

МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

научный журнал

Portfolio Theory and Capital Markets

Investments

Fifth edition

William F. Sharpe
Stanford University

John J. Alexander
University of Minnesota

Gary V. Bailey
Richards & Tierny Inc

Economics of Computers

Plenty of Dividend Growth
(S&P 500)
International Inc.

$$S = \frac{E[R - R_f]}{\sigma} = \frac{E[R - R_f]}{\sqrt{\text{Var}[R - R_f]}}$$

20
2015
Часть I

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 20 (100) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231. E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

Ответственные редакторы:

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, *кандидат филологических наук, доцент (Армения)*

Арошидзе Паата Леонидович, *доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)*

Атаев Загир Вагитович, *кандидат географических наук, профессор (Россия)*

Бидова Бэла Бертовна, *доктор юридических наук, доцент (Россия)*

Борисов Вячеслав Викторович, *доктор педагогических наук, профессор (Украина)*

Велковска Гена Цветкова, *доктор экономических наук, доцент (Болгария)*

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

Данилов Александр Максимович, *доктор технических наук, профессор (Россия)*

Демидов Алексей Александрович, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, *доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)*

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, *доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)*

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, *доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)*

Игисинов Нурбек Сагинбекович, *доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)*

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*

Кайгородов Иван Борисович, *кандидат физико-математических наук (Бразилия)*

Каленский Александр Васильевич, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Козырева Ольга Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Россия)*

Колпак Евгений Петрович, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Куташов Вячеслав Анатольевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*

Малес Людмила Владимировна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Нагервадзе Марина Алиевна, *доктор биологических наук, профессор (Грузия)*

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, *кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)*

Прокопьев Николай Яковлевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Прокофьева Марина Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)*

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, *доктор философских наук, профессор (Россия)*

Ребезов Максим Борисович, *доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)*

Сорока Юлия Георгиевна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Узаков Гулом Норбоевич, *кандидат технических наук, доцент (Узбекистан)*

Хоналиев Назарали Хоналиевич, *доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)*

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

Шарипов Аскар Калиевич, *доктор экономических наук, доцент (Казахстан)*

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Голубцов Максим Владимирович

На обложке изображен Уильям Форсайт Шарп (род. 1934) — американский экономист, лауреат Нобелевской премии 1990 г.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна. Материалы публикуются в авторской редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Абрамян Г. А.

Значение показателей ликвидности и платежеспособности предприятия в условиях ужесточения требований к оценке его кредитоспособности..... 193

Афанасьева В. Г.

Определение рациональных маршрутов доставки транспортных потоков в региональной транспортно-логистической системе с помощью транспортной задачи линейного программирования..... 195

Баринов М. В.

Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия 202

Батаев А. В.

Анализ мирового рынка дистанционного образования..... 205

Бегун Т. В.

Система управления устойчивым развитием градообразующих предприятий 208

Белоусова Р. Н.

Влияние экономических санкций на состояние экономической безопасности РФ..... 215

Блинова Н. А.

Некоторые аспекты механизма финансово-экономической гармонизации финансовых рынков ЕАЭС..... 220

Бычков А. А.

Формирование и развитие теории человеческого капитала 228

Вахрамеева Н. С.

Программы развития страховой отрасли в России 230

Годованник Е. Д.

Экономические санкции: исторический аспект 232

Захарова М. В.

Основные компоненты, этапы и средства формирования имиджа организации в процессе разработки корпоративного сайта (на примере предприятия курортно-туристической отрасли) 235

Калачева А. Г.

Оценка финансового потенциала и финансовых рисков предприятия при анализе его инвестиционной привлекательности..... 237

Карцева Н. С.

Исторические факты использования драгоценных металлов в работе коммерческих банков..... 241

Ковалева Е. И., Капитан С. А.

Внешняя торговля регионов и пути ее совершенствования (на примере Белгородской и Курской областей) 243

Колибаба А. И., Колибаба А. И.

Эффективность прогнозирования отраслевых индексов методом анализа временных рядов 250

Лещенко Г. С.

Техническая обеспеченность сельского хозяйства на современном этапе 252

Милославский В. Г., Милославская Е. С.,

Герасимов В. С., Ларгин Я. В.
Особенности и этапы процессов управления социализацией в общественных организациях 254

Мирзалиева С. С., Волобоева М. В.

Service of collective buying of advertising and its effectiveness 258

Мозжерина Т. Г., Аверченко К. О., Барташ Р. В., Куц Т. Ю.

Сравнительный анализ российских и международных стандартов бухгалтерского учета готовой продукции и ее продажи 261

Морозова И. М.

Учет государственной помощи для сельхозтоваропроизводителей 264

Осина Е. Ю. Современные аспекты нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета на предприятиях малого бизнеса: рекомендации начинающим бухгалтерам 266	Сухарев А. В. О коллективных инвестициях и будущие возможности их роста 292
Паклина А. А. Тенденции развития депозитной активности населения в современных условиях..... 269	Тараканова К. Л., Тараканов С. И. Инновационная активность как фактор конкурентоспособности предприятия 296
Паклина А. А. Проблема аккумуляции сбережений населения во вклады коммерческих банков в современных условиях..... 274	Федоров В. А. Относительная эффективность интеграции теории стоимости с маржиналистской концепцией ценообразования при формировании «тарифных меню» городского пассажирского транспорта 298
Савицкий О. Г. Развитие сельского туризма на примере Краснодарского края: состояние, проблемы, перспективы..... 279	Шмыгленко Ю. С. Рынок банковского кредитования населения: анализ, структура и проблемы..... 314
Санталова М. С. Специфика и потенциал развития сферы отношений с инвесторами в российских компаниях..... 282	Шмыгленко Ю. С. Особенности функционирование рынка банковского кредитования населения в России 320
Светогорова В. В. Перспективы развития мировой экономики ... 285	Ярве М. С. Взаимосвязь прибыльности операционного сегмента и риска в банках 324
Субботина Е. В. Методика оценки кредитоспособности заемщика, используемая банками Франции 287	

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Значение показателей ликвидности и платежеспособности предприятия в условиях ужесточения требований к оценке его кредитоспособности

Абрамян Гор Ашотович, магистрант
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Одной из главных задач финансового управления на любом предприятии является обеспечение непрерывного пополнения оборотных средств, что позволит своевременно производить расчеты с контрагентами и не нарушать производственный цикл. Соответственно, для большинства предприятий характерна постоянная потребность в повышении финансовой обеспеченности на приемлемых условиях, к которым следует отнести:

- низкая процентная ставка;
- удобный график погашения (отсрочка платежей по основному долгу);
- минимальное залоговое обеспечение.

Учитывая, что основным источником пополнения оборотных средств для предприятий в современных условиях является банковский кредит, предприятию необходимо постоянно поддерживать ключевые финансовые показате-

ли на должном уровне, чтобы соответствовать требованиям коммерческих банков к своим заемщикам.

В то же время вследствие ухудшения состояния кредитных портфелей едва ли не всех российских коммерческих банков (см. рисунок 1) к предприятиям предъявляются все более жесткие требования к их финансовой устойчивости при оценке кредитоспособности.

Непосредственно сама система оценки кредитоспособности заемщиков-предприятий, как правило, состоит из следующих этапов [2]:

- анализ документов заемщика на полноту и достоверность;
- анализ общей информации о заемщике (деловая репутация, степень зависимости от аффилированных лиц и самостоятельность в принятии решений, участие в судебных разбирательствах);



Рис. 1. Динамика суммы просроченной задолженности по кредитам, предоставленным субъектам малого и среднего бизнеса за период с 2009 по 2014 годы [1]

- анализ финансово-хозяйственной деятельности заемщика, в т.ч.:
 - анализ рынка, на котором работает заемщик (экономическое состояние отрасли, доля данного предприятия на рынке, политика предприятия в области ценообразования, устойчивость спроса на продукцию, динамика развития предприятия в отрасли, экономические перспективы региона, в котором находится заемщик),
 - анализ выручки от реализации продукции,
 - общий анализ активов и пассивов,
 - анализ рентабельности,
 - анализ показателей ликвидности,
 - анализ показателей финансовой устойчивости,
 - анализ движения денежных средств,
 - анализ задолженности перед бюджетом и другим обязательным платежам,
 - анализ качества управления и деловых связей заемщика.
 - анализ кредитуемой хозяйственной операции;
 - анализ предлагаемого обеспечения,
 - анализ источников погашения обязательств перед банком;
 - оценка кредитного риска заемщика.

Стоит отметить, что все вышеуказанные элементы анализа кредитоспособности актуальны и важны при работе банка с заемщиком. Но в современных условиях именно ликвидность и платежеспособность как показатели кредитоспособности выходят на первый план по значимости, так как именно эти показатели позволяют оценить финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы — ведь кредиты, выдаваемые на пополнение оборотных средств, носят краткосрочный характер и, как правило, их срок не превышает одного года. Именно ликвидность и платежеспособность в наиболее общем виде характеризуют способность предприятия в полном объеме производить расчеты по краткосрочным обязательствам перед контрагентами и кредиторами.

Прежде всего заметим, что ликвидность и платежеспособность — это различные, хотя и взаимосвязанные, характеристики.

Говоря о ликвидности предприятия, имеют в виду наличия у него оборотных средств в размере, теоретически достаточном для погашения краткосрочных обязательств, хотя бы и с нарушением сроков погашения, предусмотренных контрактами. Иными словами, ликвидность означает формальное превышение оборотных активов над краткосрочными обязательствами. Под ликвидностью же отдельно взятого актива понимают способность его трансформироваться в денежные средства в ходе предусмотренного производственно-технологического процесса, а степень ликвидности определяется продолжительностью временного периода, на протяжении которого эта трансформация может быть осуществлена [3].

Платежеспособность, в свою очередь, означает наличие у предприятия денежных средств и их эквива-

лентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения [3]. Таким образом, основными признаками платежеспособности являются [7]:

- наличие в достаточном объеме средств на расчетном счете;
- отсутствие просроченной кредиторской задолженности.

Следовательно, говоря о ликвидности и платежеспособности предприятия как характеристиках его текущего финансового состояния, целесообразно сопоставлять краткосрочные обязательства с оборотными активами как реальным и экономически обоснованным их обеспечением.

Соответственно, кредитные инспекторы при анализе кредитной заявки тщательнейшим образом рассчитывают ряд показателей, количественно выражающих степень ликвидности и платежеспособности предприятия. Эти показатели могут быть как абсолютными, так и относительными [4]. Из абсолютных основным является показатель, характеризующий величину собственных оборотных средств (WC). Наиболее распространенный алгоритм расчета показателя WC, используемый коммерческими банками, таков:

$$WC = CA - CL,$$

где CA — оборотные активы;

CL — краткосрочные обязательства.

Экономическая трактовка индикатора WC может быть и такой: он показывает, какая сумма оборотных средств останется в распоряжении предприятия после расчетов по краткосрочным обязательствам [4]. Данный показатель позволяет составить банку представления о наличии у предприятия необходимой для потенциального погашения кредита свободы маневра и финансовой устойчивости с позиции краткосрочной перспективы.

К относительным показателям ликвидности относят [5]:

- коэффициент текущей ликвидности (отношение оборотных средств к краткосрочным обязательствам);
- коэффициент быстрой ликвидности (отношение суммы дебиторской задолженности и денежных средств к краткосрочным обязательствам);
- коэффициент абсолютной ликвидности/платежеспособности (отношение денежных средств к краткосрочным обязательствам).

Вышеперечисленные показатели являются ключевыми для оценки ликвидности и платежеспособности. Стоит отметить, что кредитные инспекторы проводят оценку ликвидности и платежеспособности предприятия достаточно осмысленно. Например, если величина собственных оборотных средств отрицательна, то финансовое положение предприятия в краткосрочной перспективе рассматривается как неблагоприятное, при этом расчет коэффициентов ликвидности уже не проводится.

Необходимо отметить, что краткосрочная задолженность предприятия погашается им различными способами,

например, за счет реализации внеоборотных средств. Вместе с тем понятно, что вынужденная распродажа основных средств для погашения текущей кредиторской задолженности нередко является свидетельством предбанкротного состояния и потому не может рассматриваться коммерческим банком как нормальная операция, обеспечивающая необходимый уровень ликвидности предприятия. Таким образом, среди большого количества направлений и средств повышения ликвидности и платежеспособности предприятия необходимо выбрать именно те, которые не вызовут сомнения у коммерческого банка с точки зрения сохранности механизмов бесперебойного осуществления его операционной деятельности. К таким направлениям можно отнести [6]:

– создание четкого и детального плана по оперативному внутреннему анализу текущей платежеспособности, ежедневному контролю за поступлением средств от про-

дажи продукции, погашения дебиторской задолженности и прочими поступлениями денежных средств, а также по контролю за выполнением платежных обязательств перед поставщиками, банками и прочими кредиторами;

– достижение сбалансированности денежного потока, которое заключается в комплексе мероприятий как по ускорению привлечения денежных средств, так и по замедлению их выплат.

Очевидно, что именно на показатели ликвидности и платежеспособности и следует акцентировать внимание предприятиям, для того чтобы быть благонадежным заемщиком для любого коммерческого банка. Это обусловлено их большим влиянием на текущее финансовое положение, что в условиях ужесточения требований к кредитоспособности заемщиков со стороны кредиторов, становится однозначно необходимым элементом финансового планирования на любом предприятии.

Литература:

1. Официальный сайт Центрального Банка РФ (<http://www.cbr.ru/>)
2. Абрамян, Г. А. Концептуальная модель оценки кредитоспособности малых и средних предприятий как инструмент модернизации системы кредитования [Текст] / Г. А. Абрамян // Экономическая наука сегодня: теория и практика: материалы II Междунар. науч. — практ. конф. (Чебоксары, 21 сент. 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — с. 190–196. — ISBN 978–5–906626–95–0.
3. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика, 2001.
4. Ковалев, В. В., Ковалев Вит. В. Финансы организаций (предприятий): учебник. — Москва: Проспект, 2015. — 352 с.
5. Г. В. Савицкая. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия; учебник. 5-е издание. — М.; Инфра-М, 2010. — 525 с.
6. Гинзбург, А. И. Экономический анализ для руководителей малых предприятий: учебное пособие / А. И. Гинзбург — СПб.: Питер, 2011. — 180 с.
7. Чечевицына, Л. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л. Н. Чечевицына. — Ростов-н/Д, Феникс, 2011. — 262 с.

Определение рациональных маршрутов доставки транспортных потоков в региональной транспортно-логистической системе с помощью транспортной задачи линейного программирования

Афанасьева Валерия Геннадьевна, аспирант
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Региональная транспортно-логистическая система служит материальной базой производственных связей между отдельными территориями. Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя осуществляется с применением различных транспортных средств. В связи с этим возникает необходимость уделить должное внимание определению рациональных и оптимальных маршрутов доставки продукции. Для определения рациональных маршрутов доставки воспользуемся транспортной задачей линейного программирования. Определение рациональных маршрутов доставки транспортных потоков в региональной транспортно-логистической системе с помощью транспортной задачи линейного программирования в данной работе позволяет разработать наиболее рациональные способы и пути транспортировки товаров, тем самым избежать дополнительных затрат предприятия, связанных с осуществлением процессов снабжения сырьем, материалами, топливом, оборудованием.

Ключевые слова: региональная экономика, региональные транспортно-логистические системы, линейное программирование.

Глобализация экономики сопровождается небывалыми раньше темпами роста торговли. В этих условиях максимально вырастает значение транспортно-логистической системы. Региональная транспортно-логистическая система (РТЛС) служит материальной базой производственных связей между отдельными территориями, выступает как фактор, организующий экономическое пространство и обеспечивающий дальнейшее географическое разделение труда.

В структуре общественного производства РТЛС относится к сфере производства материальных услуг. Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя осуществляется с применением различных транспортных средств. Затраты на выполнение различных логистических операций порой составляют значительную часть расходов предприятия. В связи с этим возникает необходимость уделить должное внимание определению рациональных и оптимальных маршрутов доставки продукции.

Для определения рациональных маршрутов доставки воспользуемся транспортной задачей линейного программирования. Это задача линейного программирования специального вида о поиске оптимального распределения однородных объектов с минимизацией затрат на перемещение. Для простоты понимания рассматривается как задача об оптимальном плане перевозок грузов из пунктов отправления в пункты потребления, с минимальными затратами на перевозки.

Под названием «транспортная задача» объединяется широкий круг задач с единой математической моделью. Данные задачи относятся к задачам линейного программирования и могут быть решены симплексным методом. Однако матрица системы ограничений транспортной задачи настолько своеобразна, что для ее решения разработаны специальные методы. Эти методы, как и симплексный метод, позволяют найти начальное опорное решение, а затем, улучшая его, получить оптимальное решение.

Поставим транспортную задачу для холдинга. Для изготовления продукции требуются определенные ресурсы. У холдинга имеется определенная часть ресурсов, другая часть закупается у поставщиков. И прежде чем ресурсы появятся на предприятии нужно их доставить от поставщика. Рассмотрим модель транспортной задачи для минимизации затрат на маршрут и доставку материалов. Для определения расстояния воспользуемся on-line сервисом автомобильного портала грузоперевозок [1] (пример определения расстояния представлен на рис.1).

В качестве отправных пунктов взяты следующие города. У холдинга есть 5 баз хранения в разных городах России, куда нужно доставить по 1 заказу.

Санкт-Петербург, Москва, Псков, Старая Русса (Ленинградская область, Сланцевский район), Смоленск.

Поставщики:

1. Ульяновск
2. Тула
3. Волгоград
4. Казань
5. Томск

Запишем данные в таблице 1:

Таблица 1

Расстояние в км.	Поставщики сырья				
	Ульяновск	Тула	Волгоград	Казань	Томск
Расстояние от СПб до поставщика	1572	873	1628	1512	4162
Расстояние от МСК до поставщика	885	184	941	825	3612
Расстояние от Пскова до поставщика	1960	904	1665	1549	4336
Расстояние от Старой Руссы до поставщиками	1453	754	1517	1393	4106
Расстояние от Смоленск до поставщика	1283	465	1293	1223	4010

Расстояние для остальных пунктов считается таким же образом как на рис.1.

Теперь у нас есть все данные для нахождения минимальной дальности доставки поставок.

Исходная матрица представлена на табл. 2 (матрица дополнена столбцом из минимальных по каждой строке элементов):

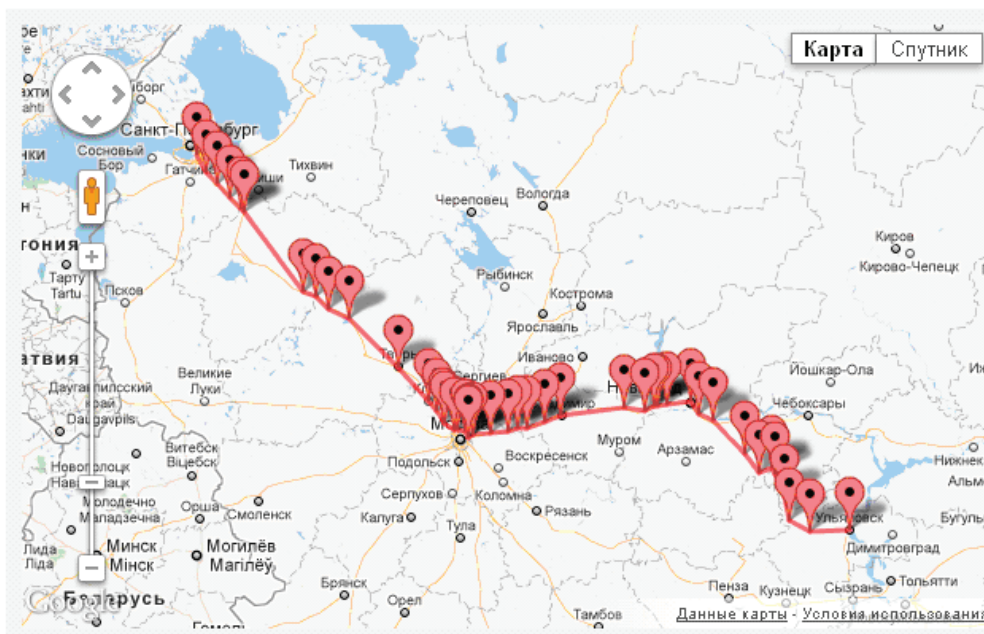


Рис. 1. Расстояние между Санкт-Петербургом и Ульяновском

Примечание: Длина пути: 1572 км; Время пути: 17:07; Топливо: 471,6 л.

Таблица 2

1572	873	1628	1512	4162	873
885	184	941	825	3612	184
1960	904	1665	1549	4336	904
1453	754	1517	1393	4106	754
1283	465	1293	1223	4010	465

Шаг № 1.

1. Проводим редукцию матрицы по строкам, т.е. вычитаем минимальный элемент из всех элементов каждой строки. В связи с этим во вновь полученной матрице (табл. 3) в каждой строке будет как минимум один ноль:

Таблица 3

699	0	755	639	3289
701	0	757	641	3428
1056	0	761	645	3432
699	0	763	639	3352
818	0	828	758	3545
699	0	755	639	3289

Затем такую же операцию редукции проводим по столбцам, для чего в каждом столбце находим минимальный элемент (табл. 4):

Таблица 4

0	0	0	0	0
2	0	2	2	139
357	0	6	6	143
0	0	8	0	63
119	0	73	119	256

После вычитания минимальных элементов получаем полностью редуцированную матрицу (табл. 4).

2. Методом проб и ошибок проводим поиск допустимого решения, для которого все назначения имеют нулевую стоимость.

