

www.nbrb.by/bv

Банкаўскі Веснік

9/710

верасень

2022

03

Тренды XXI века в мировой экономике, торговле, логистике и их влияние на Беларусь и Россию

13

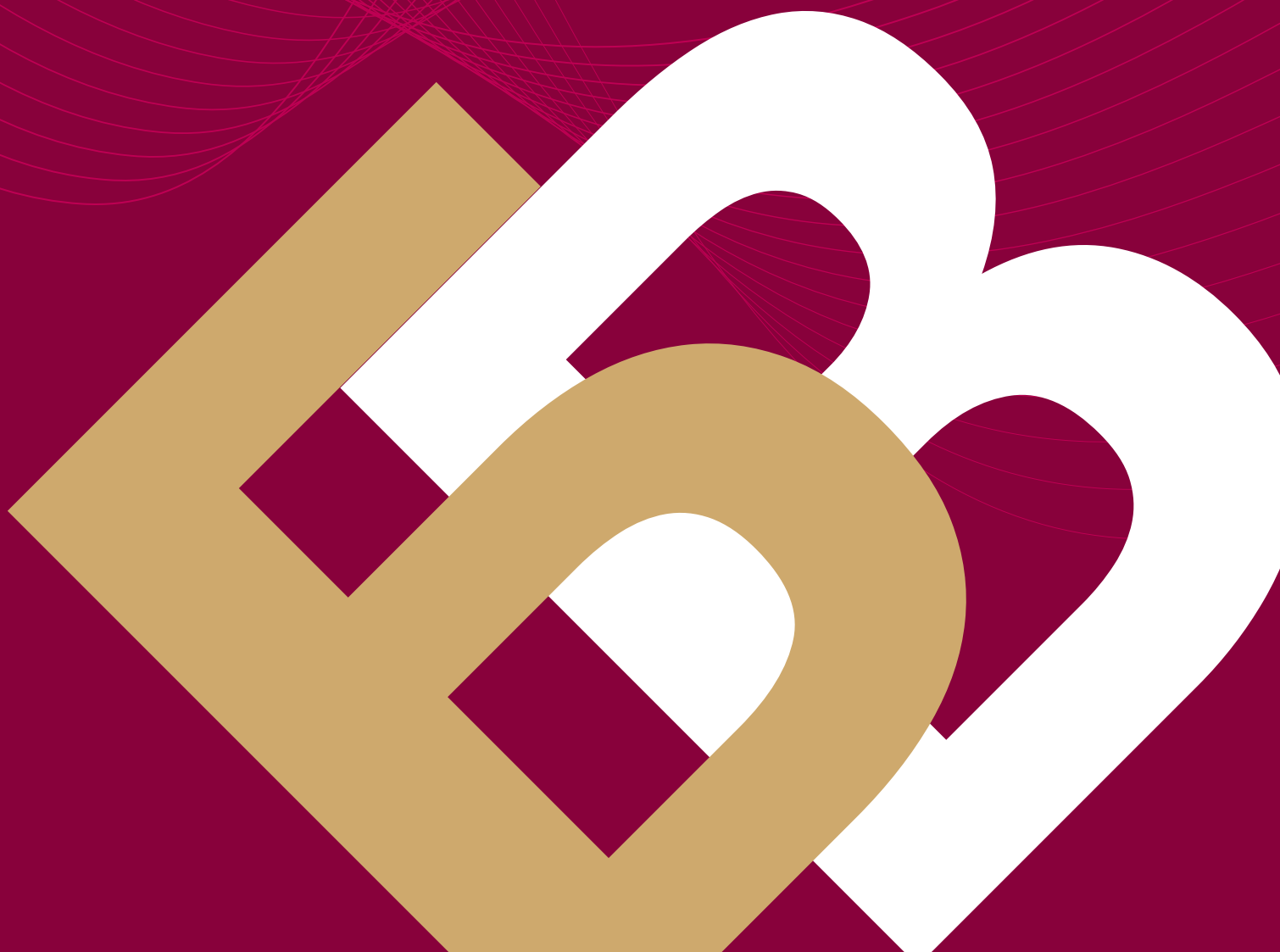
Экономические возможности Беларуси в ШОС

25

Построение персонализированной модели работы банка с клиентами сегмента малого бизнеса

37

Диагностика факторов формирования сервисной экономики в Республике Беларусь



АДЗІНЫ ПАРТАЛ ФІНАНСАВАЙ ГРАМАТНАСЦІ



www.fingramota.by

www.nbrb.by/bv
**Банкаўскі
Веснік**

**НАЦЫЯНАЛЬНЫ БАНК
РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ**

Банковский вестник | Bank Bulletin Journal
Інфармацыйна-аналітычны і навукова-практычны часопіс Нацыянальнага банка Рэспублікі Беларусь. Выдаецца з красавіка 1992 года

Часопіс унесены ў Пералік навуковых выданняў Рэспублікі Беларусь для апублікавання вынікаў дысертацыйных даследаванняў па эканамічных навуках. Часопіс зарэгістраваны ў базе РІНЦ

03

Тренды XXI века в мировой экономике, торговле, логистике и их влияние на Беларусь и Россию

**Михаил КОВАЛЕВ
Анна КОРОЛЕВА**

В статье представлен политэкономический подход к осмыслению мировых трендов в экономике, торговле и логистике в XXI в. Проведен анализ динамики валового внутреннего продукта по паритету покупательной способности, экспорта товаров и услуг и транспортных грузовых услуг в мире, в странах-лидерах, а также в Беларуси и России. Предложено отслеживать динамику значимости страны в мире в системе координат: «доля страны в мировом ВВП по ППС» и «доля страны в мировом населении». Обращено внимание на стагнацию традиционной торговли товарами и бурный рост торговли цифровыми товарами и услугами.

13

Экономические возможности Беларуси в ШОС

Екатерина ГОСПОДАРИК

Статья посвящена проблеме экономического сотрудничества государств – членов ШОС, анализируются экономические перспективы членства Беларуси в данном объединении. Рассмотрены следующие экономические аспекты: экономическая роль ШОС в мире, стратегические интересы участия стран в ШОС, торговое сотрудничество и перспективы энергетического сотрудничества, транспортно-логистические коридоры, межбанковское и инвестиционное сотрудничество, образовательный и научный потенциал, туристическое пространство ШОС.

25

Построение персонализированной модели работы банка с клиентами сегмента малого бизнеса

**Игорь БИЧЕЛЬ
Светлана КОСТЮКОВА**

В статье описаны эволюция развития банковского сектора Республики Беларусь с точки зрения конкурентоспособности и модели построения взаимоотношений с клиентами малого бизнеса, а также выявляются отличия традиционной системы банковского обслуживания от персонализированной модели взаимодействия с клиентами. Разработана классификация персонализированных продуктовых предложений банка в зависимости от стадии жизненного цикла бизнеса клиента, определены персонализированный набор продуктов для предприятий малого бизнеса и классификация клиентов по типу их лояльности к банку, дается определение персонализированной модели работы банка.

37

Диагностика факторов формирования сервисной экономики в Республике Беларусь

Михаил ТОМКОВИЧ

В статье диагностированы факторы, оказывающие влияние на процесс трансформации структуры экономики Республики Беларусь в направлении усиления ее сервисной компоненты. Рассмотрен период становления экономического суверенитета страны с позиции запуска структурной трансформации экономики. Установлена связь между проведением государственной социально ориентированной политики и развитием социального сервиса, а также зафиксирована взаимообусловленность роста благосостояния населения, изменения характера производственно-трудовых отношений и увеличения доли доходов, направляемых на потребление все большего объема услуг. Констатировано важное место сектора современных технологий и транспортно-логистического комплекса в развитии отечественной сервисной экономики.

51

Мобильные финансовые приложения для частных клиентов: обзор рынка и методов построения рейтинга**Анна ГОЛИКОВА**

В статье систематизированы белорусские мобильные финансовые приложения, доступные для частных пользователей, по универсальности их применения, количеству скачиваний, определены среднегодовые оценки на платформах AppStore и Google Play. Описаны зарубежные методические подходы к построению рейтингов мобильных финансовых приложений, изучены рейтинги мобильных сервисов белорусских банков и ограничения в их использовании. Предложены направления, которые повысят информативность рейтинга мобильных финансовых приложений для всех заинтересованных сторон.

