

УДК 340

БОЛЬШАКОВ СЕРГЕЙ НИКОЛАЕВИЧ

д.э.н., профессор ГАОУ ВО
«Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина»
e-mail: snbolshakov@mail.ru

КИМ ОЛЬГА ЛЕОНИЛОВНА

д.э.н., профессор, заведующая кафедрой государственного
и муниципального управления ГАОУ ВО «Ленинградский государственный
университет имени А.С. Пушкина»,
e-mail: kafgimi@lengu.ru

КАСЬЯНОВ СЕРГЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

аспирант очной формы обучения ГАОУ ВО
«Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина»,
e-mail: svkasyanov@gmail.com

ШУТОВ РОМАН АЛЕКСАНДРОВИЧ

студент 1 курса магистратуры «Государственное и муниципальное
управление» ГАОУ ВО «Ленинградский государственный
университет имени А.С. Пушкина»,
e-mail: shutov_ra@mail.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2020-04-66-75

ОЦЕНКА ДОСТУПНОСТИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. *Целью работы* является анализ и оценка доступности и удовлетворенности населением региона финансовых услуг в условиях цифровой экономики. **Методологической основой исследования** являются методы социологического наблюдения, анкетирования, опроса, что позволяет выявить спектр позиций общественного мнения в рамках анализируемых явлений и событий, провести оценку оценочных суждений, выявить содержательную характеристику исследуемого явления. **Результаты.** В статье раскрываются инфраструктурный потенциал финансовых и кредитных организаций, возможности учреждений организовать приемлемый уровень доступности и удовлетворенности населением региона финансовых услуг. В статье раскрывается значение повышение доступности финансовых услуг для населения. Выявление общественного мнения по данному поводу является не просто осведомленностью людей по жизненно важным для них процессам, но и фактом действительности. Анализируемая проблема доступности финансовых услуг традиционно является для человека личной задачей финансовых сбережений, когда домохозяйство стремится к сокрытию информации о доходах, накоплениях. Проведенное исследование демонстрирует высокую оценку осведомленности потребителей о возможностях цифровизации финансовых услуг. Наблюдается высокая оценка удовлетворенности населения услугами интернет-банкинга. По результатам анализа можно сказать, что респонденты используют современные цифровые услуги банков для оплаты бытовых платежей, использования онлайн-сервисов для оплаты связи, коммунальных услуг, интернета, погашение кредитов и налогов. **Область применения результатов.** Данные исследования позволяют выбрать приоритеты рыночных инструментов воздействия, скорректировать рыночную стратегию, так как показатели удовлетворенности являются фактором оценки не только рыночных стратегий субъектов маркетинга. **Выводы.** Важным итогом проведенного исследования является не только определение индикатора доступности и удовлетворенности потребителей услуг, но и выявление комплекса инновационных, маркетинговых факторов, в значительной мере оказывающих влияние на выработку стратегии развития организации.

Ключевые слова: финансовая услуга, цифровая услуга, удовлетворенность потребителя.

BOL'SHAKOV SERGEY NIKOLAEVICH

*Dr.Sc. of Economics, Professor of the LENINGRAD
state University NAMED after A. S. Pushkin
e-mail: snbolshakov@mail.ru*

KIM OLGA LEONIDOVNA

*Dr.Sc. of Economics, Professor, head of the Department of state and municipal
administration of the Leningrad state University named after A. S. Pushkin,
e-mail: kafgimu@lengu.ru*

KASYANOV SERGEY VLADIMIROVICH

*full-time postgraduate student of the Leningrad state
University NAMED after A. S. Pushkin,
e-mail: svkasyanov@gmail.com*

SHUTOV ROMAN ALEXANDROVICH

*1st year student of the master's program « State and municipal management
«of the Leningrad state University named after A. S. Pushkin,
e-mail: shutov_ra@mail.ru*

ASSESSING THE AVAILABILITY OF FINANCIAL SERVICES IN THE REGION IN THE DIGITAL ECONOMY

Abstract. *The purpose* of this work is to analyze and evaluate the availability and satisfaction of the region's population with financial services in the digital economy. **The methodological** basis of the research is the methods of sociological observation, questioning, and survey, which allows us to identify the range of positions of public opinion within the analyzed phenomena and events, to evaluate value judgments, and to identify the content characteristic of the phenomenon under study. **Results.** The article reveals the infrastructure potential of financial and credit organizations, the ability of institutions to organize an acceptable level of availability and satisfaction of the region's population with financial services. The article reveals the importance of increasing the availability of financial services for the population. Identifying public opinion on this issue is not just people's awareness of vital processes for them, but also the fact of reality. The analyzed problem of availability of financial services is traditionally a personal task of financial savings for a person, when a household seeks to hide information about income and savings. The study demonstrates a high assessment of consumer awareness of the possibilities of digitalization of financial services. There is a high assessment of the population's satisfaction with Internet banking services. According to the results of the analysis, respondents use modern digital banking services to pay for household payments, use online services to pay for communications, utilities, the Internet, repayment of loans and taxes. **Scope of the results.** These studies allow you to choose the priorities of market impact tools, adjust the market strategy, since satisfaction indicators are a factor in evaluating not only market strategies of marketing subjects. **Conclusions.** An important result of the research is not only to determine the indicator of availability and satisfaction of consumers of services, but also to identify a set of innovative, marketing factors that significantly influence the development strategy of the organization.