Фиксируем нулевое значение в клетке (1, 2). Другие нули в строке 1 и столбце 2 вычеркиваем. Для данной клетки вычеркиваем нули в клетках (2; 2), (3; 2), (4; 2), (5;2), (1;1), (1;3), (1;4), (1;5)

В таблице 5 количество нулей равно 2 (должно быть 5)

Таблица 5

[-0-]	0	[-0-]	[-0-]	[-0-]
2	[-0-]	2	2	139
357	[-0-]	6	6	143
0	[-0-]	8	[-0-]	63
119	[-0-]	73	119	256

Поскольку расположение нулевых элементов в матрице (табл. 5) не позволяет образовать систему из 5-х независимых нулей (в матрице их только 2), то **решение недопустимое.**

3. Проводим модификацию матрицы. Вычеркиваем строки и столбцы с возможно большим количеством нулевых элементов:

Строка 1;

Столбец 2;

Строка 4;

Получаем сокращенную матрицу (табл. 6) (элементы выделены)

Таблица 6

0	0	0	0	0
2	0	2	2	139
357	0	6	6	143
0	0	8	0	63
119	0	73	119	256

Минимальный элемент сокращенной матрицы (2) вычитаем из всех ее элементов (табл. 7):

Таблица 7

0	0	0	0	0
0	0	0	0	137
355	0	4	4	141
0	0	8	0	63
117	0	71	117	254

Затем складываем минимальный элемент с элементами, расположенными на пересечениях вычеркнутых строк и столбцов (табл. 8):

Таблица 8

0	2	0	0	0
0	0	0	0	137
355	0	4	4	141
0	2	8	0	63
117	0	71	117	254

Шаг № 2.

1. Проводим редукцию матрицы по строкам. В связи с этим во вновь полученной матрице в каждой строке будет как минимум один ноль (табл. 9).

Таблица 9

0	2	0	0	0	0
0	0	0	0	137	0
355	0	4	4	141	0
0	2	8	0	63	0
117	0	71	117	254	0

Затем такую же операцию редукции проводим по столбцам, для чего в каждом столбце находим минимальный элемент (табл. 10):

Таблица 10

0	2	0	0	0
0	0	0	0	137
355	0	4	4	141
0	2	8	0	63
117	0	71	117	254
0	0	0	0	0

После вычитания минимальных элементов получаем полностью редуцированную матрицу (табл. 10).

2. Методом проб и ошибок проводим поиск допустимого решения, для которого все назначения имеют нулевую стоимость.

В данной таблице количество нулей равно 3 (должно быть 5).

Таблица 11

0	2	[-0-]	[-0-]	[-0-]
[-0-]	0	[-0-]	[-0-]	137
355	[-0-]	4	4	141
[-0-]	2	8	0	63
117	[-0-]	71	117	254

Поскольку расположение нулевых элементов в матрице не позволяет образовать систему из 5-х независимых нулей (в матрице их только 3 (табл. 11)), то **решение недопустимое**

1.Проводим модификацию матрицы. Вычеркиваем строки и столбцы с возможно большим количеством нулевых элементов (табл. 12):

Таблица 12

0	2	0	0	0
0	0	0	0	137
355	0	4	4	141
0	2	8	0	63
117	0	71	117	254

Минимальный элемент сокращенной матрицы (4) вычитаем из всех ее элементов (табл. 13):

Таблица 13

0	2	0	0	0
0	0	0	0	137
351	0	0	0	137
0	2	8	0	63
113	0	67	113	250

Затем складываем минимальный элемент с элементами, расположенными на пересечениях вычеркнутых строк и столбцов (табл. 14):

Таблица 14

0	6	0	0	0
0	4	0	0	137
351	0	0	0	137
0	6	8	0	63
113	0	67	113	0

Шаг № 3.

1. Проводим редукцию матрицы по строкам. В связи с этим во вновь полученной матрице в каждой строке будет как минимум один ноль (табл. 15).

Таблица 15

0	6	0	0	0	0
0	4	0	0	137	0
351	0	0	0	137	0
0	6	8	0	63	0
113	0	67	113	250	0

Затем такую же операцию редукции проводим по столбцам, для чего в каждом столбце находим минимальный элемент (табл. 16):

Таблица 16

0	6	0	0	0
0	4	0	0	137
351	0	0	0	137
0	6	8	0	63
113	0	67	113	250
0	0	0	0	0

После вычитания минимальных элементов получаем полностью редуцированную матрицу.

2. Методом проб и ошибок проводим поиск допустимого решения, для которого все назначения имеют нулевую стоимость.

В таблице 17 количество найденных нулей равно $k = 5$. в результате получаем эквивалентную матрицу:

Таблица 17

[-0-]	6	[-0-]	[-0-]	0
[-0-]	4	[-0-]	0	137

351	[-0-]	0	[-0-]	137
0	6	8	[-0-]	63
113	0	67	113	250

Полученная «матрица назначения» X (табл. 18), позволяет по аналогично расположенным элементам исходной матрицы (в квадратах) вычислить минимальную стоимость назначения.

Таблица 18

1572	873	1628	1512	4162
885	184	941	825	3612
1960	904	1665	1549	4336
1453	754	1517	1393	4106
1283	465	1293	1223	4010

$$C_{min} = 4162 + 825 + 1665 + 465 + 1453 = 8570$$

Имеется альтернативный вариант № 2 (табл. 18).

Таблица 19

[-0-]	6	[-0-]	[-0-]	0
0	4	[-0-]	[-0-]	137
351	[-0-]	0	[-0-]	137
[-0-]	6	8	0	63
113	0	67	113	250

Таблица 20

1572	873	1628	1512	4162
885	184	941	825	3612
1960	904	1665	1549	4336
1453	754	1517	1393	4106
1283	465	1293	1223	4010

$$C_{min} = 4162 + 885 + 1665 + 1393 + 465 = 8570$$

Таким образом, реализация модели показывает нам, что ресурсы из Ульяновска нужно везти в Старую Руссу или в Москву, из Тулы в Смоленск, из Волгограда удобно будет везти в Псков, из Казани в Старую Руссу или в Москву, из Томска в Санкт-Петербург (табл. 20). При этом минимальное суммарное расстояние составляет 8970 км.

Определение рациональных маршрутов доставки транспортных потоков в региональной транспортно-логистической системе с помощью транспортной задачи линейного программирования в данной работе позволяет разработать наиболее рациональные способы и пути транспортировки товаров, тем самым избежать дополнительных затрат предприятия, связанных с осуществлением процессов снабжения сырьем, материалами, топливом, оборудованием и т.д.

Интересно отметить, что алгоритм и методы решения транспортной задачи могут быть использованы при решении некоторых экономических задач, не имеющих ничего общего с транспортировкой груза. [Красс, с.289] Например:

- Оптимальное закрепление за станками операций по обработке деталей. Задача позволяет определить, сколько времени и на какой операции нужно использовать каждый из станков, чтобы обработать максимальное количество деталей.
- Оптимальные назначения или проблема выбора. Задача позволяет определить, какой механизм и на какую работу надо назначить, чтобы добиться максимальной производительности.
- Задача о сокращении производства с учетом суммарных расходов на изготовление и транспортировку продукции.
- Увеличение производительности автомобильного транспорта за счет минимизации порожнего пробега, сокращение которого позволит уменьшить количество автомобилей для перевозок за счет увеличения их производительности.

ности. Это подчеркивает актуальность использования транспортной задачи линейного программирования. Занимательно, что у истоков создания теории линейного программирования и решения, в том числе и транспортной задачи, стоял русский ученый — Леонид Вита-

льевич Канторович. В 1939 году он опубликовал свой труд «Математические методы организации и планирования производства», в работе был сформулирован новый класс экстремальных задач с ограничениями и разработан эффективный метод их решения.

Литература:

1. Автомобильный портал грузоперевозок <http://www.avtodispatcher.ru/distance>
2. Афанасьев, М. Ю., Суворов Б. П. Исследование операций в экономике: модели, задачи, решения / М. Ю. Афанасьев, Б. П. Суворов // Учебное пособие. — Москва: ИНФРА-М, 2003. — с. 444.
3. Красс, М. С. Математические методы и модели для магистрантов экономики / М. С. Красс, Б. П. Чупрынов // Учебное пособие по направлению «Экономика» и другим экономическим специальностям — СПб.: Питер, 2006. — С 496.

Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия

Баринов Максим Викторович, аспирант

Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

Статья посвящена рассмотрению сущности понятия бенчмаркинга как инструмента маркетингового анализа. В статье приводятся основные функции бенчмаркинга, возможности применения бенчмаркинга на практике и основные проблемы, возникающие перед каждой организацией, прибегнувшей к использованию данного метода.

Ключевые слова: бенчмаркинг, экономическая эффективность, повышение конкурентоспособности.

В условиях глобализации мировой экономики и обострения конкурентной борьбы поиск оптимальных способов ведения бизнеса становится всё более актуальным. В последнее время выявление лучших управленческих решений в сфере бизнеса и использование этих наработок в собственной практике — бенчмаркинг — приобретает все большую значимость для успешной деятельности предприятия и широко применяется при разработке мероприятий по повышению эффективности текущей деятельности предприятия, а также осуществлению стратегии субъектов хозяйствования.

Понимание сущности термина «бенчмаркинг» в современном мире доступно широкому кругу управленцев и маркетингологов, заинтересованных в поступательном развитии организации как единой системы. В настоящее время понятие бенчмаркинг можно трактовать как один из самых эффективных способов сравнения ключевых характеристик одной организации с организациями — лидерами рынка.

Бенчмаркинг, по утверждению некоторых ученых и практиков, — это метод использования чужого опыта, передовых достижений лучших компаний для повышения эффективности производства, совершенствования бизнес-процессов, который основывается на анализе конкретных результатов и их использовании в собственной деятельности.

Под бенчмаркингом можно понимать даже обмен положительным опытом между предприятиями в различных

сферах деятельности предприятий (например, бенчмаркинг применяют в сфере управления персоналом для усиления эффективности оплаты труда, функционирования компенсационных систем и программ удерживания персонала). При этом учитывается не только положительный, но и отрицательный опыт сравниваемой фирмы (фирмы-эталона в данной сфере изучения опыта и сравнения), а также возможность непосредственного ознакомления сотрудников предприятия с ценным опытом в различных сферах деятельности в процессе целевой стажировки. [1, С.36]

Нельзя не отметить, что многообразие типов бенчмаркинга позволяет достаточно четко ориентировать его на выполнение конкретных задач улучшения управления конкретными процессами на предприятии и увеличения их эффективности как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Так, в хозяйственной практике выделяют:

1. внутренний бенчмаркинг, ориентированный на сравнение параметров продукции, процессов, систем управления и других элементов деятельности предприятия, а также их улучшение в рамках одного предприятия (его подразделений);

2. бенчмаркинг, ориентированный на конкурентов. При этом сравнение параметров продукции, процессов, элементов систем и других объектов сравнения осуществляется с аналогичными объектами разных субъектов хозяйствования одной отрасли или стратегической группы;

3. функциональный бенчмаркинг рассматривает проблемные вопросы, ориентирован на сравнение параметров процессов, функций, технологий, методов управления субъекта хозяйствования, не входящего в данную отрасль (в этом плане могут рассматриваться: система управления в целом, системы управления качеством продукции, процессам; оценка качества и оплата труда, продвижение персонала и другие сферы деятельности, в которых у нашего предприятия возникли проблемы);

4. конкурентный бенчмаркинг, позволяющий сравнить интересующие наше предприятие показатели с аналогичными показателями конкурентов, что позволяет выявить проблемные функции, показатели качества продукции, технологических процессов и т.д.;

5. общий бенчмаркинг, по сути, объединяет все вышеперечисленные типы бенчмаркинга и позволяет создать целостное видение проблем предприятия. На основе такого анализа, после проведения ранжирования проблем и определения источников финансирования разработанных мероприятий, можно вносить изменения в текущие и перспективные планы предприятия, корректировать его стратегию

Бенчмаркинг своим происхождением уходит в маркетинг. Например, во Франции термин «бенчмаркинг» часто заменяют термином «бенчмаркетинг», подчеркивая отношения бенчмаркинга в качестве одного из самых эффективных маркетинговых инструментов завоевания рынка [2, С.95]. Стоит отметить те основные функции, которые выполняет бенчмаркинг на предприятии:

1. бенчмаркинг формирует критическое отношение организации к понимаю процессов, происходящих внутри организации;

2. активизирует активность как управленческого персонала, так и подведомственных им структур;

3. позволяет совершенствовать условия организации труда на предприятии за счет информации, получаемой из внешних источников. Следовательно, можно говорить о том, что бенчмаркинг позволяет совершенствовать общую организационную структуры на предприятии благодаря заимствованным успешным бизнес-решениям, почерпнутым из внешней среды организации.

Бенчмаркинг занял свое место среди инструментов маркетингового анализа конкурентов. Многие ведущие мировые лидеры в своих областях, такие как: Samsung, Shell, General Motors и многие другие, используют бенчмаркинг, чтобы вобрать в себя всё то лучшее, что есть у конкурентов.

Бенчмаркинг — это одно из направлений маркетинговых исследований — это постоянный процесс изучения и оценки товаров, услуг и опыта производства своих самых серьезных конкурентов, либо тех компаний, которые являются признанными лидерами в своей области. Для фирмы, столкнувшейся с определёнными трудностями в формировании стратегии, определении более конкурентоспособных характеристик товара, да и вообще с любыми трудностями, он становится незаменимым инструментом.

За последнее время бенчмаркинг стал одним из эффективных и признанных методов совершенствования бизнеса и входит в число самых популярных инструментов управления. Данные различных зарубежных исследований свидетельствуют о том, что до 90% компаний используют бенчмаркинг в своей деятельности.

В России уже появляются фирмы, использующие бенчмаркинг в качестве элемента стратегии повышения конкурентоспособности, но пока таких компаний единицы. Для большинства же руководителей «бенчмаркинг» — это незнакомое слово.

Несмотря на мнение о простоте использования методов бенчмаркинга в теории, на практике часто проблематично применить те или иные решения, выработанные другими компаниями. Бенчмаркинг представляет собой искусство выявлять то, что другие фирмы делают лучше, а также изучение их методов работы. Может показаться, что речь идет о «банальном шпионаже», однако все, о чем будет говориться, соответствует этике ведения бизнеса. В основу бенчмаркинга положена идея сравнения деятельности не только предприятий-конкурентов, но и передовых фирм других отраслей. Практика показывает, что грамотное использование опыта конкурентов и успешных компаний позволяет сократить затраты, повысить прибыль и оптимизировать выбор стратегии деятельности организации.

Все дело в том, что копирование ключевых факторов успеха одной компании может не прижиться в другой, отличающейся кадровой, финансовой, организационной политикой построения организации. Для того, чтобы внедрить нововведения, часто необходим опыт управленцев в риск-менеджменте, потому что новые решения всегда подразумевают под собой определенный риск провала на конкретном предприятии.

Организационная структура фирмы должна быть гибкая, чтобы не препятствовать, а только способствовать развитию изменений в организации. Иными словами, организация как целостная система должна полностью быть предрасположена к нововведениям, в противном случае бенчмаркинг можно считать неэффективной мерой. Поэтому очевидно, что для проведения бенчмаркинга на предприятии должны быть созданы соответствующие условия организационного характера [2].

Проводить бенчмаркинг необходимо с соблюдением баланса между производимыми на модернизацию затратами и потенциальной выгодой от внедрения новых методов организации работы предприятия. В противном случае бенчмаркинг принесет не пользу, а только вред.

Бенчмаркинг невозможен без системного понимания конкурентов и положения самой организации в системе конкурентных взаимоотношений. Вряд ли будет эффективен бенчмаркинг, проводимый организацией-лидером рынка на основе анализа фирм, полностью копирующих самого лидера.

Часто эффективным в маркетинге является анализ лидеров рынка фирм, находящихся на жизненном цикле на

этапе спада. Безусловно, данный анализ может быть эффективным для лидера в том плане, что возможно, полученные знания позволяют избежать кризисных ситуаций на самом предприятии, однако данная разновидность анализа не совсем соответствует понятию бенчмаркинга. Бенчмаркинг — изучение успеха лидеров, но не предприятий, находящихся в кризисных ситуациях. Поэтому полноценным бенчмаркингом анализ неуспешных предприятий, пусть и очень информативный анализ, не совсем соответствует определениям понятия «бенчмаркинг» [3, С.147].

Бенчмаркинг не мыслим без анализа конкурентных преимуществ лидеров рынка и без заимствования сильных сторон у лидеров бизнеса для повышения собственной конкурентоспособности. Анализ лидеров рынка без последующего заимствования полной степени считать бенчмаркингом, потому что в данном случае организации лишь удовлетворяют свои потребности в информации, проводят сравнительный анализ своих сильных и слабых сторон, но никак не определяют свое развитие на основе опыта других организаций.

Для достижения главной цели предприятия — получения максимальной прибыли (при минимальных затратах) — бенчмаркинг позволяет максимально точно определить сферы приложения ограниченных ресурсов для достижения максимального результата. На основе комплекса мероприятий, разработанных по результатам проведения бенчмаркинга продукции, технологических процессов, методов управления и т.д., вносятся изменения в текущие планы, а также корректируются конкретные функциональные стратегии и общая стратегия предприятия. Сравнение эффективности должно осуществляться между предприятиями, осуществляющими свою деятельность в одной отрасли, по отдельным параметрам (продукции, услуги, технологического процесса и т.д.), поскольку фирмы, производящие похожую продукцию, находятся в примерно одинаковых условиях функционирования. У компаний из других отраслей можно перенимать управленческий опыт общего характера, что весьма благотворно может отражаться на стратегии предприятия.

Заимствование сильных сторон у лидеров рынка можно охарактеризовать просто как копирование, но тоже никак нельзя бенчмаркингом, потому что бенчмаркинг можно характеризовать как взвешенное решение относительно улучшений бизнеса. Простое, бездумное копирование же никак нельзя считать бенчмаркингом, потому что многие ключевые факторы развития одной предпринимательской структуры могут не прижиться в другой бизнес-структуре, не обладающей схожей организацией управления и предпринимательской среды в целом.

Процесс регулярного информационного обмена между организациями с целью определения лучшего способа решения проблем и создания нового знания, можно определить понятием «бенчмаркинговое взаимодействие».

Бенчмаркинговое взаимодействие дает возможность воспользоваться ресурсами большого количества органи-

заций в сети. Здесь между предприятиями складываются отношения доверия и партнерства, которые предполагают добровольное участие и предоставление информации.

Бенчмаркинговое взаимодействие располагает более обширным инструментарием по сравнению с традиционным бенчмаркингом. Способы реализации бенчмаркингового взаимодействия в большей степени ориентируют организации на развитие не только их собственного потенциала, но и потенциала внешней среды, способствуя тем самым, совместному повышению конкурентоспособности. При этом появляется возможность решения не только текущих, но и стратегических задач, связанных с повышением интеллектуального капитала и возможностью прогнозирования направлений развития.

На практике часто становится очевидным тот факт, что новые и оригинальные приемы ведения бизнеса не становятся откровением для многих современных топ-менеджеров. Новации, в большинстве своем, рождаются не как что-то абсолютно новое и революционное, а как «хорошо забытое старое», переигранное на новый лад. Бенчмаркинг, проводимый на основе системного анализа конкурентов, позволяет выработать новые стратегии успеха, основанные на уже полученном на рынке в целом опыте работы. Иными словами, ничего кардинально нового, как правило, бенчмаркинг не открывает — все приемы так или иначе уже задействованы в других фирмах, отраслях и даже рынках. Это основное отличие бенчмаркинга от новаций [4, С.94].

Считается, что использовать бенчмаркинг на практике впервые стала компания Хегох, использовав его впервые в 1979 году. В то время основные конкуренты компании достигли низких цен на продукцию офисной техники, и корпорация Хегох задумалась о том, чтобы найти способы уменьшить цену на свои товары. Проанализировав затраты на своем предприятии, было принято ряд мер по снижению себестоимости продукции, при этом данные меры не отразились на итоговом качестве выпускаемой продукции.

Проект принес свои плоды, и компания смогла не только выйти из кризисного положения, но и упрочить свои лидерские позиции на рынке офисной техники. С тех пор Хегох уделяет завидное внимание маркетингу как одному из инструментов повышения конкурентоспособности организации в целом, постоянно проводя мониторинг конкурентов и часто используя метод тайного покупателя, изучая не только качество самой продукции, но и сопутствующих услуг.

Важно отметить, что бенчмаркинг позволяет развивать общий уровень бизнеса в целом по региону, стране и даже в мировом масштабе. Передовой опыт мировых лидеров осваивают и малые предприятия, тем самым поднимая общий уровень развития экономики в макроэкономическом масштабе, повышая конкурентоспособность предприятий, что, в конечном счете, положительно отражается на качестве итоговых продукции, работ и услуг, и удовлетворение потребностей покупателя.

Для разработки действенных целевых предложений по улучшению деятельности предприятия очень важно знание специфических особенностей отрасли, самого бизнеса и конкретного рынка, на котором функционирует предприятие, в противном случае сравнение не даст достоверной картины и не будут ясны возможные пути дальнейшего развития предприятия.

Целью бенчмаркинга в конечном итоге является повышение конкурентоспособности продукции, услуги, предприятия в целом.

Проведение бенчмаркинга осуществляется путем сравнительного анализа. Чаще всего для целей бенчмаркинга используют попарный анализ, то есть сравнение каждого фактора, показателя попарно с аналогичным показателем основного конкурента. Подобный анализ позволяет определить те области, в которых анализируемая компания проигрывает главному конкуренту или рынку в целом, и сконцентрировать основные управленческие

усилия на осуществлении тех мероприятий, которые позволят догнать конкурентов

Стоит сказать, что одним из условий успешного применения бенчмаркинга является доверительные отношения между участниками и открытость информации для сравнения и обмена опытом. При помощи бенчмаркинга выявляются сильные и слабые стороны предприятия в постоянно меняющихся рыночных условиях. Бенчмаркинг благоприятно влияет на повышение конкурентоспособности для поддержания высокого уровня эффективности, а также повышения конкуренции и эффективности бизнес-процессов.

Вместе с тем, следует отметить, что частные вопросы реализации процесса бенчмаркинга по конкретным сферам деятельности, этапам осуществления остаются изученными не достаточно полно, хотя данный метод весьма распространён в различных сферах деятельности: в маркетинге, управлении персоналом, стратегическом планировании, финансовом менеджменте.

