

ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. А.С. Пушкина

**Проблемы и пути  
социально-экономического развития:  
город, регион, страна, мир**

**V международная научно-практическая конференция**

Санкт-Петербург, 4 декабря 2014 г.

Сборник статей

Под общей редакцией профессора В.Н. Скворцова

Санкт-Петербург  
2015

УДК 332.1:338.1:316.4(063)  
ББК 65.050.22/23я43

**Редакционная коллегия:** проф. Н. М. Космачева (отв. ред.),  
проф. Г. В. Черкасская

**Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир:** V междунар. науч.-практ. конф.: сб. ст. / под общ. ред. В.Н. Скворцова; отв. ред. Н.М. Космачева. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2015. – 288 с.

ISBN 978-5-8290-

В сборнике представлены научные статьи IV международной научно-практической конференции «Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир». Авторы публикаций – ученые, преподаватели, аспиранты и магистранты вузов России, Республики Беларусь, США, Республики Бурунди.

Материалы конференции представляют интерес для преподавателей, исследователей, экономистов, специалистов государственного и муниципального управления, аспирантов и студентов.

© Ленинградский государственный  
университет (ЛГУ)  
имени А.С. Пушкина, 2015  
© Коллектив авторов

**Editorial board:** prof. N.M. Kosmacheva (managing editor),  
prof. G.V. Cherkasskaya

Problems and ways of socio-economic development: city, region, country, world: V international scientific and practical conf.: collection of articles / ed. by V.N. Skvortsov; mng. ed. N.M. Kosmacheva. – SPb.: LSU n.a. A.S. Pushkin, 2015. – 288 p.

The collection includes academic articles of V International academic conference “Problems and ways of socio-economic development: city, region, country, world”. The authors are scientists, teachers, post-graduate students and graduates of higher educational institutions of Russia, Belarus, USA.

The conference proceedings are of interest for teachers, researchers, economists, specialists in state and municipal management, post-graduates and students.

ISBN 978-5-8290-

© Leningrad State University (LSU)  
n.a. A.S. Pushkin, 2015  
© Group of authors

## Перспективы банковского сектора в условиях новой конкуренции

*Появление на традиционном рынке финансового посредничества новых участников в лице IT-компаний, предлагающих частным лицам услуги в сфере мобильных платежей и выражающих готовность создать другие продукты, альтернативные банковским, обуславливает необходимость поиска новых идей для поддержания и развития деятельности банков в меняющихся условиях.*

*Ключевые слова: мобильная система оплаты; Роро-эффект; Online-банкинг; Отпi-канал; канал доступа.*

В течение нескольких веков банковский капитал сложился в достаточно стройную и организованную систему, обеспечивающую функционирование национальных экономик и осуществление международных отношений. Развитие традиционных операций коммерческих банков по аккумулярованию свободных средств населения и временно высвобождающихся в процессе производства и обращения денежных капиталов, передаче их в форме кредитов, расчетно-кассовому обслуживанию, осуществлению безналичных расчетов через корреспондентские счета обеспечило возможность банкам стать основными посредниками в перераспределении капиталов. Объективная тенденция широкого внедрения банков в промышленность и иные сферы производства привела к их объединению в банковские монополии, оказывающие существенное влияние на мировые экономические и политические процессы и диктующие условия перераспределения доходов.

Концентрация капиталов в банковском секторе, рост объемов его деятельности и усложнение технологий продуктов в условиях функционирования неразменных денег обусловили необходимость внедрения механизма регулирования банковского сектора, направленного на обеспечение стабилизации банков и защиты их клиентов. Прогрессирующая финансовая нестабильность внешней экономической среды обуславливает постоянное совершенствование данного механизма, однако не обеспечивает банкам абсолютной неуязвимости как с точки зрения реализации специфических рисков, так и с позиции внутрисистемной и внешней конкуренции.

Тенденции сегодняшнего дня ставят перед банками новые проблемы, преодоление которых требует радикального реформирования организации деятельности и традиционных технологических процедур. Международное банковское сообщество обеспокоено появлением на ранке финансового посредничества нового конкурента в лице мобильных систем оплаты корпорации Google и других IT-компаний, достаточно популярных в ряде

стран и представляющих серьезную альтернативу традиционному банковскому обслуживанию. Google, Apple и другие IT-компании перетягивают на себя многомиллиардный рынок платежных операций, доминантом которого до настоящего времени был банковский сектор, отличающийся высокой степенью непрозрачности.