Keywords: financial service, digital service, customer satisfaction.

Введение. В последнее время все большее внимание уделяется показателям удовлетворенности целевых аудиторий услугами, товарами и т.п. Безусловно при формировании маркетинговых стратегий субъекты хозяйствования ориентируются на различные факторы, оказывающие стимулирующее воздействие на потребителя. Внимательное отношение к потребительскому поведению, корректировке рыночных стратегий является фактором оценки не только рыночных стратегий субъектов маркетинга, но и приоритетов выбора рыночных инструментов воздействия. Банковские и финансовые организации традиционно используют фактор удовлетворенности потребителя как индикатор оценки эффективности выбранной стратегии раз-

вития. Положительным видится тот факт, что и органы государственного и муниципального управления при выборе оптимального маркетингового канала доставки услуги потребителю, населению также ориентируются на показатель эффективности государственной услуги [1].

Методы исследования. Необходимым методологическим инструментом исследования удовлетворенности качеством жизни населения, удовлетворенности потребителем услуги является опрос, позволяющий не только выявить общественное мнение относительно анализируемых явлений и событий, но и провести оценку оценочных суждений, выявить содержательную характеристику исследуемого явления, события [2].

Важной методологической дефиницией является то, что для субъекта мнение несет в себе определенную значимость, ей придается ценность, что позволяет не только раскрыть ценностную сторону исследуемого явления, но и воспринимать и интерпретировать тот или иной социальный, экономический и прочий феномен общественной жизни.

Исследуемая проблема доступности и удовлетворенности населением региона финансовых услуг во многом является не просто осведомленностью людей по жизненно важным для них процессам, но и фактом действительности, их осведомленности. Сама проблема доступности финансовых услуг традиционно является для человека очень личной задачей финансовых сбережений, когда индивид, домохозяйство стремится к сокрытию информации о доходах, накоплениях [4].

Как пишут многочисленные исследователи общественного мнения, исследование мнения общества по различным позициям — это анализ динамического состояния, сутью которого является выявление как индивидуальных, так и групповых суждений, формирование соответствующих оценок [3].

Качество социологического исследования сопровождается соблюдением необходимой структуры анкеты и научной систематизацией вопросов, рассматриваемых в контексте изучаемого социально-экономического процесса, что обеспечивается раскрытием научной проблемы в дополнительных вопросах анкеты.

В рамках данного исследования объем выборки 401 человек является достаточной базой для эмпирического подтверждения гипотезы, обрабатываемый полученный массив информации их 401 анкеты даст вероятность 5% ошибки, что является величиной среднестатистической погрешности результата измерения.

Результаты. Респондентам предлагается оценить доступность и дифференцированность для населения финансовых услуг, предоставляемых на территории Ленинградской области.

Географически выборка представлена респондентами со следующих муниципалитетов: Ломоносовский муниципальный район — 8,8%, Волховский муниципальный район — 8,2%, Бокситогорский муниципальный район — 7,1%, Тихвинский муниципальный район — 8,5%, Тосненский муниципальный район — 6,1%, Выборгский муниципальный район — 5,4%, Лодейнопольский муниципальный район — 8,5%, Кингисеппский муниципальный район — 6,8%, Подпорожский муниципальный район — 2%, г. Выборг — 3,7%, г. Пикалево — 6,5, г. Луга — 6,5% и т.д.

Социально-профессиональный портрет респондентов Ленинградской области представлен в основном работающим контингентом — 73% ответили на вопрос анкеты — «работаю», 20% — учусь (студент), доля пенсионеров составила 5,4% среди опрошенных, домохозяйки — 2,5% респондентов, безработных 3,2%, индивидуальных предпринимателей — 0,4%.

Четверть опрошенных охарактеризовали семейную позицию наличием 1 ребенка (25%), семьи с двумя детьми — 31,2%, позицию с отсутствием детей отметили 38% респондентов, 6% респондентов отметили позицию «наличие 3 и более детей».

Анализируя оценки респондентов относительно финансовых услуг, оказываемых населению организациями и учреждениями финансового сектора экономики, продемонстрируем результаты аналогичного исследования проведенного Банком России.

Ниже на рис. 1 приведены данные актуальности дополнительного исследования удовлетворенности дистанционными каналами доступа к финансовым услугам, оценки уровня онлайн-сервиса финансовых организаций в целом по России [5].

