

*В. И. Благоев,*  
Университет менеджмента Варна, София, Болгария  
*П. Н. Желев,*  
Кызылординский государственный университет  
им. Коркыт Ата, Республика Казахстан  
*Е. П. Шустова*  
Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет,  
Республика Казахстан

## ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ: АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН И РЕСПУБЛИКИ БОЛГАРИЯ

**Проблема и цель.** Основная цель данного исследования состоит в оценке влияния факторов, которые определяют уровень проникновения интернет-банкинга среди населения, на примере двух стран – Казахстана и Болгарии. Основные задачи включают анализ таких факторов как, демографические (плотность населения, возрастная структура), плотность покрытия населенных пунктов банковскими офисами, степень проникновения Интернета, цифровая грамотность, доверие к банковской системе и техническим устройствам, связанных с системой ИБ.

**Методология.** В рамках данного исследования применялись методы логического, статистического и графического анализа. Для проведения анализа использовались статистические данные Мирового банка, Национального Банка Республики Казахстан, Комитета статистики РК, Национального Банка Республики Болгария, Eurostat. Впервые было проведено исследование плотности распределения банковских офисов по территории Болгарии на основе изучения данных, представленных на сайтах каждого болгарского банка. Кроме того, использован метод социологического опроса населения Казахстана и Болгарии с целью выявления основных факторов, оказывающих влияние на развитие электронного банкинга в данных странах. Для определения логической структуры работы авторами был выбран вариант формулирования гипотез, которые были подтверждены либо опровергнуты с использованием вышеуказанных методов исследования.

**Результаты и выводы.** Все факторы, оказывающие влияние на степень проникновения услуг ИБ среди населения страны, можно разделить на факторы прямого и косвенного воздействия. Уровень цифровизации не влияет прямо на уровень проникновения ИБ в стране, но является важным условием его развития. Уровень финансовой грамотности населения, знание об основных банковских продуктах и услугах, возможностях использования дистанционных каналов банковского обслуживания, а также получения других финансовых услуг в режиме онлайн является важным фактором развития ИБ. Повышение уровня финансовой грамотности населения страны – это стратегическая задача, требующая всестороннего изучения через призму успешного международного опыта. Возрастная структура населения не оказывает прямого влияния на развитие ИБ среди населения страны. Плотность покрытия населенных пунктов банковскими офисами не является решающим фактором для развития интернет-банкинга в стране, хотя косвенно влияет на него. Уровень доверия потребителей к банковской системе, к своему банку, к техническим системам и устройствам, которые связаны с продвижением услуг интернет-банкинга, является ключевым фактором в развитии ИБ.

*Ключевые слова:* интернет-банкинг, мобильный банкинг, факторы развития интернет-банкинга, стратегия развития банков, компьютерная грамотность, финансовая грамотность.

**Проблема и цель.** В настоящее время рынок дистанционных банковских услуг во всем мире является самым динамично развивающимся сегментом банковского бизнеса. В экономически развитых странах доля пользователей услуг интернет банкинга (далее – ИБ) составляет до 80 %. Например, в Дании число пользователей ИБ составляет 90 % от всего взрослого населения страны, в Нидерландах – 89 %, в Финляндии – 87 %, Швеции – 86 % [1]. Самый низкий уровень проникновения интернет-банкинга в европейских странах, менее 10 %, в Румынии и Болгарии – 8 % и 7 % соответственно. Скандинавские страны и близкие в культурном плане к ним, такие как Нидерланды и Эстония, наиболее активно используют ИБ. Страны с низким уровнем пользователей ИБ – страны Южной Европы (Италия, Кипр, Греция), что говорит о том, что при анализе факторов развития ИБ следует особое внимание уделить социально-культурным.

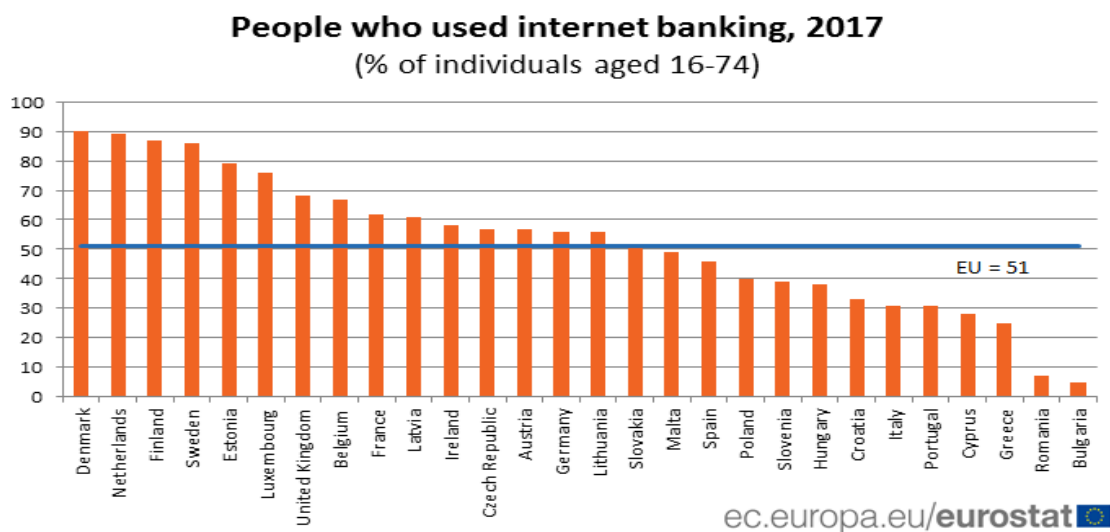


Рис. 1. Доля пользователей интернет-банкинга в разрезе стран Европейского союза (Eurostat, 2019)

В Республике Казахстан популярность услуг интернет-банкинга с каждым годом увеличивается (рис. 2). Общее количество транзакций увеличилось за 2018 год в 2 раза и составило 173 млн. Также увеличился и общий объем операций с использованием банковских карт в системе Интернет и составил на конец 2018 г. 2,9 трлн тенге (рис. 3). [2]

Однако, по результатам 2018 г., доля пользователей ИБ в Казахстане пока еще не превышает 10 % от общего количества взрослого населения страны [3].

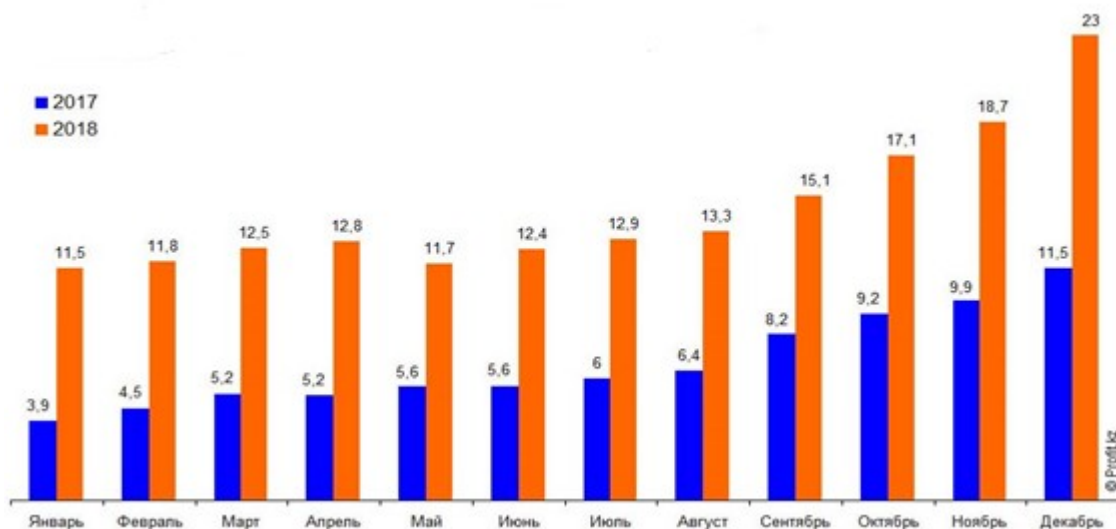


Рис. 2. Количество транзакций с использованием банковских карт, выпущенных казахстанскими банками в системе Интернет, млн транзакций [4]