64

Благотворительные карты как эффективный инструмент устойчивого развития**Анна ПОПКОВА**

В статье рассматриваются мировые тенденции благотворительности и аффинити-карты как элемент устойчивого развития государств. Проанализированы возможности платежных карт с благотворительной опцией для поддержки некоммерческих организаций, а также предлагаемые клиентам программы кешбэка и вознаграждений. Приводятся примеры известных благотворительных карт зарубежных стран и рассмотрены их преимущества. Дана оценка рынку аффинити-карт в Беларуси и сделаны предложения по его совершенствованию.

Рэдакцыйна-выдавецкі савет

П.У.Калаур,
кандыдат эканамічных навук
(старшыня савета)
А.А.Ціханаў,
доктар эканамічных навук,
прафесар
(намеснік старшыні савета)
А.Ф.Галаў,
кандыдат эканамічных навук,
дацэнт
Д.Л.Калечыц
С.В.Калечыц
А.Ф.Кірэева,
доктар эканамічных навук,
прафесар
М.М.Кавалёў,
доктар фізіка-матэматычных
навук, прафесар

В.Н.Камкоў,
доктар эканамічных навук,
прафесар
А.І.Караткевіч,
доктар эканамічных навук,
дацэнт
С.В.Салак
Л.І.Стэфановіч,
доктар эканамічных навук,
прафесар
А.М.Цімашэнка

Нумар падрыхтаваны Упраўленнем
інфармацыі і грамадскіх сувязей
Нацыянальнага банка
Рэспублікі Беларусь

Галоўны рэдактар
Д.Л.Калечыц

Нам. галоўнага рэдактара
С.В.Салак

Рэдактары
І.У.Гілевіч I.Gilevich@nrb.by
Т.У.Варанец T.Voronec@nrb.by
Т.М.Паціцкая rakitskaya_tn@nrb.by

Афармленне і вёрстка
К.С.Брыцько E.Britko@nrb.by
Л.А.Павядайла L.Povedailo@nrb.by

Адрас рэдакцыі
220008, г. Мінск,
прасп. Незалежнасці, 20
Тэл.: (017) 219-23-84, 219-23-83
e-mail: bvb@nrb.by

Надрукавана на
дзяржаўным прадпрыемстве
«БудМедыяПраект»
ЛП № 02330/71 ад 23.01.2014
220123, г. Мінск, вул. В. Харужай,
13/61

Заказ № ***.
Падпісана ў друк 30.09.2022.

Фармат 60x84 1/8. Афсетны друк.
Ум. друк. арк. 8,37. Тыраж 100 экз.

Часопіс зарэгістраваны Міністэрствам
інфармацыі Рэспублікі Беларусь
20.03.2009. Пасведчанне аб рэгістра-
цыі № 175

Пункт гледжання рэдакцыі
не заўсёды супадае з меркаван-
нем аўтараў. Артыкулы ў раздзеле
«Навуковыя публікацыі» папярэдне
рэцэнзаваліся

Перадрук матэрыялаў – згодна
з Законам Рэспублікі Беларусь «Аб
аўтарскім праве і сумежных правах»

Часопіс распаўсюджваецца
БЯСПЛАТНА

Заснавальнік – Нацыянальны банк
Рэспублікі Беларусь

© Банкаўскі веснік, 2022

Мобильные финансовые приложения для частных клиентов: обзор рынка и методов построения рейтинга

УДК 336.71

Ключевые слова:

мобильный банкинг; мобильное финансовое приложение; банк; магазин приложений; мобильный сервис; рейтинг мобильных приложений; пользовательский сценарий.



Анна ГОЛИКОВА

Полесский государственный университет, доцент кафедры финансового менеджмента, кандидат экономических наук, доцент, Республика Беларусь, г. Пинск, e-mail: anna.golikova@mail.ru

Мобильные телефоны как инструмент дистанционного банковского обслуживания физических лиц стали использоваться сравнительно недавно. В 90-х гг. XX в. частные клиенты финского Merita Nordbanken [13, р. 275] и немецкого Deutsche Bank [23, р. 130] были первыми, кто мог проверять банковский счет и совершать платежи с помощью мобильного телефона. Идея была подхвачена многими западноевропейскими банками [23, р. 130], а позже распространилась на другие регионы. Первоначально банковские операции совершались посредством sms- и USSD-запросов или на WAP-сайте банка, открываемом с мобильного телефона с помощью WAP-протокола. Однако с появлением в конце 2000-х гг. смартфонов и магазинов приложений все чаще частные клиенты стали предпочитать мобильные банковские сервисы.

Использование мобильных телефонов в качестве канала для обеспечения дистанционного доступа пользователей к своим счетам и совершения различных финансовых операций принято

называть мобильным банкингом, или м-банкингом. Данное понятие можно рассматривать как в узком, так и широком смысле. Узкое значение включает в себя только мобильные приложения, а широкое – наряду с ними все сервисы, которые использовались и используются финансовыми и нефинансовыми организациями для проведения банковских транзакций с помощью мобильного телефона, включая sms-, USSD-, STK-, WAP-, Java-банкинг. Поскольку в последние годы понятие м-банкинга чаще всего применялось в профессиональной среде в узком смысле, то предметом исследования данной статьи являются мобильные финансовые приложения, используемые частными клиентами для того, чтобы дистанционно управлять счетом, иметь доступ к информационным и консультационным услугам, для осуществления банковских операций.

Мобильный банкинг считается подвидом интернет-банкинга, поскольку практически всегда выполняет аналогичные функции и имеет схожее свойство: совершение транзакций в режиме 24/7/365. Вместе с тем портативность мобильного устройства позволяет не привязывать человека к определенному месту для проведения каких-либо операций. Эта особенность обусловила ежегодное увеличение доли людей во всем мире, использующих мобильный телефон, а не компьютер для подключения к интернету – важной составляющей м-банкинга. Если в 2016 году соотношение двух каналов выхода в глобальную сеть было примерно одинаковым – около 50% [16], то в конце 2021 г. чаще всего использовались смартфоны

(91,1%), а не ноутбуки или стационарные компьютеры (61,7%) [24].

Согласно отчету Всемирного банка о глобальном состоянии финансовой доступности (Global Findex), доля мирового населения в возрасте старше 15 лет, использующего мобильные телефоны для совершения финансовых операций, увеличивается [25]. Полученные исследователями значения разнятся в зависимости от целей совершаемых транзакций. Согласно данным, представленным на *рисунке 1* за 2017 г. и 2021 г., в мире наблюдался наибольший прирост доли взрослых людей, которые с помощью мобильного девайса проверяют остаток денежных средств на счете (+16 п. п.), а также совершают онлайн-покупки (+15 п. п.). Большая часть населения мира получает или отправляет деньги посредством мобильного устройства, в то время как удельный вес тех, кто с него оплачивает коммунальные услуги, составил всего 10% в 2021 г.

Рисунок 1

Доля населения мира в возрасте старше 15 лет, использующего мобильный телефон для совершения различных финансовых операций в 2017 г. и 2021 г., %

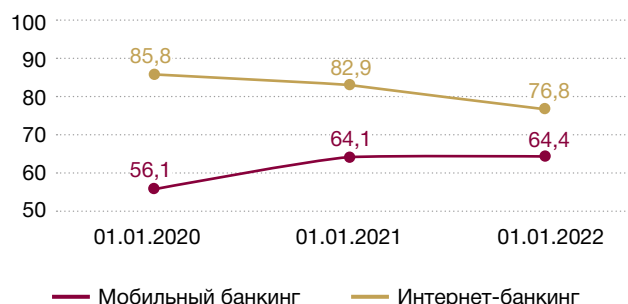


Примечание. Составлено автором на основе базы данных о глобальном состоянии финансовой доступности (Global Findex) за 2021 г.

Несмотря на то, что данные по Республике Беларусь за 2021 г. в исследовании не отражены, сравнение национальных значений с мировыми данными, представленными в предыдущем отчете, позволяет заключить, что уровень использования мобильных телефонов для совершения финансовых операций являлся достаточно высоким. В частности, доля белорусов, которые с мобильного устройства делали покупки онлайн, проводили коммунальные платежи и осуществляли денежные переводы в 2017 г., равна либо выше среднемировых значений в 2021 г. [25].