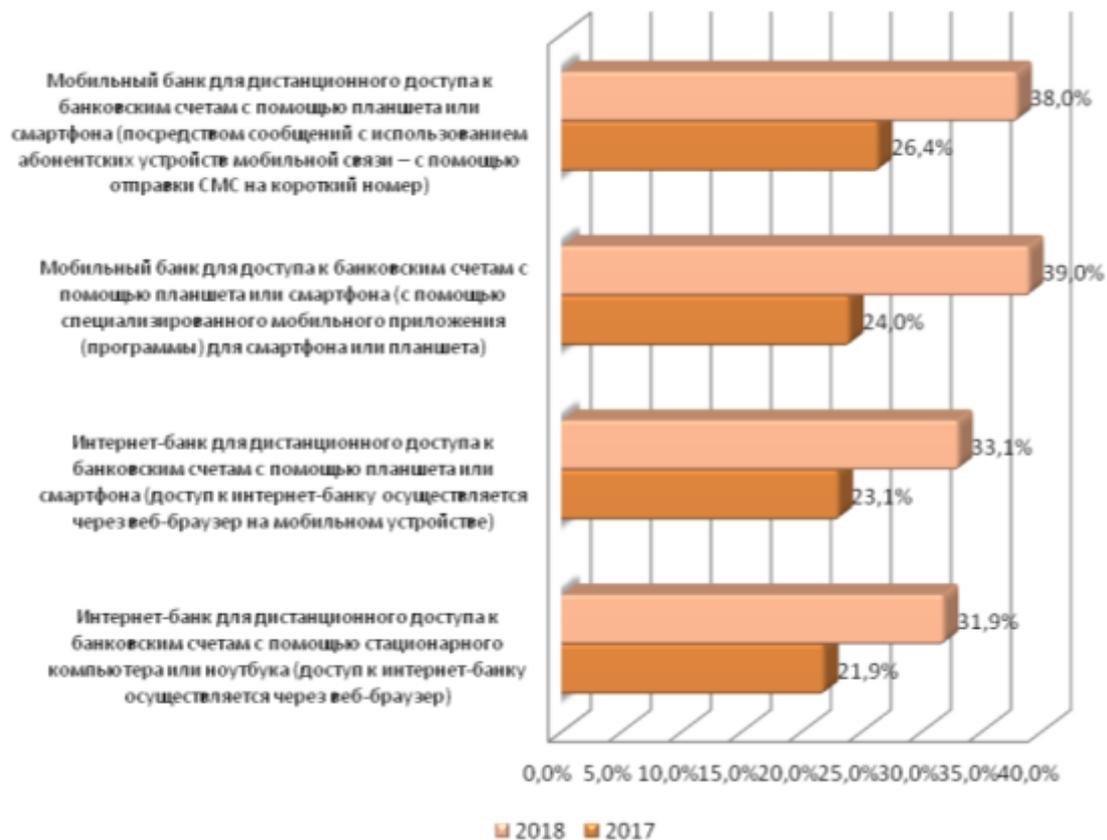


Рис. 1. Уровень удовлетворенности дистанционными каналами доступа к финансовым услугам, всероссийский опрос Банка России, 2018

Результаты сравнения оценок респондентов демонстрируют рост положительных оценок, так, в 2018 +10% выросла оценка удовлетворенности населения услугами интернет-банковскими услугами (в 2017 — 21,9%, в 2018 — 31,9%) с использованием планшета, смартфона, наблюдается устойчивый рост использования мобильного банка для дистанционных услуг [5].

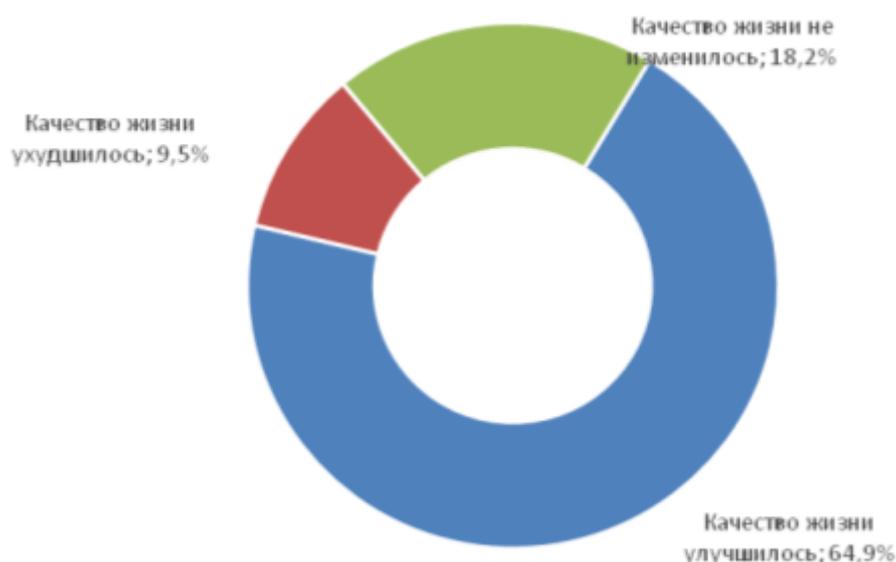


Рис.2. Влияние пользования финансовыми услугами на качество жизни взрослого населения, СЗФО, %

Оценивая результаты оценок данных жителями Северо-западного Федерального округа выделим влияние пользования финансовыми услугами на качество жизни (рис. 2). Так по данным мониторинга Банка России респонденты округа (соответственно и Ленинградской области) в большей степени положительно оценивают влияние финансовых услуг на качество жизни: 64,9% «улучшилось», негативных оценок, данных респондентами, значительно меньше, «жизнь не изменилась» — 18,2%, и каждый десятый респондент (9,5%) отмечают ухудшение качества жизни [5].