Шаблоном для корпорации Google сегодня является развитие взаимодействия с банками. В частности, определено, что фактической продажей банковского продукта предшествует поиск его в Google в среднем 13,1 раз [1]. Это пример развития возможностей Google, на основании которого корпорация планирует завоевать рынок электронных платежей там, где банки пока еще себя абсолютно не проявили: в платежах через мобильный телефон в магазине, такси, билетном автомате и т. п. По прогнозам исследовательской компании «Juniper Research» в 2015 г. совокупный объем рынка мобильных платежей, проведенных IT-компаниями, достигнет 670 млрд долларов, что в три раза превышает аналогичный показатель 2011 г. [2].

Данные технологии получили достаточное распространение в Швеции и Финляндии и ограничены только возрастом пользователя мобильного телефона. В некоторых африканских странах, например Кении, с помощью смартфонов делается попытка компенсации слабого развития банковской инфраструктуры.

Следует констатировать факт, что новый конкурент уже фактически вторгся в традиционное поле деятельности банков посредством доступа к банковским счетам и проведения платежей с них фактически без банков. В более отдаленной перспективе IT-компании предполагают широко внедрить технологии мобильного учета средств клиентов в фоновом режиме вне банковских учреждений.

По результатам исследования Дойче Бундесбанка текущая ситуация определена как «платежная война», втягивающая подавляющее число участников финансового рынка [3]. При этом нарастание внешнего конкурентного давления на банковский сектор разворачивается на фоне значительного падения доверия клиентов к традиционным финансовым институтам, которое, по данным опроса аудиторской фирмы Ernst & Young, за последний год подтвердили почти 60 % клиентов банков [4].

Таким образом, надвигающаяся опасность банковским сектором уже идентифицирована, но адекватные предложения ее преодоления пока не найдены. В ответ на появившуюся угрозу эксперты и руководители банков Западной Европы и Нового Света заняты изучением поведения клиентов банков в Интернете с целью прогнозирования связанных с этим последствий и расчета перспектив. Несмотря на то, что в Германии данные технологии пока находятся на начальной стадии развития, Дойче Бундесбанк призвал банковскую систему к оперативной выработке стратегии совместного поведения и реализации специальных целевых программ.

В марте 2014 г. руководители крупнейших банков Германии (Дойче банк, ING Diba и Шпаркассе) провели совместную конференцию с целью определения перспектив работы с частными клиентами и поиска новых идей для поддержания и развития деятельности банков в меняющихся условиях. К участию в конференции был приглашен старший менеджер Google в Германии Дженс Квадбек, являющийся, по сути, представителем конкурента, для обсуждения сотрудничества с целью повышения технологичности банковского обслуживания клиентов [5].

Союз кооперативных банков Германии развернул широкомасштабную кампанию по повышению конкурентоспособности своих членов (кооперативных банков) в условиях меняющихся потребностей и возможностей клиентов при нарастании давления альтернативных внешних предложений. В рамках данной кампании большое внимание уделено исследованию запросов современного потребителя банковского продукта и новейших технологических возможностей с целью выработки направлений развития банковского бизнеса.

По итогам этого исследования установлено, что современное общество характеризуется наличием устойчивой тенденции проникновения Интернета в повседневную жизнь и его доступностью для большинства членов. При этом организация человеческих взаимоотношений в социальных сетях выражается не только техническими характеристиками, но и ведет к значительным изменениям в социальном поведении людей. Для банковского сектора такие изменения проявляются в процессе реализации некоторых банковских продуктов, в дальнейшем будут нарастать, в том числе в сфере кредитной деятельности.

Интернет стал неотъемлемой частью немецкого общества, и 76,5 % немцев старше 14 лет используют интернет постоянно, 3,1 % планируют его использовать. При этом 20,4 % респондентов не используют Интернет по причине неуверенности в обеспечении конфиденциальности и личной безопасности или получают нужную информацию из Интернета при помощи членов семьи или друзей. Время пребывания немцев старше 14 лет в сети Интернета в истекшем периоде 2014 г. в среднем составило 5,9 дней в неделю с ежедневной продолжительностью 166 мин [6].

