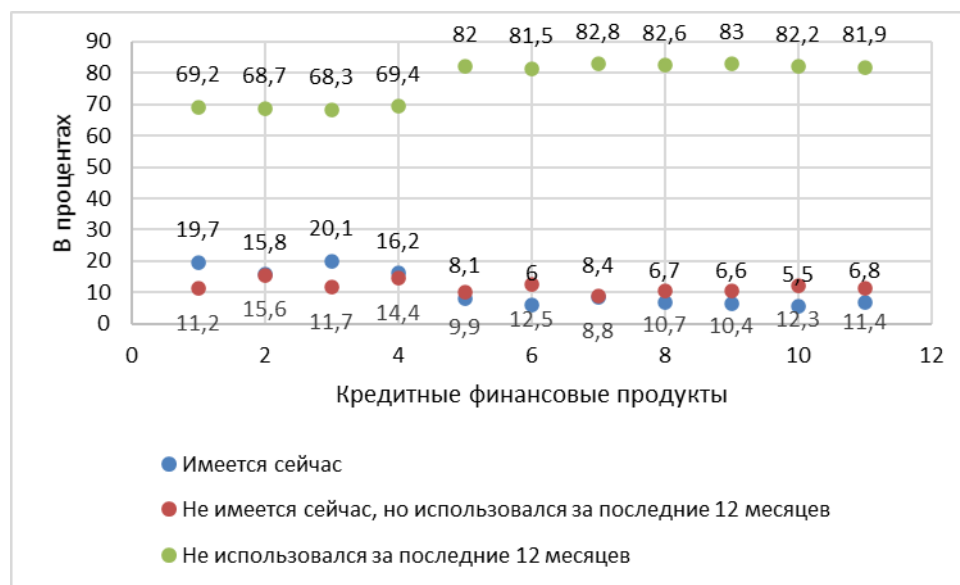


Рисунок 4. Использование респондентами кредитных финансовых продуктов (услуг)⁸

Страховыми продуктами и услугами респонденты пользовались реже, чем кредитами и банковскими картами (Рисунок 5). Чуть более трети опрошенных использовали различные виды добровольного страхования жизни, страхования имущества, медицинского страхования, страхования автогражданской ответственности и др.

⁸ Составлено авторами. Условные обозначения кредитных финансовых продуктов: 1. Онлайн-кредит в банке (договор заключен с использованием сети Интернет, сумма кредита предоставлена в безналичной форме); 2. Иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом; 3. Ипотечный кредит; 4. Использование кредитного лимита по кредитной карте; 5. Онлайн-заем в микрофинансовой организации; 6. Иной заем в микрофинансовой организации, не являющийся онлайн-заемом; 7. Онлайн-заем в кредитном потребительском кооперативе; 8. Иной заем в кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-заемом; 9. Онлайн-заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе; 10. Иной заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-заемом; 11. Заем в ломбарде.

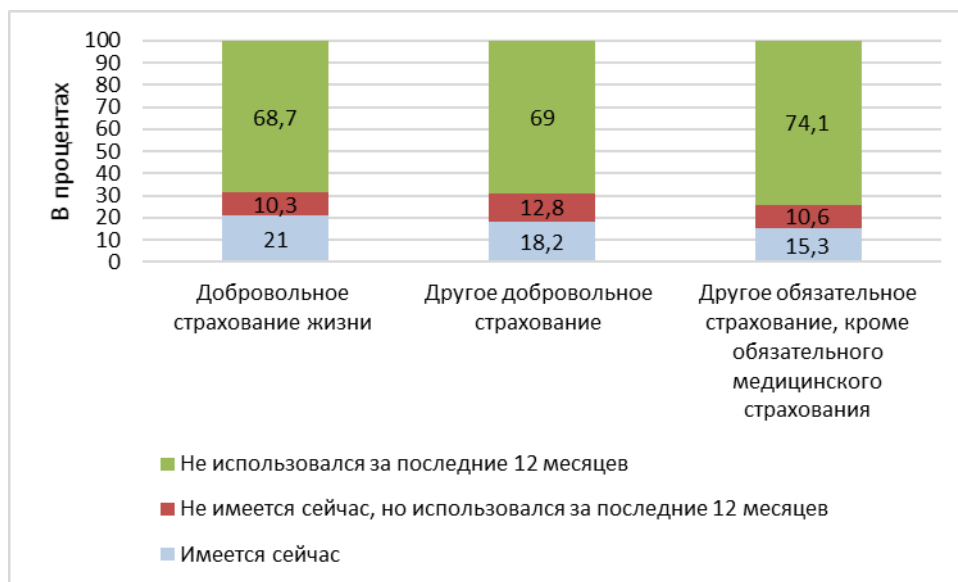


Рисунок 5. Использование респондентами страховых продуктов⁹

Среди барьеров, препятствующих доступу к финансовым услугам, респондентами более остальных были отмечены следующие (Рисунок 6): низкий уровень дохода (14,2%) — этот показатель стал немного лучше относительно 2019 г., высокая процентная ставка по кредитам (16,5%), низкая процентная ставка по депозитам (14,2%) и отсутствие доверия к финансовым организациям (10,3%). Менее всего респондентов беспокоит высокий уровень закредитованности (2,8% ответов). Расширение предложения услуг финансовыми организациями в как можно большем количестве населенных пунктов может увеличить популярность их использования. В настоящее время 6,3% жителей региона отмечают отсутствие возможности применения ряда финансовых услуг.