Литература:

1. Годин, А.М. Инструменты современного маркетинга [Электронный ресурс]: Монография / А.М. Годин, О.А. Масленникова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014
2. Елохов, А.М. Управление качеством: учебное пособие/А. М. Елохов — 2 изд., перераб. и доп. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015
3. Болдырева, Т.В. Маркетинговый анализ конкурентной позиции промышленного предприятия// Актуальные вопросы экономических наук. 2010. № 11—1.
4. Березин, И.А. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар Продвижение. — М.: Вершина, 2014.

Анализ мирового рынка дистанционного образования

Батаев Алексей Владимирович, кандидат технических наук, доцент
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Первые попытки внедрения технологий дистанционного обучения в странах Западной Европы и США были предприняты в 60-х годах двадцатого века.

Первый в мире университет дистанционного образования — Открытый Университет — был создан в Великобритании, его лично курировал премьер-министр Гарольд Уилсон, при участии которого были разработаны учебные планы, программы, учебно-методические пособия и образовательные технологии. Учредителем университета выступила сама королева, а ректором был назначен спикер палаты общин.

В настоящее время в Англии, которая является лидером по уровню информатизации и по степени распространения дистанционного образования (ДО) среди стран Европейского союза, основной упор на рынке онлайн-обучения делается не на внутренние ресурсы, а на привлечение иностранных студентов. В 2003 году был запущен веб-проект UkeU, который был рассчитан на то, что 80% всех слушателей будет приходиться на зарубежных пользователей.

Открытый Университет более чем за сорок лет своего существования стал самым крупным и занял место мирового лидера в дистанционном обучении. На сегодняшний день в более чем 400 учебных центрах обучаются свыше 200 тыс. человек, а всего с момента основания университета более трех миллионов человек получили образование по программам дистанционного обучения. [1], [2], [3], [4]

Во Франции в 1969 году был создан центр дистанционного обучения (CEND), в котором в наше время насчитывается свыше 8 тысяч сотрудников, среди которых более 5,5 тысяч являются штатными сотрудниками. В центре насчитывается свыше трех тысяч курсов разной направленности и тематики, на которых обучаются порядка 400 тысяч слушателей. [1], [2], [3], [4]

В 60-е годы прошлого века несколько инженерных колледжей в США стали использовать в качестве дистанционных технологий — телевидение, данная инициатива привела к образованию Национального Технологического Университета (National Technological University)

в 1984 году. Уже к началу 90-х годов двадцатого века он объединил под своим руководством свыше 40 американских университетов.

Отличительной особенностью развития дистанционного образования в США было активное участие частного бизнеса, который определял направление и развитие дистанционных курсов под свои потребности. Уже в 1991 году суммарный доход Национального Технологического Университета составил свыше 13,5 миллионов долларов.

В 1989 году в США была основана система публичного телевидения (Public Broadcasting System), которая включала в себя несколько учебных программ, передающихся по четырем телевизионным каналам. К середине 90-х годов Public Broadcasting System насчитывала свыше одного миллиона студентов. На сегодняшний день Ассоциация дистанционного обучения в США насчитывает в своем составе свыше 5 тысяч учебных заведений.

Развитие мирового рынка дистанционного образования получило огромный толчок с развитием информационных технологий и в первую очередь компьютерных сетей, позволивших охватить огромную аудиторию слушателей практически в любой точке мира. С помощью интер-

нет-технологий любой человек может получить образование в любом высшем учебном заведении, не выходя из дома.

На сегодняшний день существует большое количество систем управления обучением, которые позволяют обеспечить полноценное образование с помощью интернет-технологий.

Лидером в дистанционном образовании в настоящее время являются США, занимающие вместе с Канадой более 50% всего рынка электронного образования (рис. 1). [5], [6]

В перспективе ожидается снижение доли США и Европы на рынке онлайн-образования, что обусловлено высокими темпами роста дистанционного образования в странах Азии (рис. 2), при этом первое место в мире по показателям прироста электронных образовательных услуг занимает Китай, с годовым темпом роста онлайн-образования в 52% (рис. 3). [7], [8]

Такая динамика обусловлена тем, что рынки дистанционного образования в Северной Америки и Западной Европе уже сложились и прошли этап лавинообразного роста, в то время как рынки в других странах только начинают внедрение дистанционного образования, что и приводит к таким результатам.

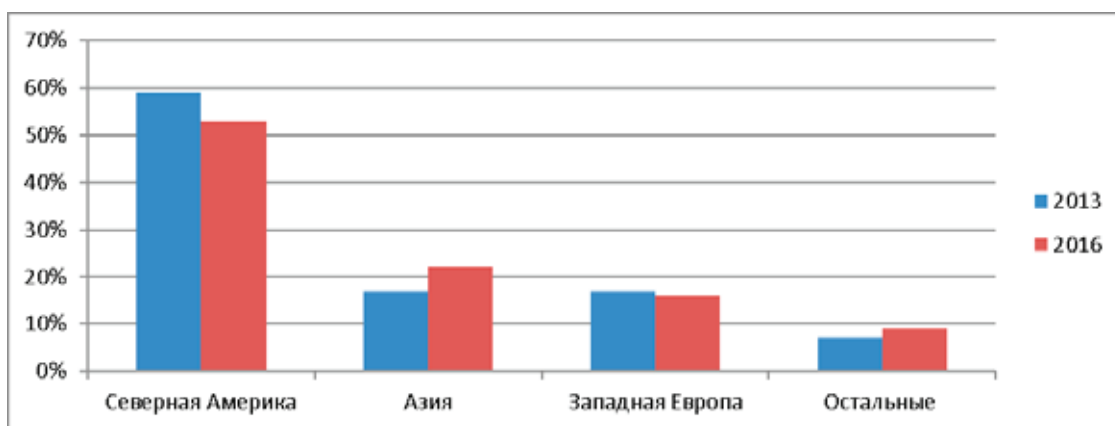


Рис. 1. Мировая структура рынка онлайн-образования



Рис. 2. Динамика темпов роста дистанционного образования по регионам мира, 2013 год

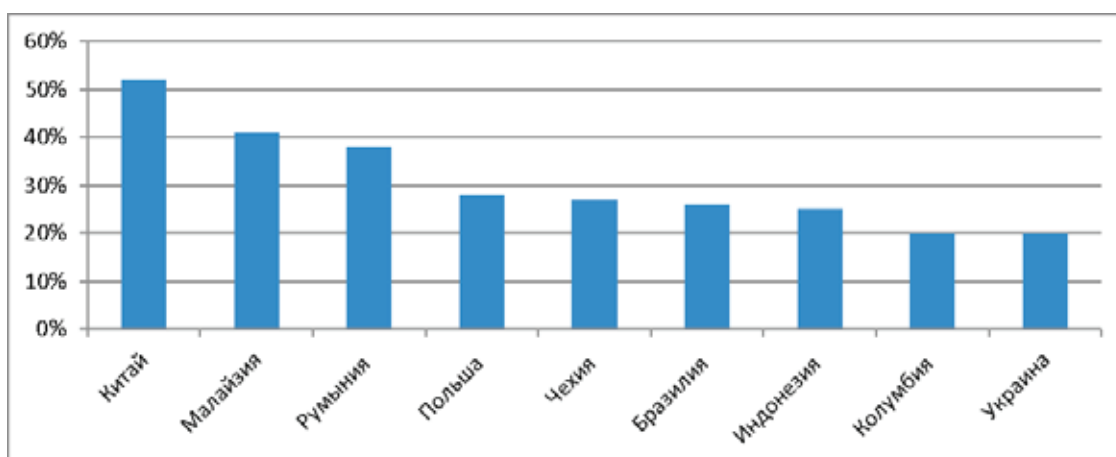


Рис. 3. Лидеры темпов роста дистанционного образования в мире, 2013 год

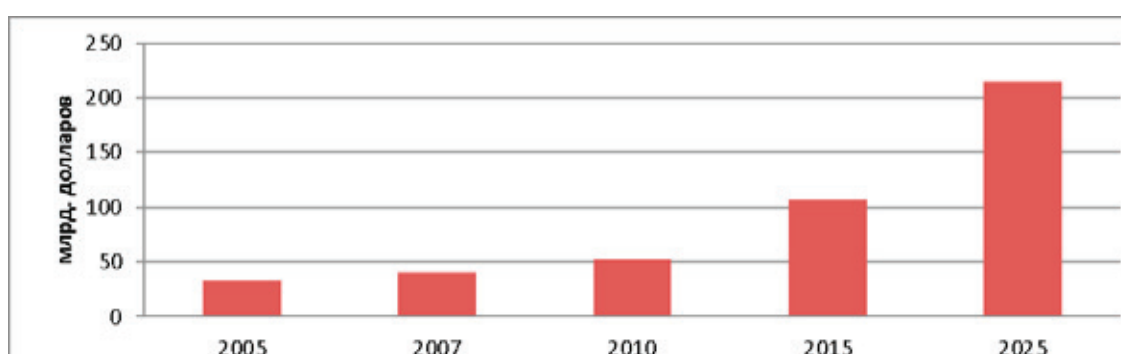


Рис. 4. Динамика роста рынка дистанционного образования в мире, в млрд. долларов

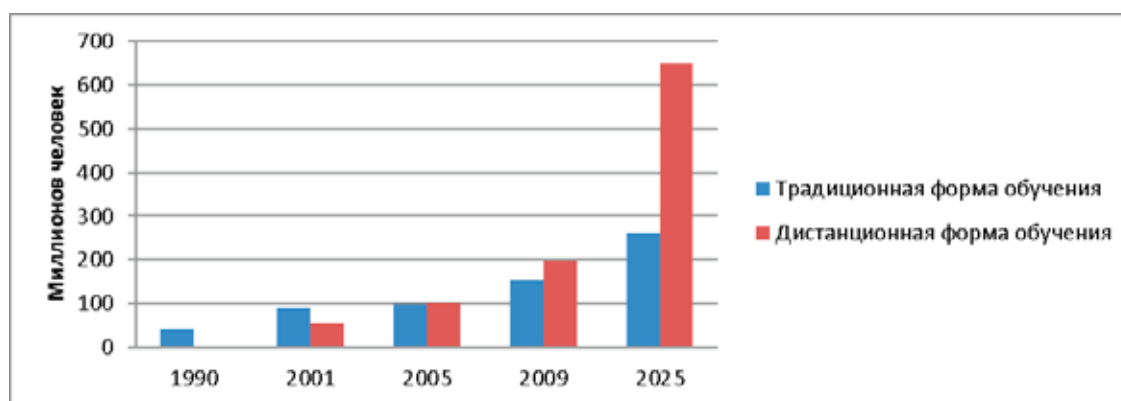


Рис. 5. Динамика роста слушателей по традиционной и дистанционной форме обучения

По прогнозам в 2015 году рынок дистанционного обучения во всем мире достигнет 107 млрд. долларов, а к 2025 году он должен удвоиться и достичь величины в 215 млрд. долларов (рис. 4). [5], [9], [10]

Бурное развитие рынка дистанционного образования и его доступность обеспечило быстрый рост слушателей, получающих образование с помощью электронного обучения уже в 2005 году число слушателей, обучающихся по программам e-learning, превысило число слушателей, обучающихся по традиционной форме обучения. По прогнозу к 2025 году число обучаемых по дистанционной форме может достичь 650 миллионов человек (рис. 5). [5], [9], [10], [11], [12], [13]

В заключении можно сделать следующие выводы:

- мировой рынок электронного образования развивается очень быстрыми темпами, лидерами являются Северная Америка и Западная Европа;
- по темпам роста рынка дистанционного образования на первое место вышли страны Азии, которые опережают страны Западной Европы почти в три раза, а страны Северной Америки в четыре раза;
- количество слушателей, обучающихся по дистанционной форме, по прогнозу к 2025 году может превысить в 2,5 раза число слушателей, обучающихся по традиционной форме обучения.

Литература:

1. Т. Ю. Прокофьева Становление и развитие дистанционного обучения в мире, Проблемы местного самоуправления № 5 (29), 2008 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.samoupravlenie.ru/29-09.php/>
2. А. В. Батаев Обзор технологий электронного обучения в инженерно-экономическом образовании, Молодой ученый. 2015. № 16 (96). с. 272–275.
3. А. В. Батаев Анализ использования облачных технологий в сфере e-learning, Молодой ученый. 2015. № 18 (98), с. 245–247.
4. А. В. Батаев Перспективы развития курсов MOOC в e-learning, Молодой ученый. 2015. № 19 (99), с. 359–362
5. Обзор Мирового и российского рынка электронного обучения, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ra-kurs.spb.ru/2/0/3/1/?id=42%20>
6. Онлайн-образование (мировой рынок), [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Онлайн-образование_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Онлайн-образование_(мировой_рынок))
7. Африка — наиболее динамичный рынок e-Learning на планете, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web-in-learning.blogspot.co.uk/2013/01/e-learning-ambient-insight.html>
8. 10 свежих фактов об e-Learning, которые вы должны знать, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://geektimes.ru/company/teachbase/blog/247454/>
9. Прогноз мирового рынка e-learning в области высшего образования, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://webinform.ru/digitolog/analytics/2007/09/27/e-learning.html>
10. Е. Р. Миннаев Дистанционное образование в России: реальные условия и проблемы развития, Высшее образование в России. № 11, 2008
11. Самые популярные в мире специальности, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gate1.com.ua/issledovaniya-gate1/1568/>
12. Волкова, В. Н., Широкова С. В. Разработка критериев инновационности учебно-методических комплексов. Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2008. № 2, с. 24–29.
13. Родионов, Д. Г., Кушнева О. А., Терентьева Н. А. Международный авторитет Российской высшей школы: проблемы и пути решения. Инновации. 2013. № 9 (179), с. 81–87.

Система управления устойчивым развитием градообразующих предприятий

Бегун Татьяна Васильевна, старший преподаватель
Оренбургский государственный медицинский университет

Настоящая статья посвящена проблемам управления устойчивым развитием градообразующих предприятий. В ней рассмотрены элементы системы управления, представлен процесс управления устойчивым развитием предприятия.

Ключевые слова: развитие, устойчивое развитие, управление, система управления, процесс управления, методы управления, градообразующее предприятие.

Существует множество позиций и других подходов, отражающих разнообразное отношение к управлению. В специальной управленческой литературе наиболее часто управление отождествляют с функциями (видами деятельности), интеграционным процессом, наукой и искусством, категорией людей, управляющих организацией, а также с органами или аппаратом управления. В управленческой литературе часто вместо слова управление используются: менеджмент, руководство, администрирование, организация, регулирование и т.п. Дать полное определение управлению трудно, так как это очень сложное, многогранное явление.

У В. Даля в толковом словаре термин «управлять» означает «править, давая ход, направление, распоряжаться, заведовать, быть хозяином, распорядителем чего-то,

подрядничать. Государь управляет народом, государством; министры управляют каждый своей частью» [10]. Ли Якокка считает, что управление — не что иное, как «настраивание людей на труд». А. Файоль говорил, что «управлять значит — предвидеть, организовывать, распорядиться, координировать и контролировать» [8].

Современные подходы к понятию управления формировались под влиянием существующих и возникающих школ управленческой мысли таких, как:

– школа научного менеджмента (Р. Оуэн, Ф. Тейлор, Ф. Джилбрет, Г. Эмерсон);

– административная школа (А. Файоль), в т.ч. школа рациональной бюрократии (М. Вебер), «классическая школа» (Дж. Муни, А. Рейли, Л. Урвик, Л. Гьюлик);

– школа человеческих отношений (Э. Мейо, М. Фоллетт), в т.ч. мотивационная школа (А. Маслоу, Ф. Герцберг, В. Врум, Адаме, У. Джемс, Д. Маклелланд), школа «организационного поведения» (К. Арджирис, Р. Лайкерт, А. Этциони, Б. Басе, Р. Блейк, Дж. Моутон);

– школа науки управления или количественных методов (Л. Канторович, М. Старр, Л. Берталанфи, Р. Акофф, В. Леонтьев и др.), в т.ч. школа НОТ (А. Богданов, А. Журавский, Ф. Дунаев, А. Гостев, Н. Витке, Ф. Дунаевский, П. Керженцев).

Среди подходов к управлению принято выделять:

– процессный подход впервые был предложен А. Файолем и другими представителями школы административного управления, пытавшимися описать функции менеджера. Сторонники школы процесса управления рассматривают выполнение обязанностей руководителем (функции управления) как процесс, состоящий из взаимосвязанных, но независимых друг от друга функций;

– ситуационный подход (М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури), состоит в том, что результаты одних и тех же управленческих действий в различных ситуациях могут очень сильно отличаться друг от друга. Центральным моментом ситуационного подхода является ситуация, т.е. конкретный набор обстоятельств, которые сильно влияют на объект управления в данное конкретное время. Руководители, используя ситуационный подход, должны понимать, какие приемы в большей степени способствуют достижению целей организации в конкретной ситуации;

– системный подход (Ч. Бернард, П. Друкер, и др.) рассматривающий управленческую деятельность как систему, т.е. как совокупность элементов, взаимодействующих между собой в пространстве и времени, функционирование которых направлено на достижение общей цели. Суть системного подхода — при решении любой возникающей проблемы необходимо определить границы системы, ее состав, системные свойства, взаимосвязи между ее элементами. В зависимости от анализируемых аспектов деятельности объекта, границы, состав, системообразующие свойства и типы взаимодействий между элементами могут сильно изменяться [17].

– синергетический подход рассматривается как дальнейшее развитие системного подхода, который дает специалисту новые возможности для исследования и осуществления управленческой деятельности. «Синергетика представляет собой системный подход к сложным открытым нелинейным системам с ее свойствами неустойчивости, неравновесности, бифуркации, катастрофы, самоорганизации и др». [9].

Помимо вышеперечисленных, весьма популярны в управлении программно-целевой и проектный подходы. В современном менеджменте говорится о маркетинговом подходе, ориентированном на потребителя. Можно говорить о кибернетическом, информационном, гуманистическом подходах — в таком случае заметен акцент на преимущественном использовании отдельных наук, типов ресурсов и/или соответствующей методологии в целом.

Наиболее часто употребляемые определения понятия «управление» рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1. Определение понятия «управление»

Авторы	Интерпретация понятия	Особенности интерпретации
М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури [19]	это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации	управление как процесс
П. Друкер [12]	это особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу	управление как вид деятельности
Т. А. Акимова, Ю. Н. Мосейкин [1]	это функция сложной системы, отвечающая за ее сохранение и целенаправленное развитие (теория организации устойчивого развития)	управление как функция сохранения и развития системы
Д. Клиланд, В. Кинг [14]	процесс, ориентированный на достижение определенных целей	управление как процесс
В. Б. Зотов [22]	это воздействие, «поступающее» в систему извне	управление как воздействие на систему
Л. И. Дорофеева [11]	это подготовка, принятие и реализация решений во всех областях деятельности организации, направленных на достижение запланированных целей	управление как принятие и реализация решений
А. С. Большаков [6]	это процесс распределения и движения ресурсов в организации с заранее заданной целью, по заранее разработанному плану и с непрерывным контролем результатов деятельности	управление как процесс
В. И. Мухин [20]	процесс целенаправленного воздействия на систему, обеспечивающий повышение ее организованности, достижения того или иного полезного эффекта	управление как процесс и воздействие на систему

А. И. Берг [2]	процесс перевода сложной динамической системы из одного состояния в другое путем воздействия на ее переменные...	управление как процесс перевода системы
С. В. Бобрышов, Н. В. Колосова [17]	это процесс, характеризующийся такими базисными моментами, как: целенаправленность; динамичность; системность в воздействии субъекта управления на его объект; обеспечение эффективного функционирования и развития объекта управления	управление как процесс
В. П. Сухинин, М. В. Горшенникова [7]	представляет собой осознанную целенаправленную деятельность человека, с помощью которой он упорядочивает и подчиняет своим интересам элементы внешней среды — общества, живой и неживой природы, техники, то есть понятие «управление» распространяется на все виды систем (технических, эргономических, социальных и пр.).	управление как деятельность человека
А. Г. Гладышев, В. Н. Иванов, В. И. Патрушев [21]	это особый вид профессиональной деятельности, который не только сводится к достижению целей системы, организации, но и представляет собой средство поддержания целостности любой сложной социальной системы, ее оптимального функционирования и развития	управление как профессиональная деятельность и средство функционирования системы
Л. И. Лопатников [16]	это выработка и осуществление целенаправленных управляющих воздействий на объект (систему), что включает сбор, передачу и обработку необходимой информации, принятие и реализацию соответствующих решений. Часто этим термином называют само управляющее воздействие.	управление как воздействие на систему и принятие и реализация решений

Практически во всех приведенных в таблице определениях «управления» указывается на процесс воздействия субъекта управления на объект, что свидетельствует о комплексном системном подходе.

Однако управление включает в себя не только само воздействие, но и подготовку к нему, а также и контроль за деятельностью объекта управления, и анализ полученных результатов. В этом случае управление рассматривается как непрерывный процесс (совокупность управленческих действий), который начинается с момента установления связей между субъектом и объектом и заканчивается только с прекращением взаимодействия между ними (достижением поставленных целей).

Рассматривая управление как науку, ученые выделяют концепции, теории, принципы и школы управления, а также специфические проблемы и подходы к их решению.

Говоря об управлении как искусстве, отмечают способность умело и эффективно применять на практике опыт и теоретические знания. При этом часто под управлением, подразумевают профессиональную деятельность конкретных людей (менеджеров), которые и осуществляют процесс управления.

Поскольку управление социально-экономическими системами любого уровня предполагает наличие системы управления представляется необходимым рассмотреть её состав.