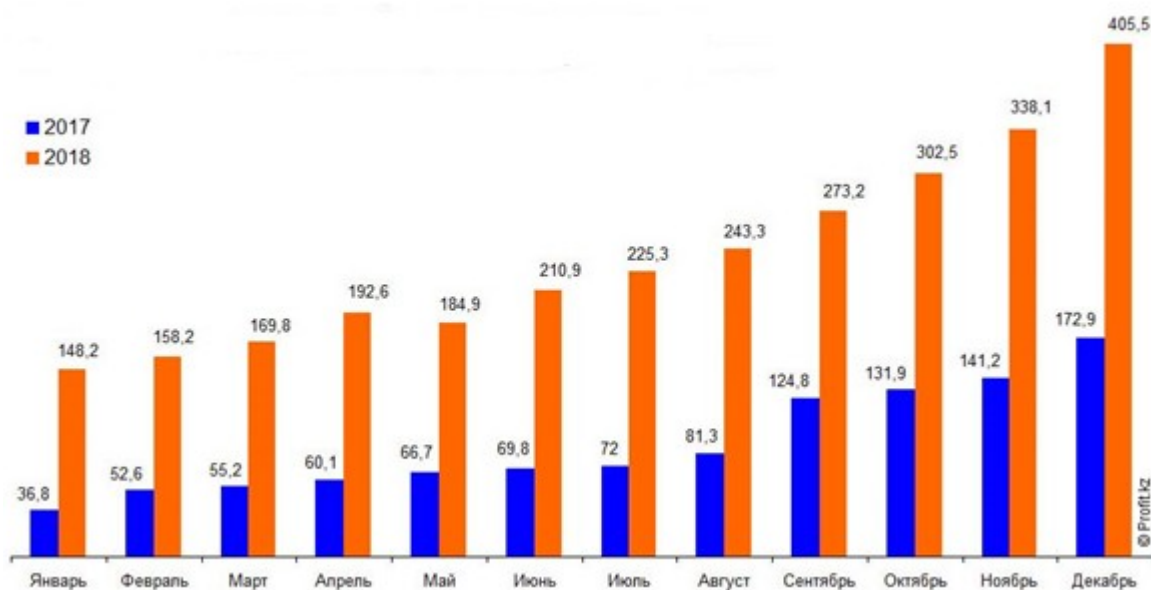


Рис. 3. Общий объем операций в Интернете с использованием банковских карт, выпущенных казахстанскими банками, млрд тенге [4]

Такой сильный разброс показателей по странам (от 7–10 % в Болгарии и Казахстане до 90 % в северных странах Европы), ставит перед исследователями ряд вопросов о причинах низкого уровня пользователей ИБ среди населения в Казахстане и Болгарии на фоне очевидных преимуществ данного вида банковского сервиса для клиентов.

- Связано ли это с особенностями развития региональной банковской системы в данных странах, плотностью «покрытия» банковскими офисами отдельных регионов страны?
- Связано ли это с низким качеством данного вида услуг со стороны казахстанских или болгарских банков, а также со степенью удовлетворенности существующих пользователей?
- Можно ли объяснить эти факты поведенческими аспектами самих клиентов банков? В том числе можно ли объяснить такое поведение уровнем образования, финансовой и цифровой грамотностью населения в данных странах?
- Есть ли специфические культурные факторы, в т. ч. уровень коллективизма, согласно теории Хофстеде? [5]
- Что может повлиять на дальнейшее развитие ИБ банковских систем Казахстана и Болгарии?
- И наконец, самый важный вопрос, каким образом необходимо изменить стратегии развития казахстанским и болгарским банкам с целью расширения сферы ИБ и увеличения количества пользователей интернет-банкинга?

**Методология исследования.** Для достижения цели данного исследования мы выбрали методы логического, статистического и графического анализа, на основе результатов вторичных исследований. Были использованы статистические данные таких организаций и финансовых институтов, как Мировой банк, Национальный банк Республики Казахстан, Комитет статистики РК, Национальный банк Республики Болгарии, Eurostat. Анализ количества и распределения банковских офисов по Болгарии проводился на основе изучения данных, представленных на сайтах конкретных банков.

В дополнение нами было проведено первичное исследование потенциальных и реальных пользователей услуг ИБ на основе анкетирования людей, принадлежащих к популяции исследования (возраст 18+, имеют электронный адрес и могут быть опрошены либо по электронной почте, либо физически) в г. Софии в Болгарии и г. Семей в Казахстане.

Для определения логической структуры авторами был выбран вариант формирования гипотез, которые мы проверяли на основе вышеуказанных методов исследования.

В рамках данного исследования были сформулированы следующие гипотезы:

**Гипотеза 1:** Высокая степень проникновения Интернета среди населения, а также высокий уровень цифровизации в данной стране (примерно выше среднего для Европейского сообщества) стимулирует развитие интернет-банкинга.

**Гипотеза 2:** Возрастная структура населения имеет значительное влияние на использование и дальнейшее развитие ИБ: высокая доля населения старше 50 лет оказывает сдерживающее воздействие на развитие данного вида банковских услуг.

**Гипотеза 3:** Плотность покрытия населенных пунктов банковскими офисами не является решающим фактором для развития интернет-банкинга в стране, хотя косвенно влияет на него.

**Гипотеза 4:** Доверие к банковской системе, доверие пользователей к техническим устройствам и электронным каналам обслуживания стимулирует развитие интернет-банкинга в стране.

С одной стороны, факт низкой доли пользователей интернет-банкинга среди населения Казахстана и Болгарии можно объяснить причинами, которые лежат «на поверхности». По мнению самих граждан (на основе анкетирования, проведенного авторами среди 345 граждан в г. Семей, Казахстан, и 312 граждан в г. София, Болгария), среди основных причин низкой доли пользователей услуг интернет-банкинга называют:

- слишком большое количество банковских офисов по стране: «почти на каждом углу» (преимущественно в Болгарии), то есть высокая доступность традиционных каналов банковского обслуживания;

- недостаточный уровень финансовой и цифровой грамотности населения: «не знаем, как это правильно делать!»;

- социально-психологические факторы – недоверие электронным каналам обслуживания, боязнь потери своих денежных средств по причине неправильно совершенных действий самим пользователем либо в результате умышленных действий со стороны третьих лиц. Большая часть клиентов банков, особенно в возрасте старше 50 лет, до сих пор не доверяют электронным каналам банковского обслуживания, предпочитая традиционный формат – прямой контакт с банковскими сотрудниками. В лучшем случае люди данной возрастной группы, получая заработную плату или социальные выплаты на банковские карты, спешат быстрее снять всю сумму наличности для уже следующей оплаты всех своих потребительских расходов.

Таким образом, мы поставили себе цель исследовать часть вышеуказанных вопросов, которые связаны с общим уровнем цифровизации общества, демографическими особенностями обеих стран, спецификой организации региональной банковской системы страны, а также социально-культурными факторами, и проверить сформулированные выше гипотезы.

#### **Уровень цифровизации как основа развития интернет-банкинга**

Одной из важнейших предпосылок использования интернет-банкинга населением страны является общий доступ к Интернету и необходимые навыки работы с простейшими цифровыми технологиями. Необходимо отметить, что для целей исследования мы берем данные только по взрослой категории населения, так как считаем, что целевая группа существующих и потенциальных пользователей ИБ – это лица старше 18 лет, совершеннолетние, которые имеют или могут иметь счета в банке, банковские карты и, следовательно, совершать какие-либо действия в системе ИБ.