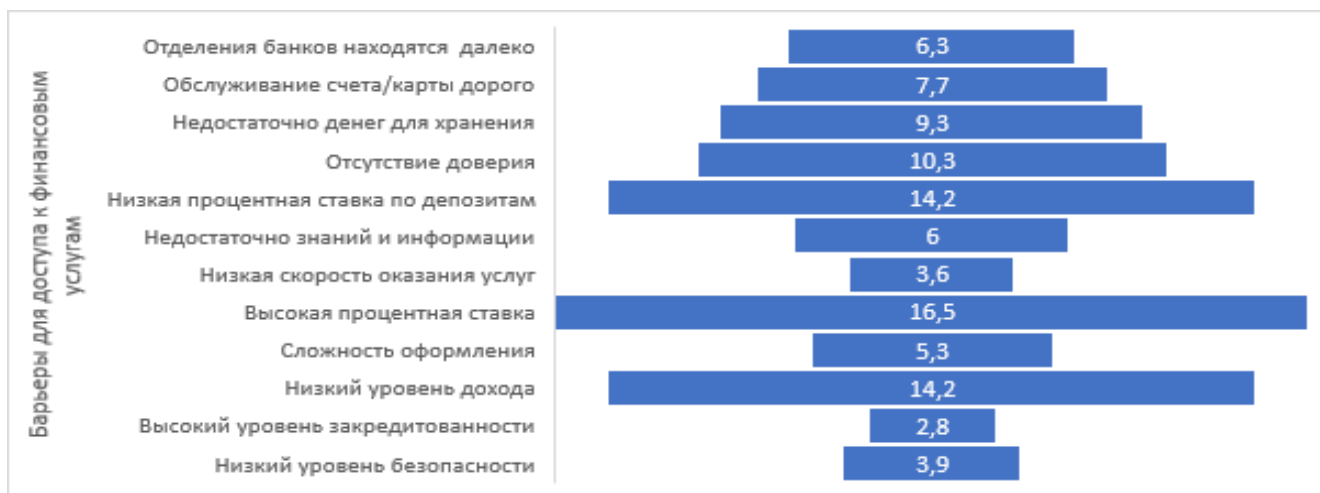


Рисунок 6. Выбор респондентами барьеров для доступа к финансовым услугам (в процентах от числа отвечающих)¹⁰

Уровень доверия к финансовым организациям и степень удовлетворенности населения их услугами. Отдельным направлением исследования стало измерение уровня доверия (Рисунок 7) жителей региона к финансовым организациям и оценка их удовлетворенности предоставляемыми услугами.

⁹ Составлено авторами.

¹⁰ Составлено авторами.

Рост доверия и снижение риска необходимы клиентам финансовых организаций для сохранения стабильности. Поэтому опыт использования финансовых услуг и доверие к финансовым учреждениям оказывают большое влияние на поведение граждан. Более половины опрошенных доверяют банкам (56,5%). Это самый высокий показатель. Уровень доверия к субъектам страхового дела в два раза ниже (25,8%). Самый низкий уровень доверия — к брокерам (15%), микрофинансовым организациям (15,1%) и ломбардам (17,1%). Низкий уровень доверия к услугам большинства финансовых организаций, кроме банков, может быть также связан с отсутствием у более трети респондентов опыта взаимодействия с ними.

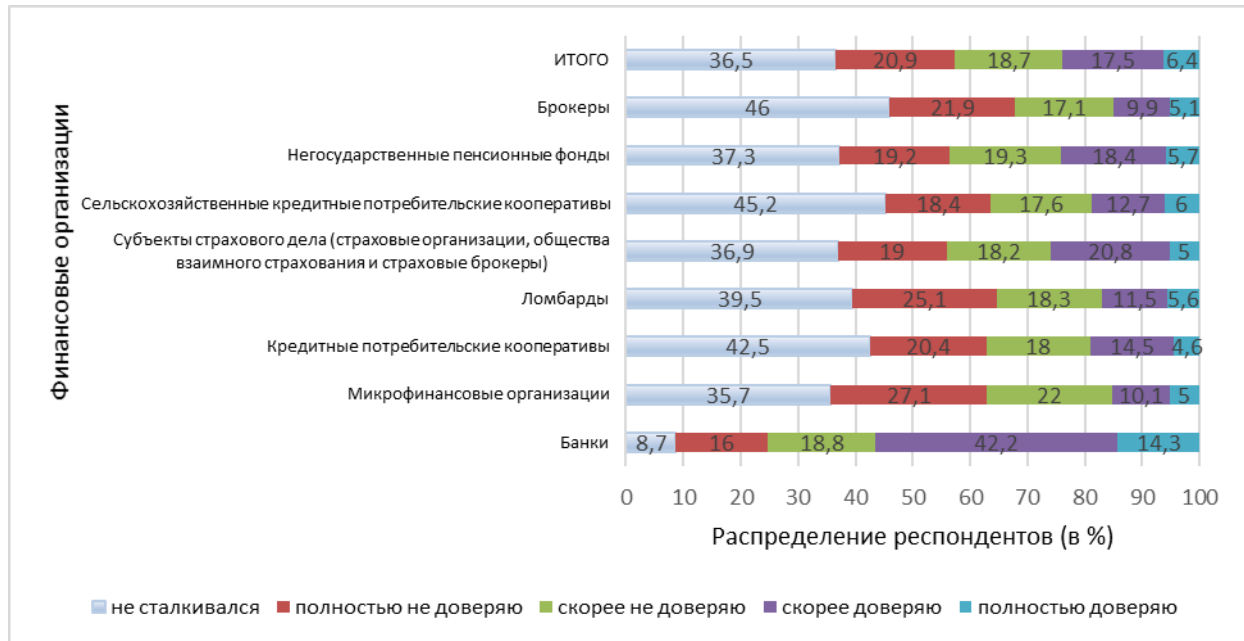


Рисунок 7. Распределение респондентов (в %) по уровню доверия к финансовым организациям¹¹

Среди услуг банков наибольшее удовлетворение вызвали такие услуги, как дебетовые карты (64%) и переводы и платежи (56,5%), в то время как кредиты и вклады получили неудовлетворительные оценки (59,6% и 63,4% соответственно). Из страховых услуг было выделено обязательное медицинское страхование (41,4%). По остальным видам финансовых услуг наиболее популярным ответом был «не сталкивался». В сфере финансовых услуг менее всего респонденты удовлетворены услугами микрофинансовых организаций и ломбардов (Рисунок 8).