В настоящее время большинство исследователей [3,5,13,15,22,23], рассматривают систему управления предприятием как «совокупность взаимосвязанных звеньев управления и определяют, как:

– «конструкция» организационной системы, которая характеризует состав, взаимосвязь звеньев управления и исполнения (объекта и субъекта управления);

– строение управляющей системы, способ ее внутренней организации, связи элементов субъекта управления между собой (порядок расположения, соподчиненность отдельных звеньев управленческого аппарата — групп, отделов, бюро), позволяющие выполнять необходимые функции управления;

– элементы системы, их связи, ее целостные свойства, если они так или иначе обеспечивают устойчивое существование системы;

– состав элементов, их права, взаимосвязи и ответственность по реализации задач управления объектом;

– взаимоотношения подразделений и должностей в организации, распределение ролей, ответственности, полномочий, а также технологической и функциональной связей, возникающих в процессах управления» [23].

То есть система управления — это совокупность звеньев, осуществляющих управление, и связей между ними.

Элементы системы управления можно охарактеризовать «рядом следующих параметров и показателей:

– функции управления, а именно специфический вид деятельности по обоснованию, выработке, принятию и выполнению управленческих решений;

– информация — совокупность сведений и данных, необходимых для обоснования, выработки, принятия и выполнения решений по достижению целей и задач организации;

– технические средства управления — совокупность технических средств, применяемых для сбора, обработки, представления и использования информации кадрами управления;

– кадры управления — работники всех уровней управления;

– технология управления — совокупность взаимосвязанных управленческих процессов, направленных на

обоснование, выработку, принятие и выполнение решений управленческих процессов;

- методы управления — совокупность способов и приемов управления, обеспечивающих достижение целей и решение задач организации;
- ОСУ — совокупность специализированных органов (подразделений — отделов, бюро, групп и т.п.) управления, взаимодействующих и взаимосвязанных между собой для достижения целей и задач организации;
- решения — акты, результат, конечный продукт управленческой деятельности, направленные на достижение целей и задач организации» [23].

Т.е. система управления — совокупность целей, задач, принципов, функций и методов, обеспечивающих взаимодействие субъекта и объекта управления в процессе проектирования, создания и доставки ценности конечным потребителям.

Согласно О.В. Шаламовой «под системой управления предприятием принято понимать выделенную в составе предприятия систему, в которой агрегированы все процессы, которые влекут изменение состава, свойств, структуры связей и отношений составляющих элементов производственно-экономической системы: рост предприятия; инновационные процессы, объединяемые в программы развития; процессы реструктуризации предприятий; процессы кризисного развития и антикризисного управления предприятием, ведущие к качественным и количественным изменениям во всех функциональных областях производственно-экономической системы; реинжиниринг бизнес-процессов предприятия, а также контуры управления системой на основе обратной связи, где решаются задачи стратегического и тактического управления и запускаются механизмы самоорганизации оперативного управления развитием» [23].

Т.о. обобщая вышеприведенные определения «системы управления» применительно к понятию «устойчивого развития градообразующего предприятия» (которое было дано нами [4]) получаем, что система управления устойчивым развитием градообразующего предприятия — это подсистема управления градообразующим предприятием, предназначенная для улучшения основных экологических, социальных и экономических показателей деятельности предприятия, наращивания потенциала предприятия и моногорода, и повышения его конкурентоспособности в стратегическом периоде.

При формировании системы управления устойчивым развитием предприятий необходимо рассмотреть следующие аспекты:

- определить условия устойчивого развития предприятия (факторный анализ и оценка);
- установить основные подсистемы предприятия, функционирующего на современном рынке, определить взаимосвязи между ними;
- определить функции, выполняемые системой управления устойчивым развитием предприятий и её подсистемами в современных условиях;

- разработать процесс управления устойчивым развитием предприятий с учётом его организационной структуры управления, включающей указанные выше подсистемы;

- определить и обосновать критерии оценки устойчивого развития предприятия;

- провести диагностику состояния и эффективности функционирования предприятия;

- разработать совокупность мероприятий, обеспечивающих устойчивое развитие предприятия в различных условиях;

- обеспечить условия для реализации разработанных мероприятий применительно к условиям деятельности данного предприятия.

Очевидно, что формирование системы управления устойчивостью предприятия требует учета влияния разнообразных факторов (внутренних, экономических, политических, рыночных, технологических, международных, факторов конкуренции и социального поведения и др.).

На рисунке 1 представлена последовательность анализа данных факторов, отражающих состояние внешней и внутренней среды предприятия и готовность его руководства осуществлять необходимые действия.

На рисунке 2 представлен процесс управления устойчивым развитием предприятия, реализация которого предполагает разработку и реализацию совокупности мероприятий, обеспечивающих устойчивое развитие градообразующих предприятий в различных условиях их деятельности.

Управление устойчивым развитием предприятия должно быть основано на принципах и методах управления. Методы и принципы должны иметь значимость для предприятия, ориентированы на его развитие, а также должны учитывать соответствующие документы ООН и других международных соглашений по правам человека, этические нормы, трудовое право и требования охраны окружающей среды.

Совокупность основных методов управления устойчивым развитием предприятия представлена на рисунке 3, принципы управления — в таблице 2.

Так, формирование системы управления устойчивым развитием предприятий предполагает:

- создание элементов и их взаимосвязей, образующих открытую систему, являющуюся частью предприятия, как системы;

- необходимость учета особенностей и последовательности этапов его проектирования, создания, использования и оптимизации;

- внедрение основных положений стратегического и оперативного менеджмента, способствующих четкой постановке задач и реализации плана мероприятий по формированию системы устойчивого развития предприятия.

Подводя итог, можно сделать следующий вывод: устойчивое развитие градообразующих предприятий непосредственно связано с устойчивостью каждого отдель-



Рис. 1. Последовательность анализа факторов, отражающих состояние внешней и внутренней среды предприятия



Рис. 2. Процесс управления устойчивым развитием предприятия

ного элемента системы социально-экономического развития как предприятия, так и моногорода. Вероятно, что устойчивое развитие градообразующего предприятия определяется устойчивостью управляемости системы, а также реакцией (скорость и качество) системы управления предприятием под воздействием факторов

внешней среды с целью недопущения развала управляемой системы и выхода параметров ее функционирования за определенные рамки. При этом возникает необходимость в разработке организационной структуры службы управления устойчивым развитием предприятия.



Рис. 3. Основные методы управления устойчивым развитием предприятия

Таблица 2. Принципы управления устойчивым развитием предприятия

Принцип	Содержание принципа
Адаптивности	Предприятие, как открытая система, должно быть адаптивным, т.е. приспосабливаться к изменению во внешней среде для того, чтобы продолжить устойчивое развитие на долгосрочную перспективу. Основным условием адаптивности является гибкость стратегического управления предприятием.
Инклюзивности (вовлеченности)	Стороны, интересы которых зависят от решений и действий организации, должны иметь возможность выражать свои мнения и интересы. Данная информация собирается постоянно и организовано.
Соблюдения этических норм	Достигается при соблюдении этических требований при взаимодействии с другими организациями и лицами. Решения и действия предприятия должны быть обоснованными и соответствовать юридическим обязательствам и нормам права.
Прозрачности	Предприятие предоставляет причастным сторонам всю имеющуюся и необходимую для эффективного взаимодействия информацию.
Перспективности	Принимаемые решения носят стратегический, долговременный характер, направлены на эффективное функционирование предприятия в будущем
Целеориентированности	Достижение такого соотношения между элементами, при котором у предприятия будут сохраняться долгосрочные стимулы устойчивого развития.
Целостности	Достигается на основе единства следующих функций: способность обновления (воспроизводства), дополнения недостающих элементов и преобразования себя в качественно новую систему, сохранение финансового равновесия. Речь идет о сбалансированности и пропорциональности элементов его деятельности: операционной, инвестиционной и финансовой.
Рационального природопользования	Достигается на основе неистощительного использования возобновимых ресурсов, оптимального уменьшения использования невозобновимых ресурсов и расширенного использования вторичных ресурсов, утилизации, обезвреживания и захоронения отходов, разработке для этих целей соответствующих технологий.
Ориентации на инновационный путь развития	Развитие базируется на инновационной деятельности, преимущественно на новых ресурсосберегающих технологиях.

Литература:

1. Акимова, Т.А. Экономика устойчивого развития: Учеб.пособие// Т.А. Акимова, Ю.Н. Мосейкин. — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. — 430 с. 5
2. Аксель Иванович Берг. 1893–1979 / [ред. — сост. Я.И. Фет; сост.: Е.В. Маркова, Ю.Н. Ерофеев, Ю.В. Грановский; отв. ред. А.С. Алексеев] — М.: Наука, 2007. — 518 с. 7
3. Бегун, Т.В. Устойчивое развитие моногородов: проблемы и перспективы / Т.В. Бегун // Инновационное развитие малых городов России: научный, технологический и образовательный потенциал: материалы Международной научно-практической конференции (г. Мелеуз, 31 октября 2013 г.). — Мелеуз, 2013. — с. 20–23.
4. Бегун, Т.В. Градообразующее предприятие: понятие, критерии отнесения, классификация // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2015. — № 2 (7). — С.36–41.
5. Богатко, А.Н. Система управления развитием предприятием (СУРП). / А.Н. Богатко // М.: Финансы и статистика, 2010. — 240 с. 22
6. Большаков, А.С. Менеджмент: Учебное пособие / А.С. Большаков. — СПб.: Издательство «Питер», 2000. — 160 с. 23
7. Введение в менеджмент: уч. пособие /В. П. Сухинин, М.В. Горшенина / Самар. гос. техн. ун-т., филиал в г. Сызрани. — Сызрань, 2010. — 114 с. 29
8. Вергилес, Э.В. Анализ принципов управления Анри Файоля. / Э.В. Вергилес. — Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики, 2001. — 28с. 30
9. Гапоненко, А.Л. Стратегическое управление: учебник / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. — М.: Омега-Л, 2011. — 464 с. 40
10. Даль, В. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. — М., 1999. Т. 2. — 640 с. 52
11. Дорофеева, Л.И. Менеджмент. Конспект лекций / Л.И. Дорофеева. — М. Издательство: Эксмо. — 2007. — 192 с. 55
12. Друкер, П.Ф. Управление, нацеленное на результаты: пер. с англ. / П.Ф. Друкер. — М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. — 191 с. 56

13. Егорычев, С. А. Управление устойчивым развитием муниципальных образований. Дисс... канд.экон.наук. / С. А. Егорычев. — Оренбург, 2015. — 217 с. 57
14. Клиланд, Д. Системный анализ и целевое управление. Пер. с англ. / Д. Клиланд, В. Кинг. — М.: Наука, 1974. — 265 с. 77
15. Кучин, Б. Л. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость. / Б. Л. Кучин, Е. В. Якушева// — М.: Экономика, 2010. — 118 с. 99
16. Лопатников, Л. И. От плана к рынку: карманная энциклопедия / Л. И. Лопатников. — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. — 168 с. 101
17. Менеджмент: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. Ю. А. Цыпкина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 439 с. 111
18. Мескон, М. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М.: Дело, 2002. — 704 с.
19. Мухин, В. И. Исследование систем управления / В. И. Мухин. — М.: Издательство «Экзамен», 2006. — 479 с. 121
20. Основы социального управления: Учебное пособие / А. Г. Гладышев, В. Н. Иванов, В. И. Патрушев и др. Под ред. В. Н. Иванова. — М.: Высш. шк., 2001. — 271 с. 130
21. Система муниципального управления: Учебник для вузов. 4-е изд. (исправленное и дополненное) / Под ред. В. Б. Зотова — СПб.: Питер, 2005. — 512 с. 161
22. Шаламова, О. В. Формирование системы управления устойчивым развитием промышленных предприятий (на примере машиностроения) Дисс... канд. экон. наук. / О. В. Шаламова. — Оренбург, 2013. — 209 с. 197

Влияние экономических санкций на состояние экономической безопасности РФ

Белоусова Румия Наильевна, студент
Оренбургский государственный университет

В статье рассматриваются терминологические аспекты и классификация составных элементов экономической безопасности, приводится аналитика состояния экономической безопасности страны и ее угроз в условиях экономических санкций ряда государств.

Ключевые слова: экономическая безопасность, структура экономической безопасности, внутренние и внешние угрозы, экономические санкции.

Актуальность: Учитывая современные реалии: нестабильность мировой экономики, политические разногласия с одной стороны и развитие взаимовыгодных отношений в рамках интеграционного объединения с другой, России необходимо уделить особое внимание экономической безопасности для обеспечения стабильного развития экономики нашей страны. Необходимо акцентировать внимание на проблемах, возникших в результате введения антироссийских санкций. Влияние санкций на экономику России отражается на различных сферах жизни населения. И первоочередной задачей в сложившихся условиях является обеспечение благосостояния граждан, ведь это является основным показателем развитости государства.

Обеспечение собственной безопасности всегда играло первостепенную роль для любого государства. Если раньше, под обеспечением безопасности подразумевалась защита собственных территориальных границ, то с развитием мировой экономики и всеобщей глобализации все чаще стали говорить об экономической безопасности государства.

Проблемы современных реалий: политический кризис, нарастающая враждебность западных стран, применение экономических санкций подрывают стабильное развитие экономики России. Сложившаяся ситуация на мировой

арене способствует увеличению интереса к обеспечению экономической безопасности нашей страны. Однако повышенное внимание к данному экономическому явлению со стороны представителей науки не способствовало унификации понятия «экономическая безопасность».

На сегодняшний день существует множество различных трактовок термина «экономическая безопасность».

Впервые понятие термина «экономическая безопасность» в нашей стране было рассмотрено отечественным академиком Л. И. Абалкиным. По его мнению данный термин означает «... совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и самосовершенствованию». [1]

В Большом экономическом словаре под «экономической безопасностью» понимается состояние юридических, экономических отношений, организационных связей, материальных и интеллектуальных ресурсов предприятия, при котором гарантируется стабильность его функционирования, финансово-коммерческий успех, прогрессивное научно-техническое и социальное развитие [2].

По мнению А. Колосова «экономическая безопасность — это состояние защищенности от негативных

воздействий и нанесения вреда хозяйственной деятельности» [3]. Другой российский ученый, В.К. Сенчагов, рассматривает экономическую безопасность как «состояние экономики и институтов власти, при котором обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социально направленное развитие страны в целом, достаточный оборонный потенциал даже при наиболее неблагоприятных условиях развития внутренних и внешних процессов» [4].

Проводя анализ существующих трактовок термина, можно провести их группировку:

1) Сущность экономической безопасности в создании таких условий, которые обеспечивали бы развитие экономики и защиту национального хозяйства от различного вида угроз. Такого мнения придерживаются ученые Л. Абалкин и В. Медведев.

2) Группа ученых (А. Пороховский, В. Сенчагов, А. Татаркин) считают, что главной задачей экономической безопасности является такое состояние экономики страны, которое позволило бы обеспечить защиту ее жизненно важных интересов.

3) Мнения, что экономическая безопасность является составляющей эффективной деятельности государства придерживаются А. Архипов, А. Городецкий, Б. Михайлов, А. Илларионов.

Учитывая все представленные мнения можно говорить о том, что экономическая безопасность — это такое состояние, в котором государство может самостоятельно бороться как с внутренними, так и с внешними угрозами, а также обеспечивать стабильное развитие национальной экономики, тем самым способствуя международной экономической интеграции с другими государствами.

Говоря об экономической безопасности, следует также уделить внимание ее структуре. В зависимости от сфер экономической деятельности выделяют следующие виды экономической безопасности:

- производственно-техническая;
- валютно-кредитная;
- инфляционная;
- сырьевая;
- внешнеэкономическая;
- промышленная (рисунок 1) [5].

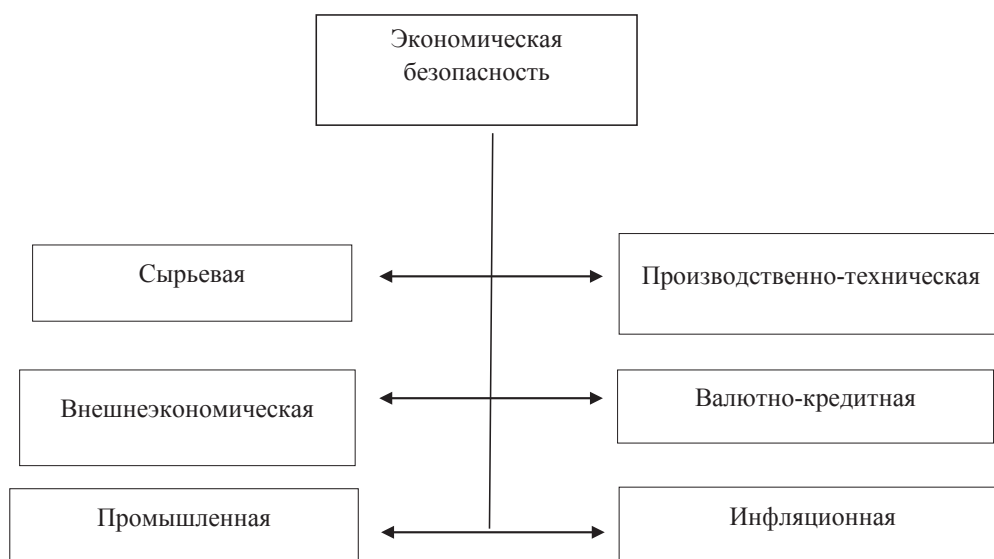


Рис. 1. Основные виды экономической безопасности

Согласно еще одной классификации структура экономической безопасности представлена следующими показателями:

- финансовая безопасность;
- энергетическая безопасность;
- оборонная безопасность;
- продовольственная безопасность.

Финансовая безопасность как составляющая экономической безопасности представляет собой такое состояние государства, при котором оно может обеспечивать благоприятные условия для развития рыночных институтов.

Энергетическая безопасность — состояние топливно-энергетических отраслей. Учитывая то, что Россия

является основным поставщиком сырьевых ресурсов в зарубежные страны, обеспечение энергетической безопасности имеет важное значение для нашей страны.

Оборонная безопасность — это обеспечение безопасности государственных границ и готовность к отражению угроз извне.

Структурная составляющая экономической безопасности — продовольственная безопасность является показателем развитости агропромышленного комплекса страны и удовлетворения потребности населения в продовольствии.

С конца 1990-х гг. прошлого века Россия обратила особое внимание на развитие системы обеспечения эко-

номической безопасности государства. Указ Президента РФ «О государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации (Основные положения)» был подписан 29 апреля 1996 г [6].

Данная стратегия была разработана для защиты государства от угроз экономической безопасности. Угрозы экономической безопасности — такие явления и процессы, которые отрицательно влияют на экономическое состояние страны, ограничивают экономические интересы личности, общества, государства, создают опасность национальным ценностям и национальному образу жизни [7].

Основные угрозы экономической безопасности можно разделить на внешние и внутренние.

Внешние угрозы — это факторы, влияющие на развитие экономики нашей страны извне, к ним относятся: колебания цен на нефть, изменение курса рубля к зарубежной валюте.

Внутренние угрозы — это неспособность государства обеспечить устойчивое развитие экономики. Факторами внутренних угроз могут выступать слабый управленческий аппарат, неэффективная система государственного регулирования.

Основными угрозами экономической безопасности, с которыми пришлось столкнуться Российской Федерации за последние десятилетия были:

- низкая инвестиционная активность (причины: неблагоприятная атмосфера для развития бизнеса, сложность урегулирования организационно-правовых условий);
- отток капитала за рубеж;
- низкая конкурентоспособность отечественных товаров и, как следствие, высокая импортозависимость.

К основным угрозам экономической безопасности России на сегодняшний день добавились санкции, применяемые странами Евросоюза и США. Что же такое санкции? Санкции — это определенные меры, применение которых может привести к неблагоприятным последствиям для лица, в отношении которого данные санкции применяются.

Причиной ввода экономических санкций послужило присоединение полуострова Крым к Российской Федерации, а также разрастание военного конфликта на территории Украины.

Введенные антироссийские санкции сводятся к трем основным направлениям.

Первая группа санкций направлена на запрет экспорта в Россию ряда товаров (основную долю которых занимают высокотехнологичные товары и товары военно-промышленного комплекса).

Вторая группа санкций носит финансовое направление, связанное с запретом на приобретение российскими банками кредитов за рубежом.

Третье направление санкций — персональные санкции. Они направлены на определенную группу лиц (в основном это представители политики и бизнеса, крупные чинов-

ники) и представляют собой запрет на въезд в страну и открытие на ее территории банковских счетов.

Экономические санкции в случае их сочетания с иными мерами воздействия (к примеру военно-политического характера) могут иметь значительный успех в достижении дестабилизации экономической и политической системы управления. Именно этого добиваются зарубежные страны. Однако утверждать, что применение санкций несет за разрушительные последствия ошибочно.

После введения антироссийских санкций прошло уже больше года и анализируя сложившуюся ситуацию, можно говорить о том, что санкции оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на экономическую безопасность России.

По мнению российского экономиста Сергея Гуриева, санкции — «это не катастрофическое развитие событий, но достаточно существенный удар по российской экономике» [8].

Основные отрасли, пострадавшие от введения санкций — военно-промышленная и космическая. Запрет на ввоз высокотехнологичного оборудования и материалов поставил под вопрос дальнейшее развитие данных отраслей. Однако по заявлению руководителя Объединенной ракетно-космической корпорации Россия нашла выход из этой ситуации. Наша страна будет закупать недостающее оборудование в азиатских государствах: Китае, Южной Корее, Индии и других.

Еще одним значительным минусом от введения стало снижение инвестиционной активности крупных российских компаний таких как Лукойл, Роснефть, Газпром, Новатэк. В связи с этим увеличились расходы государственного бюджета на поддержку данных компаний. Источниками средств для пострадавших компаний стал Фонд национального благосостояния, а также пенсионные накопления граждан.

Влияние антироссийских санкций сказалось и на товарообороте нашей страны. Вследствие падения курса рубля и введения эмбарго на некоторые группы иностранных товаров, наблюдается падение объемов импорта (рисунок 2).

Исходя из данных, представленных в диаграмме можно сделать вывод о том, что произошло резкое сокращение импорта продовольствия и напитков из стран ЕС (в большей мере это Германия, Норвегия, Финляндия, Польша).