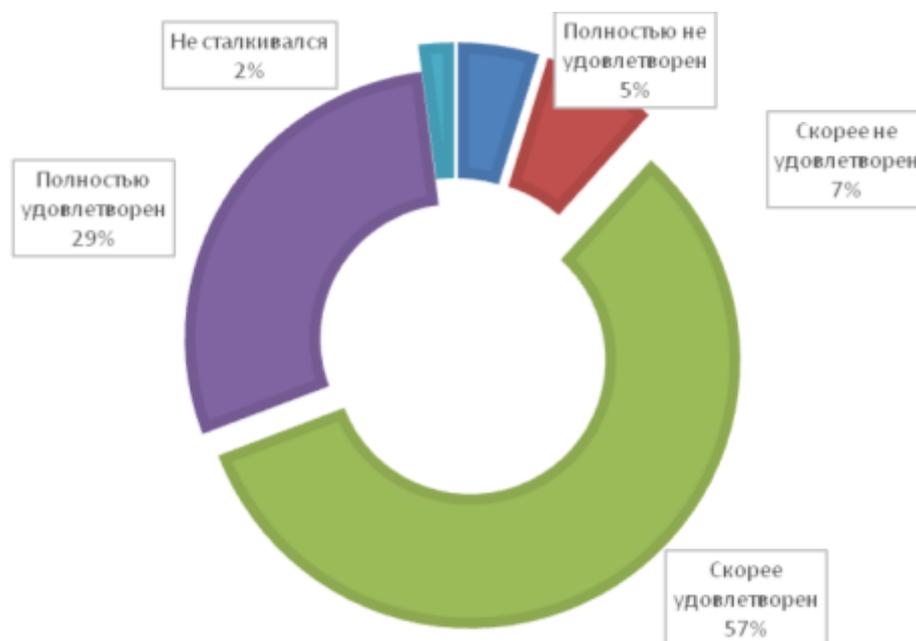


Рис.3. Удовлетворенность взрослого населения работой кредитной организации при оформлении и/или использовании финансовых услуг, или в любых других случаях, когда сталкивалось с ними, СЗФО, 2018, в %

Данные исследований значительно коррелируют по позициям удовлетворенности населения работой банка/ финансовой организации/кредитной организации (рис. 3). Если по данным Банка России для СЗФО этот показатель оценивается респондентами в 56,8%, то по данным мониторинга, проведенного авторами в Ленинградской области, 51,6% полностью удовлетворены качеством обслуживания банковскими, финансовыми организациями.

Важным фактором, объясняющим фактор активности использования финансовых услуг, является уровень дохода населения Ленинградской области, что объясняет определенную активность респондентов, пользующихся одним вкладом/депозитом, — 71% или двумя вкладами/депозитами — 20%, при этом половина респондентов выражает готовность пополнять вклад — 48,8%.

Исследование показало что респонденты в большей мере обладают склонностью пользоваться традиционными каналами финансовых услуг (отделение банка, отделение Почты России), реже используют более инновационные каналы предоставления финансовых услуг (платежный терминал в отделении банка, счет мобильного телефона, интернет-банкинг посредством приложений для интернета/смартфона/планшета). Несмотря на высокий уровень доступности мобильного интернета (4G) хорошего качества (48%), 38% респондентов говорит о качестве доступа к сети Интернет (сигнал 3G) как удовлетворительном, эти же респонденты подчеркивают (79%), что «их банк» является современной организацией.

Анализ полученных результатов относительно имеющих трудностей в получении жителями Ленинградской области платежных услуг в пункте проживания, наличие таких факторов, как дефицит (и/ или отсутствие) банкоматов, электронных терминалов (POS-терминалов), отсутствуют офисы банков, отделений почтовой связи, не установлены устройства банковских платежных и платежных агентов показывает, что три четверти респондентов — 74% отмечают

отсутствие данных трудностей, а 23% опрошенных выделяют затруднительность ситуации при осуществлении безналичного перевода, оплаты услуг, всего 2% отмечают крайнюю затруднительность при осуществлении безналичного перевода или оплаты услуг (рис. 4).