Рисунок 2

Удельный вес физических лиц – пользователей интернет- и мобильного банкинга – в количестве частных клиентов банка, подключенных к СДБО с 01.01.2020 по 01.01.2022, %



Примечание. Составлено автором на основе аналитического обозрения «Финансовая стабильность Республики Беларусь» за 2020 г. [6, с. 83] и отчета Национального банка за 2021 г. [10, с. 53].

Степень использования интернет- и мобильного банкинга частными клиентами белорусских банков также высока. Согласно данным, представленным Национальным банком, большинство физических лиц, подключенных к СДБО, используют именно эти способы удаленного взаимодействия с финансовым учреждением (*рисунком 2*). Однако доля пользователей интернет-банкинга снижается на протяжении трех лет. Число активных пользователей м-банкинга составило в 2020 г. 57,22% всех физических лиц, подключенных к нему, а интернет-банкинга – всего 33,37% [11, с. 82].

Очевидно, что мобильные телефоны становятся основным инструментом для совершения многих финансовых операций как в мире, так и в Республике Беларусь. Банки и их конкуренты стремятся использовать данный канал взаимодействия с клиентом наиболее эффективно, что увеличивает значение используемых пользователями мобильных приложений. Согласно исследованиям [5, с. 16], стоимость обработки транзакций, совершенных через мобильный сервис, может быть в 10 раз ниже, чем через банкомат, и в 50 раз дешевле, чем в отделении банка. Использование мобильного банкинга также позволяет повысить доходы финансового учреждения за счет монетизации клиентской аналитики, обеспечения круглосуточного доступа к продуктам и услугам банка, кастомизации предложений, сегментации клиентов, реализации кросс-продаж, а также расширения функциональных возможностей приложения [5, с. 16].

Банки Республики Беларусь не являются исключением и постоянно совершенствуют мобиль-

ный банкінг для частных кліентаў, уключаючы в яго дадатковыя службы і расшыраючы магчымасці іх існавання. Разгледзім складаны беларускі рынак мабільных фінансавых прыкладанняў больш падрабязна.

Рынак беларускіх мабільных фінансавых прыкладанняў для частных асоб

Першыя мабільныя фінансавыя прыкладанні ў іх традыцыйным разуменні з'явіліся ў Рэспубліцы Беларусь у 2012 г. На *рысунке 3* у парадку згадкаў па месяцам і гадам прадставлена часовая шкала з'яўлення навістнага аб'яўлення на афіцыйным сайце ці старонцы ў сацыяльнай сетцы банка ці аперацыйнага зв'язку з даступнасцю мабільнага прыкладання для скачвання частнымі кліентамі ў Google Play ці AppStore.

Пік з'яўлення м-банкінга ў Беларусі прыпадае на 2014–2016 гг.: імяна за гэты перыяд большасць дзейных банкаў ўвядзілі мабільныя прыкладанні для частных асоб. Наряду з традыцыйнымі крэдытнымі інстытутамі на *рысунке 3* прадставлены аперацыйныя зв'язкі УП «Велком» (з 2019 г. – УП «А1») і СООО «Мобільныя ТэлеСістэмы», якія ў партнёрстве з банкамі і страхавымі арганізацыямі прапанаваць частным кліентам мабільныя фінансавыя службы.

Асноўнымі платформаў для скачвання ў момант з'яўлення мабільных фінансавых прыкладанняў былі Google Play і AppStore. У трох банкаў усё яшчэ даступны для скачвання версіі прыкладанняў для тэлефонаў з аперацыйнай сістэмай Windows. Усе больш фінансавых службаў можна скачаць у AppGallery – платформе, якая была запушчана пасля таго, як на кампанію Huawei ў 2019 г. былі наложаны амерыканскія санкцыі і

службы Google сталі недаступны для тэлефонаў яе вытворчасці.

Усе прыкладанні да пачатку спецыяльнай вайсковай аперацыі Расіі ў Украіне былі даступны для скачвання ў абодва магазінах. У наступныя месяцы мабільныя службы шасці беларускіх банкаў – ў асноўным «дочкаў» расійскіх банкаў – былі удалены з платформаў. Для карыстальнікаў тэлефонаў, функцыянуючых на базе аперацыйнай сістэмы Android, апошнія версіі прыкладанняў былі выкладзены на афіцыйных сайтах банкаў альбо альтэрнатыўных платформаў: NashStore (VTB mBank) і Galaxy Store (InSync.by).

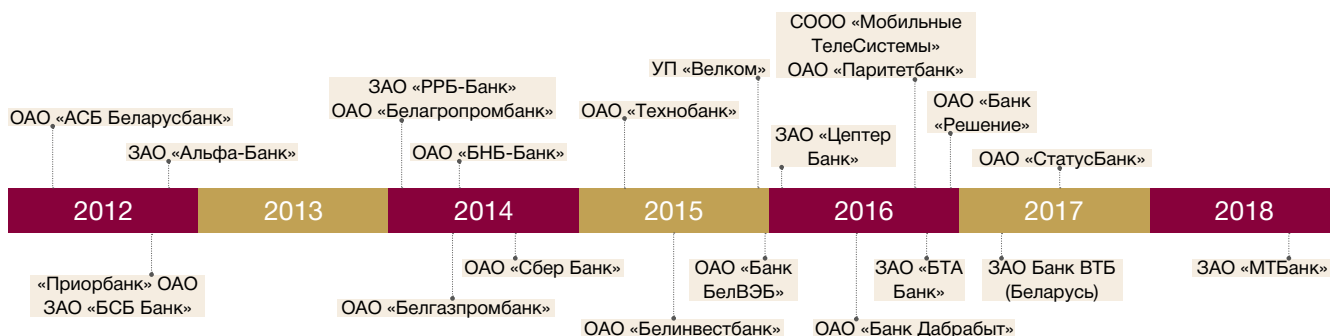
Па стане на 01.08.2022 у 20 банкаў, дзейных на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь, ёсць хоць бы адно мабільнае прыкладанне для фізічных асоб. Усе службы м-банкінга можна ўмовна раздзяліць на **універсальныя** і **спецыялізаваныя**. Пры існаванні першых кліенту даступна шырокая лінейка розных аперацый, а другія маюць абмежаваны набор функцый: праверка балансу карткі, плацежы ў пунктах продажы, перавад грошай, кіраванне плацежнай карткай ці атрыманне замежнай валюты альбо каштоўных бумажак онлайн.

У *табліцы 1* прадставлены ў парадку змяншэння па колькасці скачванняў на платформе Google Play мабільныя фінансавыя прыкладанні беларускіх банкаў і аперацыйнага зв'язку, даступныя для скачвання карыстальнікам у магазінах прыкладанняў альбо на сайтах, з раздзяленнем іх на універсальныя і спецыялізаваныя. У іх уключаны фінансавыя службы, якія былі загружаны на тэлефон, згодна з данымі Google Play, вышэй тысячы разоў.

Лідерам па колькасці прыкладанняў з'яўляецца ЗАО «МТБанк»: ў магазіне прыкладанняў ёсць два

Рисунка 3

Часовая шкала з'яўлення мабільных фінансавых прыкладанняў у Рэспубліцы Беларусь з 2012 г. па 2018 г.



Примечания: 1. Составлено автором на основе новостных об'явленияў на афіцыйных сайтах банкаў і ў сацыяльнай сетцы VK. 2. По ЗАО «БСБ Банк» даныя былі зняты ў магазіне прыкладанняў Google Play.