Значительный спад произошел в отношении импорта молока и молочных продуктов (Рисунок 3).

Если рассматривать такой структурный раздел нашей экономики как торговля энергоресурсами, то в данном направлении значительных изменений пока не произошло. Это объясняется тем, что обычно договоры на поставку нефти и газа заключаются на продолжительный период времени. Поиск альтернативных источников поставки энергии также займет определенное время, следовательно, основные партнеры в данной области останутся прежними (Рисунок 4) [9].

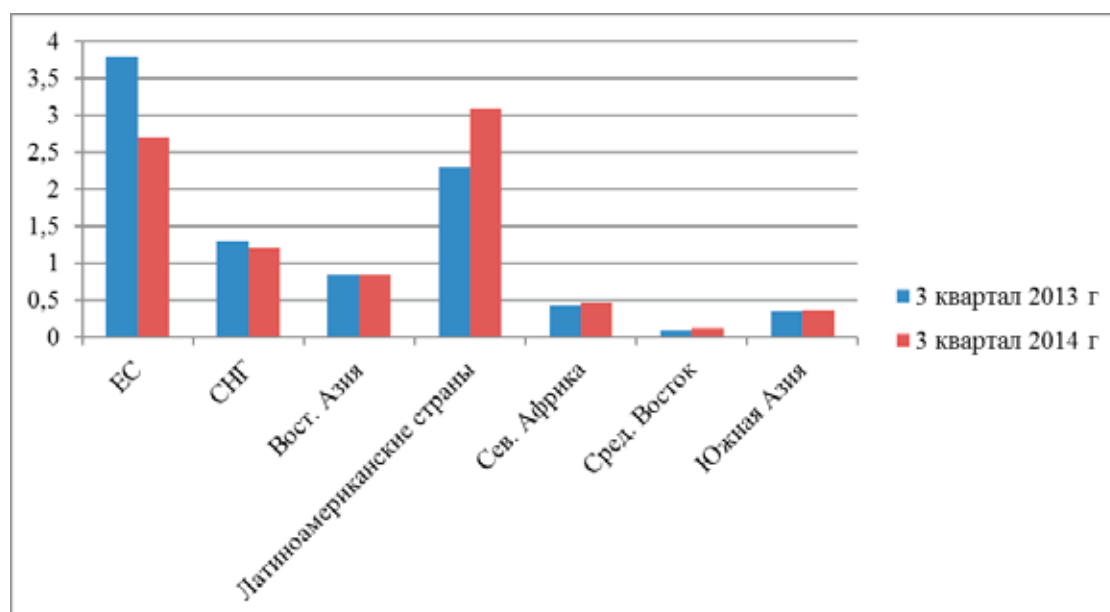


Рис. 2. Объем российского импорта продовольственных товаров и напитков: 3 квартал 2013 г и 3 квартал 2014 г (млрд. долл. США)

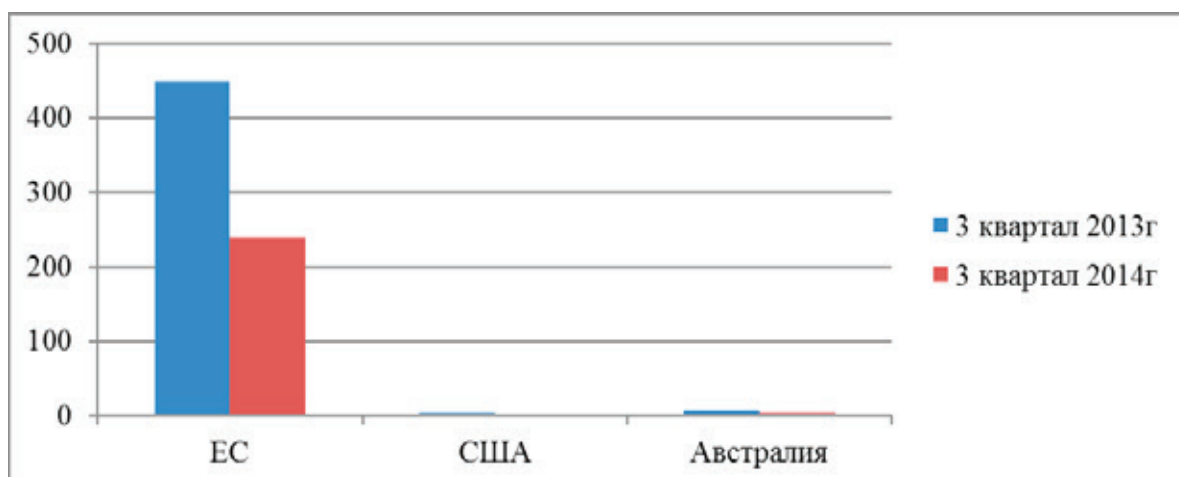


Рис. 3. Объем российского импорта молочных продуктов: 3 квартал 2013 г и 3 квартал 2014 г (млрд. долл. США)

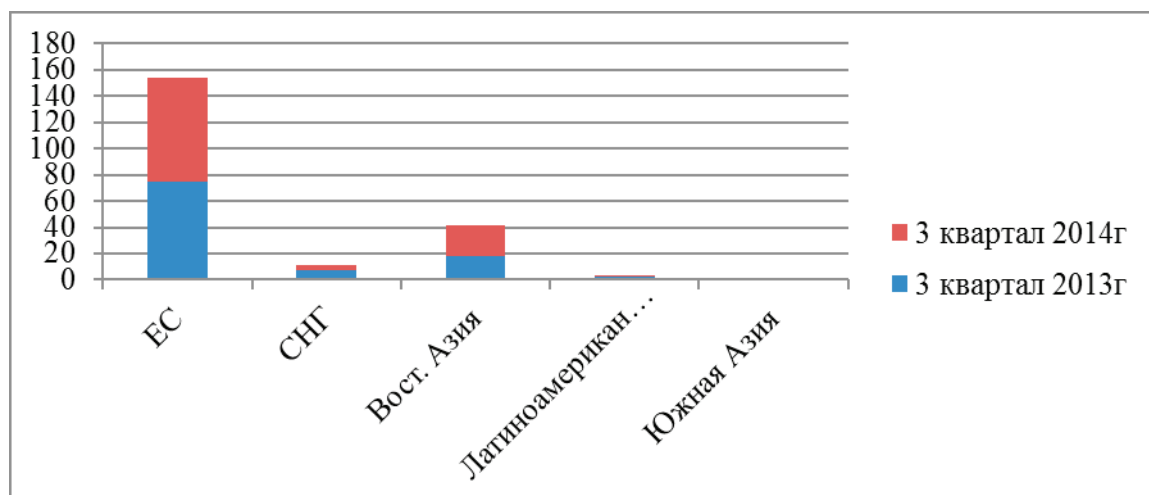


Рис. 4. Стоимость российского экспорта горюче-смазочных материалов: 3 квартал 2013 г. и 3 квартал 2014 г. (млрд. долл. США)

Как мы можем наблюдать, за короткий промежуток времени санкции оказали значительное влияние на все структурные составляющие экономической безопасности нашей страны — на сферы оборонного комплекса, продовольственную отрасль, финансовый сектор. Произошло значительное снижение экономического роста, товарооборота и развития высокотехнологичных отраслей. И проводить окончательную оценку последствий от введения санкций для нашей страны еще рано [10,11,12].

Подводя итог, можно отметить, что первостепенной задачей для Российской Федерации является достижение благосостояния и безопасности граждан. И обеспечение экономической безопасности страны является одним из инструментов в достижении этой цели. В сложившейся

ситуации геополитической напряженности и применения санкций, как никогда следует обратить внимание на развитие института экономической безопасности. Учитывая современные реалии, следует искать альтернативные пути решения возникших проблем. К примеру, снижение потока импорта должно стать стимулом для развития отечественного продовольственного сектора, высокотехнологичных отраслей.

Насколько долго продлится мировой политический и экономический кризис нам не известно, но в наших силах создать прочную основу для устойчивого развития нашей экономики.

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда, грант № 15–32–01291.

Литература:

1. Абалкин Л. И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение / Л. И. Абалкин // Вопросы экономики. — 1994. — № 12. — с. 4.
2. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь / А. Н. Азрилиян. — М.: Институт новой экономики, 2007. — 1472 с.
3. Колосов А. В. Экономическая безопасность хозяйственных систем / А. В. Колосов. — М.: РАГС, 2001. — 314 с.
4. Сенчагов В. К. Экономическая безопасность России / В. К. Сенчагов. — М.: «Дело», 2005. — 896 с.
5. Климонова А. Н. Основные подходы к исследованию понятий «экономическая безопасность» и «экономическая безопасность государства» / А. Н. Климонова // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — № 8. — с. 54–60
6. Государственная стратегия экономической безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 29.04.1996 N 608 «О государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации (Основных положениях)» // Консультант Плюс: справочно-правовая система. — Москва: КонсультантПлюс, 1997–2015. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
7. Беспалова К. В. Экономическая безопасность РФ / К. В. Беспалова // Экономические науки. — 2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://novainfo.ru/archive/14/ekonomicheskaya-bezopasnost-ri>
8. Полный список новых санкций Евросоюза против России. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.1tvnet.ru/content/show/polnii-spisok-novih-sankcii-evrosoyuza-protiv-rossii_30076.html
9. Доклад об экономике России № 33 апрель 2015 г. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/eca/russia/rer33-rus.pdf>
10. Панкова С. В., Попов В. В. Факторный анализ как метод оценки рисков совершения торгово-экономических операций в рамках таможенного союза / С. В. Панкова, В. В. Попов // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). — 2012. — № 9 (17). — с. 13.
11. Попов В. В. Риски при совершении торгово-экономических операций и способы их оценки / В. В. Попов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. — 2012. — № 10 (46). — с. 37.
12. Попов В. В., Новикова Ю. В. Оценка сбалансированности социально-экономического развития муниципальных образований Оренбургской области / В. В. Попов, Ю. В. Новикова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. — 2014. — № 7 (67). — с. 34.

Некоторые аспекты механизма финансово-экономической гармонизации финансовых рынков ЕАЭС

Блинова Надежда Александровна, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Ключевые слова: гармонизация финансовой сферы, риски гармонизации, механизм гармонизации.

Blinova Nadezda Alexandrovna, candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer
Federal State-Funded Educational Institution of Higher Professional Education Plekhanov Russian University of Economics

Keywords: Harmonisation of the financial sector, the risks of harmonisation, harmonisation mechanism

При процессах экономической интеграции и гармонизации законодательства о финансовых рынках стран ЕАЭС следует выявить приоритетные сферы гармонизации. Раскрытие сфер гармонизации позволит отдельно провести анализ необходимого уровня «безопасной, безрисковой» интенсивности унификации, скорости интеграционных процессов, объем рынков, услуг, подлежащих интеграции, объем и виды рисков, которые следует оценить, до запуска отдельных интеграционных процессов). Исходя из подхода в гармонизации «минимизации рисков» следует гармонизировать сферы с наименьшей «угрозой» для национального финансового рынка РФ. Для чего целесообразно оценить угрозы финансового рынка РФ в текущем периоде и отслеживать возможности возникновения рисков в соответствии с графиком интеграционных процессов финансовых рынков ЕАЭС. Исходя из определенных сфер гармонизации, среди которых выделим такие как:

- страховой рынок (по объекту страхования, емкости рынка);
- пенсионное и иное социальное обеспечение;
- кредитный рынок (межбанковского кредитования);
- кредитный рынок (кредитования юридических лиц производственной сферы);
- кредитный рынок (кредитования юридических лиц непроизводственной сферы);
- кредитный рынок (кредитования СМП);
- кредитный рынок (кредитования физических лиц);
- валютный рынок (обслуживание экспортно-импортных операций);
- рынок ценных бумаг (государственные долговые);
- рынок ценных бумаг (корпоративные долговые);
- рынок ценных бумаг (корпоративные долевы);
- другие,

необходимо сформулировать цели и задачи работы по гармонизации и интеграции как в текущем периоде времени так на будущее. При анализе рисков по данным сферам гармонизации финансов стран ЕАЭС необходимо получить согласие стран на использование данных для необходимой оценки глубины интеграции или закрепить перечень финансовых и иных показателей, предоставляющих странами ЕАЭС для отслеживания изменений (углубления, направления) интеграционных процессов.

При гармонизации отдельных сфер возможно использование положительного опыта реализации подобных задач в рамках развития сотрудничества БРИКС, «масштабнейшей и абсолютно уникальной задачи, как интеграция Крыма, то есть Республики Крым и Севастополя, в структуру Российской Федерации». [1] Заслуживают внимание и особенности интеграционных процессов в странах ЕС, на примере которых видны как положительные, так и отрицательные последствия гармонизации или интеграции. При этом, речь идет исключительно об анализе и применении методов преодоления трудностей, возникших из-за различий законодательства различных государств. Особое значение имеет не только график гармонизации, но и последовательность решений, в рамках осуществления интеграционных процессов, а также «момент» принятия того, либо иного интеграционного решения. Так, зафиксированный определенным спад отечественной экономики в январе — феврале на 1,9% (по данным Минэкономразвития РФ) имеет в том числе и некоторую «финансово-кредитную» составляющую. Поскольку, к примеру, эффективность банковской деятельности в предстоящем периоде падала, вводя коррективы и в совокупные показатели экономического роста. По данным ББС № 8 (225), представленным в Таблице № 1 «Финансовые результаты деятельности кредитных организаций» видно существенное сокращение объема прибыли месяц к месяцу достигающему падения в абсолютном значении в 1,96 раза до 451 млрд. руб. в июне 2014 г. к июню 2013 г., в 2,43 раза до 337 млрд. руб., в мае 2014 г. к маю 2013 г., в 2,58 раза до 291 млрд. руб. в апреле 2014 г. к апрелю 2013 г. Кроме того, отметим возрастающую долю кредитных организаций, имеющих убытки, число которых вырастает к 1 июля 2014 года до 23,1%. Данные факторы сформировали предпосылку сокращения (сужения) финансового рынка РФ в части банковского сектора, что несомненно сказалось на экономических результатах 1 квартала 2015 г. При этом «ключевой причиной» называют «накопленные структурные дисбалансы, и в первую очередь рост доли конечного потребления и текущего потребления в экономике с 66,7% в 2008 году до 73% в 2014 году. Увеличение конечного потребления уменьшает долю инвестиций, а без инвестиций говорить о росте невозможно». [1]

Таблица 1

Финансовые результаты деятельности кредитных организаций

	Объем прибыли (+) / убытков (—) текущего года, млн. руб.	Объем прибыли текущего года по прибыльным кредитным организациям, млн. руб.	Удельный вес кредитных организаций, имевших прибыль, %	Объем убытков текущего года по убыточным кредитным организациям, млн. руб.	Удельный вес кредитных организаций, имевших убыток, %	Использовано прибыли текущего года, млн. руб.
2012 год						
1.12	930 133	941 277	91,0	11 144	9,0	186 336
2013 год						
1.01	1 011 889	1 021 250	94,2	9 361	5,8	210 230
1.02	80 276	95 626	81,3	15 350	18,7	15 574
1.03	151 402	171 514	81,8	20 113	18,2	33 841
1.04	239 442	247 730	87,3	8 287	12,7	52 588
1.05	323 594	330 725	83,6	7 131	16,4	63 445
1.06	391 208	400 396	82,0	9 188	18,0	81 146
1.07	491 388	501 118	86,2	9 730	13,8	97 023
1.08	571 462	581 436	84,0	9 974	16,0	110 964
1.09	653 601	664 564	84,0	10 963	16,0	126 850
1.10	751 425	761 729	87,2	10 303	12,8	142 366
1.11	820 133	830 672	85,4	10 539	14,6	159 446
1.12	884 297	897 490	84,0	13 193	16,0	174 630
2014 год						
1.01	993 585	1 012 252	90,5	18 668	9,5	192 178
1.02	94 638	103 457	77,2	8 820	22,8	13 048
1.03	169 852	184 305	75,6	14 452	24,4	30 497
1.04	232 076	248 049	80,6	15 973	19,4	45 888
1.05	291 704	314 348	74,2	22 644	25,8	48 571
1.06	337 638	382 025	73,2	44 387	26,8	65 495
1.07	451 386	486 637	76,9	35 251	23,1	77 421

Состояние кредитной сферы в дальнейшем с определенным лагом оказывает влияние на все другие сферы экономики, и в первую очередь на реальный сектор. Следовательно, при осуществлении гармонизации, следует учитывать и подобные процессы в странах ЕАЭС. Отметим, что гармонизация законодательства стран ЕАЭС непосредственно в банковской сфере может потребовать двусторонних (а в перспективе 4-х сторонних) изменений, что может существенно повысить риски бан-

ковского сектора РФ. Для минимизации данных рисков следует «подготовить» законодательство и банковское сообщество к интеграции, совместными усилиями выявив прежде всего «угрозы» интеграции. Некоторые другие характеристики состояния кредитного рынка представлены в таблицах № 2–5* (ББС № 8 (225)). При этом, особое внимание обращает на себя общий средний дневной оборот валют на внутреннем валютном рынке РФ с валютами стран ЕАЭС.

Таблица 2

Основные показатели среднего оборота рынка межбанковских кредитов (депозитов) и операций РЕПО

(млн. руб.)

	Российский рубль				Доллар США				Евро				Прочие			
	депозитные операции		РЕПО		депозитные операции		РЕПО		депозитные операции		РЕПО		депозитные операции		РЕПО	
	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами
2013 год																
январь	396 742	110 712	62 822	3 352	142 680	734 601	245	2 016	27 633	91 149	28	—	15	4 867	—	—
февраль	335 648	104 019	73 640	2 671	81 673	833 193	238	2 041	20 575	103 729	—	—	1	7 815	35	—
март	341 620	111 405	64 079	1 905	76 834	946 257	87	1 745	12 538	99 621	—	—	36	13 694	17	—
апрель	347 852	101 399	63 967	3 881	64 470	1 018 099	1 476	3 741	14 680	118 329	—	—	9	6 451	134	—
май	353 840	101 421	63 609	4 110	51 073	1 100 295	1 527	3 665	8 984	105 465	—	—	2	8 096	193	—
июнь	351 046	101 256	70 911	4 820	69 128	1 314 004	2 280	2 619	18 879	83 973	6	—	54	5 406	186	—
июль	334 931	81 518	69 210	3 523	70 109	1 161 362	3 575	3 178	7 359	124 510	—	—	1	8 898	194	—
август	348 380	63 689	79 254	4 160	71 935	1 140 255	4 067	3 298	5 907	106 822	—	2	1	8 320	191	—
сентябрь	361 200	60 663	68 791	3 431	65 915	936 865	3 577	2 376	6 995	102 572	—	—	1	6 631	171	—
октябрь	324 448	58 289	78 802	3 677	78 568	868 307	4 014	1 267	17 763	105 116	—	—	13	8 469	185	—
ноябрь	318 510	62 243	84 969	2 830	94 372	737 153	5 417	2 316	5 148	110 960	11	—	1	7 001	202	—
декабрь	320 768	69 467	94 932	3 889	97 318	662 428	4 335	2 100	10 623	94 847	—	3	240	13 644	414	—
2014 год																
январь	364 208	74 845	115 387	4 523	163 605	975 558	5 812	5 434	9 899	104 044	—	—	2	9 004	193	—
февраль	305 361	65 081	129 266	4 358	144 596	1 043 405	5 484	2 678	4 180	150 981	—	—	3	14 509	954	—
март	289 621	72 191	97 752	3 946	44 220	691 372	7 805	4 730	3 799	254 361	2	—	185	19 129	1 081	—
апрель	355 518	79 703	94 035	2 244	31 427	579 518	6 007	4 383	4 242	259 214	—	—	7	18 371	861	—
май	354 805	63 114	101 489	2 110	51 398	539 674	6 227	3 056	1 654	389 562	2	—	5	15 283	730	—
июнь	353 721	68 867	115 949	3 427	50 797	549 352	8 080	3 232	2 082	217 316	31	1	185	10 473	955	—
июль	370 819	73 540	120 448	3 758	48 897	548 207	7 015	4 806	2 085	61 828	—	22	11	9 203	484	2

Таблица 3

Средний дневной оборот рынка межбанковских кредитов (депозитов) и операций РЕПО в разбивке по срокам

(млн. руб.)

	Июль 2014 года															
	Российский рубль				Доллар США				Евро				прочие			
	депозитные операции		РЕПО		депозитные операции		РЕПО		депозитные операции		РЕПО		депозитные операции		РЕПО	
	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами	между резидентами	с нерезидентами
Овернайт	295 121	60 439	102 877	2 657	41 226	505 506	21	—	888	59 641	—	—	—	8 998	—	—
1 неделя ¹	41 931	11 305	14 383	970	1 619	32 939	2 574	2 976	1 089	1 315	—	—	—	22	18	—
2 недели ¹	4 481	83	315	65	222	1 388	1 086	837	4	218	—	—	1	11	—	—
1 месяц ²	7 325	696	1 675	—	4 040	2 253	2 067	—	1	327	—	—	10	59	112	—
2 месяца ²	629	26	67	—	28	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
3 месяца ²	3 117	70	5	—	38	1 135	69	745	—	136	—	—	—	11	—	—
6 месяцев ²	158	46	—	—	0	46	—	—	—	19	—	—	—	5	—	—
более 6 месяцев	1 665	394	—	—	144	1 998	—	162	102	110	—	22	—	—	—	2
Другие стандартные (том-нект, спот-нект) и нестандартные сроки менее 6 месяцев	16 393	480	1 126	66	1 580	2 943	1 196	86	—	63	—	—	0	97	354	—

¹ Стандартный срок +/- 2 календарных дня.² Стандартный срок +/- 5 календарных дней.³ Стандартный срок +/- 10 календарных дней.