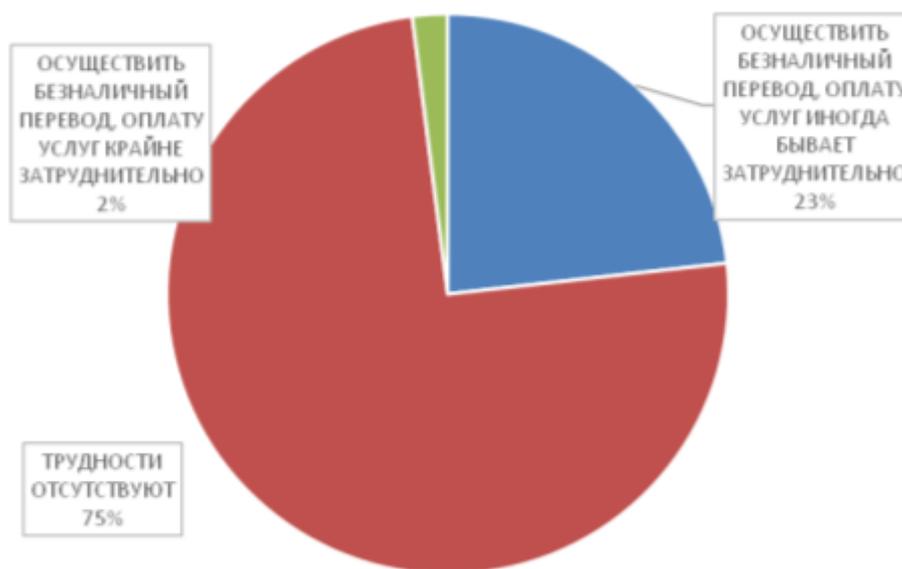


Рис.4. Трудности в получении платежных услуг на территории Ленинградской области, 2019 (результаты опроса)

Анализ ответов респондентов, раскрывающих оценку качества доступа к сети Интернет в соответствующем населенном пункте, показывает, что 49% респондентов считает его удовлетворительным (оценивается достаточная скорость доступа и бесперебойность работы Интернета), 34% опрошенных говорят о хорошем качестве (наличие и высокая скорость доступа и бесперебойность работы), каждый десятый опрошенный — 9% говорит об отсутствии проводного Интернета, 7% оценивают качество доступа к сети Интернет как неудовлетворительное — низкая скорость и проблемы доступа.

Половина респондентов (48%) подчеркивает наличие мобильного интернета (4G) хорошего качества, 38% респондентов говорит о качестве доступа к сети Интернет (сигнал 3G) как удовлетворительном, неудовлетворительные оценки мобильного интернета (сигнал 2G) у 8% респондентов, отсутствует мобильный Интернет — 4,6%.

При оценке наличия востребованных финансовых продуктов (услуг) на территории проживания респонденты в целом говорят о пользовании достаточно широким списком услуг — 68% опрошенных, в т. ч. платежными услугами (в т. ч. денежными переводами) пользуются 9,7%, получение кредита — 12,3%, получение микрозайма — 9%, открытие вклада — 6,3%, страхование — 7%.

Частично участниками опроса указывалось влияние ценового барьера на доступ к финансовым услугам с точки зрения потребителей кредитных продуктов, депозитных и страховых продуктов банковских организаций.

Исследование показывает, что население Ленинградской области, активно пользуясь мобильным интернетом, услугами мобильного банка, не всегда знает о возможных услугах. Так, 71% респондентов не знают о сервисе CashOut (англ. КэшАут), который позволяет снимать наличные денежные средства с платежной карты в кассе торгово-сервисной организации одновременно с осуществлением в ней оплаты товаров или услуг. Данная услуга предоставляется кредитной организацией. 29% опрошенных знакомы с этой услугой и пользуются ею при обслуживании в торговой организации.

Выбор практик действий в сложной финансовой ситуации определяется уровнем наличных ресурсов домохозяйств, мотивацией поведения к потреблению финансовых услуг. Дефицит финансовых ресурсов домохозяйств определяет наличие одного вклада (71% опрошенных),

низкий уровень сбережений не позволяет чаще возможного обращаться к потребительскому кредитованию.

При ответе на вопрос о знакомстве с возможностями получения наличных денег с банковских карт в отделениях Почты России аудитория распадается практически на две части: 57% не знакомы с данной услугой, 42% респондентов говорят об осведомленности с ней.

При вопросе о знакомстве с проектом Банка России «Маркетплейс» (сам проект направлен на коренное улучшение региональной ситуации с финансовой доступностью, снятие географических ограничений, пользователи финансовых услуг получают онлайн-доступ к банковским услугам в режиме 24 часа 7 дней в неделю) респонденты демонстрируют отсутствие осведомленности — 76%, и только четверть респондентов 23% показывает определенное положительное значение по данному индикатору дополнительных финансовых услуг.

По результатам анализа имеющихся данных Банком России были выявлены группы населения, ограниченные в доступе к финансовым услугам: жители сельских районов; население с низким материальным положением (относят себя в зависимости от материального положения к категориям «Нам не хватает денег даже на еду» или «У нас достаточно денег на еду, но купить одежду для нас — серьезная проблема»), а также пенсионеры (в т. ч. по инвалидности). Уровни использования различных финансовых услуг данными группами населения представлены в таблице ниже.