Таблица 1

Мобильные финансовые приложения белорусских банков и операторов связи для частных лиц, функционирующие по состоянию на 01.08.2022

Мобильные финансовые приложения белорусских банков и операторов связи	
Универсальные	Специализированные
Свыше миллиона загрузок	
M-Belarusbank (ОАО «АСБ Беларусбанк»)	Платежные: Оплаты (ОАО «Белинвестбанк»)
Belagroprombank (ОАО «Белагропромбанк»)	
PriorOnline («Приорбанк» ОАО)	
InSync.by (ЗАО «Альфа-Банк»)	
Свыше пятиста тысяч загрузок	
BGPB mobile (ОАО «Белгазпромбанк»)	
Мой банк (ЗАО «МТБанк»)	
Belinvestbank (ОАО «Белинвестбанк»)	
СберБанк Онлайн (ОАО «Сбер Банк»)	
Свыше ста тысяч загрузок	
A1 Banking (УП «А1»)	Платежные: Denegram 2.0 (ЗАО «МТБанк»)
МТС Деньги (СООО «Мобильные ТелеСистемы»)	Карточные: ИКС Карта (ЗАО «МТБанк»)
БСБ Банк (ЗАО «БСБ Банк»)	Торговля валютой и ценными бумагами:
i'mbanking.by (ОАО «БНБ-Банк»)	QUIK Android X (ЗАО «Альфа-Банк»)
TechnoMobile (ОАО «Технобанк»)	
МТБанк Мoby (ЗАО «МТБанк»)	
UP (ОАО «Банк БелВЭБ»)	
Дабрабыт-онлайн (ОАО «Банк Дабрабыт»)	
Свыше пятидесяти тысяч загрузок	
СтатусБанк (ОАО «СтатусБанк»)	Платежные: MTBank HCE (ЗАО «МТБанк»)
Банк Решение (ЗАО «Банк «Решение»)	Проверка баланса: Экспресс-баланс
	(«Приорбанк» ОАО)
Свыше десяти тысяч загрузок	
iParitet (ОАО «Паритетбанк»)	Торговля валютой и ценными бумагами:
RRB-Bank (ЗАО «РРБ-Банк»)	MTBankFX (ЗАО «МТБанк»)
БТА Банк (ЗАО «БТА Банк»)	
VTB mBank (ЗАО Банк ВТБ (Беларусь))	
Свыше пяти тысяч загрузок	
Цептер Онлайн (ЗАО «Цептер Банк»)	
Свыше тысячи загрузок	
	Платежные: Bulba (ОАО «Белагропромбанк»)
	MoneyApp (ЗАО «БСБ Банк»)

Примечания: 1. Составлено автором на основе информации, представленной в магазинах приложений Google Play, AppStore и на официальных сайтах банков. 2. Красный – банки, приложения которых по состоянию на указанную дату не доступны для скачивания в Google Play и AppStore. 3. Желтый – банки, приложения которых не доступны для скачивания в AppStore или Google Play.

универсальных, одно карточное, два платежных приложения, а также сервис для форекс-торговли.

В целом количество мобильных приложений в период с 01.08.2021 по 01.08.2022 сократилось: банки перестали поддерживать сервисы бесконтактных платежей BelarusbankPay, BelVEB Pay, Prior Pay, сервис управления картой рассрочки Halva, а слияние ОАО «Франсабанк» и ОАО «Идея Банк» с ЗАО «МТБанк» и ЗАО «Альфа-Банк» соответственно уменьшило количество универсальных приложений на два. В то же время банками были выпущены три новых универсальных приложения: IParitet (с 07.07.2022 полностью заменило приложение Paritetbank), МТБанк Moby и БТА Банк и одно платежное MoneyApp от ЗАО «БСБ Банк». В 2022 г. ОАО «Белагропромбанк» выпустил первое детское приложение Finteam¹ для оплаты услуг через ЕРИП, накопления денег в виртуальном кошельке на определенные цели, получения переводов с карточки родителей.

Своеобразной нормой безубыточности мобильного сервиса является количество скачиваний с платформы Google Play. Считается, что приложение будет приносить прибыль, если было загружено свыше 100 тысяч раз [4, с. 4]. Данный порог был преодолен 20 финансовыми приложениями белорусских банков и мобильных операторов.

Однако количество скачиваний является субъективным показателем популярности мобильного приложения. Значение может быть завышено по ряду причин: приложение установлено, но им не пользуются; оно неоднократно загружено одним пользователем, у которого есть несколько телефонов или который устанавливает его на новый девайс, или переустанавливает его для устранения возникшей проблемы при работе с ним.

К тому же банковские сервисы, которые появились позже, в силу разницы между годами релиза приложений не успели привлечь клиентскую базу. Существуют примеры, когда банки запускали на смену старым приложениям совершенно новые (например, «Приорбанк» ОАО, ЗАО «МТБанк», ОАО «Банк БелВЭБ», ЗАО «БТА Банк» и др.), что также требовало времени, чтобы «догнать» своих конкурентов по количеству загрузок. Кроме того, в общем доступе в магазинах приложений приводятся данные с момента их размещения на платформе, что не позволяет даже оценить прирост загрузок за определенный период (например, год).

Данные о финансовых сервисах, отображаемых на страницах онлайн-магазинов, являются одним из общедоступных источников информации для анализа количества загрузок, степени удов-

летворенности частных клиентов качеством, удобством, простотой приложений.

Автором на протяжении года² проводился мониторинг и сбор оценок, выставленных пользователями финансовых приложений белорусских банков и операторов связи на платформах Google Play и AppStore. Были определены средние значения оценок каждого мобильного сервиса по каждому магазину приложений за анализируемый период, на основании которых с учетом количества выставленных пользователями баллов была рассчитана общая средневзвешенная величина. Полученные значения были проранжированы в порядке убывания. На *рисунке 4* представлен рейтинг финансовых мобильных приложений белорусских банков и операторов связи, составленный на основе проведенных расчетов.

Первую пятерку возглавляют мобильные финансовые сервисы не только банков, но и операторов связи, что наряду с высокими показателями по количеству загрузок свидетельствует об их успешной конкуренции с традиционными банковскими институтами. Среди лидеров по количеству скачиваний (свыше миллиона) высокую оценку пользователей имеет только InSync.by ЗАО «Альфа-Банк», в то время как остальные приложения имеют оценку ниже 4,0.

Лидеры рейтинга в магазинах приложений Google Play и AppStore разнятся. В частности, у пользователей телефонов компании Apple в пятерку лидеров попали универсальные приложения Belagroprom и PriorOnline, а также сервис по торговле валютой МТBankFX и платежный сервис MoneyApp. В Google Play все они имеют оценки ниже средней, равной 3,7. В целом среднее значение по приложениям на AppStore выше, чем на Google Play на 0,4, в то время как медиана отличается всего на 0,1 и составляет 3,35 и 3,45 соответственно. Это объясняется неравномерностью распределения оценок мобильных приложений на AppStore: большинство из них находится либо в интервале от 4,1 до 5,0, либо – от 2,1 до 3,0 (*рисунок 5*). То есть владельцы телефонов Apple оценивали чаще всего приложения либо очень высоко, либо ниже среднего. Большинство пользователей телефонов на базе Android выставляли оценки мобильным банковским приложениям в интервале от 3,1 до 4,0.

В целом только 7 приложений из 32 получили общую среднюю оценку, равную или выше 4,0. Это может означать, что пользователи недостаточно удовлетворены тем мобильным банкингом, который предоставляют им большинство бело-

¹ Не представлено в *таблице 1*, так как по состоянию на 01.08.2022 количество скачиваний не достигло 1 000.

² 01.08.2021–01.08.2022.

Рисунок 4

Средние значения оценок мобильных финансовых приложений белорусских банков и операторов связи для частных лиц

	Google Play	AppStore	Средняя по платформам
BGPB mobile	4,8	4,7	4,8
UP	4,6	4,2	4,6
IParitet	4,3	4,4	4,4
VTB mBank	4,1	4,8	4,4
A1 Banking	4,3	4,5	4,3
МТС Деньги	4,1	4,7	4,1
InSync.by	4,1	4,1	4,1
Denegram 2.0	3,9	4,0	3,9
BSB Bank	3,9	3,2	3,9
Belagroprombank	3,6	4,5	3,8
PriorOnline	3,6	4,3	3,7
M-Belarusbank	3,7	2,5	3,7
MTBank Moby	3,6	3,9	3,7
Bulba	3,7		3,7
MoneyApp	3,1	4,3	3,6
Цептер Онлайн	3,5	3,1	3,4
Экспресс-баланс	3,4	3,6	3,4
RRB-Bank	3,3	3,5	3,4
i'mbanking.by	3,2	3,7	3,4
MTBankFX	2,5	4,8	3,3
Belinvestbank	3,2	1,8	3,1
Дабрабыт-онлайн	3,1	2,6	3,0
Оплаты	3,0	2,8	3,0
СтатусБанк	3,0	2,7	3,0
TechnoMobile	2,9	2,6	2,9
ВТА ВУ	2,8	2,9	2,9
Банк Решение	2,8	3,0	2,8
ИКС Карта	2,8	2,5	2,8
QUIK Android X	2,8	2,4	2,7
Сбербанк Онлайн	2,6	2,5	2,6
Мой банк	2,3	1,9	2,3
MTBank HCE	2,2		2,2
Средняя по приложениям	3,7	4,1	3,8

Примечания: 1. Составлено автором на основе оценок, представленных в магазинах приложений Google Play и AppStore с 01.08.2021 по 01.08.2022.