Самый частый ответ по всем финансовым сферам, кроме банков, — «не сталкивался» (29,2%). Больше всего респонденты удовлетворены работой банков (62,1%). В 2020 г. уровень удовлетворенности ими, по сравнению с прошлым годом, увеличился вдвое.

¹¹ Составлено авторами.

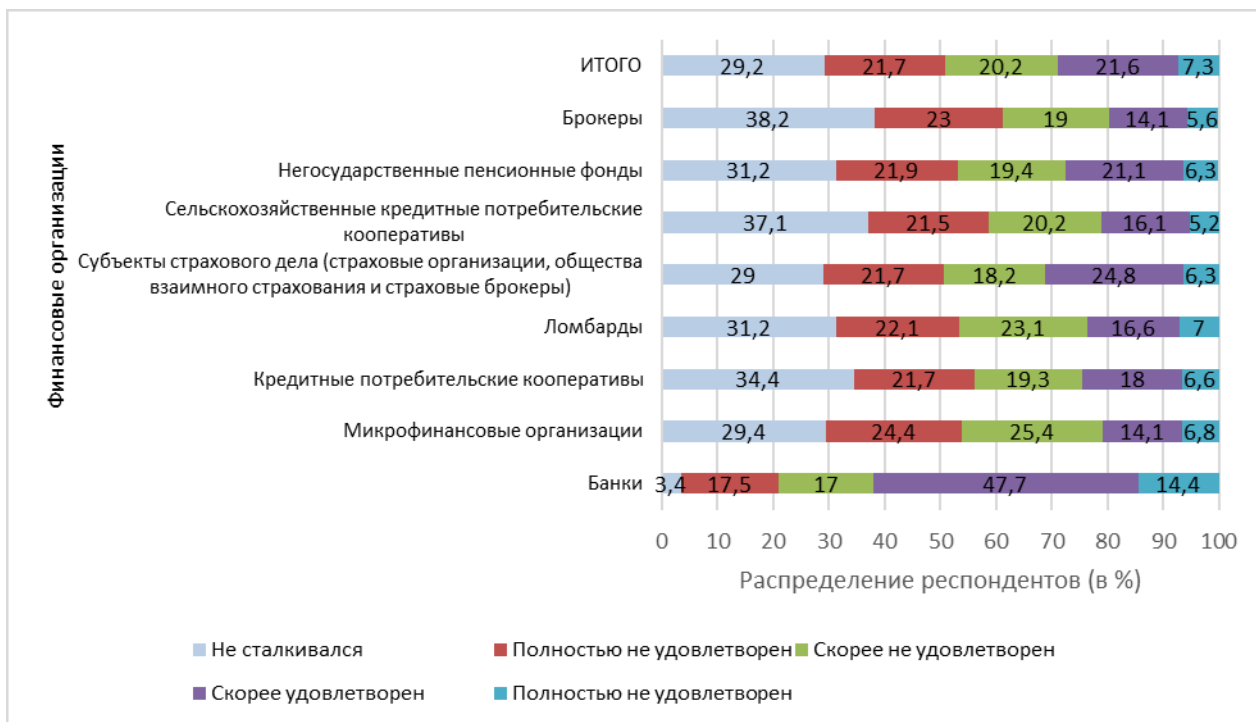


Рисунок 8. Распределение респондентов по уровню удовлетворенности работой (сервисом) финансовых организаций¹²

Измерение уровня удовлетворенности респондентов 19 продуктами/услугами финансовых организаций (Рисунок 9) показало, что только по трем из них процент удовлетворенных клиентов превысил процент неудовлетворенных. Речь идет о расчетных (дебетовых) картах, переводах и платежах, а также кредитах.

¹² Составлено авторами.