В целом уровень проникновения Интернета по Казахстану составляет 77 % к общему количеству населения [6], а в Болгарии – 67 % (2017, EU Statistics) [7].

Таблица 1

Уровень цифровизации в Болгарии и Казахстане, 2017\*

Показатели	BULGARIA	KAZAKHSTAN
1. Доступ к Интернету дома (% от общего количества населения, лица старше 16 лет)	64,6	83,5
2. Физлица, использующие дома Интернет, % от общего населения страны	63,4	81,5
3. Кол-во клиентов сотовой связи (на 100 человек)	120,4	146,6

\*World Bank, World Development Indicators [8]  
по данным Комитета статистики РК [9]

## Уровень цифровой грамотности населения в возрасте 16–74 лет в Казахстане, %\*

	Показатели	2016	2017	2018
	Доля пользователей компьютером	78,7	79,3	81,2
	Доля пользователей Интернет	80,2	81,5	83,4

\* по данным Комитета статистики РК [9]

Данные таблицы 1 показывают, что уровень цифровизации в Казахстане существенно выше, чем в Болгарии. Так, общий доступ к Интернету дома имеют 83,5 % населения Казахстана в возрасте старше 16 лет, в то время как в Болгарии этот показатель почти на 20 % ниже. Доля населения, которая регулярно использует Интернет дома, составила в 2017 г. 81,5 % в Казахстане и 63,4 % в Болгарии. В 2018 г. доля пользователей Интернет в Казахстане уже составила 83,4 % (табл. 2).

Одним из факторов, оказывающих положительное влияние в Казахстане, является государственная программа «Цифровой Казахстан». Целью данной программы является повышение конкурентоспособности национальной экономики путем создания «цифровой» основы для технологической модернизации отраслей экономики, а также масштабного и долгосрочного роста производительности труда [10]. Одним из направлений данной программы является создание комплексной информационно-коммуникационной инфраструктуры по всей территории страны. Таким образом, реализация данной программы в Казахстане будет способствовать построению интегрированной цифровой среды взаимодействия финансовых институтов, населения, субъектов бизнеса и государственных органов, а также позволит существенно повысить качество финансовых услуг как на банковских, так и внебанковских платформах.

Однако такой разброс показателей в оценке уровня цифровизации двух стран нельзя объяснить исключительным влиянием только данной программы.

Анализируя статистические данные, оценим состоятельность гипотезы 1. По сравнению с уровнем цифровизации и использования интернет-банкинга в странах ЕС (для ЕС в апреле 2019 г. Интернет доступен до 86,6 % населения), Казахстан практически очень близок к среднему уровню ЕС, и поэтому уровень использования интернет-банкинга теоретически должен быть близок к среднему по ЕС. Но статистика показывает, что уровень использования ИБ в Казахстане примерно в 5 раз ниже, чем в ЕС (10 % в Казахстане к 51 % в среднем для ЕС). В этом смысле данные для Казахстана не подтверждают гипотезу 1, поскольку уровень ИБ далек от среднего в ЕС.

Для Болгарии уровень доступности Интернета (63,3 %) ниже среднего в ЕС на 20 пунктов, и этот факт вроде бы подтверждает гипотезу 1. Но даже в этом случае нельзя объяснить разницу в использовании ИБ в 7 раз (7 % в Болгарии по сравнению с 51 % в среднем по ЕС).

В дополнение к анализу степени проникновения Интернета среди населения страны, для настоящего исследования является важным учитывать и уровень использования мобильных телефонов, как одного из условий для развития мобильного банкинга. В этом смысле важным показателем, характеризующим возможность использования населением страны услуг мобильного банкинга, является количество абонентов операторов сотовой связи на каждые 100 человек населения страны. Так, на основании данных Мирового банка (таблица 1) количество клиентов операторов сотовой связи в Болгарии составило 120,4 абонента на каждые 100 человек населения, а в Казахстане – 146,6. То есть практически каждый второй человек в Казахстане является абонентом как минимум 2 операторов сотовой связи. Это связано с тем, что в Казахстане почти в 2 раза ниже тарифы на услуги сотовой связи, чем в Болгарии. Необходимо также отметить, что более низкое значение показателя в Болгарии частично объясняется также отсутствием необходимости у населения иметь разные номера разных операторов сотовой связи по причине единых тарифов у всех операторов (чего пока нельзя сказать про Казахстан).

Учитывая всеобщую тенденцию замещения использования Интернета на стационарных компьютерах смартфонами, можно предположить многократное увеличение мобильного банкинга и других финансовых онлайн-услуг. В этом отношении уровень использования мобильных телефонов не отличает существенно Казахстан и Болгарию от среднего уровня в ЕС, а уровень использования ИБ намного ниже, что, следовательно, не подтверждает полностью гипотезу 1.



Уровень цифровизации и высокая степень проникновения интернета среди населения создает объективную основу для развития ИБ, однако на примере рассматриваемых стран не является исключительно единственным фактором, определяющим тенденцию роста.

#### **Демографические факторы и их влияние**

Как уже было сказано выше, в Болгарии меньше людей пользуются Интернетом – всего 63,4 %, что более чем на 18,1 % ниже, чем в Казахстане. Это может быть связано с неблагоприятной демографической структурой населения, преобладанием людей старшего и преклонного возраста, и связанной с этим нехваткой цифровых навыков у данной категории населения. Люди старшего возраста (более 60 лет), как правило, используют Интернет гораздо реже, чем молодые, из-за существующего цифрового разрыва между поколениями. Действительно, по данным Всемирного банка, в 2017 г. доля людей старше 65 лет в Болгарии достигла 20,8 % – это выше чем на 13 %, чем в Казахстане (7,0 %) [11], что примерно соответствует разнице в использовании Интернета в двух странах.

По данным Комитета статистики РК, в Казахстане население в возрасте 16–62 лет составляет 59,3 %, в возрасте старше 63 лет – 11,3 %.

В Европейском Союзе (28 стран) доля пожилого населения (19,8 %) сопоставима с аналогичным показателем в Болгарии, однако цифровое включение населения там намного выше. Так, по данным Евростата, в 2018 г. 52 % людей в возрасте от 65 до 74 лет в странах Европейского Союза использовали Интернет хотя бы раз в неделю, в то время как в Болгарии значение данного показателя составляет всего 18 % [12].

В Болгарии меньшая доля людей имеет доступ к Интернету дома и менее активны в использовании Интернета в отличие от Казахстана. Однако это не является достаточным объяснением, поскольку даже люди, которые являются клиентами банков и активными пользователями Интернета, как правило, избегают электронного банкинга. Поэтому мы должны искать другие возможные причины.

На основе этого анализа мы отвергаем гипотезу 2.

#### **Анализ плотности распределения банковских офисов в Казахстане и Болгарии**

Казахстан и Болгария существенно отличаются по территории стран и показателю плотности населения. Плотность населения в Казахстане составляет по состоянию на 1 мая 2019 г. – 6,77 чел. / кв. км [13] при общей территории 2,725 млн кв. км. В Болгарии этот показатель почти в 10 раз выше – 63,3 чел. / кв. км. В этом смысле считаем нерациональным искать общую закономерность для объяснения причин одинаково низкого уровня пользователей интернет-банкинга в данных странах. Более того, низкая плотность населения в Казахстане и огромная территория страны, большие расстояния между населенными пунктами в принципе должны положительно влиять на развитие сферы услуг ИБ.

Наоборот, относительно небольшие расстояния между населенными пунктами в Болгарии теоретически могут способствовать низкому уровню доли пользователей ИБ, так как люди имеют возможность посетить банковский офис недалеко от своего места проживания или работы.