2. Период для расчета средних значений оценок приложений, которые стали недоступны для скачивания либо появились в период с 01.08.2021 по 01.08.2022, составляет менее года.

3. Бордовым цветом выделены сервисы, которые входят в пятерку лидеров по средним оценкам пользователей в магазинах приложений.

4. Приложение Bulba не имеет пользовательской оценки, а MTBank HCE недоступен для скачивания на платформе AppStore.

русских банков. Однако следует учитывать, что пользователи намного чаще ставят низкие оценки и пишут негативные отзывы, чем положительные. Кроме того, отзывы могут быть фальшивыми, а оценки «накрученными».

Использование оценок пользователей в магазинах приложений для анализа рейтинга мо-

бильного банкинга в Республике Беларусь имеет ряд ограничений. Во-первых, с начала 2022 г. компания Google персонализировала оценки на платформе в зависимости от устройства, с которого просматривается страница приложения. Несколькими месяцами ранее была включена персонализация по странам. Теперь пользователь видит только те оценки и отзывы, которые были сделаны с аналогичного устройства, которым он пользуется, и с того же географического региона, в котором находится. Оценки могут как совпадать, так и значительно колебаться: например, приложение BSB Bank по состоянию на 01.08.2022 на мобильном телефоне оценивалось в 3,2 балла, а на компьютере – 4,3. Такой подход при составлении рейтинга может влиять на итоговую среднюю оценку приложения и его положение среди конкурирующих сервисов.

Во-вторых, удаление на сайтах платформ мобильных финансовых приложений белорусских банков не позволяет изучить статистику загрузок, оценку приложений пользователями и ее динамику, количество и содержание отзывов и иные важные для анализа приложений показатели.

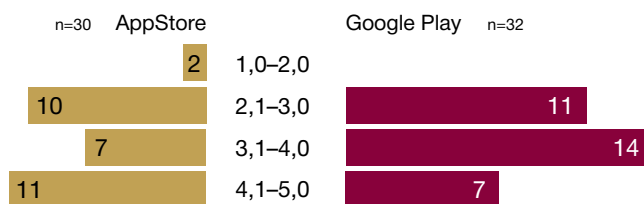
Зарубежные исследования по рейтинговой оценке мобильных приложений банков

Построение рейтингов мобильных приложений банков осуществляют в основном исследовательские, маркетинговые и консалтинговые организации, преследующие таким способом коммерческие цели по продвижению своих услуг. В академической среде основной акцент делается на:

- выявлении факторов, которые влияют на пользовательское признание (англ. user acceptance)

Рисунок 5

Распределение средних оценок пользователей белорусских финансовых мобильных приложений банков и операторов связи для частных лиц



Примечание. Составлено автором на основе оценок, представленных в магазинах приложений Google Play и AppStore с 01.08.2021 по 01.08.2022.

- и привлекательность мобильного приложения (англ. user adoption) [22];
- изучении критериев, которые влияют на пользовательскую оценку мобильного банковского сервиса в магазине приложений [12, р. 1524–1525];
 - выборе мобильного приложения, которое соответствует ключевым пользовательским потребностям [22].

Маркетинговые, исследовательские и консалтинговые организации используют следующие методические подходы для построения рейтинга банковских мобильных приложений:

1. Рейтинг выводится на основании средне-взвешенных оценок пользователей мобильного приложения на платформах Google Play, AppStore, а также иногда AppGallery по состоянию на определенную дату. По этой методике составлен рейтинг 100 лучших банковских приложений в мире за 2018 г. маркетинговой компанией Retail Banker International [21], ежегодный рейтинг мобильных банковских приложений США в различных номинациях компанией по управлению личными финансами MagnifyMoney [14]. Оценки в магазинах приложений учитываются в качестве одной из составляющих при определении рейтингов цифровизации банковских услуг финансовым супермаркетом Банки.ру [1] и инновационности банков – фондом «Сколково» [2].

Несмотря на простоту построения таких рейтингов, в них есть значительная доля субъективности при оценке загрузок и пользовательских оценок. Кроме того, исследователи не всегда учитывают динамичность оценок, используя значения по состоянию на определенную дату и их неравное количество в магазинах приложений, что влияет на среднее значение, выводимое по платформам.

Если убрать неинформативную «накрутку» оценок и загрузок приложений, то изучение таких рейтингов позволяет банкам получить информацию о том, как мобильный сервис оценивается пользователями в магазинах приложений.

2. Рейтинг строится исходя из изучения соответствия мобильного банковского приложения критериям функциональности, то есть возможности совершить в нем определенный набор операций, а также системы количественных показателей, характеризующих уровень принятия и распространения приложения среди клиентов банка. Зачастую она включает в себя долю пользователей м-банкинга в общем количестве всех частных клиентов, а также прирост пользователей по сравнению с предыдущим годом [15]. С использованием данного подхода был представлен обзор мобильных банковских приложений казахстанских банков консалтинговой компанией

Deloitte в 2016 г. [5], а также определяется победитель в субноминации «Лучшее мобильное банковское приложение» конкурса Best Digital Bank Awards, ежегодно проводимого журналом Global Finance [15].

Для построения рейтинга, опираясь на данную методику, исследователю наряду с открытой информацией об операциях, доступных в мобильном приложении, необходимо владеть конфиденциальными данными банка о количестве пользователей м-банкинга или аналогичными показателями в зависимости от используемого подхода. Однако такой рейтинг позволяет определить лидера путем сопоставления удельного веса пользователей финансового приложения и их динамики среди банковских учреждений, а также набора функций, доступного в м-банкинге.

3. Рейтинг рассчитывается опираясь на оценку удобства и простоты использования приложения (англ. usability). Для этого в лабораторных условиях проводится юзабилити-тестирование, которое позволяет оценить наличие или отсутствие важных элементов дизайна интерфейса для обеспечения комфортного пользовательского пути в сервисе м-банкинга. Такого рода рейтинги строятся, к примеру, российской компанией USABILITYLAB: составляется список задач, которые решает пользователь при помощи приложения, после чего в каждой из них оценивается удобство интерфейса, то есть наличие и критичность юзабилити-проблем, связанных с реализацией каждой функции с учетом востребованности со стороны пользователей [8]. Схожий подход был применен данной компанией и при построении рейтинга доступности банковских приложений для людей с различными нарушениями слуха, речи, зрения и моторики. Сравнительный анализ конкурентоспособности банковских приложений, представленный американской компанией Key Lime Interactive также строится на оценке удобства использования приложения для совершения финансовых операций, взвешенных с учетом частоты использования клиентами [17].

Рейтинги приложений, полученные на основе данного подхода, более трудоемки по сравнению с предыдущими: при их составлении требуется определить не только пользовательские задачи, решаемые с помощью мобильного банковского сервиса, но и изучить частоту их использования, проанализировать все сценарии, включающие множество шагов для того, чтобы оценить удобство разработанного мобильного решения, а также его понятность для пользователя. Однако рейтинги, составленные на основе изучения удобства приложения для пользования, позволяют понять, какие пользовательские сценарии можно улучшить, а также изучить лучшие практики при разработке мобильных сервисов.

4. Рейтинг определяется по результатам комплексной оценки мобильного банковского сервиса: в основном это функциональность и удобство. При использовании гибридной методики при его расчете могут быть включены дополнительные характеристики, такие как оценки в магазинах приложений, продвижение приложений в социальных сетях, на сайте банка и офлайн, а также ASO³. Составление такого рода рейтингов более трудоемко и затратно по времени, зато позволяет оценить мобильное приложение банков с учетом всех вышеперечисленных критериев. В 2019 г. такое исследование было проведено финансовым супермаркетом Банки.ру в партнерстве с digital-агентством полного цикла Go Mobile: сводный рейтинг включал в себя пять групп показателей – доля активных пользователей приложения, продвижение, ASO, рейтинг в магазинах приложений и Usability (удобство использования приложения) [3].

