

Если сравнивать товарооборот 2013 года со странами дальнего зарубежья, с товарооборотом 2014 года, то стоит отметить сокращение на 16,7%, со странами СНГ – на 9,9% и составил 370,1 млн. долларов США и 146,5 млн. долларов США соответственно. Такие отрицательные данные можно объяснить сложной и нестабильной экономической ситуацией в мире с начала 2014 года по сегодняшний день, также важную роль играет резкое изменение курса евро и доллара по отношению к рублю.

Внешнеторговые сделки осуществлялись с партнерами из 85 стран дальнего и ближнего зарубежья, что обеспечили 71,6% стоимостного объема товарооборота в 2014 году, а со странами СНГ – 28,4%.

Согласно данным о «Товарообороте по странам – основным торговым партнерам за 9 месяцев 2014 года» первое место занимает Китай – 117,6 млн. долларов, Узбекистан – 68,8 млн. долларов, США – 50,8 млн. долларов, Украина – 25,4 млн. долларов, Германия – 24,8 млн. долларов, Афганистан – 19 млн. долларов, Киргизия и Таджикистан – по 18 млн. долларов, Финляндия – 17,5 млн. долларов, Монголия – 14,4 млн. долларов, Чешская республика – 12,6 млн. долларов, Латвия – 11 млн. долларов, Соединенное Королевство – 10,4 млн. долларов, Италия – 9 млн. долларов, Нидерланды – 7,5 млн. долларов, Азербайджан – 7,1 млн. долларов, Индия – 6,4 млн. долларов, Туркменистан – 5,8 млн. долларов, Турция – 5,5 млн. долларов, прочее – 65,9 млн. долларов.

На территории Российской Федерации внешне-торговые сделки осуществили 633 участника ВЭД Алтайского края.

Экспорт Алтайского края за 2014 год составил 337,2 млн. долларов США и уменьшился 10,9% по сравнению с 2013 годом. Экспортные сделки осуществлялись с партнерами из 61 страны дальнего и ближнего зарубежья. В 2014 году экспорт товаров в страны дальнего и ближнего зарубежья уменьшился на 21,2%, а в страны СНГ увеличился на 11,7%. Приведенные выше данные показывают, что на период 14 года Алтайский край стал больше импортировать товары в страны СНГ, а именно Узбекистан – 63,4 млн. долларов, Таджикистан – 17,7 млн. долларов, Киргизия – 17,2 млн. долларов, Азербайджан – 7 млн. долларов. В товарной структуре экспорта преобладали древесина и целлюлозно-бумажные изделия – 25,3%, минеральные продукты и топливо – 23%, продовольственные товары (включая алкогольные напитки и табак) и сырье для их производства – 20,9%. В структуре импорта основную долю составила продукция машиностроения – 45%.

Подводя итоги внешнеэкономической деятельности Алтайского края за 2014 год, стоит отметить снижение стоимостных объемов товарооборота, при этом физический объем поставок продукции увеличился в экспорте на 14%, но уменьшился в импорте на 5,2%.

Такое сокращение импорта можно объяснить уменьшением поставок машиностроительной и химической продукции из стран СНГ и зарубежья.

Однако внешнеэкономическая деятельность Алтайского края за 9 месяцев 2014 года обеспечила 1,7% стоимостного объема товарооборота.

**Секция «Компьютерные технологии
и моделирование экономических процессов»,
научный руководитель – Магомедгаджиев Ш.М., канд. экон. наук, доцент**

МОБИЛЬНЫЙ БАНКИНГ В РОССИИ

Ахмедова М.Ю.

*Дагестанский государственный университет, Махачкала,
e-mail: miasat@yandex.ru*

История развития мобильного банкинга начинается с 1992 г., когда финский банк Merita Nordbanken Group включил в коммерческую эксплуатацию соответствующие сервисы. В 2000-е годы, с ростом пользователей мобильных телефонов, это направление мобильных услуг активно развивается, в большей степени, в традиционно технически продвинутых регионах, таких как: Юго-Восточная Азия, США и в некоторых странах Европы.

Согласно докладу аналитической компании Berg Insight, количество пользователей мобильного банкинга увеличилось с 20 млн. (в 2013 году) до 913 млн. (в 2014 году). Таким образом, примерно 65% пользователей от общемирового количества сосредоточены в Азиатско-Тихоокеанском регионе, который становится рынком сбыта мобильного банкинга. Важную роль эта финансовая услуга сыграет также на Ближнем Востоке и в Африке, как свободных рынков сбыта услуги. А в Европе и Северной Америке мобильный банкинг будет в основном расширять существующие он-лайн сервисы, так как мобильные телефоны будут чаще использоваться для доступа в Интернет (около 110 млн. владельцев сотовых телефонов в странах Европы и 80 млн. – в Северной Америке) [1].