Необходимо также заметить, что и климатические условия в Казахстане и Болгарии весьма неодинаковые. Например, в зимний период времени идти в банковский офис нелегко, особенно если человек живет или работает в сельской местности. Формальная логика подсказывает, что люди в стране с низкой плотностью населения и континентальным климатом, в отдельных областях Казахстана (северные и восточные регионы) – резко континентальным, должны приветствовать интернет-банкинг по причине его практического удобства. Если они этого не делают – значит, есть другие факторы, которые имеют более важное значение в данном случае.

В начале исследования авторами была высказана гипотеза, что одним из факторов, влияющих на низкий уровень использования ИБ в рассматриваемых странах, является слишком большое количество банковских офисов, находящихся на территории стран Казахстана и Болгарии, что теоретически может означать высокую доступность традиционных каналов банковского обслуживания.

Проанализируем данное утверждение на основании статистических данных.

На территории Казахстана в настоящее время функционирует 28 коммерческих банков, из которых 14 – банки с иностранным участием, в том числе 12 дочерних банков [14].

Специфика развития банковской системы Казахстана заключается в том, что региональная банковская система представлена филиалами и дополнительными офисами крупных коммерческих банков, головные офисы которых находятся в основном в г. Алматы и г. Нур-Султан (прежнее название Астана). Общее количество филиалов крупнейших казахстанских банков, а также их распределение по всем областям Казахстана представлено в таблице 3.

Таблица 3

Количество филиалов и отделений банков второго уровня Республики Казахстан  
в региональном разрезе по состоянию на 06.05.2019\*

Наименование банков		Народный Банк Казахстана	Kaspi Bank	Цесна Банк	Forte Bank	Банк Центр Кредит	АТФ Банк	Евразийский Банк	Сбербанк России	Хоум Кредит Банк	Жилстрой-сбербанк Казах-	Банк ВТБ	Нурбанк	Альфа Банк	Bank RBK	Остальные банки	ВСЕГО филиалов
<i>Регионы:</i>																	
г. Астана	Филиалы	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	26
	Доп. отделен.	35	17	24	11	9	6	8	14	2	4	3	12	2	1	8	156
Акмолинская обл.	Филиалы	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	17	17
	Доп. отделен.	26	3	11	3	3	2	2	0	5	0	0	1	0	0	0	56
г. Алматы	Филиалы	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9	22
	Доп. отделен.	103	43	20	22	26	18	14	25	0	3	4	16	5	5	11	315
Алматинская обл.	Филиалы	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	16
	Доп. отделен.	33	13	6	9	7	3	8	1	1	2	0	4	0	0	0	87
Актюбинская обл.	Филиалы	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	17
	Доп. отделен.	32	10	3	6	5	1	9	4	3	2	0	6	0	0	0	81
Атырауская обл.	Филиалы	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	19
	Доп. отделен.	21	9	4	4	5	4	5	2	3	0	1	8	1	0	0	67
Восточно-Казахстанская обл.	Филиалы	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	27
	Доп. отделен.	68	13	9	10	13	8	11	3	7	2	0	7	3	1	0	155
Жамбылская обл.	Филиалы	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	14
	Доп. отделен.	26	6	5	3	1	2	5	0	4	0	0	1	0	0	0	53
Западно-Казахстанская обл.	Филиалы	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	13
	Доп. отделен.	28	6	3	4	7	2	4	3	3	0	1	1	1	0	0	63
Карагандинская обл.	Филиалы	4	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	24
	Доп. отделен.	68	22	7	7	9	3	9	5	3	4	1	15	0	5	2	160
Кызылординская обл.	Филиалы	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	12
	Доп. отделен.	26	5	0	1	3	1	1	0	4	0	0	0	0	0	0	41
Костанайская обл.	Филиалы	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	13
	Доп. отделен.	31	11	6	4	4	2	12	3	3	1	0	3	0	0	0	80
Мангыстауская обл.	Филиалы	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	19
	Доп. отделен.	22	7	3	7	5	2	7	4	1	1	0	7	0	0	0	66
Павлодарская обл.	Филиалы	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	21
	Доп. отделен.	37	13	9	2	4	1	8	4	6	2	0	4	1	1	1	93
Северо-Казахстанская обл.	Филиалы	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	14	14
	Доп. отделен.	23	8	4	2	2	1	5	1	2	0	0	1	0	0	0	49
г. Шымкент	Филиалы	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	19
	Доп. отделен.	23	8	4	5	2	1	3	5	2	1	0	2	0	2	2	60
Туркестанская обл.	Филиалы	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5
	Доп. отделен.	29	4	1	0	2	2	3	1	0	0	0	3	0	0	0	45
ИТОГО		654	220	141	120	120	107	131	90								

\*Составлено авторами на основании данных Национального Банка РК

Так, наибольшее количество банковских филиалов и дополнительных офисов находится в финансовом центре Казахстана – г. Алматы (337), в столице г. Нур-Султан (182), а также Карагандинской области (184). Минимальное количество банковских офисов наблюдается в 4 областях Казахстана – Туркестанская область (50), Кызылординская область (53), Северо-Казахстанская область (63), Жамбылская область (67). Все остальные 9 областей Казахстана имеют в среднем количество банковских офисов в диапазоне от 70 до 114 (табл. 3). Анализируя эти данные, мы можем отметить абсолютно неравномерное распределение банковских филиалов и дополнительных офисов по территории страны.

Значительная часть населения Казахстана практически не имеет возможности обслуживаться на достаточно качественном уровне, или качество обслуживания нельзя определить иначе как неудовлетворительное. Данный факт подтверждается определением простого показателя – количество населения региона, обслуживаемое одним банковским офисом данного региона. Как видно из таблицы 4, одна треть от всех банковских офисов в Казахстане (31,2 %) сосредоточены в трех крупнейших городах страны – Нур-Султане, Алматы и Шымкенте. В то время как в других городах и регионах страны наблюдается недостаточное количество банковских офисов.

Таблица 4

Численность населения Республики Казахстан по состоянию на 1 апреля 2019 г.  
и плотность распределения банковских офисов в разрезе регионов\*

Области Казахстана	Численность населения на 1 апреля 2019 г.	Плотность покрытия банковской сетью регионов страны	
		Кол-во банковских офисов	Кол-во населения на 1 банковский офис в регионе
<b>Республика Казахстан, всего</b>	<b>18 448 578</b>	<b>1915</b>	<b>9634**</b>
Акмолинская обл.	738 802	73	10 121
Актюбинская обл.	871 812	98	8896
Алматинская обл.	2 043 653	103	19 841
Атырауская обл.	636 534	86	7402
Западно-Казахстанская обл.	653 775	76	7599
Жамбылская обл.	1 127 445	67	16 828
Карагандинская обл.	1 378 015	184	7489
Костанайская обл.	871 799	93	9374
Кызылординская обл.	796 773	53	15 033
Мангистауская обл.	683 405	75	9112
Павлодарская обл.	753 626	114	6 611
Северо-Казахстанская обл.	553 074	63	8779
Туркестанская обл.	1 992 845	50	39 857
Восточно-Казахстанская обл.	1 377 525	182	7569
г. Нур-Султан	1 089 927	182	5989
г. Алматы	1 865 555	337	5536
г. Шымкент	1 014 013	79	12 836

\*рассчитано авторами на основании данных, представленных Министерством национальной экономики РК, Комитета по статистике [15]

\*\*среднее значение по Казахстану

Существенно на общем фоне выделяется Туркестанская область, в которой самое высокое значение данного показателя. При общей численности населения области почти 2 млн человек, на 1 банковский офис в этом регионе приходится 39 857 человек. Статистика показывает, что имеющиеся офисы работают в режиме «перегрузки». Однако во многом высокое значение показателя в данной области объясняется тем, что в 2018 г. Шымкент был переведен в статус городов республиканского значения (как город с населением более 1 млн человек) и статистические данные, ранее общие по области и г. Шымкенту, теперь показаны отдельно. В любом случае в данной области казахстанским банкам необходимо предусмотреть открытие дополнительных филиалов, подразделений и шире развивать услуги ИБ среди клиентов банков.