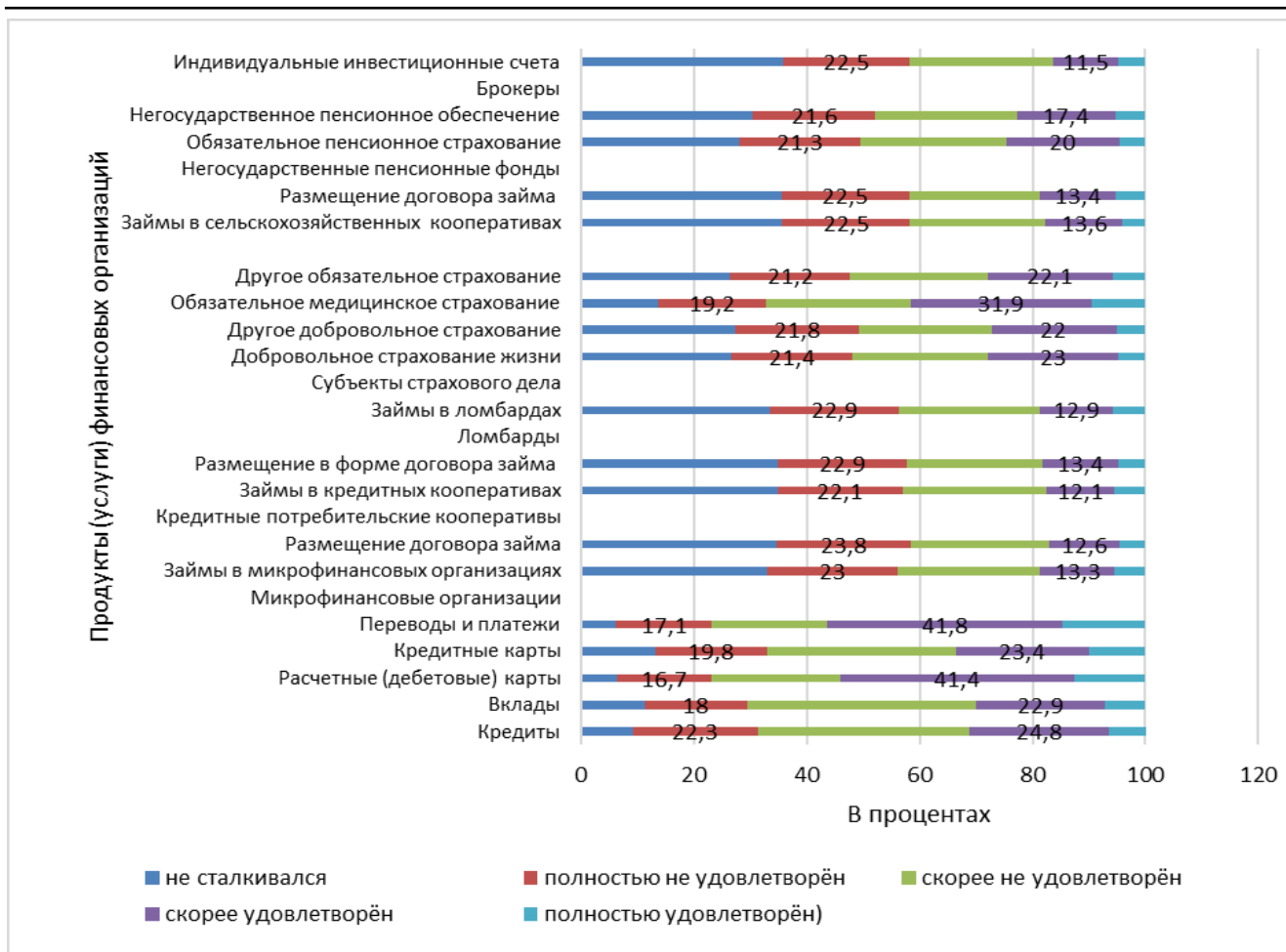


Рисунок 9. Оценка респондентами удовлетворенности продуктами (услугами) финансовых организаций¹³

Больше половины респондентов (Рисунок 10) удовлетворены количеством и удобством расположения банковских отделений в своем населенном пункте (54,6%), качеством дистанционного банковского обслуживания (54,6%), выбором банков (49,9%), качеством интернет-связи (49,9%) и качеством мобильной связи (50,9%). Остальными услугами респонденты чаще не пользуются.

¹³ Составлено авторами.

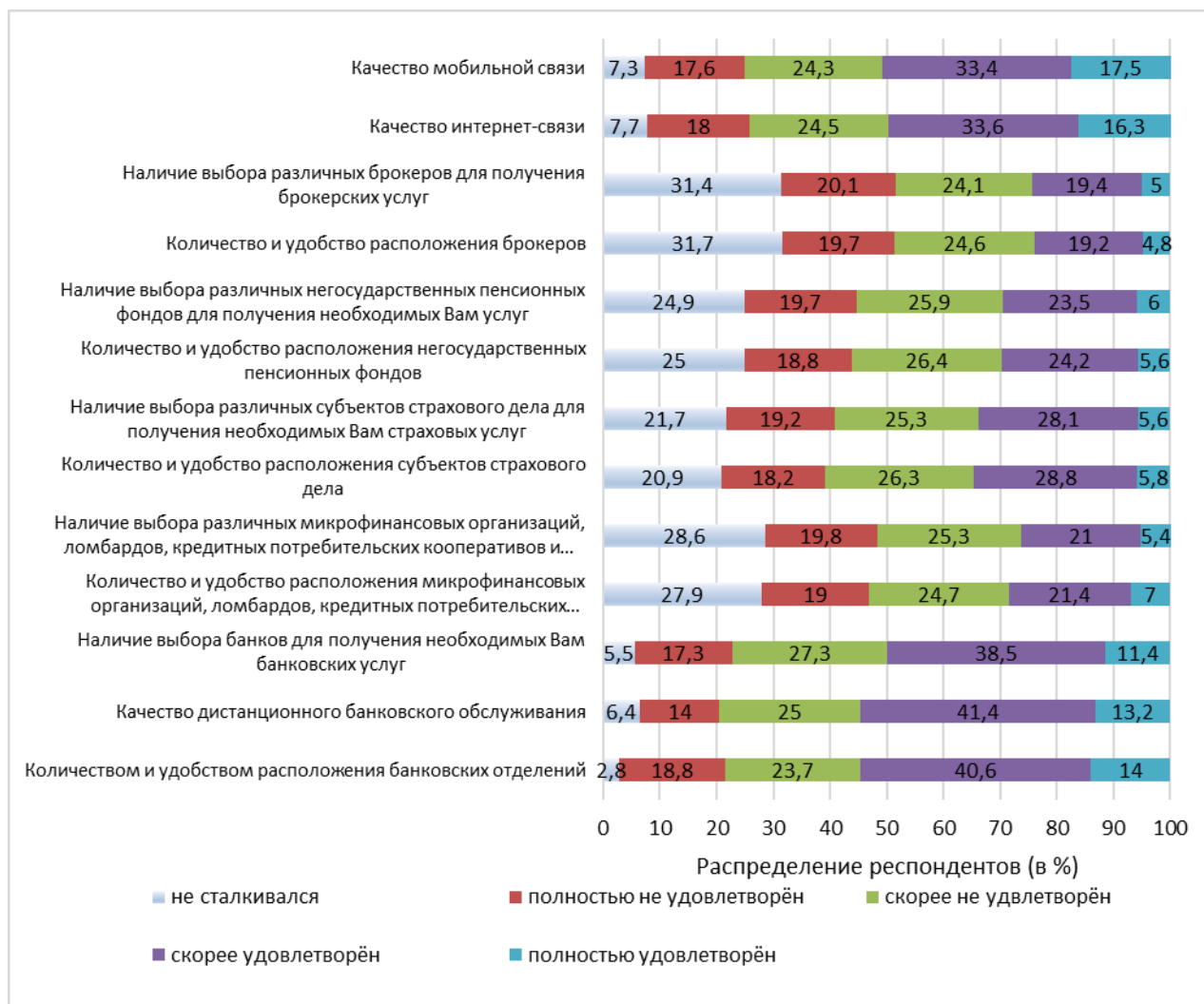


Рисунок 10. Удовлетворенность населения доступностью и качеством финансовых услуг¹⁴

Важным фактором, влияющим на качество обслуживания клиентов в финансовых организациях, является доступность способов обслуживания (Рисунок 11). Удобство — один из основных мотивов при приобретении финансовых услуг. В среднем она была оценена респондентами на «3» по 5-балльной шкале. На втором месте — высшая оценка «5» по всем способам обслуживания, на третьем месте — оценка «4».