Мобильный банкинг – это управление банковским счетом с помощью планшетного компьютера (iPad, HTC

Flyer, Samsung Galaxy Tab и пр.), смартфона или обычного телефона, а для этого на мобильное устройство необходимо загрузить специальное приложение [2].

Для совершения банковских операций требуется интернет-канал (обычный или мобильный – 3G, GPRS), а некоторые транзакции осуществляются с помощью отправки СМС-сообщений. До появления смартфонов, именно СМС-банкинг и считался мобильным-банкингом.

В настоящее время приложения для мобильного банкинга представляют собой приложения для интернет-банкинга с урезанным функционалом, адаптированные под небольшие экраны смартфонов и под операционные системы, устанавливаемые в мобильных устройствах.

Прогнозируется, что мобильный банкинг обещает быть все более функциональным, чем просто обычный интернет-банкинг, в силу того, что мобильные устройства с каждым днем предоставляют больше удобств для использования клиентом технологий голосовой идентификации и создания шаблонов платежей с помощью встроенной в телефоны камеры и прочего прогресса.

Развитие мобильной связи предоставило банкам возможность выходить на розничный рынок (реализовать маркетинговую концепцию «банк, который всегда с тобой») не вкладываясь в развитие филиальной торговой сети.

А владельцы сотовых телефонов получили возможность сэкономить, учитывая тот факт, что транзакции мобильного банкинга обходятся в среднем на 15–20% дешевле традиционных.

Мобильный банкинг позволяет (при наличии сети Интернет) своим клиентам совершать множество банковских операций из любого уголка мира, таких как:

- осуществлять переводы денежных средств (между различными счетами, в том числе в разных валютах, в различных банках);
- оплачивать услуги сотовых операторов, кабельного телевидения, жилищно-коммунальные услуги;
- оплачивать покупки и покупать/продавать валюту;
- открывать вклады и получать информацию о состоянии своего счета (остатке денежных средств, последних транзакциях и задолженностях);
- получать информационную поддержку (SMS-сообщения банка о новых услугах, изменениях в тарифах и прочем);
- временно блокировать /разблокировать услугу мобильного банкинга.

Мобильный банкинг работает в любое время суток и в любой точке планеты, таким образом, контроль использования своих денежных средств осуществим в режиме реального времени.

Одним из важных преимуществ мобильного банкинга по сравнению с интернет-банкингом является высокая степень персонализации. Любой мобильный сервис позволяет устанавливать с клиентом личный контакт.

Мобильный банкинг – это высокотехнологичный банковский сервис, который удобен, безопасен и надежен и имеет многоступенчатую систему защиты.

Выделим три основные характерные особенности мобильного банкинга:

1. Каждая финансовая операция подтверждается вводом PIN-кода, который проверяется непосредственно SIM-картой и не передается по каналам связи. В случае неправильного трехкратного ввода PIN-кода банковское приложение на SIM-карте блокируется;

2. При совершении любой операции формируется электронная подпись клиента.

3. Все операции проходят авторизацию в процессинговом центре банка, во время которой производится идентификация клиента и проверка его электронной подписи, а также проверка достаточности средств для совершения операции.

Основой мобильного банкинга являются технология WAP и беспроводной доступ в глобальную сеть Интернет.

Существуют следующие условные модели мобильного банкинга:

1) SMS-banking. SMS-банкинг основан на технологии передачи коротких сообщений (Short Message Service) – специального канала передовой связи для передачи служебной информации.

2) Wap-banking. Возможности wap-банкинга гораздо шире, чем sms-банкинга. Очевидным преимуществом WAP-банкинга является его удобство для пользователя: возможность навигации по сайту банка, наглядное представление и удобный ввод информации (в том числе буквенной).

3) JAVA-banking. Клиент устанавливает на своем мобильном телефоне JAVA-приложение. Достоинства: максимально возможная наглядность (дизайн меню с иконками, кнопками и т.п.), относительная простота обновления, фактически отсутствие дополнительных расходов для клиента. Основными недостатками являются значительные сложности в настройке GPRS [3].

В модели мобильного банкинга, присутствуют три связанных концепта:

- 1) мобильный учет;
- 2) мобильный брокер;
- 3) мобильное финансовое информационное обслуживание.

Именно за системами WAP-банкинга будущее, так как они обеспечивают максимально возможный уровень удобства клиента, именно на этой платформе перспективно стоить и развивать системы мобильного банкинга.

Компания J'son & Partners Consulting провела ежегодное исследование российского рынка мобильного банкинга и выявила, что его оборот в 2014 году превысил 15,2 млрд. рублей [4].