Далее по уровню следуют Алматинская, Жамбылская, Кызылординская области и г. Шымкент со средним значением показателя от 12 836 чел. до 19 841 чел. в расчете на один банковский офис. По нашему мнению, значение данного показателя также достаточно высокое, что в конечном итоге приведет к переполнению клиентами имеющихся банковских офисов.

Среднее значение показателя (от 7 до 10 тыс. чел. на 1 банковский офис) наблюдается в 9 областях Казахстана – Акмолинская, Актюбинская, Атырауская, Западно-Казахстанская, Карагандинская, Костанайская, Северо-Казахстанская, Мангыстауская, Восточно-Казахстанская.

Лучшая ситуация наблюдается в г. Алматы, г. Нур-Султан и Павлодарской области, где значение показателя от 5,5 тыс. чел. до 6,5 тыс. чел. на 1 офис.

Однако мы допускаем, что отделения банков, переполненные людьми, ожидающими своей очереди, могут положительно влиять на степень развития услуг интернет-банкинга в стране. Поскольку все население страны регулярно пользуется банковскими услугами, данная ситуация заставит людей переходить на дистанционные каналы обслуживания с целью экономии личного времени.

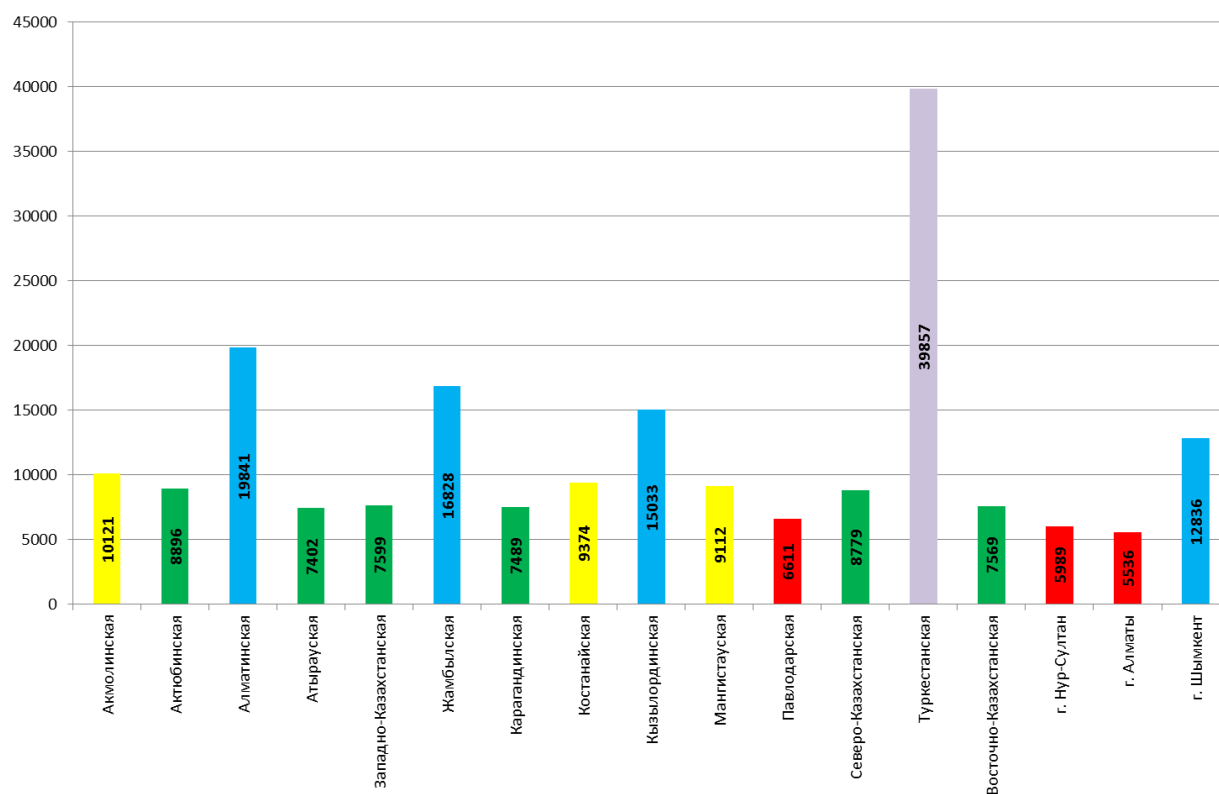


Рис. 4. Количество населения региона в расчете на 1 банковский офис в Казахстане, по состоянию на 1 апреля 2019 г.

Далее исследуем ситуацию в отношении болгарских банков. Согласно официальным данным Болгарского Национального Банка, в стране действуют 26 банков, из которых 6 являются филиалами иностранных банков, 21 банк имеют сеть филиалов по стране, 9 банков представлены как минимум одним филиалом.

Большинство банковских офисов (23,6 %) расположены в г. София, который является финансовым центром Болгарии. Также там расположены 25 из 26 центральных офисов банков (1 базируется в г. Варна).

В Болгарии плотность распределения банковских офисов в принципе выглядит лучше в силу небольшой территории страны. Регион с самым лучшим охватом банковских офисов на человека - Плевен. Там 1 отделение банка в среднем обслуживает менее 2000 человек. Противоположностью является Сливен, где более 4500 человек в среднем в регионе обслуживаются одним банковским офисом (табл. 5). При этом в Болгарии даже регион с наибольшим количеством людей, обслуживаемых одним офисом (4549 чел.), имеет лучший показатель, чем регион с самым хорошим обслуживанием в Казахстане (5536 чел.).

Численность населения Болгарии по состоянию на 1 января 2019 г.  
и плотность распределения банковских офисов в разрезе регионов\*

1	Область	Численность на начало 2019 года	Плотность покрытия банковской сетью регионов страны	
			Количество банковских офисов	Количество населения на 1 банковский офис в регионе
1	2	3	4	5
	<b>Республика Болгария, всего</b>	<b>7 000 039</b>	<b>2268</b>	<b>3 086</b>
1	Благоевград	305 123	116	2 630
2	Бургас	410 331	157	2 614
3	Варна	471 252	153	3 080
4	В. Търново	235 708	73	3 229
5	Видин	84 865	31	2 738
6	Враца	162 549	56	2 903
7	Габрово	108 404	42	2 581
8	Добрич	173 831	56	3 104
9	Кърджали	152 873	39	3 920
10	Кюстендил	119 041	42	2 834
11	Ловеч	124 873	48	2 602
12	Монтана	129 673	35	3 705
13	Пазарджик	255 479	59	4 330
14	Перник	120 880	28	4 317
15	Плевен	116 915	63	1 856
16	Пловдив	668 334	173	3 863
17	Разград	112 229	35	3 207
18	Русе	218 556	60	3 643
19	Силистра	109 271	34	3 214
20	Сливен	186 495	41	4 549
21	Смолян	105 429	48	2 196
22	София – обл.	229 041	70	3 272
23	Стара Загора	316 356	96	3 295
24	Търговище	111 597	34	3 282
25	Хасково	228 141	67	3 405
26	Шумен	172 355	48	3 591
27	Ямбол	118 897	29	4 100
28	Г. София	1 328 120	535	2 482

\*составлено авторами на основании данных, публикуемых на официальных сайтах болгарских коммерческих банков

С одной стороны, факт легкого доступа к банковскому обслуживанию в Болгарии может в некоторой степени объяснить, почему болгары не являются активными пользователями интернет-банкинга. Однако в отношении Казахстана даже регионы с высокой плотностью покрытия банковскими офисами не показывают высокую долю пользователей интернет-банкинга. Таким образом, на основе проведенного анализа, мы подтверждаем гипотезу 3 – наличие в регионе, населенных пунктах развитой банковской инфраструктуры либо, напротив, ее недостаточное присутствие, не оказывает прямого влияния на развитие ИБ.