Сравнение использования финансовых услуг группами населения, ограниченных в доступе к финансовым услугам, и населением России в целом [5], %

Показатели	Население России	Жители сельских районов	Первая группа взрослого населения с низким материальным положением: население, которое относит себя к категории «Нам не хватает денег даже на еду»	Вторая группа взрослого населения с низким материальным положением: население, которое относит себя к категории «У нас достаточно денег на еду, но купить одежду для нас — серьезная проблема»	Пенсионеры (в т. ч. по инвалидности)
Доля взрослого населения, использующего не менее одного открытого счета физического лица в КО, с учетом счетов по вкладам, %	89,4	80,0	69,4	78,5	83,5
Доля взрослого населения, интенсивно (более трех раз в месяц) использующего счета физических лиц в КО, %	62,0	48,1	41,7	45,5	42,2
Доля взрослого населения, имеющего вклады (счета) в КО и/или размещенные средства в НФО (в форме договора займа), %	38,8	35,1	22,2	31,9	47,8
Доля взрослого населения, имеющего один непогашенный кредит/заем в КО и/или НФО (МФО, КПК, СКПК или ломбарде) и более, %	26,8	27,3	36,1	29,3	14,5
Доля взрослого населения, использующего дистанционный доступ к банковским счетам для осуществления перевода денежных средств в отчетном периоде (интернет-банкинг и/или мобильный банкинг)	45,1	40,8	25,0	29,8	16,5

Здесь следует отметить, что некоторые категории населения, ограниченные в доступе к одним видам финансовых услуг, не являются таковыми в отношении других видов финансовых услуг. Так, пенсионеры (в т. ч. по инвалидности) больше чем население в среднем по России (38,8%) имеют вклады (счета) в кредитных организациях и/или размещенные средства в НФО (в форме договора займа) (47,8%). А население с низкими доходами («Нам не хватает денег даже на еду») (36,1%) больше чем население в среднем по России (26,8%) имеет один непогашенный кредит/займ в КО и/или НФО (МФО, КПК, СКПК или ломбарде) и более¹.

По данным исследования показатель прохождения процедуры первичной регистрации в «Единой Биометрической Системе» равняется 34%, т. е. более чем каждый третий респондент прошел данную процедуру, и две трети 66% не проходили процедуры первичной регистрации в Единой Биометрической Системе.

Относительно современных финансовых сервисов ответы респондентов представляются важными с точки зрения их востребованности. Так, P2P переводы (переводы с карты на карту) востребованы половиной респондентов — 53%; Система быстрых платежей Банка России — 36%; QR-коды (оплата посредством двумерного графического кодирования) — 24%; переводы денежных средств в социальных сетях, мессенджерах (WhatsApp, Telegram, Facebook, ВКонтакте, Одноклассники) — 19%; Электронный полис ОСАГО — 6%. При такой активности и востребованности банковских сервисов 16% респондентов не пользуются ни одним из представленных сервисов.

Исследование показывает, что в основном респонденты оплачивают посредством онлайн-сервисов мобильный телефон, коммунальные услуги, Интернет, стационарный телефон, погашение кредита и налоги.

Выводы. Результаты исследования показывают достаточно полную осведомленность жителей Ленинградской области о финансовых продуктах и услугах — 78,2% респондентов говорят о достаточности информации такого рода и об отсутствии необходимости в дополнительной информации, 21% отмечают потребность в получении дополнительной информации о финансовых продуктах и услугах. В целом демонстрируется высокая осведомленность об ипотечных и автокредитах, сберегательных продуктах, что соответствует и большей активности пользования ими.

Анализ полученных репрезентативных данных показывает, что наблюдается рост активности среди молодой аудитории потребителей банковских услуг 56% (43% — респонденты в возрасте от 21 до 35 лет, 13% респондентов в возрасте до 20 лет), активность наблюдается в росте количества пользователей электронными денежными средствами (что является индикатором финансовой доступности), рост безналичных платежей среди пользователей финансовых услуг.

Таким образом, неперенным условием повышения удовлетворенности финансовыми услугами является развитая финансовая и банковская инфраструктура, это означает рост количества банковских терминалов, банкоматов, электронных и платежных терминалов, установленных в организациях торговли и услуг; удовлетворенности расчетными (дебетовыми) картами.

В заключение необходимо отметить значение факторов доступности и удовлетворенности населением региона финансовых услуг. Важным фактором, оказывающим влияние на выбор населением услуг, является отнесение организации к передовой, инновационной, цифровой. Для потребителя важным является не просто понятный алгоритм организации предоставления услуги, но и ее технологичность, возможность воспользоваться ею в цифровом формате. Это является важным фактором, оказывающим воздействие на поведение потребителя услуги. Поведение потребителя финансовой услуги в настоящее время одинаково и для городской и для сельской местности, исследование показывает активность в спросе на финансовые услуги всех социальных и профессиональных групп. Данное исследование позволяет сделать вывод о значительной концентрации рынка финансовых, кредитных услуг.