Наиболее детальное изучение мобильных финансовых приложений российских банков ежегодно начиная с 2012 г. проводит международное аналитическое агентство Markswobb. Каждый год

специалистами для учета всех функций и особенностей развития мобильного банкинга вносятся корректировки в методику исследования. В 2021 г. рейтинг строился по трем категориям задач мобильного банка, среди которых выявлялись лучшие банковские решения:

1) ежедневный банкинг (англ. daily banking) – эксперты изучают популярные пользовательские сценарии в м-банкинге – частотные и рутинные задачи (переводы, платежи, проверка баланса, оплата услуг, покупки и т. д.) – для оценки качества клиентского опыта при взаимодействии с приложением;

2) цифровой офис (англ. digital office) – эксперты также изучают популярные пользовательские сценарии в мобильном банкинге, однако оценивают, насколько полно мобильное приложение может заменить клиенту поход в офис для решения сложных задач (покупка новых продуктов, работа с документами, получение справок и услуг);

3) ядро экосистемы (англ. core ecosystem) – включает популярные пользовательские сценарии экосистем мобильных банков и показывает, насколько экосистема способна закрывать потреб-

Таблица 2

Результаты проводимых рейтингов мобильных финансовых приложений белорусских банков за 2017–2022 гг.

Позиция мобильного банковского приложения в рейтинге				
Наименование приложения	Mobile Banking Rank CIS 2017*	Mobile Banking Rank Беларусь 2019	Банк года Беларуси 2021	Топ-5 банковских мобильных приложений
BGPB mobile	1-е место	1-е место		
InSync.by	2-е место	2-е место		1-е место
i'mbanking.by			1-е место	
PriorOnline	4-е место	4-е место	2-е место	2-е место
СберБанк Онлайн	3-е место	3-е место	3-е место	
M-Belarusbank	5-е место**	5-е место***		3-е место
Belagroprombank				4-е место
Belinvestbank	5-е место***	5-е место**		
МТБанк Мoby				5-е место

* Рейтинг Mobile Banking Rank CIS 2017 представлен только на основе выборки белорусских банковских приложений.

** Для телефонов на базе iOS.

*** Для телефонов на базе Android.

Примечание. Составлено автором на основе [7; 9; 19; 20].

³ ASO, или App Store Optimization, – это комплекс мер по оптимизации мобильного приложения в магазинах приложений с целью максимизации его видимости и конверсии посетителей в скачивания.

ности клиента и предлагать ему выгоду от покупок (навигация по сервисам, выгода от потребления внутри экосистемы, сокращение и упрощение действий при совершении покупок) [18].

Представленные методики расчета рейтингов позволяют не только определить положение мобильного банковского приложения относительно конкурирующих предложений, но и направления для дальнейшего повышения удобства приложения, улучшения его функциональности, а следовательно, удовлетворенности и в будущем роста числа клиентов дистанционного банкинга.

Рейтинговые оценки мобильных финансовых приложений белорусских банков

Рейтинги белорусских банковских приложений немногочисленны. Мобильные финансовые приложения, которые входили в пятерку лучших по представленным ниже рейтингам, и занимаемые ими места отражены в *таблице 2*. Выборка приложений достаточно неоднородна: первые места занимают различные банковские сервисы. В пятерку лучших во всех рейтингах входит только одно приложение: PriorOnline. Лидерство сохраняется за мобильными приложениями крупных банков, однако новые банковские сервисы, такие как i'mbanking.by и МТБанк Moby, также отмечаются в рейтингах за 2021–2022 гг.

Первое рейтинговое исследование, которое учитывало мобильные банкинг белорусских банков, было проведено международным аналитическим агентством Marksw Webb в 2017 г. Оно включало в себя оценку приложений банков из шести стран бывшего Советского Союза [19]. Семь мобильных сервисов белорусских банков соответствовали требованиям по количеству загрузок (более 50 тысяч) и были включены в исследование. Оно проводилось отдельно для приложений, разработанных для телефонов на базе iOS и Android. Рейтинг составлялся на основе оценок двух основных групп – функциональности и удобства мобильного приложения, включающих около 600 критериев. Оценка функциональности включала в себя такие группы критериев, как информация по картам и управлению ими, новым продуктам, местоположению отделений банка, платежам и переводам, а также взаимодействию с банком. Удобство базировалось на оценках таких параметров, как регистрация и вход в приложение, навигация по нему, экспорт данных, дружелюбный интерфейс, заполнение платежных форм и повторяющиеся операции. Удельный вес критериев определялся экспертами.

Лучшим банковским приложением в Республике Беларусь по результатам оценок стало BGPB

mobile ОАО «Белгазпромбанк», которое заняло шестое место среди 43 исследуемых сервисов банков стран бывшего СССР. В десятку лидирующих приложений вошел мобильный банковский сервис от ЗАО «Альфа-Банк», остальные пять заняли места с 13 по 30.

Составленный рейтинг позволял не только определить лучшие решения по мобильным сервисам банков, сопоставить особенности их развития и функционального наполнения в странах, ментально близких друг другу, но и выявить лучшие разработки и практики.

В 2019 г. этим же агентством был составлен рейтинг уже только белорусских мобильных сервисов банков. Для его создания были изучены приложения тех банков, которые имели свыше 100 тысяч загрузок. В этот раз количество анализируемых учреждений составило 8 банков, а приложений – 16 (в AppStore и Google Play). Результаты рейтинга были практически аналогичны результатам 2017 г. [20]. Как и прежде, оценка проводилась по двум основным группам критериев с экспертно заданными весами.

В последующие годы Marksw Webb не делало подобных рейтинговых исследований в Республике Беларусь, хотя для российских банков они составляются ежегодно. Отсутствие дальнейших исследований не позволяет проследить, как белорусские банки совершенствуют мобильные приложения для своих клиентов, какие предложения аналитического агентства были учтены и внедрены в практику м-банкинга.

Начиная с 2015 г. белорусские банковские организации участвуют в ежегодном конкурсе «Банк года», победа в котором является итогом комплексной оценки по различным критериям. В состав дополнительных номинаций премии в 2021 г. была включена номинация «Мобильное приложение». Информация, которая предоставлялась банками для участия в конкурсе по данной номинации, включала дату последнего обновления, доступность мобильного сервиса в основных магазинах приложений, количество установок на каждой платформе и их оценку, а также его функциональное описание и обеспечение доступа к версии. По результатам экспертной оценки в тройку лучших вошли банковские приложения ОАО «БНБ Банк», «Приорбанк» ОАО и ОАО «Сбер Банк» [7]. Результаты экспертного распределения весов заданных показателей не были представлены, что не позволяет оценить, какие критерии были положены в качестве ключевых при присуждении данной номинации.

Этот рейтинг малоинформативен как для потенциальных пользователей приложения, так и для самих банковских структур: организаторами конкурса и экспертной комиссией не отражается,

чем финансовый сервис, занявший первое место в данной поддоминанции, лучше своих конкурентов и за какие достижения он был удостоен его.

На белорусском сайте рейтингов и обзоров лучших товаров и услуг Беларуси Mytop.by представлен рейтинг мобильных банковских приложений, составленный по результатам онлайн-голосования пользователей [9]. Однако он базируется только на субъективных оценках посетителей данного сайта и не выделяет каких-либо критериев, согласно которым можно оценить удобство и функциональность финансового приложения.

В магазинах приложений в тематических подборках также составляется рейтинг рекомендуемых сервисов для скачивания. Попадание в верхние строчки рекомендаций платформ зависит от ряда факторов, причем рейтинговая оценка не является единственным значимым для попадания в список лучших приложений критерием. Положение в рейтинге приложений в подборках динамично: нет гарантий, что через месяц оно будет занимать верхние строчки и рекомендоваться для загрузок платформой.

Динамичные рейтинги приложений также представляются на сайтах компаний унифицированных данных, таких как Data.ai и Similarweb и т. п. Они публикуют информацию по состоянию на определенную дату за определенный период времени (7 или 30 дней) о количестве бесплатных и платных загрузок из магазинов приложений AppStore и Google Play, количестве клиентов мобильного финансового сервиса, изменении в оценках приложения клиентами. Такие рейтинги в большей степени позволяют отслеживать положение мобильного приложения банка относительно его конкурентов без выявления их особенностей и роста их популярности, а также задавать количественные параметры их дальнейшего развития и совершенствования.