Далее необходимо проанализировать, является ли удовлетворенность от удобств использования интернет-банкинга стимулирующим фактором для привлечения новых клиентов.

#### **Удовлетворенность потребителей и влияние социально-культурных факторов**

В экономической литературе есть исследования (например, Jamal, 2004; Oliver, 1980; Salihu & Metin, 2017 [16–18]) которые анализируют влияние удовлетворенности в обоих вариантах: в обоб-

ценном (кумулятивном) варианте [19], когда потребитель анализирует множество операций до формирования своей субъективной оценки об удовлетворенности, и в транзакционном варианте – однократная оценка удовлетворенности после выполнения операции в системе интернет-банкинга [20]. В общем случае можно согласиться с мнением ряда исследователей (Kotler & Keller, 2015; Благоев, 2003; Salihu & Metin, 2017; Благоев, Шустова 2019 [21, 22, 18, 23]), что удовлетворенность формируется в результате оценки пользователя в период после покупки, в нашем случае после получения услуги ИБ, на когнитивной основе.

Иначе говоря, позитивные ощущения и удовлетворенность от использования интернет-банкинга должны формировать положительный настрой пользователей и привлекать дополнительное количество людей. Однако в реальной жизни это не всегда так.

Исследование авторов по оценке качества услуг ИБ среди казахстанских пользователей [23] показало, что одной из возможных проблем низкого проникновения услуг ИБ среди населения является неудобная / непонятная география сайта банка. Разработчикам сайта необходимо предусмотреть наличие специальных подробных инструкций по подключению к системе ИБ для клиентов с недостаточным уровнем цифровой грамотности. Так, например, в Казахстане в прошлом году наблюдался значительный рост пользователей ИБ Kaspi bank, приложение которого пользователи оценивали как доступное и простое в использовании.

Особое внимание следует уделить фактору доверия пользователей к системе интернет-банкинга, поскольку в данном случае мы имеем случай взаимодействия человека с автоматом, компьютером, смартфоном, с программным обеспечением, которые выполняют свои функции в непонятном для отдельных пользователей режиме.

Много авторов последних 30 лет, в т. ч., например, Lee & Moray (1992), Hoff & Bashir (2015), Wang, Pynadath & Hill (2016) [24–26] и ряд других, утверждают, что уровень доверия взаимодействия человека с автоматом, в нашем случае – уровень доверия пользователя банковских продуктов и услуг, имеет особую значимость. В нашем случае можно предположить, что в некоторых странах, в том числе в исследуемых нами Казахстане и Болгарии, степень доверия клиентов к системе ИБ очень низкая, что влияет на уровень потребления данного вида услуг.

По нашему мнению, невозможно сделать однозначные выводы, почему в целом уровень доверия населения обеих стран к системе ИБ столь низкий в сравнении с другими зарубежными странами (при условии высокого или практически полного проникновения Интернета на территории страны).

Можно пытаться объяснить данный факт еще и тем, что для Болгарии это связано со скандалами по поводу банкротства большого банка (Корпоративный Торговый Банк) при значимом участии известных политических лиц. Так же известны громкие скандалы с некоторыми казахстанскими банками. Так, например, последний скандал с Банком Астаны, владелец которого вывез в офшоры 500 млн долл. Естественно, что в данном случае мы говорим об общем доверии населения к деятельности банков в стране. В отношении перспектив развития интернет-банкинга первостепенное значение имеют вопросы безопасности совершаемых операций, степени защиты персональных данных клиентов, технологическая доступность для пользователя, финансовые и технологические инновации [23].

Определенное влияние на развитие ИБ оказывают также и социально-культурные факторы. Здесь можно отметить влияние уровня образования существующих клиентов банков на их решение использовать систему ИБ, влияние этнокультурных факторов и т. д. Так, среди активных пользователей ИБ доля лиц с высшим образованием составляет преобладающую часть. Проживание на территории страны малых народов, которые по своему образовательному уровню или сложившимся культурным традициям могут не использовать тот или иной вид финансовых услуг. Например, в Болгарии есть достаточно высокая доля населения – цыгане (около 10 %) [27], у которых уровень образования довольно низкий. Практически все они имеют банковские карты, на которые государство перечисляет ежемесячные социальные пособия. Но они почти не являются пользователями интернет-банкинга, хотя с банкоматами обращаться умеют и регулярно снимают наличные деньги. Можно сказать, что уровень доверия к системе ИБ у них нулевой.

В целом, на основе вышесказанного, мы подтверждаем гипотезу 4.

Дальнейшие перспективы развития всего банковского сектора связаны с цифровизацией банковских сервисов, которая предполагает применение специальных технологий, позволяющих изменить процесс управления средствами клиента. В настоящее время активно внедряются технологии биометрических данных, мобильные финансовые сервисы на основе использования смартфонов [28].

Так, например, в Казахстане Beeline разработал мобильный финансовый сервис, объединив баланс мобильного счета абонента с его платежной картой (на базе Master Card), выпущенной совместно с банком-партнером. Карта Beeline-Master Card дает возможность совершать покупки, осуществлять переводы, снимать наличность в любом банкомате страны без комиссии. Карта снабжена технологией бесконтактной оплаты Master Card [29]. Получить данную карту могут абоненты Beeline на основании документа, удостоверяющего личность.

Еще одним примером нового мобильного финансового сервиса для казахстанских пользователей является запуск системы мгновенных платежей по номеру мобильного телефона Sunqar. Данный сервис позволяет проводить мгновенные платежи и переводы денег по Казахстану между клиентами разных банков-участников системы по номеру мобильного телефона, привязанного к банковскому счету, электронному кошельку или банковской карте [30]. В 2019 г. ожидается, что к системе подключатся 10 самых крупных казахстанских банков.

**Результаты.** На основании вышеизложенного, мы можем сформулировать следующие выводы.

Все факторы, оказывающие влияние на степень проникновения услуг ИБ среди населения страны, можно разделить на факторы прямого и косвенного воздействия.

В общем плане можно сказать, что доля относительно низкого уровня использования ИБ в Болгарии и Казахстане в большей степени связана с общим уровнем проникновения Интернета в стране, наличием доступа к Интернету у населения, как дома, так и к мобильному Интернету через услуги операторов сотовой связи. При этом более низкие тарифы на данные услуги в принципе будут способствовать повышению количества пользователей ИБ.

Определенное влияние имеет также общий уровень цифровой грамотности населения страны. Умение пользоваться компьютерами, ноутбуками, планшетами, смартфонами является объективной основой развития услуг ИБ и перехода на электронные каналы обслуживания. Уровень финансовой грамотности населения, знание об основных банковских продуктах и услугах, возможностях использования дистанционных каналов банковского обслуживания, а также получения других финансовых услуг в режиме онлайн является ключевым фактором развития ИБ. Повышение уровня финансовой грамотности населения страны – это стратегическая задача, требующая всестороннего изучения через призму успешного международного опыта.

Однако, независимо от этого, наш анализ располагаемых статистических данных **не подтвердил в полной мере гипотезы 1, и мы не можем утверждать, что уровень цифровизации прямо влияет на уровень ИБ.** Скорее всего, его можно считать важным условием для развития ИБ.

Анализ влияния демографических факторов имеющихся статистических данных показал существенный разрыв в использовании ИБ среди лиц пожилого населения (возраст 65–74 года) в Европейском Союзе и Болгарии, Казахстане. Поэтому **наша гипотеза 2 не подтвердилась** – возрастная структура населения не оказывает прямого влияния на развитие ИБ среди населения страны.