¹⁴ Составлено авторами.

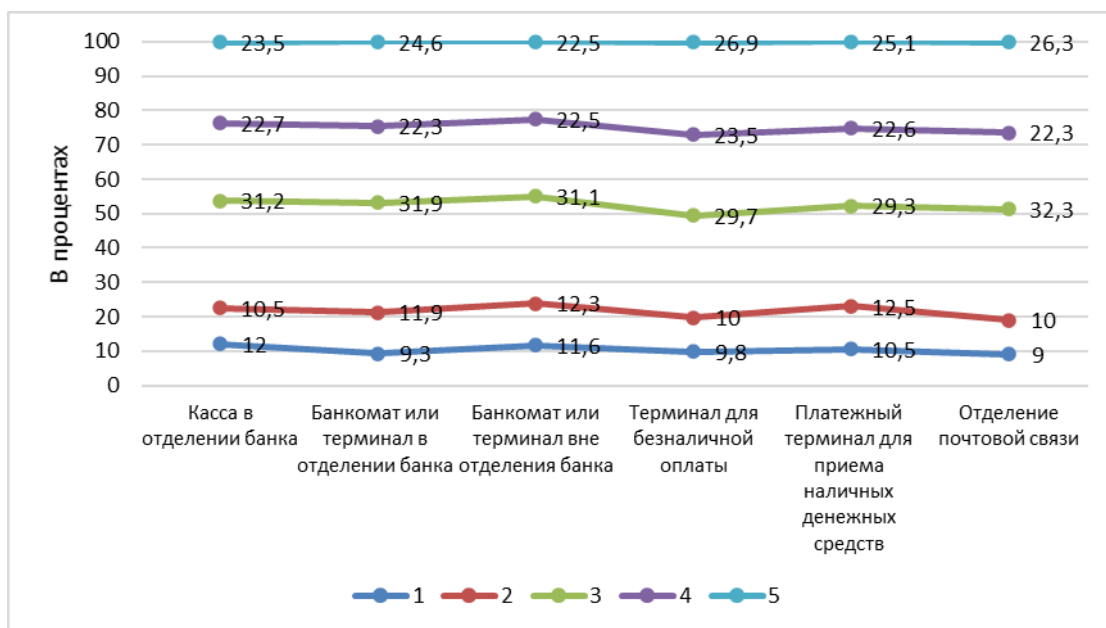


Рисунок 11. Распределение ответов респондентов по оценкам доступности способов обслуживания¹⁵

Для оценки скорости получения финансовых услуг респонденты использовали шкалу от 1 до 5, где 1 — на доступ трату много времени, а 5 — могу воспользоваться быстро.

Скорость получения финансовых услуг с использованием различных способов обслуживания была оценена в среднем на три балла по 5-балльной шкале (Рисунок 12). Самыми удобными услугами, требующими минимальных затрат времени, респонденты считают безналичную оплату в предприятиях торговли и оплату товаров (услуг) через платежные терминалы. На пять баллов по 5-балльной шкале быстроту их использования оценили соответственно 27,1% и 23,5%.

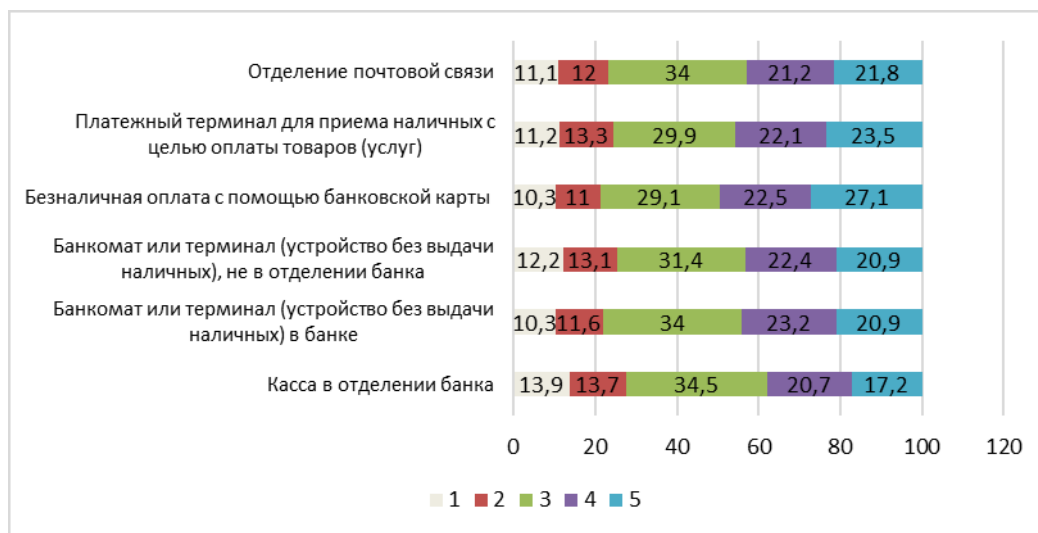


Рисунок 12. Распределение респондентов по оценкам услуг, которыми они могут воспользоваться быстро, не тратя время на ожидание (в процентах от числа опрошенных)¹⁶

¹⁵ Составлено авторами.

¹⁶ Составлено авторами.