Преимущество Интернета заключается в возможности использования поисковых систем, электронных почт и чтении сообщений, покупки товаров в интернет-магазинах, наблюдения за прогнозами погоды и онлайн-банкинг с 56,7 %. При этом наблюдаются различия поведения в разрезе разных групп пользователей по признакам пола, возраста, образования и дохода. Типичный пользователь Интернета – мужчина от 30 до 50 лет, имеющий доход выше среднего. С точки зрения пола Интернет использует 81,4 % мужчин и 71,8 % женщин. Более значительные различия по возрастной категории: пользователями являются почти все представители молодого поколения и только 30,2 % людей в возрасте старше 70 лет.

По уровню образования пользователи Интернета распределены в следующем порядке: 60,7 % лиц со средним образованием, 91,7 % – с высшим и 98,4 % студентов. Последняя цифра гарантирует в ближайшем будущем приобщение к Интернету почти всех членов общества.

В зависимости от уровня дохода в распределении пользователей Интернета наблюдаются вариации в диапазоне от 55 % с доходом ниже 1000 евро до 93 % с доходом около 3000 евро.

В последние годы существенно изменились и средства доступа к Интернету от преимущественного использования компьютера на работе или домашнего к ноутбуку, планшету и смартфону, который завоевывает лидирующую позицию. При этом растет количество устройств с доступом в Интернет на постоянной основе, и сегодня уже в среднем 2–3 интернет-устройствами обладает каждый. В ближайшие годы это число будет продолжать расти на фоне развития доступа к сети через автомобили, бытовую технику, мебель и одежду. Такие устройства будут более незаметно поддерживать людей в их повседневной жизни.

Поскольку предполагается, что использование Интернета не является краткосрочным увлечением, исследования направлены на поиск возможностей расширения его использования для банковских продуктов. В настоящее время все большее значение для клиентов приобретает поиск информации в Интернете. В ходе опроса, проведенного консалтинговой фирмой «Vain», определено, что каждый второй клиент начинает поиск банковского продукта через консультанта банка и более 70 % клиентов обращаются к информации, размещенной на интернет-страницах. Каждый второй респондент доверяет информации профессиональных журналистов или рекомендациям других пользователей Интернета, 23 % используют информацию из финансовых отчетов банков, 49 % используют поисковые системы или аналитические порталы, 42 % – банковские сайты [7]. При этом аналитические порталы и поисковые системы не только размещают соответствующую информацию, но в большинстве случаев предлагают продукт. Это определяет упущенные возможности для конкретного банка:

- 1) банк не предлагает свой продукт в Интернете, и последний не будет выбран;
- 2) клиент покупает продукт там, где получает качественную информацию и не нуждается в дальнейшем поиске.

Большинство банковских продуктов сегодня реализуется посредством так называемого Роро-эффекта, подразумевающего получение информации на сайте (Online) и дальнейшую покупку в филиале через консультанта (Offline). Более выразительно этот процесс проявляется при нарастании сложности продукта с точки зрения потребителя. Более половины пользователей Интернета выбирают продукты Online-банкинга по причине удобства, скорости, 24-часового доступа и более низкой стоимости. В их число входят преимущественно простые банковские продукты: получение информации о состоянии счета; платежи; денежные переводы.

Менее востребован Online-банкинг для открытия сберегательных счетов и срочных депозитов. Еще более сложные банковские продукты преимущественно продаются в филиалах банков, что обусловлено необходимостью большего объема разъяснений, юридического консультирования и работы с экспертом. Поэтому до настоящего времени не было потребности в размещении на сайтах банков предложений продуктов, включающих консультирование либо анализ финансовой отчетности.

Одной из основных причин недостаточного использования интернет-банкинга являются неуверенность клиентов в безопасности и конфиденциальности по отношению к собственным деньгам, что обусловлено непониманием клиентами не только технологии продукта, но и действующей в банке системы безопасности. Другие клиенты слабо владеют информацией о банковских продуктах и предпочитают ее получать непосредственно у консультанта. При этом более 16 млн немецких пользователей Интернета доверяют платежной системе PayPal, обладающей гораздо более низкими нормами безопасности, чем любой банк. Другая часть немцев имеет высокий уровень знаний о банковских продуктах, но предпочитает использовать консультанта для покупки более сложных. Однако не следует недооценивать запросы клиентов на безопасность и конфиденциальность. Таким образом, банк с целью удержания завоеванных позиций на рынке финансового посредничества и развития деятельности в перспективе вынужден соответствовать современным запросам клиентов и планирует использовать высокотехнологичные возможности.