*К факторам косвенного влияния развития ИБ, с нашей точки зрения, относятся плотность распределения банковских офисов по территории страны.* На основании полученных данных анализа плотности распределения банковских офисов по регионам в двух странах мы отмечаем, что в Казахстане абсолютно неравномерное распределение банковских отделений. Среднее значение показателя по количеству населения региона в расчете на 1 банковский офис по Казахстану составило 9634 человека, в то время как в Болгарии уровень показателя в 3 раза ниже – 3086 человек. В Казахстане есть области, в которых на 1 банковских офис приходится более 15 000 человек. Однако, вне зависимости от значения данного показателя, доля пользователей как Болгарии, так и в Казахстане остается на достаточно низком уровне. Таким образом, **мы подтверждаем гипотезу 3.**

Другим фактором прямого влияния развития услуг ИБ является общий уровень удовлетворенности пользователей качеством услуг ИБ.

Значительное влияние в привлечении новых пользователей к банковскому обслуживанию в системе ИБ оказывает наличие у банков понятных для всех категорий пользователей сайтов. Именно данный технический фактор порой негативно сказывается на степени удовлетворенности пользователей ИБ.

Кроме того, определяющее значение имеет степень доверия населения электронным каналам обслуживания, безопасности совершаемых операций. Поэтому каждый банк должен обеспечить в максимальной степени защиту информации и персональных данных клиента, безопасность операций в системе ИБ.

Отдельным банкам и ассоциациям банков необходимо проводить рекламно-разъяснительные мероприятия среди населения в целях демонстрации преимуществ ИБ, а также степени его безопасности.

В целом проведенный анализ подтвердил гипотезу 4, согласно которой уровень доверия потребителей к банковской системе, к своему банку и к техническим системам и устройствам, связанным с продвижением интернет-банкинга, является определяющим фактором в развитии ИБ.

В заключение хотелось бы отметить, что стратегическое развитие банковской отрасли связано с новыми цифровыми технологиями, разработкой и внедрением новых финансовых сервисов совместно с операторами сотовой связи, направленных на предоставление населению и субъектам бизнеса универсальной платформы для проведения платежей в любом месте, в любое время по доступным инструментам оплаты и дистанционным каналам.

### Библиографический список

1. Eurostat: официальный сайт. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20180115-1>
2. Итоги 2018: тихая «пластиковая» революция // «PROFIT.kz [Электронный ресурс]. URL: <https://profit.kz/news/51916/Itogi-2018-tihaya-plastikovaya-revoluciya/>
3. Интернет-банкинг в Казахстане: что предлагают банки в 2018 г // Онлайн-бухгалтерия №1 в Казахстане [Электронный ресурс]. URL: <https://mybuh.kz/internet-banking/>
4. Итоги 2018: тихая «пластиковая» революция // «PROFIT.kz [Электронный ресурс]. URL: <https://profit.kz/news/51916/Itogi-2018-tihaya-plastikovaya-revoluciya/>
5. Geert Hofstede : официальный сайт. URL: <https://geerthofstede.com/research-and-vsm/dimension-data-matrix/>
6. Обзор телеком рынка Казахстана: Доступ в интернет и интернет-услуги//Digital.Report [Электронный ресурс]. URL: <https://digital.report/kazakhstan-dostup-v-internet/>
7. Eurostat: официальный сайт. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital\\_economy\\_and\\_society\\_statistics\\_-\\_households\\_and\\_individuals](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals)
8. The World Bank: официальный сайт. URL: <http://wdi.worldbank.org/table/5.12#>
9. Министерство национальной экономики Республики Казахстан Комитет по статистике: официальный сайт. URL: <http://stat.gov.kz/official/industry/29/statistic/7>
10. Национальный инфокоммуникационный холдинг Зерде: официальный сайт. URL: <http://zerde.gov.kz/activity/management-programs/the-state-program-digital-kazakhstan/>
11. The World Bank: официальный сайт. URL: <https://databank.worldbank.org/data/source/health-nutrition-and-population-statistics>
12. Eurostat: официальный сайт. URL: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc\\_bdek\\_di&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_bdek_di&lang=en)
13. Министерство национальной экономики Республики Казахстан Комитет по статистике: официальный сайт. URL: <http://stat.gov.kz/>
14. Текущее состояние банковского сектора Республики Казахстан по состоянию на 1 апреля 2019 года. Национальный Банк РК <https://nationalbank.kz/?docid=1065&switch=russian>
15. Пресс-релиз Министерства национальной экономики РК Комитет по статистике, № 36-7/162 от 2.05.2019.
16. Jamal A (2004) Retail banking and customer behavior: a study of self-concept, satisfaction and technology usage. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, pp: 357–379.
17. Oliver RL (1980) A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, pp: 460–469.
18. Salihu, A. & Mein, H. (2017). The impact of services, assurance and efficiency in customer satisfaction on electronic banking services offered by banking sector, Journal of Internet Banking and Commerce, December 2017, vol. 22, no. 3.
19. Fornell C (1992) A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. Journal of Marketing, pp. 6–21.
20. Wang Y, Lo H-P, Chi R, Yang Y (2004) An integrated framework for customer value and customer-relationship-management. Managing Service Quality, pp. 169–182.
21. Kotler P. & Keller, K. L. (2015). Marketing management, 15th ed., PEARSON.
22. Благоев В. (2003). Маркетинг, International University
23. Благоев В., Шустова Е. Оценка качества услуг интернет-банкинга на примере банков Казахстана. Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019, № 2, с. 139-150.
24. Lee J., & Moray, N. (1992). Trust, control strategies and allocation of function in human-machine systems. Ergonomics, 35 (10), 1243–1270.
25. Hoff K. A., & Bashir, M. (2015). Trust in Automation: Integrating Empirical Evidence on Factors That Influence Trust. Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society, 57(3), 407–434.
26. Wang, N., Pynadath, D. V., & Hill S. G. (2016). Trust calibration within a human-robot team: Comparing automatically generated explanations. ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction, 2016–April, 109–116. <http://doi.org/10.1109/HRI.2016.7451741>



27. European Commission официальный сайт.. URL: [https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-and-eu/roma-integration-eu-country/roma-integration-bulgaria\\_en](https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-and-eu/roma-integration-eu-country/roma-integration-bulgaria_en)

28. Цифровизация банковской сферы сделает получение финансовых услуг доступнее...//Курсив [Электронный ресурс]. URL: <https://kursiv.kz/news/finansy/2018-11/cifrovizaciya-bankovskoy-sfery-sdelaet-poluchenie-finansovykh-uslug-dostupnee>

29. Beeline представил еще одну платежную карту //PROFIT.kz [Электронный ресурс]. URL: <https://profit.kz/news/48600/Beeline-predstavil-esche-odnu-platezhnuu-kartu/>

30. В Казахстане запустили систему мгновенных платежей по номеру мобильного телефона // PROFIT.kz [Электронный ресурс]. URL: <https://profit.kz/news/51945/V-Kazahstane-zapustili-sistemu-mgnovennih-platezhej-po-nomeru-mobilnogo-telefona/>

*V. I. Blagoev*

Professor, PhD, Vice-rector,  
Varna University of Management (VUM),  
149B Tsarigradsko shose, 1784, Sofia, Bulgaria  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-3422-7951>  
Scopus Author ID: 26433077600  
e-mail: [blagoev@vum.bg](mailto:blagoev@vum.bg)

*P. N. Zhelev,*

Associate Professor, PhD, Vice-Rector,  
Korkyt Ata Kyzylorda State University (KKSU),  
29-A Aiteke Bi Str., 12000, Kyzylorda, Republic of Kazakhstan,  
Scopus Author ID: 57207193999  
e-mail: [pzhelev@unwe.bg](mailto:pzhelev@unwe.bg)

*E. P. Shustova*

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, PhD,  
Head of the International Cooperation Department,  
Kazakh Humanitarian Law Innovative University  
11 Lenina st., 071400, Semey, Republic of Kazakhstan,  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1685-912X>  
Scopus Author ID: 57204011490  
e-mail: [shustova\\_yelena@mail.ru](mailto:shustova_yelena@mail.ru)

## INTERNET BANKING: ANALYSIS OF INFLUENCE OF PENETRATION FACTORS IN KAZAKHSTAN AND BULGARIA

**Introduction.** The main objective of this study is to analyse the influence of factors that determine the level of penetration of Internet banking among the population in the two countries – Kazakhstan and Bulgaria. The main objectives of the study include the analysis of such factors as demographics (population density, age structure), density of coverage of settlements by bank offices, Internet penetration rate, digital literacy, confidence in the banking system and technical devices related to the information security system.