Развитие дистанционного обслуживания в финансовых организациях. Традиционно взаимодействие банков с клиентами происходило офлайн. Однако с развитием информационных технологий за последние 10 лет в отрасли выросла востребованность цифровых каналов. Фактор наличия у банков отделений оказывает все меньшее влияние на выбор граждан. Развитие дистанционного обслуживания стало одним из приоритетов финансовых организаций. Основными инструментами дистанционного обслуживания являются мобильное приложение и интернет-банк. В процессе анкетирования респондентам было предложено оценить популярность дистанционных форм финансового обслуживания (Рисунок 13): 59,1% опрошенных осуществляли денежные переводы через интернет-банк с помощью планшета или смартфона через мобильное приложение, 50,6% — перевод посредством отправки СМС на короткий номер. Денежными переводами через веб-браузер пользовались меньше респондентов — 46,8% на компьютерах и 36,7% на планшетах и смартфонах.

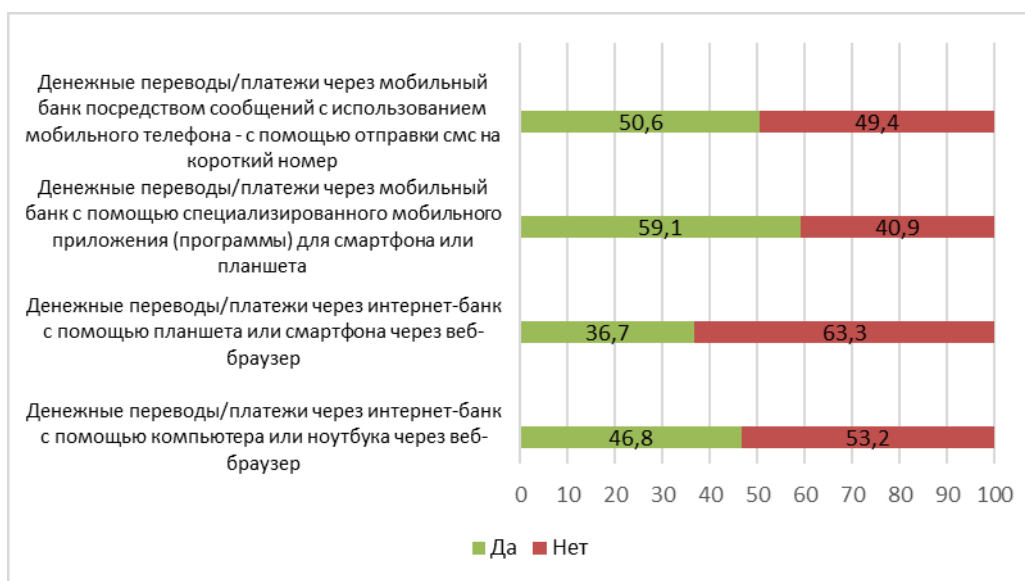


Рисунок 13. Использование респондентами дистанционного обслуживания при выполнении денежных переводов/платежей (в процентах от числа опрошенных)¹⁷

Наиболее популярная причина отказа граждан от использования дистанционных форм обслуживания для денежных переводов/платежей — отсутствие уверенности в безопасности интернет-сервисов (37,4%). У некоторых респондентов отсутствуют навыки использования таких технологий (23,4%). Около 40% жителей отдельных населенных пунктов республики Коми в качестве одного из основных барьеров развития дистанционных форм финансового обслуживания отметили отсутствие компьютера/планшета/ноутбука/смартфона (Рисунок 14).

¹⁷ Составлено авторами.

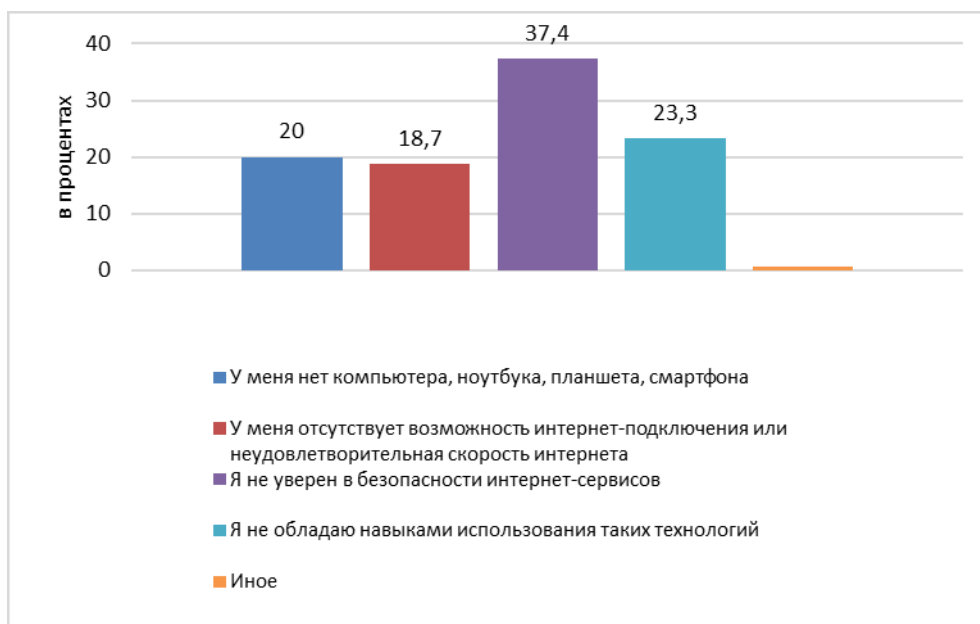


Рисунок 14. Барьеры для использования дистанционных форм финансового обслуживания (в процентах от числа опрошенных)¹⁸

Уровень недоверия к безопасности интернет-сервисов не зависит от возраста респондентов. Однако отсутствие навыков использования таких технологий, а также компьютера, ноутбука, планшета, смартфона, возможности интернет-подключения или неудовлетворительная скорость интернета — это барьеры, которые в первую очередь негативно влияют на использование дистанционных технологий респондентами старше 55 лет.