1. Внедрение в текущую практику так называемого «Оmnі-канала», подразумевающего предоставление клиентам возможности покупки банковского продукта через различные каналы доступа, использование последних в комбинации или вариациях (личное присутствие, Интернет, телефон, видеосвязь). При этом банк должен обеспечить все каналы идентичной информацией, гарантирующей предоставление потребителям продуктов одинакового качества независимо от способа покупки.

2. Выработка рыночных онлайн-стандартов по размещению банковской информации в Интернете, соответствующей аналогичной информации веб-сайтов конкурентов. Сегодня стандартизированных систем интернет-предложений не существует, что усложнено разбросом представлений и восприятий клиентов.

3. Разработка интернет-предложений по кредитным продуктам, предоставляющим возможность немедленного получения кредита для оплаты (частично или в полной сумме) стоимости товара, покупаемого в интернет-магазине.

4. Совершенствование организации оценки рисков интернет-предложений и продуктов, разработка и внедрение адекватных методик управления этими рисками.

5. Интеграция банков, сетевых компаний, центров обработки данных для оценки перспективы и координации деятельности на рынке банковских интернет-продуктов.

6. Постановка работы с информационными базами запросов и возможностей клиентов и потенциальных клиентов для своевременной их оценки и удовлетворения.

Таким образом, развитие технологий и расширение банковского бизнеса в Интернете важны для удержания и удовлетворения клиента банка в условиях четкой тенденции интернет-поведения последнего, однако не являются абсолютными и достаточными в долгосрочной перспективе. Новый конкурент не оставит заявленной цели по продвижению своих продуктов и в силу высокотехнологичных характеристик и в дальнейшем будет наступать на традиционный банковский рынок. Банковский бизнес имеет будущее при условии сочетания перспектив и преимуществ, которые необходимо искать и найти.

### **Список литературы**

1. Wenn Google eine Bank wäre. Der Suchmaschinen-gigant sieht in der Finanzbranche neue Geschäftsfelder; Handelsblatt Nr. 049 vom 11.03.2013 Seite 028.
2. Press Release: Mobile Transaction Users to Hit 2 Billion by 2017, Juniper Report Finds.
3. DB Research Management „Die Zukunft des (mobilen) Zahlungsverkehrs. Banken im Wettbewerb mit neuen Internet-Dienstleistern“ Thomas F. Dapp; 5. Februar 2013.
4. EY Global Consumer Banking Survey 2014; Pressegespräch Frankfurt, 9. April 2014.
5. Handelsblatt Jahrestagung „Privatkundengeschäft im Spannungsfeld von Nähe & Digitalisierung, Niedrigzins & neuen Playern“ Handelsblatt Jahrestagung 25. und 26. März 2015, Mainz (20).
6. www.ard-zdf-onlinestudie.de 2014 (Stand 26.09.2014).
7. D21-Digital-Index der Initiative D21 durchgeführt von TNS Infratest (April 2013).

## Содержание

### **СЕКЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОГО СООБЩЕСТВА В XXI ВЕКЕ»**

*Бушенева Ю.И.*

Экономические основания сепаратизма в Западной Европе..... 6

*Золотарева О.А.*

Сравнение основных параметров нетрадиционной монетарной политики в развитых и развивающихся странах..... 13

*Иванов В.Г.*

Основные концепции и модели взаимоотношений центральной и местной власти (зарубежный опыт)..... 23

*Кузьменкова В.Н.*

Особенности государственной службы в Японии..... 31

*Лукашевич В.А.*

Перспективы банковского сектора в условиях новой конкуренции ..... 36

*Талалаева Т.В.*

Концептуальные основы социального партнерства как формы организации социального взаимодействия ..... 41

*Цаллагова Л.М., Адаев М.А.*

Современные тенденции развития исламской банковской системы..... 47

*Черкасская Г.В.*

Глобальный конфликт современных социально-экономических отношений и его влияние на системную социальную защиту ..... 51

*Ндкасаба Инносент*

Национальная стратегия развития новых и возобновляемых энергетических ресурсов в Бурунди до 2030: «Проект древесная энергия»..... 57