Общий объем сделок между уполномоченными банками и нерезидентами по продаже валюты РФ, исполнение (дата валютирования) которой осуществляется сторонами наследующий рабочий день после ее заключения (T+1), т.е. общий объем кассовых конверсионных операций с нерезидентами Казахстана имеет яркую выраженную сезонность от 84 млн. дол. США в ноябре 2013 г. до 9 млн. дол. США в июле 2013 г. и незначительно со-

кращается с 10–9 млн. дол. США до 6–9 млн. дол. США в июне — июле 2013–2014 г.г. В отличие от казахстанского тенге белорусский рубль имеет куда более скромные оборот на внутреннем российском валютном рынке и занимает долю не более 0,05% общего средне дневного оборота, в то время как доля первого в феврале 2014 г. достигала 0,13%.

Таблица 4

Общий средний дневной оборот валют по межбанковским кассовым конверсионным операциям на внутреннем валютном рынке Российской Федерации

(млн. долл. США)

	Всего	Российский рубль	Доллар США	Евро	Фунт стерлингов	Японская иена	Швейцарский франк	Австралийский доллар	Канадский доллар	Китайский юань	Белорусский рубль	Украинская гривна	Казахский тенге	Прочие
2013 год														
январь	55 790	44 547	50 424	13 644	735	985	627	228	176	10	4	0	44	156
февраль	64 856	51 776	57 652	16 027	1 285	1 453	829	225	296	7	4	0	21	135
март	65 657	52 933	59 025	15 763	1 290	902	791	223	233	9	4	1	11	131
апрель	75 048	61 581	67 216	17 565	1 211	1 202	669	210	222	6	2	0	12	199
май	58 497	48 411	51 418	14 628	839	705	415	228	193	7	4	0	12	134
июнь	73 709	60 028	66 228	17 634	1 323	864	535	258	214	12	15	0	10	296
июль	63 967	51 179	57 980	15 717	1 197	697	452	317	183	12	19	0	9	170
август	63 480	51 499	56 783	15 368	1 340	719	669	196	228	11	32	0	32	82
сентябрь	66 061	51 800	60 038	15 891	2 379	780	623	264	148	14	30	0	48	108
октябрь	57 683	45 206	52 182	14 243	1 742	676	666	174	237	13	5	2	57	162
ноябрь	58 125	47 436	52 683	12 776	1 497	693	464	157	290	33	2	1	84	136
декабрь	60 514	50 148	55 331	12 419	1 449	540	443	161	185	16	3	1	51	281
2014 год														
январь	61 880	50 647	56 571	13 028	1 715	774	379	152	163	145	3	1	49	134
февраль	68 661	56 340	62 417	14 343	2 052	825	700	162	133	79	4	1	90	175
март	67 715	54 800	60 952	16 106	1 385	1 031	666	157	100	53	4	1	46	128
апрель	55 849	45 516	50 481	12 374	1 336	806	630	167	92	24	3	35	8	225
май	55 994	45 133	49 458	14 225	1 285	802	646	107	76	31	5	55	7	156
июнь	60 027	49 231	52 477	14 993	1 395	640	788	118	137	37	11	12	6	209
июль	59 898	48 525	51 235	16 299	1 639	755	741	118	204	47	9	19	9	195

Таблица 5

Общий средний дневной оборот валют по межбанковским срочным конверсионным операциям на внутреннем валютном рынке Российской Федерации

(млн. долл. США)

	Всего	Российский рубль	Доллар США	Евро	Фунт стерлингов	Японская иена	Швейцарский франк	Австралийский доллар	Канадский доллар	Китайский юань	Белорусский рубль	Украинская гривна	Казахский тенге	Прочие
2013 год														
январь	2 459	1 241	2 193	1 004	98	135	156	26	12	5	1	0	4	43
февраль	2 357	1 365	2 151	745	128	88	152	29	13	2	2	0	4	37
март	3 830	2 113	3 634	1 416	122	83	195	26	17	10	0	0	4	38
апрель	5 048	3 661	4 669	1 386	79	44	160	17	8	16	1	0	2	54
май	5 738	3 575	5 340	1 900	231	138	115	44	29	9	1	0	6	87
июнь	2 637	1 945	2 498	544	94	26	87	51	5	1	1	—	3	19
июль	1 672	1 306	1 541	326	58	16	64	12	1	3	2	—	2	13
август	4 224	2 703	4 031	1 272	151	62	136	33	15	3	2	0	4	33
сентябрь	2 024	1 572	1 878	385	72	12	62	8	0	4	3	12	5	37
октябрь	2 765	1 854	2 545	805	114	61	51	21	5	2	0	13	6	52
ноябрь	3 034	2 030	2 823	713	176	112	87	22	19	2	—	18	9	58
декабрь	4 065	3 065	3 822	862	116	73	105	9	9	1	0	4	12	52
2014 год														
январь	2 745	2 164	2 587	492	31	12	140	6	1	1	—	9	4	43
февраль	2 484	1 889	2 363	308	67	39	214	11	2	2	—	10	5	59
март	3 061	1 714	2 867	1 024	77	142	217	23	4	1	0	2	7	44
апрель	2 265	1 315	2 040	664	72	109	262	5	4	14	0	2	8	34
май	2 125	1 206	1 860	800	93	42	160	7	5	15	0	3	11	48
июнь	2 756	1 377	2 553	1 041	156	93	129	71	12	8	0	1	5	66
июль	2 778	1 729	2 505	835	178	45	167	9	6	23	0	0	1	57

Не исключено, что принятые правительством меры «по защите и поддержке нашей экономики от влияния негативных факторов» [1] в первом квартале 2015 года, что «стало возможным благодаря накоплению средств в суверенных фондах и прошлогоднему решению по форми-

рованию так называемого антикризисного фонда за счёт неиспользованных ассигнований» [1], являются поддерживающими, так как другие параметры кредитной сферы финансового рынка, кроме прибыльности самих банков, также имеют отрицательную динамику.

Таблица 6

4. ОТДЕЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

4.1. Общая характеристика

Таблица 4.1.1

Количество и структура кредитных организаций

	2013					2014							
	1.08	1.09	1.10	1.11	1.12	1.01	1.02	1.03	1.04	1.05	1.06	1.07	1.08
1. Зарегистрировано кредитных организаций Банком России либо на основании его решения уполномоченным регистрирующим органом — всего	1 085	1 083	1 079	1 076	1 074	1 071	1 070	1 065	1 065	1 064	1 059	1 059	1 057
в том числе:													
— банков	1 014	1 011	1 008	1 004	1 002	999	998	992	992	991	987	986	984
— небанковских кредитных организаций	71	72	71	72	72	72	73	73	73	73	72	73	73
1.1. Зарегистрировано кредитных организаций со 100-процентным иностранным участием в капитале	77	76	77	76	76	76	76	76	78	78	77	75	76
1.2. Кредитные организации, зарегистрированные Банком России, но еще не оплатившие уставный капитал и не получившие лицензию (в рамках законодательно установленного срока)	1	1	—	1	1	—	—	1	—	—	—	1	—
в том числе:													
— банки	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—
— небанковские кредитные организации	1	1	—	1	1	—	—	1	—	—	—	—	—
2. Кредитные организации, имеющие право на осуществление банковских операций, — всего	951	947	942	938	930	923	915	910	900	894	888	884	877
в том числе:													
— банки	889	885	879	873	867	859	854	850	841	835	829	824	818
— небанковские кредитные организации	62	62	63	63	63	64	61	60	59	59	59	60	59
2.1. Кредитные организации, имеющие лицензию (разрешение), предоставляющие право на:													
— привлечение вкладов населения	778	776	770	767	762	756	752	747	739	732	729	723	718
— осуществление операций в иностранной валюте	650	646	641	633	630	623	617	613	603	599	596	593	586
— генеральные лицензии	269	269	270	272	270	270	269	268	268	267	265	263	263
— проведение операций с драгметаллами	213	213	213	213	212	209	208	208	206	206	206	206	207

продолжение таблицы 4.1.1

	2013					2014							
	1.08	1.09	1.10	1.11	1.12	1.01	1.02	1.03	1.04	1.05	1.06	1.07	1.08
2.2. Кредитные организации с иностранным участием в уставном капитале — всего	250	251	252	253	251	251	249	249	245	245	242	238	234
в том числе:													
— со 100-процентным иностранным участием	77	76	77	76	76	76	76	76	78	78	77	75	76
— с иностранным участием от 50 до 100%	45	45	42	44	45	46	45	45	41	41	39	42	42
2.3. Кредитные организации, включенные в реестр банков-участников системы обязательного страхования вкладов, — всего	786	783	777	773	768	762	758	755	746	742	739	734	728
3. Зарегистрированный уставный капитал действующих кредитных организаций, млн. руб.	1 412 630	1 415 192	1 440 096	1 443 209	1 451 360	1 463 914	1 491 501	1 520 751	1 528 939	1 522 336	1 527 264	1 551 378	1 566 576
4. Филиалы действующих кредитных организаций на территории Российской Федерации — всего	2 158	2 128	2 093	2 067	2 037	2 005	1 985	1 974	1 946	1 927	1 907	1 880	1 844
из них:													
— Сбербанк России	143	122	111	105	101	95	95	95	95	95	95	95	95
— банков со 100-процентным иностранным участием в уставном капитале	109	105	103	101	100	95	91	91	92	92	93	94	94
5. Филиалы действующих кредитных организаций за рубежом — всего	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6. Филиалы банков-нерезидентов на территории Российской Федерации	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
7. Представительства действующих российских кредитных организаций — всего ¹	340	340	339	340	345	344	349	349	331	330	325	323	319
в том числе:													
— на территории Российской Федерации	297	297	296	296	300	300	305	305	287	288	283	281	277
— в дальнем зарубежье	29	29	29	30	31	30	30	30	30	29	29	29	29
— в ближнем зарубежье	14	14	14	14	14	14	14	14	14	13	13	13	13
8. Дополнительные офисы кредитных организаций — всего	24 436	24 410	24 521	24 620	24 590	24 486	24 522	24 525	24 489	24 495	24 430	24 341	24 088
в том числе Сбербанк России	11 689	11 639	11 802	11 921	11 914	11 880	11 889	11 918	11 921	11 920	11 895	11 868	11 860
9. Операционные кассы вне кассового узла кредитных организаций — всего	8 643	8 476	8 306	8 155	8 054	7 945	7 718	7 620	7 452	7 382	7 338	7 275	7 118
в том числе Сбербанк России	5 841	5 731	5 627	5 479	5 399	5 243	5 173	5 100	5 024	4 967	4 929	4 878	4 800
10. Кредитно-кассовые офисы кредитных организаций — всего	2 372	2 428	2 433	2 453	2 470	2 463	2 488	2 497	2 504	2 454	2 495	2 512	2 497
в том числе Сбербанк России	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

окончание таблицы 4.1.1

	2013					2014							
	1.08	1.09	1.10	1.11	1.12	1.01	1.02	1.03	1.04	1.05	1.06	1.07	1.08
11. Операционные офисы кредитных организаций — всего	8 104	8 062	8 097	8 226	8 353	8 436	8 485	8 603	8 878	9 092	9 269	9 291	9 296
в том числе Сбербанк России	674	672	671	670	677	669	663	657	656	656	654	654	653
12. Передвижные пункты кассовых операций кредитных организаций (филиалов) — всего	134	133	136	136	137	146	153	155	160	160	164	163	166
в том числе Сбербанк России	127	127	130	130	131	141	148	151	154	154	158	158	164
13. Кредитные организации, у которых отозвана (аннулирована) лицензия на осуществление банковских операций и которые не исключены из Книги государственной регистрации кредитных организаций	133	135	137	139	143	148	155	154	165	170	171	174	180
14. Кредитные организации, по которым принято решение о ликвидации	129	129	124	126	129	135	144	142	150	153	157	161	165
15. Кредитные организации, в которые назначены конкурсные управляющие (согласован состав ликвидационной комиссии) ²	118	117	115	115	119	124	131	135	141	143	151	156	161
16. Кредитные организации, по которым внесена запись в Книгу государственной регистрации кредитных организаций об их ликвидации как юридического лица, — всего	2 072	2 075	2 079	2 083	2 085	2 088	2 089	2 095	2 095	2 096	2 101	2 103	2 105
в том числе:													
— в связи с отзывом лицензии за нарушение банковского законодательства и нормативных актов Банка России	1 605	1 607	1 610	1 614	1 615	1 616	1 617	1 623	1 623	1 623	1 528	1 630	1 632
— в связи с реорганизацией	466	467	468	468	469	471	471	471	471	472	472	472	472
из них:													
— в форме слияния	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
— в форме присоединения	464	465	466	466	467	469	469	469	469	470	470	470	470
в том числе:													
— путем преобразования в филиалы других банков	380	380	381	381	381	382	382	382	382	382	382	382	382
— присоединены к другим банкам (без образования филиала)	84	85	85	85	86	87	87	87	87	88	88	88	88
— в связи с нарушением законодательства в части оплаты уставного капитала	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

¹ В число представительств российских кредитных организаций за рубежом включены представительства, по которым поступили в Банк России уведомления об их открытии за рубежом.² Без учета конкурсных управляющих кредитных организаций, в которых завершено конкурсное производство.

Так из таблицы 6 (ББС № 8 (225)) по состоянию на 1 августа 2014 г. видно общее сокращение кредитных организаций на 28 до 1057 орг., при этом сокращение числа кредитных организаций за счет банков составило 30 орг., а одновременное увеличение небанковских организаций на 2 орг. Одновременно отметим рост операционных офисов в банковском секторе на 1192 единицы.

Для определения глубины экономической гармонизации и развития сотрудничества стран ЕАЭС целесообразно оценить емкость размещаемых и привлекаемых финансовых ресурсов по типам заемщиков и иных участ-

ников процесса кредитования, уровень и структуру процентных ставок, особенности кредитного процесса.

В процессе работы правительства над созданием особых условий для «территории опережающего развития» могут возникнуть перспективные направления «прикладной» гармонизации или непосредственной интеграции финансово-экономических отношений со странами ЕАЭС. В рамках территориального аспекта, оценивая перспективы гармонизации и интеграции отметим, что в настоящий момент (по состоянию на 1 июля 2014 г.) большая доля, а именно 89,48% активов кредитных организаций и более 90% самих кредитных организаций сосре-

доточены в Москве и Московской области. (См. Таблица № 5.) Концентрация активов действующих кредитных организаций). Другим важным аспектом гармонизации кредитного рынка выступает вопрос участия нерезидентов в уставных капиталах кредитных организаций. По данным таблицы № 6.2.8. общее количество кредитных организаций со 100% участием нерезидентов достигает 75 ед. из 238 кредитных организаций с различной степенью участия

нерезидентов. При этом общая доля кредитных организаций с разной степенью участия нерезидентов в уставном капитале достигает 26,92% из 884 действующих кредитных организаций по состоянию на 1 июля 2014 г.

Министерство финансов последовательно проводит государственную политику в финансовой сфере, в том числе «было расширено участие России в работе международных финансовых организаций.

Таблица 7

Концентрация активов действующих кредитных организаций

	Количество кредитных организаций, единиц	Активы, млн. руб.	Количество кредитных организаций, составляющих 80% активов, единиц
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ			
1.04.2014	900	59 377 245,3	37
1.05.2014	894	60 208 126,8	36
1.06.2014	888	61 195 813,4	36
1.07.2014	884	61 385 207,8	36
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014	535	53 363 635,0	20
1.05.2014	532	54 332 376,1	20
1.06.2014	527	55 287 607,6	20
1.07.2014	525	55 346 833,8	20
Москва и Московская область			
1.04.2014	487	53 004 500,4	19
1.05.2014	484	53 962 718,6	19
1.06.2014	478	54 879 563,1	19
1.07.2014	476	54 931 947,6	19
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014	71	1 665 079,7	10
1.05.2014	70	1 564 838,7	9
1.06.2014	70	1 568 238,8	9
1.07.2014	70	1 621 633,7	9
ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014	46	294 866,4	12
1.05.2014	46	293 295,5	12
1.06.2014	45	293 150,8	11
1.07.2014	45	302 960,6	11
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014	37	48 236,9	15
1.05.2014	36	47 040,5	15
1.06.2014	36	47 331,8	15
1.07.2014	35	44 427,6	14
ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014	101	1 585 559,0	26
1.05.2014	100	1 569 435,7	26
1.06.2014	100	1 587 380,7	26
1.07.2014	100	1 610 035,0	26
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014	40	1 288 367,5	8
1.05.2014	40	1 237 602,6	8
1.06.2014	40	1 239 097,8	8
1.07.2014	40	1 280 717,3	8
СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014	48	582 959,5	8
1.05.2014	48	600 655,4	7
1.06.2014	48	609 506,5	7
1.07.2014	47	616 895,3	7
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014	22	548 541,0	4
1.05.2014	22	562 882,2	4
1.06.2014	22	563 499,5	4
1.07.2014	22	561 704,5	4
КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ			
1.04.2014
1.05.2014
1.06.2014
1.07.2014

В перспективе это должно привести к снижению зависимости нашей экономики от внешнеполитических рисков (а мы в очередной раз с этим столкнулись). Подписано соглашение о Новом банке развития государств БРИКС.

Этот банк станет институциональной основой объединения и выступит демонстрацией возросшего влияния государств — участников этого объединения.

Таблица 8

Таблица 6.2.8

Группировка действующих кредитных организаций по доле участия нерезидентов в уставном капитале

(единиц)

	До 1%	От 1 до 20%	От 20 до 50%	От 50 до 100%	100%
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ					
1.10.2013 ¹	48	48	37	42 (18)	77 (8)
1.01.2014	45	49	35	46 (19)	76 (10)
1.04.2014	47	48	31	41 (17)	78 (13)
1.07.2014	44	48	29	42 (21)	75 (12)
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.10.2013	26	26	25	25 (9)	69 (7)
1.01.2014	22	28	24	26 (9)	69 (10)
1.04.2014	22	26	22	22 (7)	71 (13)
1.07.2014	20	27	20	23 (11)	68 (12)
Москва и Московская область					
1.10.2013	23	24	24	24 (9)	68 (6)
1.01.2014	19	26	23	25 (9)	68 (9)
1.04.2014	19	24	21	21 (7)	70 (12)
1.07.2014	17	25	19	22 (11)	67 (11)
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.10.2013	5	4	2	3 (2)	4
1.01.2014	5	4	2	4 (2)	4
1.04.2014	6	5	1	4 (2)	4
1.07.2014	6	5	1	4 (2)	4
ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.10.2013	2	1	—	2	2
1.01.2014	2	1	—	2	2
1.04.2014	3	1	—	2	2
1.07.2014	3	1	—	3	2
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.10.2013	—	1	—	—	—
1.01.2014	—	1	—	—	—
1.04.2014	—	1	—	—	—
1.07.2014	—	1	—	—	—
ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.10.2013	6	10	6	6 (3)	2 (1)
1.01.2014	6	10	5	7 (3)	1
1.04.2014	6	9	5	6 (3)	1
1.07.2014	6	8	5	5 (3)	1
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.10.2013	6	1	1	1 (1)	—
1.01.2014	6	1	1	2 (2)	—
1.04.2014	6	1	1	2 (2)	—
1.07.2014	5	1	1	2 (2)	—
СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.10.2013	2	3	1	4 (3)	—
1.01.2014	3	2	1	4 (3)	—
1.04.2014	3	3	—	4 (3)	—
1.07.2014	3	3	—	4 (3)	—
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.10.2013	1	2	2	1	—
1.01.2014	1	2	2	1	—
1.04.2014	1	2	2	1	—
1.07.2014	1	2	2	1	—
КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ					
1.04.2014	—	—	—	—	—
1.07.2014	—	—	—	—	—

¹ С 1.07.2013 данные приводятся с учетом завершённых эмиссий, по результатам которых изменения величины уставного капитала в уставах кредитных организаций еще не зарегистрированы.

² В скобках указано количество кредитных организаций, в которых на решения, принимаемые участниками-нерезидентами (совокупная доля которых в уставном капитале кредитных организаций составляет более 50%), существенное влияние оказывают резиденты Российской Федерации.

Также принято решение о создании пула условных валютных резервов стран БРИКС. В случае возникновения проблем с обеспеченностью национальных финансовых систем долларовой ликвидностью (а такие проблемы периодически возникают) он позволит активизировать механизм взаимной поддержки. Как известно, первоначальный объём пула определён в размере 100 млрд. долларов. В этом году у нас пройдёт саммит БРИКС в Уфе». [1] Важно отметить и о таких событиях, которые непосредственно связаны с предпринимаемыми шагами правительством в части «прямого влияния на финансовую систему РФ» [1]. «Начал работать Евразийский экономический союз. В высокой степени готовности целый ряд важных соглашений с другими государствами, например, о создании первой зоны свободной торговли ЕАЭС с Вьетнамом. Также в прошлом году (2014 г.) был создан российско-киргизский фонд развития. В мае Киргизия должна присоединиться к Евразийскому экономическому союзу» [1]. Одним из современных подходов укрепления финансовой системы РФ выступает докапитализация (программа капитализации, рекапитализации банковской системы РФ.) и предоставление ликвидности Федеральным казначейством во взаимодействии с Центральным банком, очевидно, что в таких условиях гармонизация финансовых рынков стран ЕАЭС отодвигается на послекризисный период. Планы правительства на устойчивое развитие экономики за счет сокращения доли бюджетных расходов в ВВП до 10% и повышения частных инвестиций до 30% при существующем уровне инфляции и в условиях продолжения оттока капитала малореалистичны. Вместе с тем заявленные изменения в долговой политике о появлении «нового государственного финансового инструмента — облигации с номиналом, индексируемым на инфляцию» будут способствовать развитию внутреннего финансового рынка, «Де-факто мы создаём новый рынок и ожидаем, что вслед за выпуском новых инструментов на государственном уровне такие же облигации будут выпускаться и частными компаниями. Это подстегнёт и рынок капитала, и, мы считаем, оживит финансовую ситуацию». [1]

При планировании гармонизации необходимо учитывать некоторые ограничения вмешательства государств в операционную деятельность субъектов гармонизации с целью повышения эффективности, за счет перераспре-

деления ответственности и прав между всеми уровнями гармонизации и интеграции стран ЕАЭС. При этом национальный орган-регулятор гармонизации несет ответственность, за качество оценки рисков для всех стран-участниц гармонизации, за обоснование и разработку системы и механизма вертикальной и горизонтальной гармонизации, возможности унификации и гармонизации отраслевых нормативов (на примере банковской, страховой сфер), которые и станут основой финансово-экономической связи между межстрановыми органами, осуществляющими гармонизацию. Для того, чтобы гарантировать стабильные внешние и внутренние условия гармонизации сама система гармонизации и ее механизм должны носить долгосрочный характер и сбалансированности «интересов» стран-участниц процесса гармонизации. Прямая связь между сбалансированностью «интересов» и показателей-целей гармонизации формирует предпосылку управления эффективностью процессом гармонизации.