¹ Здесь и далее КО — кредитные организации; НФО — некредитные финансовые организации; МФО — микро-финансовые организации; МФК — микро-финансовые компании; МКК — микро-кредитные компании; КПК — кредитные потребительские кооперативы; КПК в СРО — кредитные потребительские кооперативы, состоящие в саморегулируемых организациях кредитных потребительских кооперативов; СКПК — сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы.

Литература

1. FCA, *Strategic Review of Retail Banking Models // Progress Report June 2018*. — URL : www.prr.gov.en (дата посещения 12.03.2020).
2. Walle, Van de S. *Explaining Citizen Satisfaction and Dissatisfaction with Public Services / Ongaro, E. & Van Thiel. S. (eds) // The Palgrave Handbook of Public Administration and Management in Europe*. — London : Palgrave Macmillan, 2018. P. 227–241.
3. Paessler, D. *The importance of effectively monitoring a bank's it infrastructure // Global banking and finance review*. 16.01.2016.
4. Белинская, И. В. Перспективы «блокчейн» как механизма повышения эффективности государственного управления // *Государственное управление: концепции и технологии в эпоху цифровизации : материалы Всероссийской научно-практической конференции ; под общ. ред. С.Н. Большакова*. — СПб., 2019. С. 40–46.
5. Большакова, Ю. М. Измерение социального самочувствия населения региона // *Политика развития, государство и мировой порядок : материалы VIII Всероссийского конгресса политологов ; под общ. ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой*. 2018. С. 79–80.
6. Большакова, Ю. М. Эффективность государственного управления и региональных институтов власти в оценках населения // *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*. 2018. Т. 24. № 3. С. 150–168.
7. Быстрянец, С. Б. *Методология и теория в социологическом исследовании : монография / Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов*. — СПб., 2010. С. 220.
8. Дохолян, С. В. *Альтернативные финансовые институты : возможности формирования и особенности функционирования в рыночной среде российского экономического пространства // Региональные проблемы преобразования экономики*. 2019. № 2 (100). С. 144–153.
9. Еремеев, С. Г., Вульфвич, Р. М., Грибанова, Г. И., Большаков, С. Н., Большакова Ю. М. *Государственная политика и управление : учеб. пособие ; под ред. Г.И. Грибановой*. — СПб., 2019. С. 304.
10. Информационное письмо от 28.11.2018 № ИН-01-59/69 «О продаже финансовых продуктов», размещено на сайте Банка России в разделе «Финансовые рынки / Регулирование финансовых рынков / Информационные письма».
11. Ким, О. Л. *Вопрос об оценке эффективности органов местного самоуправления // Вестник факультета управления СПбГЭУ*. 2017. № 1-1. С. 158–163.
12. Ким, О. Л. *Цифровые технологии и ГИС в повышении качества управления регионом // Государственное управление: концепции и технологии в эпоху цифровизации : материалы Всероссийской научно-практической конференции ; под общ. ред. С.Н. Большакова*. — СПб., 2019. С. 14–19.
13. *Композитный индекс удовлетворенности населения финансовыми продуктами и услугами в России*. — М. : ЦБ РФ, 2017. С. 50. — URL : www.cbr.ru (дата посещения 16.03.2020).
14. Марков, А. А., Быстрянец, С. Б., Краснова, Г. В. *Информационное общество. Информационная безопасность. Информационные войны : монография*. — СПб., 2019. С. 124.
15. *Мониторинг качества и доступности государственных и муниципальных услуг – 2010 ; под ред. А.В. Клименко, С.М. Плаксина*. — М. : ВШЭ, 2011. С. 90.
16. Плаксин, С. М., Жулин, А. Б., Суворова, И. К. *Мониторинг платности комплексных государственных и муниципальных услуг – 2009 г.* — М. : ВШЭ, 2010. С. 110.
17. *Проектное управление социально-экономическим развитием Ленинградской области ; под общ. ред. д-ра полит. н., проф. А.А. Васецкого*. — СПб. : ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2020. С. 240.
18. Сухинин, Д. В. *Различия между мониторингом, оценкой и контролем в системе органов местного самоуправления / Д.В. Сухинин // Теория и практика государственного управления*. 2013. Вып. 3(42). С. 301–308.
19. *Финансовый мониторинг : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры ; под ред. Ю. А. Чиханчина, А. Г. Братко*. — М. : Юстицинформ, 2018. С. 696.
20. Штрейс, Д. С., Притула, О. Д. *Проектный менеджмент в обосновании внедрения бизнес-моделирования процессов управления затратами на качество // Вестник Новгородского филиала РАН-ХиГС*. 2018. Т. 7. № 1-1 (9). С. 85–100.
21. URL : www.cbr.ru (date of visit 16.03.2020).