Резюмируя вышесказанное, следует отметить, что только рейтинги мобильных финансовых приложений, которые составлялись аналитическим агентством Markswebb, были нацелены не только на ранжирование банковских сервисов, но и на выявление недоработок, а также перспективных направлений для усовершенствования, примеров опыта внедрения функций, востребованных пользователями. Рейтинги, представленные по остальным конкурсам и платформам, носят в основном субъективный характер, не отражают положения мобильного финансового приложения относительно его конкурентов, а также его сильные и слабые стороны. Поэтому разработка рейтинга мобильных приложений, который нацелен на анализ их функциональности, является актуальной в рамках данного направления исследования.

Развитие методики определения рейтинга мобильных финансовых приложений белорусских банков и операторов связи

Большинство составляемых рейтингов мобильных финансовых приложений нацелены на выявление возможных направлений роста, удобства, расширения функций, доступных пользователю. Они в первую очередь интересны менеджменту банка и отделам, отвечающим за разработку, внедрение и совершенствование сервисов мобильного банкинга. Для пользователей мобильных приложений зачастую они не имеют смысла. На наш взгляд, рейтинг должен также иметь информационную составляющую для клиентов м-банкинга, на основании которой они могут принимать решение о соответствии финансового приложения их запросам.

Для построения рейтинга мобильных финансовых приложений, отвечающего заданному критерию, по мнению автора, необходимо включение в него следующих **разделов**:

1. **Пользовательские данные** о популярности сервисов м-банкинга. В рамках данного раздела посредством проведения анкетирования планируется получить информацию от пользователей различных финансовых приложений следующего характера:

- количество мобильных финансовых приложений, загруженных на телефон;
- операции, которые выполняются в мобильных финансовых приложениях;
- частота использования каждого мобильного финансового приложения;
- возраст пользователей, что позволит выявить спрос и частоту использования онлайн-сервиса банка со стороны разных возрастных групп;
- востребованность введения новых функций;
- оценка приложения по достаточности банковских операций, которые можно выполнять, пользуясь м-банкингом;
- оценка приложения со стороны удобства интерфейса;
- недостатки или проблемы, с которыми сталкивается клиент при использовании мобильного финансового приложения.

Рейтинг в данном разделе будет выставляться основываясь не только на количестве загрузок приложения и его частоте использования, но и на количестве выполняемых в нем операций, а также на удобстве.

2. **Функциональные данные** для оценки сценариев, выполняемых в рамках мобильного финансового приложения. Они будут аккумулироваться в девяти группах, которые позволят оценить до-

ступные для пользователей функции при использовании м-банкинга:

1) **информационные сценарии** – курсы валют, местонахождение банкоматов, инфокиосков, отделений банка, баланс по счету и по карточке, история операций, новости банка, кастомизированные под запросы клиента, путеводитель по приложению и пр.;

2) **платежные сценарии** – операции по совершению платежей в ЕРИП, переводы с карты на карту и по номеру телефона, оплата по QR-коду, покупка валюты в приложении, разделение счета, отправка запроса на перевод денег, снятие наличных через приложение, бесконтактная оплата и иные функции;

3) **депозитные сценарии** – операции по открытию вклада в приложении, возможность управления открытым депозитом (его пополнение, смена депозитного продукта, закрытие вклада), а также наличие калькулятора доходности выбранного депозита;

4) **кредитные сценарии** – операции по получению кредитного продукта в приложении, оформление онлайн-заявки на получение кредита, заказ справок по выданным кредитам и наличию задолженности, возможность управления полученным кредитом (его пролонгация, досрочное погашение, закрытие кредитного договора онлайн), а также доступный для всех кредитный калькулятор;

5) **консультационные сценарии** – чат поддержки в приложении либо связь с представителем банка по городскому/мобильному телефону, в социальных сетях или мессенджерах;

6) **сценарии работы с банковскими платежными карточками** – блокировка/разблокировка карты, генерация/смена пин-кода, оформление заявки на выпуск и доставку, продление/замену карточки, установление лимитов и запретов по карте; выпуск виртуальных карт, а также привязка в приложении карт других банков;

7) **сценарии по осуществлению дополнительных финансовых операций** – заказ валюты через приложение, PFM-сервисы и услуги по накоплению денежных средств через виртуальную копилку, приобретение страховых, инвестиционных продуктов, а также оплата топлива на АЗС, подписок на платформах, билетов на мероприятия;

8) **сценарии по кастомизации** мобильного приложения – настройка темы приложения, добавление виджета на главный экран мобильного телефона и настройка его согласно запросам пользователя, настройка отображаемых элементов на главном экране приложения, а также советы по совершаемым финансовым операциям внутри приложения и повышению финансовой грамотности;

9) **другие сценарии**, включенные в мобильное приложение, – операции, которые могут иметь

существенное значение при выборе банковского сервиса: голосовой поиск, вход по биометрическим данным, смена паспортных данных, отправка выписок и иных документов на электронную почту или в мессенджеры, наличие платных тарифов.

Данный раздел, конечно, может расширяться с учетом функций, включаемых банками для клиентов в целях повышения финансовой доступности.

Рейтинг в данном разделе будет определяться не только на основе наличия или отсутствия той или иной функции в мобильном финансовом приложении, но и с учетом их особенностей, например: доступность функции только для клиентов банка, наличие поиска в журнале операций или при совершении платежей и пр.

3. **Количественные данные**, которые позволяют не только проранжировать мобильные финансовые приложения по количеству загрузок за анализируемый период, но и оценить спрос пользователей на функции, предлагаемые в рамках мобильного банкинга. Данный раздел будет включать в себя две группы показателей:

1) **общие** – показатели, в целом характеризующие развитие мобильного банковского сервиса за анализируемый период:

- количество загрузок (при этом если банки будут заменять старые приложения новыми, то нужно учесть «переход» пользователей на них, а не отражать в качестве новых загрузок);
- абсолютный прирост/снижение количества пользователей, загрузивших приложение по сравнению с предыдущим периодом;
- количество активных пользователей в неделю или месяц [4] – физических лиц, которые ежедневно или ежемесячно входят в приложение для совершения в нем финансовых операций или получения необходимых услуг;
- востребованность банковского мобильного сервиса – количество входов в приложение в неделю/месяц, которые приходятся на одного клиента;
- доля пользователей м-банкинга в общем количестве розничных клиентов банка за анализируемый период и ее абсолютный прирост/снижение;
- количество обновлений приложения за анализируемый период и вносимые в него правки: дополнительные функции, устранение багов – ошибок в работе; усовершенствование интерфейса или работы самого приложения;

2) **частные** – показатели, характеризующие спрос пользователей м-банкинга на предоставляемые в рамках приложения услуги за анализируемый период:

- частота использования пользовательских сценариев – сколько раз за анализируемый

период была совершена та или иная операция в расчете на одного клиента м-банкинга (проверен баланс счета, заключен депозитный или кредитный договор, совершен платеж и т. п.);

- доля операций, совершенных через мобильное финансовое приложение, в общем количестве всех аналогичных операций (например, открытых депозитов, заявок на получение кредита, выданных кредитов, оформленных платежных карточек).

Рейтинг в данном разделе необходимо строить на основе конфиденциальных данных банков и операторов связи (в случае согласия на участие в рейтинге). Однако это позволит определить, существует ли спрос на предлагаемые в рамках приложения услуги и их распространенность среди клиентов м-банкинга.

4. Оценка продвижения мобильного финансового приложения, которая включает в себя изучение информации о нем, размещенной на официальном сайте со ссылками на файлы для скачивания и в магазинах приложений, инструкций, в том числе в видеоформате, о порядке взаимодействия потенциального клиента с сервисом, а также проведение рекламных кампаний за анализируемый период для привлечения большего количества пользователей.

Оценки, полученные по каждому разделу, будут суммироваться, что позволит получить комбинированный рейтинг мобильных финансовых приложений, изучение которого позволит определить позицию банков относительно своих конкурентов как по предоставляемым функциям, так и их востребованности среди пользователей, выявить направления для дальнейшего роста и развития функциональности дистанционного

банковского сервиса, а также изучить отношение пользователей к нему. Потенциальные клиенты, в свою очередь, пользуясь рейтингом, смогут выбрать приложение, которое в большей степени соответствует их запросам по предоставляемым функциям, а также популярности их использования среди других пользователей мобильного сервиса банка.