**Methodology.** The methods of logical, statistical and graphical analysis were used. The statistical data of the World Bank, the National Bank of the Republic of Kazakhstan, the Statistics Committee of the Republic of Kazakhstan, the National Bank of the Republic of Bulgaria, Eurostat were used for the analysis. For the first time we analysed the influence of density of distribution of banking offices on the territory of Bulgaria, studying the data presented on the websites of each Bulgarian bank. In addition, the sociological survey method (primary research) was used to identify the main factors influencing the development of electronic banking in Kazakhstan and Bulgaria. Four hypotheses were proposed, and have been confirmed or rejected based on the analyses.

**Results and conclusions.** All factors influencing the degree of penetration of internet banking among the country's population can be divided into factors with direct and indirect impact.

The level of digitalization does not directly affect the level of penetration of information security in the country, but is an important condition for its development.

The level of financial literacy of the population, knowledge of major banking products and services, the possibilities of using remote banking channels, as well as receiving other financial services online is an important factor in the development of information security. Raising the level of financial literacy of the

country's population is a strategic task requiring comprehensive study through the lens of successful international experience.

The age structure of the population does not have a direct impact on the development of information security among the population of the country.

The density of coverage of settlements by bank offices is not a decisive factor for the development of Internet banking in the country, although it indirectly affects it.

The level of consumer confidence in the banking system, in the bank they use, in technical systems and devices that are associated with the promotion of Internet banking services, is a key factor in the development of information security.

*Keywords:* internet banking, mobile banking, factors of Internet banking development, banks' coverage, computer literacy, financial literacy.

### References

1. Eurostat. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20180115-1>
2. PROFIT.kz. Available at: <https://profit.kz/news/51916/Itogi-2018-tihaya-plastikovaya-revoluciya/>
3. Online accounting number 1 in Kazakhstan. Available at: <https://mybuh.kz/internet-banking/>
4. PROFIT.kz. Available at: <https://profit.kz/news/51916/Itogi-2018-tihaya-plastikovaya-revoluciya/>
5. Geert Hofstede. Available at: <https://geerthofstede.com/research-and-vsm/dimension-data-matrix/>
6. Digital.Report. Available at: <https://digital.report/kazakhstan-dostup-v-internet/>
7. Eurostat. Available at: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital\\_economy\\_and\\_society\\_statistics\\_-\\_households\\_and\\_individuals](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals)
8. The World Bank. Available at: <http://wdi.worldbank.org/table/5.12#>
9. Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan Statistics committee. Available at: <http://stat.gov.kz/official/industry/29/statistic/7>
10. Zerde.gov.kz. Available at: <http://zerde.gov.kz/activity/management-programs/the-state-program-digital-kazakhstan/>
11. The World Bank. Available at: <https://databank.worldbank.org/data/source/health-nutrition-and-population-statistics>
12. Eurostat. Available at: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc\\_bdek\\_di&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_bdek_di&lang=en)
13. Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan Statistics committee. Available at: <http://stat.gov.kz/>
14. The current state of the banking sector of the Republic of Kazakhstan as of April 1, 2019. National Bank of the Republic of Kazakhstan. Available at: <https://nationalbank.kz/?docid=1065&switch=russian>
15. Press release of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan Committee on Statistics, No. 36-7 / 162 of 2.05.2019.
16. Jamal A. (2004) Retail banking and customer behavior: a study of self-concept, satisfaction and technology usage. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, pp: 357–379.
17. Oliver RL (1980) A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, pp: 460–469.
18. Salihu, A. & Mein, H. (2017). The impact of services, assurance and efficiency in customer satisfaction on electronic banking services offered by banking sector, *Journal of Internet Banking and Commerce*, December 2017, vol. 22, no. 3.
19. Fornell C (1992) A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*, pp. 6–21.
20. Wang Y, Lo H-P, Chi R, Yang Y (2004) An integrated framework for customer value and customer-relationship-management. *Managing Service Quality*, pp. 169-182.
21. Kotler P. & Keller, K.L. (2015). *Marketing management*, 15th ed., PEARSON.
22. Blagoev V. (2003). *Marketing*, International University.
23. Blagoev V., Shustova E. Quality assessment of Internet banking services in Kazakhstan. *Human Science: Humanitarian Studies*. 2019, No. 2 (in press).
24. Lee J., & Moray N. (1992). Trust, control strategies and allocation of function in human-machine systems. *Ergonomics*, 35(10), 1243–1270.
25. Hoff, K. A., & Bashir, M. (2015). Trust in Automation: Integrating Empirical Evidence on Factors That Influence Trust. *Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society*, 57(3), 407–434.
26. Wang, N., Pynadath, D.V., & Hill, S. G. (2016). Trust calibration within a human-robot team: Comparing automatically generated explanations. *ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction*, 2016–April, 109–116. <http://doi.org/10.1109/HRI.2016.7451741>
27. European Commission. Available at: [https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-and-eu/roma-integration-eu-country/roma-integration-bulgaria\\_en](https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-and-eu/roma-integration-eu-country/roma-integration-bulgaria_en)

28. Digitalization of the banking sector will make obtaining financial services more affordable. Kursiv Available at: <https://kursiv.kz/news/finansy/2018-11/cifrovizaciya-bankovskoy-sfery-sdelaet-poluchenie-finansovykh-uslug-dostupnee>

29. Beeline introduced another payment card. PROFIT.kz Available at: <https://profit.kz/news/48600/Beeline-predstavil-esche-odnu-platezhnuu-kartu/>

30. PROFIT.kz. Available at: <https://profit.kz/news/51945/V-Kazahstane-zapustili-sistemu-mgnovennih-platezhej-po-nomeru-mobilnogo-telefona/>

Поступила в редакцию 26.05.2019

© В. И. Благоев, П. Н. Желев, Е. П. Шустова, 2019

*Авторы статьи:*

**Веселин Иванов Благоев**, доктор экономических наук, профессор, проректор, Университет менеджмента Варна, Республика Болгария, София, 1784, Царградско шоссе, 149В, e-mail: [blagoev@vum.bg](mailto:blagoev@vum.bg)

**Паскал Неделчев Желев**, кандидат экономических наук, доцент, проректор по международному сотрудничеству, Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата, Республика Казахстан, 120014, Кызылорда, ул. Айтеке Би, 29а, e-mail: [pzhelev@unwe.bg](mailto:pzhelev@unwe.bg)

**Елена Павловна Шустова**, кандидат экономических наук, доцент, начальник отдела международного сотрудничества, Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет, Республика Казахстан, 071400, ВКО, Семей, ул. Ленина, 11, e-mail: [shustova\\_yelena@mail.ru](mailto:shustova_yelena@mail.ru)

*Рецензенты:*

Л. Ю. Руди, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории, Новосибирский государственный университет экономики и управления.

Е. Е. Шваков, доктор экономических наук, профессор, и. о. первого проректора по учебной работе, Алтайский государственный университет, Барнаул.