Заключение

Повышение уровня доверия населения к финансовым организациям, рост их удовлетворенности способствуют формированию и развитию долгосрочных отношений между участниками рынка, повышению лояльности граждан, увеличению количества потребляемых ими услуг, а также снижению риска их переключения на конкурентов.

По результатам анализа можно сказать, что наиболее востребованные в регионе финансовые услуги — платежные карты и вклады в банке. Росту регионального рынка банковских вкладов и кредитных финансовых услуг препятствуют низкие доходы населения, нежелание жить в долг, высокие процентные ставки по кредитам и низкие процентные ставки по депозитам. По-прежнему на региональном рынке наблюдается низкий уровень популярности страховых продуктов и услуг. Большая часть респондентов воспринимает страховые продукты как ненужные.

Банки являются поставщиками финансовых услуг, пользующимися наибольшим доверием, в то время как микрофинансовые организации, брокеры и ломбарды — наименьшим.

Анализ мнения респондентов об их удовлетворенности работой финансовых организаций показал, что жители региона более всего удовлетворены работой банков и менее всего — услугами микрофинансовых организаций и ломбардов. Результаты измерения уровня удовлетворенности респондентов основными услугами финансовых организаций продемонстрировали, что только по трем из них (расчетным картам, кредитам, переводам и платежам) процент удовлетворенных клиентов превысил процент неудовлетворенных.

¹⁸ Составлено авторами.

Результаты исследования подтверждают необходимость дальнейшего развития финансовой инфраструктуры. Увеличение количества банковских терминалов, банкоматов, электронных и платежных терминалов играет важную роль в повышении доступности удовлетворенности населения банковскими услугами.

На рынке финансовых услуг выросла востребованность цифровых каналов обслуживания. Главной причиной для отказа от пользования традиционными каналами является их меньшее удобство. Существует большая группа потребителей, предпочитающих дистанционные формы обслуживания, в том числе посредством мобильного и интернет-банкинга. Их распространение сдерживается недостаточным уровнем безопасности (надежности) интернет-сервисов, а также отсутствием у населения навыков использования цифровых технологий. Одним из барьеров цифровизации финансовых услуг в отдельных населенных пунктах региона является отсутствие у жителей компьютеров, планшетов или смартфонов.

Результаты исследования подтвердили необходимость повышения удовлетворенности населения финансовыми услугами и доступности способов их обслуживания, в том числе посредством развития инфраструктурного потенциала финансовых организаций. Это будет способствовать росту конкуренции в отрасли, экономическому росту и повышению уровня жизни граждан.

Список литературы:

Байдукова Н.В., Достов В.Л., Шуст П.М. Анализ и оценка лучших практик применения инструментов повышения финансовой доступности (часть 1) // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. № 6 (114). С. 48–57.

Большаков С.Н., Григорьев А.Н., Притула О.Д., Шутов Р.А. Мониторинг удовлетворенности населения конкурентоспособностью финансовых организаций региона // Региональные проблемы преобразования экономики. 2021. № 3. С. 108–122. DOI: [10.26726/1812-7096-2021-3-108-122](https://doi.org/10.26726/1812-7096-2021-3-108-122)

Большаков С.Н., Дохолян С.Б. Мониторинг удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг // Региональные проблемы преобразования экономики. 2020. № 4. С. 93–101. DOI: [10.26726/1812-7096-2020-04-93-101](https://doi.org/10.26726/1812-7096-2020-04-93-101)

Большаков С.Н., Ким О.Л., Касьянов С.В., Шутов Р.А. Оценка доступности финансовых услуг региона в условиях цифровой экономики // Региональные проблемы преобразования экономики. 2020. № 5. С. 66–75. DOI: [10.26726/1812-7096-2020-04-66-75](https://doi.org/10.26726/1812-7096-2020-04-66-75)

Быковец М.В. Доступность финансовых услуг как фактор устойчивого социально-экономического развития // Экономика и предпринимательство. 2015. № 6–1 (59). С. 156–163.

Ивлиев М.И., Коротаева Н.В. Векторы развития дистанционного банковского обслуживания в современной России // Социально-экономические явления и процессы. 2016. Т. 11. № 10. С. 21–27. DOI: [10.20310/1819-8813-2016-11-10-21-27](https://doi.org/10.20310/1819-8813-2016-11-10-21-27)

Калачева Е.А., Кириенко Е.А. Понятие финансовой доступности и критерии ее оценки // Вестник НГУЭУ. 2018. № 1. С. 131–138.

Коханова В.С., Лосева И.Н. Анализ доступности финансовых услуг в Ростовской области // Финансовые исследования. 2018. № 2 (59). С. 58–65.

Куницина Н.Н., Белгаришвили К.Н. Оценка доступности финансовых услуг в Ставропольском крае // Деловой вестник предпринимателя. 2020. № 1 (1). С. 40–48.

Мочалина О.С., Лобачева Я.А. Специфика индикаторов финансовой доступности в Российской Федерации // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2016. № 1 (34). С. 80–85.

Тётушкин В.А. Анализ качества доступа и пользования финансовыми услугами и каналами их представления потребителями в регионах // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. № 46 (280). С. 36–50.

Ширинкина Е.В. Оценка трендов цифровой трансформации финансовой отрасли // Надежность и качество сложных систем. 2019. № 2 (26). С. 114–119. DOI: [10.21685/2307-4205-2019-2-13](https://doi.org/10.21685/2307-4205-2019-2-13)

Юсупова О.А. Развитие и место дистанционного банковского обслуживания в банковской конкурентной среде // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 33 (315). С. 37–51.