References:

1. FCA, *Strategic Review of Retail Banking Models // Progress Report June 2018*. — URL : www.prr.gov.en (data poseshcheniya 12.03.2020).
2. Walle, Van de S. *Explaining Citizen Satisfaction and Dissatisfaction with Public Services / Ongaro, E. & Van Thiel. S. (eds) // The Palgrave Handbook of Public Administration and Management in Europe*. — London : Palgrave Macmillan, 2018. P. 227–241.
3. Paessler, D. *The importance of effectively monitoring a bank's it infrastructure // Global banking and finance review*. 16.01.2016.
4. Belinskaya, I. V. *Perspektivy «blokchejn» kak mekhanizma povysheniya effektivnosti gosudarstvennogo upravleniya // Gosudarstvennoe upravlenie: koncepcii i tekhnologii v epohu cifrovizacii : materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii ; pod obshch. red. S.N. Bol'shakova*. — SPb., 2019. S. 40–46.
5. Bol'shakova, YU. M. *Izmerenie social'nogo samochuvstviya naseleniya regiona // Politika razvitiya, gosudarstvo i mirovoj porjadok : materialy VIII Vserossijskogo kongressa politologov ; pod obshch. red. O. V. Gaman-Golutvinoj, L. V. Smorgunova, L. N. Timofeevoj*. 2018. S. 79–80.
6. Bol'shakova, YU. M. *Effektivnost' gosudarstvennogo upravleniya i regional'nyh institutov vlasti v ocenках*

- naseleniya // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya*. 2018. T. 24. № 3. S. 150–168.
7. Bystryancev, S. B. *Metodologiya i teoriya v sociologicheskom issledovanii : monografiya / Federal'noe agentstvo po obrazovaniyu, Gos. obrazovatel'noe uchrezhdenie vyssh. prof. obrazovaniya Sankt-Peterburgskij gos. un-t ekonomiki i finansov*. — SPb., 2010. C. 220.
8. Doholyan, S. V. *Alternativnye finansovye instituty : vozmozhnosti formirovaniya i osobennosti funkcionirovaniya v rynochnoj srede rossijskogo ekonomicheskogo prostranstva // Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki*. 2019. № 2 (100). S. 144–153.
9. Ereemeev, S. G., Vul'fovich, R. M., Gribanova, G. I., Bol'shakov, S. N., Bol'shakova YU. M. *Gosudarstvennaya politika i upravlenie : ucheb. posobie ; pod red. G.I. Gribanovoj*. — SPb., 2019. S. 304.
10. *Informacionnoe pis'mo ot 28.11.2018 № IN-01-59/69 «O prodazhe finansovyh produktov»*, razmeshcheno na sajte Banka Rossii v razdele «Finansovye rynki / Regulirovanie finansovyh rynkov / Informacionnye pis'ma».
11. Kim, O. L. *Vopros ob ocenke effektivnosti organov mestnogo samoupravleniya // Vestnik fakul'teta upravleniya SPbGEU*. 2017. № 1-1. S. 158–163.
12. Kim, O. L. *Cifrovye tekhnologii i GIS v povyshenii kachestva upravleniya regionom // Gosudarstvennoe upravlenie: koncepcii i tekhnologii v epohu cifrovizacii : materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii ; pod obshch. red. S.N. Bol'shakova*. — SPb., 2019. S. 14–19.
13. *Kompozitnyj indeks udovletvorennosti naseleniya finansovymi produktami i uslugami v Rossii*. — M. : CB RF, 2017. S. 50. — URL : www.cbr.ru (data poseshcheniya 16.03.2020).
14. Markov, A. A., Bystryancev, S. B., Krasnova, G. V. *Informacionnoe obshchestvo. Informacionnaya bezopasnost'. Informacionnye vojny : monografiya*. — SPb., 2019. C. 124.
15. *Monitoring kachestva i dostupnosti gosudarstvennyh i municipal'nyh uslug – 2010 ; pod red. A.V. Klimenko, S.M. Plaksina*. — M. : VSHE, 2011. C. 90.
16. Plaksin, S. M., Zhulin, A. B., Suvorova, I. K. *Monitoring platnosti kompleksnyh gosudarstvennyh i municipal'nyh uslug – 2009 g.* — M. : VSHE, 2010. C. 110.
17. *Proektnoe upravlenie social'no-ekonomicheskim razvitiem Leningradskoj oblasti ; pod obshch. red. d-ra polit. n., prof. A.A. Vaseckogo*. — SPb. : LGU im. A.S. Pushkina, 2020. C. 240.
18. Suhinin, D. V. *Razlichiya mezhdum monitoringom, ocnokoj i kontrolem v sisteme organov mestnogo samoupravleniya / D.V. Suhinin // Teoriya i praktika gosudarstvennogo upravleniya*. 2013. Vyp. 3(42). S. 301–308.
19. *Finansovyy monitoring : ucheb. posobie dlya bakalavriata i magistratury ; pod red. YU. A. CHihanchina, A. G. Bratko*. — M. : YUsticinform, 2018. C. 696.
20. SHtrejs, D. S., Pritula, O. D. *Proektnyj menedzhment v obosnovanii vnedreniya biznes-modelirovaniya processov upravleniya zatratami na kachestvo // Vestnik Novgorodskogo filiala RANHiGS*. 2018. T. 7. № 1-1 (9). S. 85–100.
21. URL : www.cbr.ru (date of visit 16.03.2020).