Общие экономические условия гармонизации также имеют особое значение. Так, сопоставление показателей производительности труда в странах-участницах процесса гармонизации необходимо для уменьшения риска возникновения напряженности состояния на денежном рынке, той либо иной страны, так как в периоды роста оплаты труда увеличивается спрос населения. Другим фактором, способным оказать негативное воздействие на состояние финансовых рынков странах-участницах процесса гармонизации, а в в частности на состояние денежного обращения, это объем национальной валюты, объем государственных долгов и ВВП странах-участницах процесса гармонизации. Следовательно, процесс гармонизации не может быть рассмотрен вне процесса формирования долгов, доходов и кредитных ресурсов в каждой из стран-участниц ЕАЭС. При этом целесообразно разработать норму риска, пропорционально объемам валютных операций, к примеру не более 10% оборота со страной инфляция в которой составляет 15%, так как это приведет к нежелательному оттоку финансовых ресурсов из экономики. Инвестиционная и кредитная сферы при общем подходе являются наиболее приоритетными для расширения зон сотрудничества, но при условии осуществления «эффективных, производственных» инвестиций и кредитных ресурсов, полностью обеспеченных соответствующим уровнем темпов роста ВВП и производительности труда.

Литература:

1. Отчет: «Об итогах работы Министерства финансов за прошедший год и задачах финансовой политики» от 14 апреля 2015, Министерство финансов, Москва
2. Бюллетень банковской статистики (ББС) № 8 (225) 2015 г.

Формирование и развитие теории человеческого капитала

Бычков Артём Александрович, студент
Оренбургский государственный университет

В категории человеческого капитала необходимо видеть то, что свойственно капиталу в целом, а также специфические свойства, характеризующие его. Обратимся к истокам понятия «капитал», а затем выявим из него понятие «человеческий капитал»

Капитал — фундаментальная категория рыночной экономики, базирующаяся на использовании наемного труда.

Первые кто пытался определить сущность и категорию «капитал», так это меркантилисты в 16—17 века. Первоначально они понимали под капиталом «золото и серебро». Меркантилизм, достигнув пика своего развития в 17 веке, стал развивать производственные отношения, а торговля стала расширяться и приобретать устойчивый характер.

Физиократическое течение послужило началом изменения и развития экономической ситуации в мире. Данное течение появилось во второй половине 18 века. Главным отличием физиократов от меркантилистов является то, что для них основу экономики составляет сельское хозяйство, а не торговля.

Ф. Кене источником чистого дохода считал землю и труд. Без труда земля не представляет ценности. Свойство капитала, которые выдвинули физиократы, — приносить доход. Постепенно роль человека в экономике начинает выдвигаться на первый план.

Практически в то же время с физиократическим течением, в 17 веке в Англии появляется школа классической политической экономии. Данная школа получила свое становление и развитие, благодаря, своему родоначальнику У. Петти. Он пытался разделить обращение денег и их функционирование в качестве капитала, включить развитые человеческие способности в состав основного капитала, а также он полагал, что богатство общества зависит от характера знаний людей и от их способностей. Это все и является предпосылкой теории человеческого капитала.

История экономических учений связывает с именем А. Смитта развитие и процветание классической школы. Основная суть капитала, по его мнению, заключается в том, что эта часть запасов, от которой хотят получить доход. Он включил в основной капитал «приобретенные и полезные» способностей общества, приобретенные способности связывал с издержками, представлявшие основной капитал, реализующиеся в личности.

Последователи А. Смитта уделяли большое внимание капиталу. Дж. Миль считал, что капитал — это предварительно накопленный запас продуктов прежнего труда, который возникает в результате сбережений в процессе стабильного воспроизводства. Он также утверждал, что к расширению производства может привести вложенный

капитал при наличии трудовых ресурсов. В этот период большое внимание уделяется на то, что без рабочей силы капитал не будет участвовать в производстве.

Еще одним последователем А. Смитта является Ж.Б. Сей. Он перечислил факторы, характеризующие доход. К ним относится вещество природы, вещественные факторы производства, а также труд. Сей в структуру капитала ввел предпринимательскую способность.

Особенностью 19 века было противоречие сущности в термине капитал. В это время под капиталом понимается стоимость, которая приносит прибавочную стоимость.

К. Маркс выделил роль образования и накопление опыта, а также способности товара — «рабочая сила». А. Маршалл отнес к капиталу знания, деловые и профессиональные способности.

И. Фишер в структуру капитала включил любое благо, которое приносило бы доход своему владельцу. Его полная версия теории человеческого капитала изложена в работе «Теория процента», которая вышла в 1930 году. Он расширил понятия данной категории и под его пониманием капитал — это способность человека, его особые свойства и характеристики. Фишер ввел понятие «инвестиционные возможности» капитала. Впервые выделил различные виды капитала: финансовый, человеческий, реальный, тем самым он подчеркнул динамический характер капитала и его способность к трансформации.

Первый кто разработал теорию человеческого капитала в сегодняшнем понимании является американский ученый Дж. Уолшу, разработавший расчеты влияния профессионального образования на уровень национального дохода в 1935 году. Он впервые разработал понятия, которыми до сих пор оперирует теория человеческого капитала, например: альтернативные издержки производства, «предпочтение благ во времени». Теория человеческого капитала как самостоятельный раздел сформировалась в середине XX века. После А. Смитта и К. Маркса в первые в экономическую науку приходит понимание того, что люди представляют наибольшую ценность и развитие экономического роста, нежели машины.

А.Л. Ордин — Нащокин является родоначальником русской политической экономии. Он разделял взгляды меркантилистов и считал, что максимальное привлечение в страну богатства можно сделать за счет внешней торговли. К меркантилистам можно отнести таких русских ученых как И.Т. Посошков, М.В. Ломоносов, В.Н. Татищев. Большое внимание они уделяли особой роли производства как источника богатства.

Теория К. Маркса была следующим этапом развития экономической мысли в России. Данная теория нашла от-

клик во многих социальных слоях общества. К ним можно отнести П. Н. Ткачева, П. Л. Лаврова, М. А. Бакунина. Все они переложили теорию К. Маркса на русский лад.

Большое значение имели работы А. Н. Радищева, источником богатства он считал производство, а также считал ошибочным отождествление его с серебром и золотом. М. И. Туган — Барановский, опирался на результаты теории К. Маркса и пытался развивать ее дальше.

В СССР считалась единственно верной марксистско-ленинская точка зрения. В это время категория «капитал» была заменена понятием «производственные фонды», в число которых не включалась рабочая сила, так как она считалась она считалась владельцем и собственником всех производственных фондов.

Зачатки развития теории человеческого капитала наблюдаются уже на ранних этапах изучения категории «капитал». Ученые прошлого века уделяли особое внимание на способности человека и его влияние на процессы экономики. В работах Н. Сениора, Ф. Листа, И. Г. фон Тюнена, У. Бегхота, Е. Энгеля, Л. Вальраса, Г. Сиджвика и других экономистов прошлого столетия есть элементы будущей теории человеческого капитала.

Началом превращение природных и приобретенных людьми качеств в критерий экономической жизнеспособности, а также социального прогресса нормально развивающихся стран, послужило изменение роли человека в экономическом развитии опирается на большой сдвиг в характере механизмов.

Кардинальные перемены в современных социально-экономических структурах, в образе жизни населения, в производстве, которые происходили в прошлом веке, существенно изменяют аспект экономической науки и практики. От ученых прошлого века требовалось пересмотреть все теоретические представления образа жизни, производства и социальных структур. В конечном итоге это стало одной из главных причин появления теории человеческого капитала.

Теории человеческого капитала стало придаваться большое значение, она позволила изучить многие явления, экономических отношений с общих позиций, выявить эффективность вложенных в человеческий фактор финансовых средств. Данная теория стала одним из перспективных направлений развития экономической науки, а также стала достижением экономики образования и труда.

Теория человеческого капитала развивается в рамках неоклассического направления западной политэкономии, использующаяся в исследовании таких сфер как здравоохранение, образование, семья и другие сферы в нерыночной деятельности.

В данной теории понятие современного человека и его роли в экономике коренным образом различается от того каким оно было в 19 веке.

Заслуга о выдвижение данной теории принадлежит американскому экономисту, представителю чикагской школы, Т. Шульцу. Именно он интересовался положением слаборазвитости стран и утверждал, что традици-

онные теории не рассматривают такие проблемы. Он считал, что улучшение благосостояние бедных людей зависит больше всего от знаний, а не от земли, техники и т. д.

«Концепция капитала исходит из наличия нечто реально существующего, что обладает экономические свойства оказывать будущие услуги, которые имеют стоимость» — так писал Т. Шульц. Понимание капитала как нечто такого, что оказывает будущие услуги, позволявшие приступить к делению целого на две части, а именно: на человеческий и нечеловеческий капитал. В статье «Формирование капитала образования» он опубликовал свои идеи и основные положения по этой теории в 1960 году. Углубленный анализ всех поднятых взглядов и вопросов были представлены в другой его статье «Инвестиции в человеческий капитал» в 1961 году. Он предполагал, что все человеческие способности делятся на врожденные или приобретенные. Например, каждый человек рождается с определенными генами, которые определяют его врожденные способности.

Человеческим капиталом мы называем приобретенные человеком ценные качества, которые усиливаются сопутствующими вложениями. Согласно теории человеческого капитала, образование представляет собой отрасль, которая производит специфический капитал, с длительным использованием времени. Исходя из данной теории, затраты на образование рассматриваются как инвестиционные вложения. «В той степени в какой расходы на обучение увеличивают будущий доход студента, то их можно отнести к категории инвестиций». В 1979 году за развитие теории человеческого капитала Т. Шульц был награжден Нобелевской премией.

Первый кто перенес понятие человеческого капитал на микроуровень был Г. Беккер. Именно он считал, что человеческий капитал — это совокупность навыков, знаний и умений человека. Беккер в рамках теории человеческого капитала изучал структуру распределения личных доходов, неравенство в оплате мужского и женского труда и т. д.

С. Фишер дал следующее определение человеческого капитала: «Человеческий капитал — это воплощенная в человеке способность приносить доход. Человеческий капитал включает в себя талант, врожденные способности, а также образование и приобретенную квалификацию».

Американский экономист Эдвард Денисон сделал вывод о том, что важнейшая составляющая человеческого капитала является образование.

Человеческий капитал — это знания способность к квалификации, реализуемая человеком в повседневной жизни, обеспечивающий получение более высокого дохода. Человеческий капитал развивается за счет инвестиций в повышение уровня и качества жизни населения, а также развивается за счет образования, здоровья, воспитания, знания, а также культуры, и других составляющих.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что данная теория является результатом развития индустриального способа производства.

Литература:

1. Беккер, Г. Человеческий капитал (главы из книги) // США: экономика, политика, идеология. 2003. — 340с.
2. Бойко, И. П. Лекции по курсу «Экономика предприятия и предпринимательства». — СПб.: ОЦЭиМ, 2005. — 315с.
3. Бреслав, Л. Б. Человеческий капитал: Организация и эффективность накопления в условиях формирования рынка труда. СПб.: ОАО «ПФЛ», 2006. — 495с.
4. Добрынин, А. И., Дятлов С. А., Цыренова. Е. Д. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования. СПб.: Наука. 1999.
5. Дятлов, С. А. Теория человеческого капитала. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996.
6. Злобин, Е. Человеческий капитал — главный резерв развития производства // АПК: экономика, управление. 2005. № 2. — 87с.
7. Иванов, Н. П. Человеческий капитал и глобализация // Мировая экономика и международные отношения. 2004. № 9. — 89с.
8. Исаенко, А. Н. Человеческий капитал в современной экономике // США. Канада: Экономика, политика, культура. 2002. № 2. — 89 с.
9. Стоуньер, Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. М.: «Прогресс». 1986.
10. Фридмен, М. Количественная теория денег. М.: Дело, 1996.

Программы развития страховой отрасли в России

Вахрамеева Наталья Сергеевна, магистрант
Российский университет дружбы народов

Ключевые слова: тенденции страхования в России, страхование, страховой рынок, страховой бизнес, страховые компании, программа развития страхования, страхование, институциональное регулирование страхования, институт страхования.

Российский страховой рынок на пути своего развития сталкивается с множеством трудностей, которые связаны не только с особенностью спроса со стороны потребителей, но и с несовершенством институциональной среды, в связи с чем в 2013 году наблюдался рост «институциональной активности», что также является свидетельством того, что национальная экономика претерпевает значительные институциональные изменения. Во-первых, появление нового законопроекта «О саморегулируемых организациях в сфере финансовых рынков», который позже в 2015 был принят, во-вторых, Минфином была разработана и одобрена «Стратегия развития страхового рынка до 2020 г». Кроме того, Центральный Банк стал основным мегарегулятором, осуществляющим надзор за страховым рынком.

Необходимость в осуществлении регулирования страховой деятельности появилась достаточно давно, так как при развитии отрасли возникали многочисленные споры и проблемы между страхователем и страховщиком.

На этапе развития новых экономических отношений в России возникла необходимость у различных субъектов экономики, а также предприятий и частных лиц в обеспечении должной системы защиты своей деятельности.

Можно сказать, что страховой рынок в России только набирает обороты развития и значительно отстает от за-

пада, тем более когда страна только вышла из кризиса 2008–2009 годов и резко вступила в новый валютный кризис конца 2014 года, который продолжается и сегодня.

Отсюда возникает задача в обеспечении развития институциональной основы страхового сектора в стране, также, как и формирование экономическо-общественных отношений. Сегодня наблюдающийся экономический рост государства дает возможность развитию предприятий и рост доходов населения. Так же будет увеличиваться вероятности экономических рисков, как у предприятий, так и у населения. Необходимо заметить, что и сейчас существуют огромные риски, но они связаны в большей степени с несовершенством общей законодательной базы и общественных отношений и ростом цен на иностранную валюту. С ростом цен на основные продукты у населения остается все меньше средств на покупку страховых продуктов, тем более растет недоверие к страховщикам, так как многие компании разоряются или частично закрывают офисы обслуживания. Следовательно, трудно предсказать какие отрасли страхования и как будут развиваться на рынке страхования. Сейчас, в РФ не выработаны основные принципы и глубокие правила ведения различных видов страхования. Важно выработать эти методы хотя бы в виде нормативных актов.

Развитие страхового сектора является одной из важнейших основ стабильности и эффективности социально-экономической системы, так как этот финансовый институт занимается перераспределением средств, уменьшая нагрузку на государство, обеспечивая финансовую стабильность граждан, а также их более защищенное будущее.

Однако сегодня формирование эффективной работы страховых компаний невозможно без значительных институциональных, а в частности законодательных изменений, а также вмешательства со стороны государства. От скорости вмешательства и соответствия принципам, на которых строится основная работа страховых компаний, зависит результативность функционирования отдельных фирм, регионов, отраслей и всего народного хозяйства.

В связи с данными нововведениями интересно ознакомиться с программами развития страховой отрасли подробнее.

Для начала рассмотрим «Стратегию развития страхования 2008–2012». Реализация этой программы подразумевала модификацию государственной политики для развития национальной экономики, социальной поддержки населения, построения эффективной системы страховой защиты, внедрение новых страховых продуктов, технологий оптимизации страховых процессов, а также повышение качества услуг и совершенствование форм контроля. Также, что важно отметить, должна была снизиться нагрузка на бюджет.

В программе приводятся состояние страхового рынка на конец 2007 года, где отмечается тенденция на укрупнение страховых компаний и снижение их числа, а также возрастания доли обязательного страхования в общем числе страховых продуктов до 44%, увеличение суммы уставного капитала и рост суммы страховых премий на душу населения более чем в 2 раза, и самое важное — рост доходности страховой отрасли. Отражены также основные проблемы, которые тормозят развитие страхования в России, например, низкая платежеспособность населения, его незнакомленность со страховыми услугами, недоверие к страховым компаниям, низкое качество услуг и недостаточность инвестиционных инструментов, которые бы позволили расширить деятельность компании. Ко всему прочему нужно добавить институциональные несовершенства.

Целью данной стратегии являлось продолжение развития системы страхования, направленное на укрепление ее роли и места в системе финансовых отношений, как механизма защиты интересов государства, граждан и хозяйствующих субъектов, повышение качества страховых услуг [1]. Задачи, поставленные для выполнения цели, направлены на укрепление стабильности отрасли страхования, совершенствование инфраструктуры, совершенствование системы контроля, внедрение новых видов страхования, выработку государственной политики для внесения институциональных изменений, четкое опреде-

ление круга участников, стимулирование личного страхования, обеспечение стимулирующего налогового режима для потенциальных страхователей, обеспечение прозрачной информационной среды. Что касается обязательного и добровольного страхования, то в документе указан приоритет интенсивного развития страхования, что означает увеличение перечня добровольных страховых продуктов, так как увеличение обязательных является признаком экстенсивного развития.

Важное место уделяется низкому уровню страховых выплат, небольшом объеме ответственности (размера страховых сумм), отсутствию единого подхода при определении размеров вреда, отсутствию доступной и прозрачной статистической базы, которая могла бы адекватно оценить ущерб.

Согласно данной стратегии было определено место государства как регулятора основ и принципов страхования, а также осуществление контроля.

Это означает, что государство определено как гарант исполнения услуг, особенно в обязательных видах страхования.

Приоритетным направлением развития страхования является личное страхование, а в частности страхование жизни. Но так как этот сегмент значительно зависит от уровня развитости других финансовых институтов страны, то важно не только позволить страхователям изменять условия договора в течении срока, согласно его экономической ситуации, но и совершенствовать условия участия страховых организаций на фондовом рынке с целью диверсификации рисков и компании и клиента.

Помимо страхования жизни, также ожидался рост спроса на имущественное страхование в связи с укрупнением корпораций ростом благосостояния населения с 2005 года. Особенно ожидалось, что это затронет в сферу строительства жилья, случаи стихийных бедствий и природных катастроф, и сферу агропромышленного комплекса.

Что касается ОСАГО, то этот сегмент обязательно страхования планировалось особенно подвергнуть регулированию в связи с количеством судебных исков и несовершенством данного вида страхования.

В стратегии 2008–2012 отражены направления развития и повышения эффективности государственного регулирования и надзора за страховой деятельностью, среди которых в первую очередь нужно привести нормы и правила страховой отрасли к международным стандартам Международной ассоциации страховых надзоров (МАСН), Всемирной торговой организации (ВТО), Организации экономического сотрудничества и развития (далее — ОЭСР) и Евразийского экономического сообщества (далее — ЕврАзЭС). Также ужесточение формы и методов контроля при помощи стандартов лицензирования и отзыва лицензий, уточнение прав и обязанностей органов страхового надзора, а также определение процедур их взаимодействия со страховыми компаниями.

Одним из способов стимулирования эффективности определено стимулирование конкуренции.

В ожидаемых результатах Стратегии подразумевалось достижение целей путем институциональных изменений — совершенствование законодательных и иных нормативных правовых актов.

Далее рассмотрим «Стратегию развития страхового рынка до 2020 г». В документе данной стратегии были подведены итоги предыдущей программы «Стратегия развития страхования в РФ 2008–2012», проанализировано состояние страховой отрасли на конец 2012 года, прописаны цель и задачи, а также заданы основные векторы развития страховой деятельности в РФ до 2020 года. Нужно отметить, что данная стратегия является частью программы «Развитие финансовых и страховых рынков, создание международного финансового центра», утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 22.02.2013 № 226-р. Поэтому мы можем иметь четкое представление о том, как действительно будет трансформироваться страховая отрасль в заданный период времени, однако она не учитывает политической и экономической ситуации, которая складывается в России с конца 2014 года.

Цель Стратегии 2020 — комплексное содействие развитию страховой отрасли, в частности превращению ее в стратегически значимый сектор экономики России, обеспечивающий: повышение экономической стабильности общества; повышение социальной защищенности граждан и снижение социальной напряженности в обществе путем проведения эффективной страховой защиты имущественных интересов граждан и хозяйствующих

субъектов; привлечение инвестиционных ресурсов в экономику страны [2].

Задачи, поставленные для выполнения цели — создание условий развития видов добровольного страхования, сокращение споров между страховщиками и страхователями и обеспечение баланса их интересов, создание инструментов досудебного регулирования, повышение стабильности и удобства инфраструктуры и обеспечение эффективного использования бюджетных средств на страхование и повышение значимости страховой защиты. Все это нацелено на повышение эффективности страховой отрасли. Условиями достижения поставленной цели и выполнения задач является:

- повышение уровня экономического и социального развития страны;
- эффективное нормативно-правовое регулирование страховой отрасли, совершенствование государственного страхового надзора, судебной системы и системы исполнения судебных решений;
- повышение социальной ответственности бизнеса за выполнение взятых обязательств; становление международного финансового центра в России [2].

То, что данная программа начала работать уже с момента ее появления мы можем заметить, так как с середины 2013 года произошло значительное институциональное изменение страховой среды, а вот оценить ее эффективность пока сложно, так как она не завершена.

В целом можно сказать, что подобные программы задают вектор изменения страховой отрасли и выступают неким планом действия к преобразованию механизма страхового рынка.