Aladwani A.M. Online Banking: A Field Study of Drivers, Development, Challenges, and Expectations // International Journal of Information Management. 2001. Vol. 21. Is. 3. P. 213–225. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0268-4012\(01\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S0268-4012(01)00011-1)

Birch D., Young M.A. Financial Services and the Internet — What Does Cyberspace Mean for the Financial Services Industry? // Internet Research. 1997. Vol. 7. Is. 2. P. 120–128. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/10662249710165262>

Furst K., Lang W.W., Nolle D.E. Internet Banking // Journal of Financial Services Research. 2002. Vol. 22. Is. 1. P. 95–117. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1016012703620>

Furst K., Lang W.W., Nolle D.E. Internet Banking: Developments and Prospects // Office of the Comptroller of the Currency Economic and Policy Analysis Working Paper № 2000–9. 2000. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1988503>

Hurnandez-Murillo R., Llobet G., Fuentes R. Strategic Online Banking Adoption // Journal of Banking & Finance. 2010. Vol. 34. Is. 7. P. 1650–1663. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.03.011>

Tan M., Teo T.S.H. Factors Influencing the Adoption of Internet Banking // Journal of the Association for Information Systems. 2000. Vol.1. P. 1–44. DOI: [10.17705/1jais.00005](https://doi.org/10.17705/1jais.00005)

References:

Aladwani A.M. (2001) Online Banking: A Field Study of Drivers, Development, Challenges, and Expectations. *International Journal of Information Management*. Vol. 21. Is. 3. P. 213–225. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0268-4012\(01\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S0268-4012(01)00011-1)

Baydukova N.V., Dostov V.L., Shoust P.M. (2018) Analysis and Evaluation of the Best Practices of the Use of Tools in the Area of the Financial Accessibility Improvement (part 1). *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. № 6 (114) P. 48–57.

Birch D., Young M.A. (1997) Financial Services and the Internet — What Does Cyberspace Mean for the Financial Services Industry? *Internet Research*. Vol. 7. Is. 2. P. 120–128. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/10662249710165262>

Bolshakov S.N., Dokholyan S.B. (2020) Monitoring of Satisfaction of the Population Activities in the Field of Financial Services. *Regional'nyye problemy preobrazovaniya ekonomiki*. № 4. P. 93–101. DOI: [10.26726/1812-7096-2020-04-93-101](https://doi.org/10.26726/1812-7096-2020-04-93-101)

Bolshakov S.N., Grigoriev A.N., Pritula O.D., Shutov R.A. (2021) Monitoring of Population Satisfaction Competitiveness of Financial Organizations in the Region. *Regional'nyye problemy preobrazovaniya ekonomiki*. № 3. P. 108–122. DOI: [10.26726/1812-7096-2021-3-108-122](https://doi.org/10.26726/1812-7096-2021-3-108-122)

Bolshakov S.N., Kim O.L., Kasyanov S.V., Shutov R.A. (2020) Assessing the Availability of Financial Services in the Region in the Digital Economy. *Regional'nyye problemy preobrazovaniya ekonomiki*. № 5. P. 66–75. DOI: [10.26726/1812-7096-2020-04-66-75](https://doi.org/10.26726/1812-7096-2020-04-66-75)

Bykovets M.V. (2015) Ensuring Access to Financial Services as a Factor of Sustainable Socio-Economic Development. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. № 6–1 (59). P. 156–163.

Furst K., Lang W.W., Nolle D.E. (2000) Internet Banking: Developments and Prospects. *Office of the Comptroller of the Currency Economic and Policy Analysis Working Paper № 2000-9*. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1988503>

Furst K., Lang W.W., Nolle D.E. (2002) Internet Banking. *Journal of Financial Services Research*. Vol. 22. Is. 1. P. 95–117. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1016012703620>

Hurnandez-Murillo R., Llobet G., Fuentes R. (2010) Strategic Online Banking Adoption. *Journal of Banking & Finance*. Vol. 34. Is. 7. P. 1650–1663. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.03.011>

Ivliyev M.I., Korotayeva N.V. (2016) Vectors of Development of Remote Bank Services in Modern Russia. *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy*. Vol. 11. № 11. P. 21–27. DOI: [10.20310/1819-8813-2016-11-10-21-27](https://doi.org/10.20310/1819-8813-2016-11-10-21-27)

Kalacheva Ye.A., Kiriyyenko Ye.A. (2018) The Definition of Financial Inclusion and Criteria for Its Evaluation. *Vestnik NGUEU*. № 1. P. 131–138.

Kohanova V.S., Loseva I.N. (2018) Analysis of Availability of Financial Services in the Rostov Region. *Finansovyye issledovaniya*. № 2 (59). P. 58–65.

Kunitsyna N.N., Beglarishvili K.N. (2020) Assessing the Availability of Financial Services in the Stavropol Territory. *Delovoy vestnik predprinimatel'nykh organizatsiy*. № 1 (1). P. 40–48.

Mochalina O.S., Lobacheva Y.A. (2016) Specifics of Financial Affordability Indicators in the Russian Federation. *Nauchnyy vestnik: finansy, banki, investitsii*. № 1 (34). P. 80–85.

Shirinkina E.V. (2019) Assessment of Digital Transformation Trends in the Financial Industry. *Nadezhnost' i kachestvo slozhnykh sistem*. № 2 (26). P. 114–119. DOI: [10.21685/2307-4205-2019-2-13](https://doi.org/10.21685/2307-4205-2019-2-13)

Tan M., Teo T.S.H. (2000) Factors Influencing the Adoption of Internet Banking. *Journal of the Association for Information Systems*. Vol. 1. P. 1–44. DOI: [10.17705/1jais.00005](https://doi.org/10.17705/1jais.00005)

Tetushkin V.A. (2015) Analyzing The Quality of Access to, and the Use of Financial Services and Channels to Deliver Them to Consumers in Regions. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya*. № 46 (280). P. 36–50.

Yusupova O.A. (2016) Development of Remote Banking and Its Place in the Banking Competitive Environment. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya*. № 33 (315). P. 37–51.

Дата поступления/Received: 09.02.2022