### **СЕКЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ: ИЗ ПРОШЛОГО В БУДУЩЕЕ»**

*Бунько В.А.*

Налоговая политика Московского государства и крепостное право ..... 72

*Визгина А.Б.*

Роль акцизов в системе налогообложения РФ ..... 83

*Галимова И.В.*

Современное состояние и перспективы развития страхового рынка в РФ ..... 90

*Гончаров А.В.*

Агропромышленный комплекс как драйвер перехода к устойчивому развитию России (в контексте обеспечения продовольственной безопасности) ..... 94

*Дурандина О.А.*

Современные тенденции развития рынка социальных услуг в РФ ..... 98

*Зайцев А.А.*

Государственная поддержка аграрного производства РФ в условиях экономических санкций ..... 109

*Иванова Р.И.*

Инвестиционная привлекательность сельского хозяйства России: проблемы и перспективы ..... 115

<i>Лашов Б.В.</i>	
Инвестиционный аспект устойчивого развития экономики России .....	119
<i>Маклакова Е.А.</i>	
Реализация трудового потенциала пенсионеров по возрасту .....	122
<i>Стецюнич Ю.Н.</i>	
Роль микрофинансовых организаций на отечественном финансовом рынке ...	126
<i>Уварова Т.А.</i>	
Экономический кризис в России: прогнозы и реалии .....	136
<i>Урумова А.О., Кагановски П.</i>	
Проблемы формирования региональных инвестиционных стратегий в России .....	139
<i>Харламбиева А.С.</i>	
Возможность инновационного пути развития экономики РФ .....	143
<i>Чекмарев О.П.</i>	
Направления решения проблем подготовки кадров для реализации задач инновационного развития в отечественном кормопроизводстве .....	145
<i>Чертова А.И., Буйвол С.Н.</i>	
Современные направления банковского обслуживания физических лиц в РФ .....	150
<i>Щербаков Д.Н.</i>	
Направления развития российской нефтегазовой отрасли: Запад и Восток .....	157
 <b>СЕКЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ГОРОДОВ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»</b>	
<i>Афанасьев К.С.</i>	
Институциональные механизмы формирования сбалансированного рынка трудовых ресурсов на уровне города .....	162
<i>Гадаборшева Т.Б., Самохвалова Е.С., Мельникова В.С.</i>	
Эколого-экономические аспекты защиты атмосферы крупнейших городов .....	171
<i>Говорушина Т.К.</i>	
Влияние межбюджетных отношений на формирование доходов местного самоуправления .....	183
<i>Куклина Е.А.</i>	
Устойчивое развитие региона в контексте формирования системы экономической безопасности .....	187
<i>Старикова О.В.</i>	
Обеспечение экономической безопасности региона путем реструктуризации промышленного потенциала .....	191
 <b>СЕКЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ»</b>	
<i>Скворцов В.Н., Космачева Н.М.</i>	
Построение и содержание документации системы менеджмента качества интегрированного образовательного учреждения: общие требования .....	196
<i>Бдайцьева Л.Ж.</i>	
Интегрированная отчетность – форма отчетности будущего .....	205

<i>Борисов Б.С.</i> Особенности организации, нормирования и оплаты труда на предприятиях строительства.....	210
<i>Горбоконь А.А.</i> Анализ показателей эффективности оценки инвестиций .....	217
<i>Зайцев Г.Г.</i> О категории «оптимальный размер предприятия».....	222
<i>Кантор А.В.</i> Процесс формирования инвестиционной политики предприятия .....	227
<i>Капустина Ю.А.</i> Классификация проектов и особенности подходов к повышению эффективности управления проектами в строительной отрасли.....	233
<i>Красильников А.Б.</i> Современные подходы к нейромаркетингу как к средству оптимизации потребительского поведения .....	240
<i>Крымов С.М.</i> Управление персоналом организации: концепции личных стратегий.....	247
<i>Кантор Е.Л., Кантор В.Е.</i> Методы определения экономической эффективности промышленного производства .....	252
<i>Мамаева М.И.</i> Формирование оборотных средств предприятий и эффективность их использования в современных условиях.....	263
<i>Туинов И.В.</i> Применение программы STATISTICA при выборе наиболее экономичных технологических планировочных решений зданий сельскохозяйственного назначения .....	267
Summaries.....	273
Сведения об авторах .....	281