Выводы

Мобильный банкинг является одним из ключевых инструментов дистанционного обслуживания частных клиентов. Финансовые учреждения понимают экономические выгоды его использования, постоянно их совершенствуют, включая дополнительные операции, расширяя функции и упрощая процесс взаимодействия с пользователями. Принятые ограничения для ряда белорусских банков в магазинах приложений не позволяют им конкурировать на прежних условиях, а существующие рейтинги мобильных финансовых приложений не являются в полной мере информативными. Поэтому совершенствование методики составления рейтинга, в которой будут учитываться функциональная составляющая финансового сервиса, его продвижение в различных каналах, количественные показатели развития, качественная оценка пользователями, позволит более детально раскрыть особенности каждого мобильного финансового приложения, выявить его слабые и сильные стороны, а также путем сопоставления с лучшими решениями определить направления для дальнейшего обновления.

Материал поступил 25.08.2022.

Библиографический список

1. Белик, А. Уровень цифровизации банковских услуг [Электронный ресурс] / А. Белик // banki.ru. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/research/?id=10950478>. – Дата доступа: 10.08.2022.
2. В «Сколково» составили рейтинг инновационности банков [Электронный ресурс] // Официальный сайт Фонда «Сколково». – Режим доступа: <https://sk.ru/news/v-skolково-sostavili-rejting-innovacionnosti-bankov/>. – Дата доступа: 10.08.2022.
3. Исследование приложений мобильного банкинга в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://media.rbcnd.ru/media/reports/go_banki.pdf. – Дата доступа: 10.08.2022.
4. Макаров, С. Мобильный банкинг как зеркало цифровой трансформации [Электронный ресурс] / С. Макаров // Компания. – Режим доступа: https://ko.ru/upload/Mobile_banking.pdf. – Дата доступа: 18.07.2022.
5. Армитаж, К. Мобильный банкинг на смартфонах. Обзор мобильных приложений казахстанских банков в 2016 году [Электронный ресурс] / К. Армитаж, Б. Артыков, К. Абдрахманов // ТОО «Делойт ТСФ». – Режим доступа: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/kz/Documents/about-deloitte-kz/Mobile_banking_kz.pdf. – Дата доступа: 31.07.2022.
6. Отчет Национального банка за 2021 год [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/report/report2021.pdf>. – Дата доступа: 11.07.2022.
7. Положение о проведении специального конкурса «Банк года Беларуси 2021» [Электронный ресурс] // Банк года. Ежегодная банковская премия. – Режим доступа: <https://bankgoda.by/rules>. – Дата доступа: 28.07.2022.
8. Рейтинг банковских iOS-приложений для физических лиц 2019 [Электронный ресурс] // ООО «ЮЗАБИЛИТИЛАБ». – Режим доступа: <https://usabilitylab.ru/blog/usability-reiting-ios-2019/>. – Дата доступа: 09.08.2022.
9. Топ-5 банковских мобильных приложений [Электронный ресурс] // MYTOP.BY. – Режим доступа: https://mytop.by/rating/banki/bankovskikh-mobilnykh-prilozheniy/#anchor_158144. – Дата доступа: 28.07.2022.

10. Финансовая стабильность в Республике Беларусь 2020 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/finstabrep/finstab2020.pdf>. – Дата доступа: 11.07.2022.
11. Юзефальчик, И.В. Цифровые финансовые инструменты: оценка уровня развития и направления регулирования: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / И.В. Юзефальчик. – Минск, 2022. – 155 л.
12. Ali, R. A Study of Mobile Apps in the Banking Industry [Electronic resource] / R. Ali, M. Gallivan, S. Sangari // International Journal of Digital Society. – Vol. 10, iss. 3. – 2019. – Mode of access: <https://infonomics-society.org/wp-content/uploads/A-Study-of-Mobile-Apps-in-the-Banking-Industry.pdf>. – Date of access: 09.08.2022.
13. Barnes, S.J. Mobile banking: Concept and potential [Electronic resource] / S.J. Barnes, B.J. Corbitt // International Journal of Mobile Communications. – 2003. – № 1 (3). – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/220474699_Mobile_banking_Concept_and_potential. – Date of access: 06.07.2022.
14. Berger, S. Mobile Bank App Ratings 2020 [Electronic resource] / S. Berger // MagnifyMoney. – Mode of access: <https://www.magnifymoney.com/banking/best/mobile-banking-apps/>. – Date of access: 09.08.2022.
15. Digital Bank Awards 2022 – Consumer Questionnaire [Electronic resource] // Global Finance Magazine. – Mode of access: <https://d2tyitutevw8th.cloudfront.net/media/document/digital-bank-awards-2022-consumer-questionnaire-1645726986.xlsx>. – Date of access: 09.08.2022.
16. Mobile and tablet internet usage exceeds desktop for first time worldwide [Electronic resource] // StatCounter. – Mode of access: <https://gs.statcounter.com/press/mobile-and-tablet-internet-usage-exceeds-desktop-for-first-time-worldwide>. – Date of access: 08.07.2022.
17. Mobile Banking Competitive Index Overview [Electronic resource] // Key Lime Interactive. – Mode of access: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/725165/May2018%20Key%20Lime%20Capabilities%20Presentation.pdf>. – Date of access: 10.08.2022.
18. Mobile banking rank 2021 [Электронный ресурс] // Markswebb. – Режим доступа: <https://markswebb.ru/report/mobile-banking-rank-2021/#anchor-about>. – Дата доступа: 11.08.2022.
19. Mobile Banking Rank CIS 2017 [Электронный ресурс] // Markswebb. – Режим доступа: <https://markswebb.ru/report/mobile-banking-rank-cis-2017/#analysis>. – Дата доступа: 28.07.2022.
20. Mobile Banking Rank Беларусь 2019 [Электронный ресурс] // Markswebb. – Режим доступа: <https://markswebb.ru/report/mobile-banking-rank-by-2019/#anchor-about>. – Дата доступа: 28.07.2022.
21. Richter, B. Best mobile banking apps in the world: The top 100 ranked [Electronic resource] / B. Richter // Retail Banker International. – Mode of access: <https://www.retailbankerinternational.com/news/best-mobile-banking-apps-in-the-world/>. – Date of access: 09.08.2022.
22. Roy, P.K. An integrated fuzzy model for evaluation and selection of mobile banking (m-banking) applications using new fuzzy-BWM and fuzzy-TOPSIS [Electronic resource] / P.K. Roy, K. Shaw // Complex and Intelligent Systems. – 2022. – № 8. – Mode of access: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40747-021-00502-x#Abs1>. – Date of access: 09.08.2022.
23. Shaikh, A.A. Mobile banking adoption: A literature review [Electronic resource] / A.A. Shaikh, H. Karjaluoto // Telematics and Informatics. – 2015. – № 32 (1). – Mode of access: <https://fardapaper.ir/mohavaha/uploads/2018/06/Fardapaper-Mobile-banking-adoption-A-literature-review.pdf>. – Date of access: 06.07.2022.
24. Share of users worldwide accessing the internet in 4th quarter 2021, by device [Electronic resource] // Statista. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/1289755/internet-access-by-device-worldwide/>. – Date of access: 08.07.2022.
25. The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19 [Electronic resource] // The World Bank Group. – Mode of access: <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>. – Date of access: 09.07.2022.

Mobile Financial Applications for Private Clients: Overview of the Market and Methods for Building a Rating

Hanna GOLIKAVA, Polesky State University, Associate Professor of Financial Management Department, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Republic of Belarus, Pinsk, e-mail: anna.golikova@mail.ru

Abstract. The article systematizes the Belarusian mobile financial applications available to private users according to the universality of their application and the number of downloads, as well as determines the average annual ratings on the AppStore and Google Play platforms. Foreign methodological approaches to building ratings of mobile financial applications are described, ratings

of mobile services of Belarusian banks and limitations in their use are studied. The approaches that will increase the information value of the rating of mobile financial applications for all interested parties are suggested.

Keywords: mobile banking; mobile financial application; bank; application store; mobile service; rating of mobile applications; custom script.