По международным оценочным прогнозам, оборот мобильного банкинга в 2015 году увеличится на 30%, а среднегодовой темп роста с 2014 по 2018 годы составит 28%.

В рамках данного исследования был проведен экспресс-опрос пользователей мобильного банкинга в России, результаты которого демонстрируют, что банковское мобильное приложение является эффективным каналом продвижения банковских услуг.

Более половины респондентов отметили, что используют мобильный банкинг стабильно один раз в неделю.

Значительная доля респондентов отмечает, что регулярно осуществляет переводы между своими счетами и счетами других людей, оплачивает телекоммуникационные услуги и переводит деньги с карты на карту.

Так же, аналитики J'son & Partners Consulting провели сравнение приложений мобильного банкинга, и выявили 30 наиболее упоминаемых в данном контексте российских банков.

При сравнении были проанализированы приложения по 40 показателям, включая функциональные возможности, опыт взаимодействия, дизайн и оценки в магазинах приложений.

По результатам сравнения, лучшими приложениями были признаны мобильные банки Тинькофф Банка, Рокетбанка и Инстабанка.

Одну из самых продвинутых систем мобильного банкинга на будущий период разрабатывает Сбербанк России, который заявил о том, что готовит приложения для 30 тыс. мобильных устройств с учетом технологических особенностей смартфонов – наличия функциональных кнопок и даже размера экрана и т. д.

В данный момент наиболее оперативно банки выпускают приложения для мобильного банкинга, ориентированные на устройства Apple: смартфоны iPhone и планшетные компьютеры iPad. Так же, помимо Сбербанка, о выпуске подобных приложений объявили многие крупные кредитные организации: Альфа-Банк, Райффайзенбанк, «ЮниКредит» и др.

В век продвинутых технологий, с помощью мобильного телефона любой владелец пластиковой карты банка сможет:

- 1) получить информацию об изменениях счета;
- 2) покупать/продавать валюту и совершать денежные переводы;
- 3) пополнять счета на других картах и оплачивать коммунальные услуги, мобильную связь, Интернет и др.;
- 4) заблокировать пластиковую карту в случае утери или хищения и многое другое [2].

Отметим, что для пользования мобильным банкингом не нужно иметь ни компьютер, ни доступ в Интернет, – необходим только мобильный телефон стандарта GSM и банковское платежное приложение на SIM-карте, которую можно получить в отделениях банка.

SMS-банкинг имеет похожий сервис для операций с банковским счетом. Но вся разница состоит в том, что для подключения данной услуги не нужно устанавливать программное обеспечение на мобильный телефон.

История развития мобильного банкинга в России значительно опаздывает от мировой. Только к началу 2000-х годов в России началась реализация первых банковских мобильных сервисов, а уже в 2014 году российский рынок интернет-банкинга уже вырос в 2 раза (с 590 млрд. рублей – в 2013 году до 1,14 трлн. рублей в 2014 году) по подсчетам аналитиков финансовой компании «БКС Премьер». При этом, количество россиян, использующих интернет-банкинг для управления своими банковскими счетами, за 2014 год выросло на 51 %, как свидетельствуют данные агентства Markswest Rank&Report. На сегодняшний день уже 66 %, или 23,3 млн. российских интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет, проживающих в городах с населением от 100 тыс. человек, пользуются интернет-банкингом для частных лиц [6].

И несмотря на то, что 2015 год стал простым для банковского бизнеса и банки сокращали офисные сети, они не перестают активно инвестировать в ИТ-технологии.

Но у большинства российских банков мобильный банкинг по-прежнему ограничен рассылкой SMS об операциях по счету и не позволяет дистанционно управлять счетами.

По данным компании i-Free, занимающейся разработкой и дистрибуцией мобильного контента, этой услугой в крупных банках пользуются до 30 % держателей карт. Также с помощью SMS можно направить в банк запрос, в ответ на который клиенту сообщат остаток на счете, сумму минимального платежа по кредиту или другую интересующую его информацию.

Но есть российские банки, позволяющие клиенту с помощью мобильного телефона производить различные платежи и переводить деньги со счета на счет (в частности, ВТБ24, Альфа-Банк, Сбербанк, Банк Москвы, Росбанк).

Таким образом, на сегодняшний день российский рынок мобильного банкинга имеет большой потенциал для роста. Однако в отличие от западных банков, российские банки пока не спешат массово инвестировать в развитие данного направления.

Крупнейшими российскими банками, активно продвигающими услуги мобильного банкинга в настоящее время являются ВТБ 24, Альфа-Банк, Росбанк, Сбербанк и Ситибанк.

Список литературы

1. Мобильный банкинг: 913 миллионов пользователей в 2014 году. <http://www.content-review.com/articles/9313/>.
2. Мобильный банкинг. http://www.banki.ru/wikibank/mobilniy_banking/.
3. Алексахин, А. Настоящее и будущее мобильного банкинга. <http://bankir.ru/analytics/it/3/76383>.
4. Мобильный банкинг в РФ: прогнозы рынка, поведение пользователей, рейтинг приложений. http://mogu.by/news/finans/mobilniy_banking_v_rf_prognози_rinka_povedenie_polzovatelei_reiting_prilozhenii.html.
5. Internet Banking Rank 2015. <http://www.banki.ru/news/research/?id=7938238>.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В РОССИИ

Магомедова А.М.

*Дагестанский государственный университет, Махачкала,
e-mail: albina.magomedova2030@mail.ru*

Развитие систем для автоматизации бизнес-процессов шло по пути последовательного усложнения и интеграции различных систем в едином пакете. Сначала появились системы планирования потребностей в материалах MRP (materials requirements planning), на смену им пришли более сложные системы планирования производственных ресурсов MRP II (manufacturing resource planning). И уже на смену MRP II пришли системы ERP. Рынок ERP-систем фор-

мировался, как интегрированные пакеты для крупных корпораций. Наиболее известные решения были предложены компаниями SAP, Oracle, Baan, PeopleSoft, JD Edwards. В 2000-х годах появились системы для малого и среднего бизнеса, среди наиболее известных поставщиков можно назвать Microsoft и Sage Group [1].

Для российских компаний в 90-е годы был злободневным вопрос, как проводить автоматизацию своего бизнеса. Дело в том, что в компаниях к тому времени уже образовался большой лоскутный набор различных разрозненных систем и перед ними встал вопрос – что делать дальше? Снести все и строить новые единые системы автоматизации или развивать существующие ИТ-системы путем дальнейшей интеграции. При этом если выбирать первый путь, то какие системы ставить, отечественные или зарубежные?

На этот вопрос невозможно дать однозначный ответ, так как решение зависит от конкретных задач автоматизации, крупности предприятия и возможного набора уже установленных систем. ERP-системы – один из наиболее сложных по функционалу продуктов среди бизнес-систем. Обычно платформы включают не менее десятка блоков, автоматизирующих все ключевые участки деятельности компании [4].

Опрошенные компанией TAdviser ИТ-специалисты говорят, что к наиболее часто внедряемым контурам относятся дистрибуция, производство и финансы. Реже всего, по мнению экспертов ИС, используется такой функциональный блок как «зарплата» и «кадры». Чаще всего это связано с тем, что у компаний на момент внедрения ERP уже установлены кадровый блок и блок учета зарплат. Кроме того, иностранные системы довольно сложно адаптировать под российское кадровое делопроизводство, поэтому пользователи ставят российские программы.

Достаточно редко среди функциональных блоков ERP-систем в России используют планирование продукции (Production Planning – PP), управление качеством (Quality Management – QM), расширенное управление складом (Extended Warehouse Management – EWM), управление цепочками поставок (Supply Chain Management – SCM), а также управление имущественными фондами и активами, управление себестоимостью, слабо используются функции корпоративного управления ресурсами [6].

Много лет компания IDC проводит исследование российского ERP-рынка. Последние годы примерно половину рынка занимает компания SAP, быстро росла доля «1С», забирая проценты у своих конкурентов. Уже к 2010 году «1С» занимала долю около четверти рынка. К 2012 году «1С» заняла прочную 2-ю позицию, однако показала самую низкую динамику по сравнению с пятеркой лидеров. Доля SAP, по данным IDC, составила 49,9% (рост в абсолютных показателях – 13,3%), «1С» – 29,2% (+1,8%), Oracle – 8,0% (+16,8%), Microsoft – 6,8% (+7,9%), «Галактика» – 2,0% (+36,9%). Результаты 2013 года показывают, то расстановка сил осталась прежней за исключением того, что Microsoft опередила Oracle: SAP (49,9%), «1С» (30,5%), Microsoft (7,8%), Oracle (5,6%), «Галактика» (1,9%). Их суммарная доля – 95,7% рынка (год назад – 95,9%). Два поставщика – SAP и «1С» контролируют более 80% рынка [3].

В 2013 году IDC оценила рынок объем рынка в \$1,07 млрд, что на 5,9% больше по сравнению с предыдущим годом (\$1,015 млрд). Объем российского рынка систем управления предприятием будет расти в течение ближайших пяти лет в среднем на 3,4% ежегодно, поддерживаемый спросом со стороны предприятий процессного производства и сферы торговли, доля которых на рынке составила более 40%.