Литература:

1. «Стратегия развития страхового рынка 2008–2012»
2. «Стратегия развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 года»

Экономические санкции: исторический аспект

Годованник Екатерина Дмитриевна, студент
Оренбургский государственный университет

В статье рассмотрен международный опыт введения санкций в отношении различных стран. Рассмотрены определения понятия «экономические санкции» различных авторов, предложено собственное определение. Проведен анализ последствий наложенных санкций на примере Республики Куба. Отражены современные реалии положения Российской Федерации на международной арене.

Ключевые слова: международные отношения, экономические санкции, эмбарго.

В современных реалиях санкции выступают часто используемым инструментом регулирования экономических, политических, торговых отношений между странами.

Наиболее остро направлен этот вопрос в сторону Российской Федерации, т.к. наши давние партнеры,

в прошлом выстраивающие с Россией дружественные отношения касаются различных сфер развития, на сегодняшний день приняли позицию агрессоров. К таким странам мы можем отнести США, Канада, Австралия, Япония и др.

Используя понятие «экономические санкции», мы прибегаем к анализу определений, выдвинутых различными авторами.

Например, президент Америки Вудро Вильсон выступал активным сторонником санкций и называл их «всеобъемлющим бойкотом агрессора».

Современный исследователь Газизов И. Ф. отмечает, что экономические санкции — это распространенный инструмент давления одних стран на другие.

Словарь бизнес-терминов и Большой бухгалтерский словарь определяют «экономические санкции» как меры принуждения экономического характера, применяемые физическими или юридическими лицами, либо государством по отношению к другим лицам или государствам, с целью достижения поставленных условий, или же действия, предпринимаемые одной или группой стран, с целью достижения социальных или политических изменений в этой стране [1].

С нашей точки зрения, экономические санкции — это способ воздействия на сложившиеся торгово-экономические отношения между одной стороной или группой стран на другую страну или группу стран, с целью нанесения ущерба экономике, путем введения запретов и ограничений.

История появления и применения первых санкций обращает нас к 5 веку до нашей эры, когда Правительство Древней Греции выдвинуло ограничения кораблям, поставлявшим зерно из Мегар, по пользованию портами и рынками Афин. Это послужило одной из причин для начала Пелопонесской войны.

Последующее использование экономических санкций зафиксировано против Великобритании, когда Франция ввела запрет на приобретение британских товаров в 1806 г. Данный запрет вошел в историю, как «континентальная блокада» [2].

Санкции вводились и против Китая, для того, чтобы подорвать экономику и уменьшить значимость данной Империи.

Не мало важным является то, что ученые считают, что начало Первой и Второй мировых войн, положили торговые конфликты, возникшие между устоявшимися и крепкими державами мира.

Обстановка на мировой арене приводила к тому, что большинство стран, повышали ставки таможенных пошлин, и снижали либо вовсе отменяли квоты на ввоз иностранной продукции на свой рынок. Зачастую такой ход приводил к военным действиям.

Так, в 1941 году Япония атаковала Соединенные Штаты Америки. Причиной послужило то, что США ввели санкции на поставку нефти и нефтепродуктов в Японию, у которой практически отсутствуют собственные природные ресурсы данного вида.

Также ужесточенные санкции были использованы США против Кубы и Северной Кореи, которые были практически доведены до полного эмбарго.

Зафиксировано, что наиболее частым сторонником применения санкций являются Соединенные Штаты. На-

чиная с глубокой истории до сегодняшних дней Америка использует данный механизм регулирования торговлей, затрагивая и складывающуюся напряженную политическую обстановку между странами-конкурентами.

Следует обратить внимание, что при введении наиболее жестких санкций против Кубы, Республика не сдала своих позиций, даже, наоборот, усилила их.

Так, впервые американские санкции вводились в отношении Кубы в 1960 году с целью подавления ее экономики и, в дальнейшем, подчинение требованиям, выдвигаемым США. Спустя два года санкции были ужесточены почти до полного эмбарго. Это было вызвано тем, что в 1960 году Куба экспроприировала или же, говоря проще, произвела отчуждение собственности американских компаний и граждан, что вызвало бурную реакцию со стороны Америки.

Однако, из-за того, что Куба является не совсем богатой страной, основные экономические изменения коснулись лишь рядовых граждан, ВВП Республики сократилось незначительно, в том числе туристический и табачный бизнес по-прежнему продолжал развиваться.

Еще одним положительным моментом стало то, что Куба сняла с себя обвинения по содействию террористической группировке Испании и вооруженным силам Колумбии. США выдвигали предположения, что Куба снабжает оружие, способствующее совершению террористических актов. Наперекор этому в 2013 году правительство Кубы заключило международные договоры и мирные соглашения с Колумбией, которые опровергали террористические отношения.

Интересной стороной выступает то, что Куба, во время применения в отношении нее эмбарго, решает использовать ход для создания антиамериканских союзов. Этому способствует заключение договоров с Венесуэлой и налаживание партнерских отношений с Китаем.

На основании этого, можно сказать, что существует как минимум три факта, которые укрепили положение Республики Куба и не дали ее экономике потерпеть крах. После ввода санкций Соединенными Штатами, Кубой были заключены договоры на международном уровне с другими странами.

Следовательно, страна, на которую накладываются санкции, может встать на путь развития собственной экономики, вкладывая силы, принимая соответствующие программы развития [6].

На сегодняшний день выделены шесть основных разновидностей международных санкций:

1. Коммерческие или торговые;
2. Финансовые (предполагается ограниченность в совершении финансовых операций, вложении инвестиций и т.д.);
3. Санкции в отношении перемещения граждан;
4. Дипломатические (аннулирование дипломатических виз, отстранение сотрудников различных дипломатических представительств и т.д.);
5. Спортивные и культурные;

6. Процессуальные (наложение запрета на право го- лоса, исключение из международных организаций и др.) [3].

Частое применение находят коммерческие или тор- говые санкции, которые предполагают наложение пол- ного или частичного эмбарго на ввоз товаров, а также прекращение технического обслуживания.

Как раз данный вид санкции наиболее широко испол- зуется в отношении России. Основными целями приме- нения санкций против России являются:

- свержение Российской Федерации с занимаемой позиции на международной арене;
- нанесение ущерба экономики страны, т.к. большую часть товаров страна импортирует, а экспортирует пре- имущественно нефть, нефтепродукты, газ, цены на ко- торые понижаются;
- обострение политической атаки и провоцирование военных конфликтов и т.д.

С момента возникновения нестабильной ситуации на Украине санкции против России странами Европейского союза вводились в три этапа.

Первый этап начался 17 марта 2014 года, второй — 20 марта 2014 года, а третий — в июле того же года и предполагал введение секторальных санкций.

Сторонами, поддержавшими ведение санкций, явля- ются Европейский союз, страны «Большой восьмерки», Организация Североатлантического договора и Органи- зация экономического сотрудничества и развития.

В свою очередь правительством России был сформирован список стран и товаров, импорт которых ограничивается.

К таким товарам относятся говядина, свинина, птица, фрукты, сыры, орехи, молочная продукция и др.

Конечно же, по мнению многих, экспертов, введения таких ограничений окажут отрицательное влияние эконо- мические ситуации стран Евросоюза [4].

Анализ исторического опыта применения экономи- ческих санкций показывает, что, не смотря на ограничи- тельные меры, которые применяются в отношении многих стран, возможно избежать существенные потери.

Касаемо ситуации, отражающей состояние России, мы можем отметить, что США, страны Европейского союза, пытаются создать некий изоляционизм российского го- сударства. Для этого правительством Российской Феде- рации проводится политика импортозамещения, которая предусматривает подъем производительности отече- ственных организаций. Также создаются перечни стран и товаров, запрещенных для ввоза на территорию России, либо немедленное уничтожение этих товаров при их обна- ружении на границе [5].

Подводя итог, рассматриваемой темы, хочется отме- тить, что затяжная ситуация, складывающаяся с Укра- иной, Америкой, странами Евросоюза, является неким опытом или же наглядным явлением, что за нашей страной сохраняется шанс создавать, развивать, поднимать соб- ственное производство, которое позволит нам в меньшей степени зависеть от импортной продукции.

Статья подготовлена при финансовой поддержке Рос- сийского гуманитарного научного фонда, грант № 15– 32–01291.

Литература:

1. Бойко, А. А. Международные экономические санкции / А. А. Бойко // Наука, техника и образование. — 2015. — № 3 (9). — 3–4 с.
2. Ильюхов, А. А. Вынужденная автаркия: исторический опыт / А. А. Ильюхов // Актуальные проблемы эконо- мики и права. — 2015. — № 1 (33). — 26–31 с.
3. Круглова, И. А. Экономические санкции как инструмент регулирования международных экономических отно- шений / И. А. Круглова // Ученые записки международного банковского института. — 2015. — № 11 (2). — 152–56 с.
4. Круть, В. Г. Санкции в отношении России: история вопроса и современность / В. Г. Круть // Актуальные про- блемы современных международных отношений. — 2015. — № 6. — 95–99 с.
5. Черненко, В. А. Риски российской экономики в условиях введения международных санкций / В. А. Черненко // Теория и практика общественного развития. — 2015. — № 4. — 34–39 с.
6. Пять причин США снять санкции против Кубы. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.vestifin- pance.ru>
7. Попов, В. В. Экономико-статистическое исследование отчетности по взиманию таможенных платежей / В. В. Попов // автореферат дисс... кандидата экономических наук 08.00.12 Уральский государственный техни- ческий университет. — Екатеринбург. — 2009
8. Попов, В. В. Статистика таможенных платежей в рамках таможенного союза / В. В. Попов // В сборнике: Фор- мирование основных направлений развития современной статистики и эконометрики материалы I-ой Между- народной научной конференции. научный редактор В. Н. Афанасьев. — 2013. — с. 383–389.
9. Попов, В. В. Об актуальности анализа роли документации в бухгалтерском учете внешней торговли как фак- тора роста товарооборота / В. В. Попов // В сборнике: Проблемы и перспективы развития учетно-аналитиче- ской и контрольной системы в условиях глобализации экономических процессов Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры бухгалтерского учета, анализа и ау- дита. — 2014. — с. 395–398.

Основные компоненты, этапы и средства формирования имиджа организации в процессе разработки корпоративного сайта (на примере предприятия курортно-туристической отрасли)

Захарова Марина Вадимовна, преподаватель, аспирант
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

Рыночная трансформация экономики России за последнее десятилетие привела к насыщению рынка товарами и услугами и созданию высоко-конкурентной среды. Эта тенденция прослеживается также и в туристско-рекреационном кластере азово-черноморского побережья Краснодарского края. Высокая конкуренция в данном сегменте рынка услуг актуализирует необходимость использования сегодня современных маркетинговых технологий, важнейшим элементом которых является формирование и укрепление корпоративного имиджа.

Имидж фирмы является фактором, влияющим на ее конкурентоспособность; маркетинговую позицию; ценообразование и имидж ее продукции; привлекательность компании как работодателя; качество клиентуры и партнеров, т.е. практически на все сферы жизнедеятельности компании. Особое значение он приобретает сегодня и для предприятий курортно-туристической отрасли, ибо в силу специфики самих услуг этой сферы потребители при выборе их все больше опираются на его имидж и деловую репутацию. Поэтому становится необходимым применять более интересные и эффективные ходы из области связей с общественностью.

К таковым, безусловно, относятся корпоративные средства массовой информации, наиболее популярным из которых сегодня является *сайт предприятия*.

В настоящее время в России наблюдается стремительное развитие и разнообразных корпоративных изданий, в том числе и электронных сайтов предприятий рекреационной сферы в сети Интернет, но проблема формирования корпоративного имиджа посредством этих современных маркетинговых инструментов, сегодня является одной из наименее разработанных тем в отечественной науке. Именно это позволяет сделать вывод об актуальности рассмотрения научно-теоретических аспектов данного вопроса.

Осуществляя процесс управления корпоративным имиджем предприятия курортно-туристической отрасли посредством печатных и электронных СМИ, необходимо иметь четкие представления о структуре имиджа организации и особенностях психологических процессов формирования имиджа в сознании индивидов. Имидж организации есть целостное восприятие (понимание и оценка) организации различными группами общественности, формирующееся на основе, хранящейся в их памяти информации о различных сторонах деятельности организации.

Рассмотрим детально различные элементы структуры имиджа, определяющие восприятие организации инди-

видом и которые необходимо учитывать при разработке корпоративного сайта или печатного издания.

Структуру имиджа организации составляют представления людей относительно организации, которые условно можно разделить на восемь групп:

1. **Имидж товара (услуги)** — это распространенное и достаточно устойчивое представление об отличительных либо же исключительных характеристиках продукта, придающих продукту особое своеобразие и выделяющих его из разряда аналогичных продуктов.

2. **Имидж потребителей товара или услуг.** Имидж пользователей товара/услуг включает представления о стиле жизни, общественном статусе и характере потребителей.

3. **Внутренний имидж организации.** Под внутренним имиджем организации понимают представления коллектива о своей организации. Работники предприятия рассматриваются здесь не только как фактор конкурентоспособности организации, одна из ключевых групп общественности, но и как важный источник информации об организации для внешних аудиторий. Основными детерминантами внутреннего имиджа являются культура организации и социально-психологический климат.

4. **Имидж основателя и/или основных руководителей организации.** Имидж основателя и/или основных руководителей (речь идет об индивидуальном имидже каждого руководителя) включает представления о намерениях, мотивах, способностях, установках, ценностных ориентациях и психологических характеристиках основателя (руководителей) на основе восприятия открытых для наблюдения характеристик, таких как внешность, социально-демографическая принадлежность, особенности вербального и невербального поведения, поступки и параметры не основной деятельности, или точнее контекст, в котором действует (ют) основатель (руководители) организации.

5. **Имидж персонала.** Имидж персонала — собирательный обобщенный образ персонала, раскрывающий наиболее характерные для него черты.

Имидж персонала формируется, прежде всего, на основе прямого контакта с работниками организации. При этом каждый работник может рассматриваться как «лицо» организации, по которому судят о персонале в целом.

6. **Визуальный имидж организации.** Визуальный имидж организации — представления об организации, субстратом которых является зрительные ощущения, фиксирующие информацию об интерьере и экстерьере предприятия, прилегающих территориях, что особенно

важно для предприятий рекреационной сферы, внешнем облике персонала, а так же фирменной символике (элементах фирменного стиля).

7. Социальный имидж организации. Социальный имидж организации — представления широкой общественности о социальных целях и роли организации в экономической, социальной и культурной жизни общества.

8. Бизнес-имидж организации. В качестве основных компонентов бизнес-имиджа любого предприятия, в том числе и курортно-туристической сферы, несомненно, выступает деловая репутация, или добросовестность/ недобросовестность (соблюдение этических норм бизнеса) в осуществлении предпринимательской деятельности, а также деловая активность организации, индикаторами которой являются: объем продаж; относительная доля рынка; инновационная и технологичная обеспеченность процесса обслуживания, степень ее освоения технологий; патентная защита; разнообразие услуг; гибкость ценовой политики; и т.д.

Раскрыв понятие имиджа организации, его задачи, функции и структуру, далее целесообразно описать **основные компоненты, этапы и средства формирования имиджа организации**, которые необходимо комплексно учитывать при формировании контента и разработке сайта предприятия рекреационного бизнеса.

Основными компонентами благоприятного имиджа должны быть — адекватность, оригинальность, пластичность и точный адрес. Что это значит?

Быть адекватным — значит, имидж должен соответствовать реально существующему образу или специфике предприятия. Быть оригинальным — значит отличаться от образов других представителей данного сегмента рынка услуг. Быть пластичным — значит не устаревать, не выходить из моды, обновляясь, казаться неизменным. Иметь точный адрес — значит быть привлекательным для определенной целевой аудитории, для настоящих и потенциальных заказчиков услуг данного предприятия курортно-туристической сферы.

Традиционно [3], принято выделять **следующие этапы** формирования имиджа:

1. Определение цели формирования имиджа;
2. Определение целевой аудитории, изучение ее возраста, рода занятий и т.п.;
3. Разработка концепции имиджа (главные принципы, мотивы и ценности, характерные для предприятия и ее услуг, а также значимые для потребителя аспекты);
4. Оценка возможностей (ресурсов) предприятия рекреационного бизнеса для формирования заявленного имиджа;
5. Формирование, внедрение и закрепление имиджа в сознании потребителя посредством имеющихся средств, вот здесь большая роль отводится именно корпоративному сайту, продуманной рекламной кампании и печатным изданиям;
6. Оценка состояния имиджа, контроль за реализацией программы

Формирование имиджа производится в соответствии с мастер-планом, который состоит из 4 основных частей:

- создание фундамента;
- внешнего имиджа;
- внутреннего имиджа;
- неосязаемого имиджа.

Каждая из частей направлена на достижение трех главных задачи в этом будет способствовать именно корпоративный сайт:

1. Достижение высокого уровня компетенции и эффективная работа с покупателем.
2. Поддержание имиджа успешной компании, который заставляет покупателя поверить в вас.
3. Установление эмоциональной связи с покупателем и обществом

Мастер план поможет построить прочный фундамент формирования эффективного внутреннего и внешнего имиджа.

Осязаемый имидж — то, что покупатель может увидеть, услышать, попробовать, потрогать, то есть, по сути дела это и есть товар или услуга предприятия.

Неосязаемый имидж — ответная реакция покупателя на осязаемое, на обслуживание и отношение к нему сотрудников компании, сервис. Неосязаемый имидж — это также отношение персонала к работе и его эмоциональный настрой, которые влияют на репутацию компании так же, как и более осязаемые, видимые элементы имиджа. Именно сотрудники фирмы представляют ее перед покупателем, создают важнейшую эмоциональную связь компании с клиентами.

Внутренний имидж — атмосфера внутри компании, позитивное и негативное отношение сотрудников к руководителям и политике компании, которая выражается, прежде всего, в степени преданности сотрудников своей фирме.

Внешний имидж — воздействие первых трех факторов плюс общественное мнение, формируемое рекламной компанией, качеством продукции, связями со средствами массовой информации и общественной работой.

Итак, назовем основные средства формирования имиджа в процессе разработки корпоративного сайта:

1. **Фирменный стиль** — основа имиджа, главное средство его формирования.
2. **Визуальные средства** — дизайнерские приемы формирования имиджа, включающие создание объединенных стилистически макета сайта, оформление полиграфической продукции, офисных вывесок, разработку макетов объявлений и т.п. Оригинал-макеты могут быть различными, но один элемент (деталь), постоянно присутствующий во всех позициях, делает целую серию макетов узнаваемыми. Важную роль играет также цвет.
3. **Вербальные (словесные) средства** — специально подобранная стилистика, ориентированная на нужды потребителя.

4. **Рекламные средства** — использованные в каждом конкретном случае рекламные средства, способствующие формированию благоприятного отношения.

5. **PR-мероприятия** — продуманные, спланированные, постоянные усилия по установлению и укреплению взаимопонимания между предприятием и общественностью. Это выставки, презентации, пресс-конференции, спонсорские мероприятия. При проведении PR-компаний необходимо, чтобы специфика предприятия соответствовала специфике проводимого мероприятия. Немаловажно отношение целевых групп к проводимым PR-акциям, масштаб аудитории спонсируемой акции. Планомерное освещение такого рода ме-

роприятий на страницах корпоративного сайта может сослужить неоценимую услугу в формировании положительного внутреннего и внешнего имиджа предприятия.

Создание положительного имиджа предприятия сферы рекреационного бизнеса — нечто большее, чем просто хорошая рекламная компания, это — сложный и многосторонний план, все части которого должны быть взаимосвязаны и взаимозависимы. Программа создания положительного имиджа наиболее эффективна именно тогда, когда все ее разделы работают вместе. Неоценимую помощь в реализации этого плана может оказать правильно структурированный сайт предприятия и грамотно разработанная корпоративная печатная продукция.

Литература:

1. Бодуан, Ж.-П. Управление имиджем компании. Паблик Рилейшнз: предмет и мастерство / Ж.-П. Бодуан. — М.: Имидж-Контакт. 2001. — 240 с.
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства / Е. А. Джанджугазова. — М.: Академия. 2003. — 224 с.
3. Джи, Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. — СПб.: Питер. 2000. — 370 с.

Оценка финансового потенциала и финансовых рисков предприятия при анализе его инвестиционной привлекательности

Калачева Анна Геннадьевна, соискатель, ассистент

Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет) (г. Челябинск)

В статье рассматривается роль финансового потенциала предприятия при формировании его инвестиционной привлекательности. Предлагается отдельно анализировать показатели финансового потенциала и финансовых рисков деятельности при оценке инвестиционной привлекательности. На основе анализа различных авторских позиций предложена группировка факторов и перечень частных показателей оценки финансового потенциала и финансовых рисков предприятия.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность; промышленное предприятие; оценка; финансовый потенциал; финансовые риски.

Инвестиционная привлекательность предприятия влияет на готовность потенциальных инвесторов осуществлять вложения в его развитие, что определяет возможности предприятия получать дополнительные финансовые ресурсы.

Мы предлагаем под инвестиционной привлекательностью предприятия понимать его комплексную характеристику, формирующуюся под воздействием множества факторов внутренней и внешней среды и представляющую заинтересованным лицам информацию о способности предприятия обеспечивать в результате своей деятельности требуемый эффект (экономический, социальный и т.д.) при приемлемом уровне риска.

Для оценки требуемого эффекта от реализации инвестиций необходимо ввести определенный количественный критерий. Относительно инвестиционного риска сфор-

мировать комплексную количественную оценку финансовых, материальных и/или других рисков, существенных для конкретных пользователей.

Требуемый эффект (отдача) от реализации инвестиций обеспечивается за счет наличия определенного уровня экономического потенциала предприятия, зависящего от его текущего финансово-экономического состояния, факторов производства и т.д. Чем выше его уровень, тем больше вероятность достижения требуемого эффекта, что делает рассматриваемое предприятие более привлекательным для инвестора. По мнению О.А. Минаевой [10, с. 39], экономический потенциал есть совокупность средств и возможностей, имеющихся в распоряжении предприятия, рациональное управление которыми способно увеличить эффективность его деятельности и обеспечить развитие в рыночных условиях.

Экономический потенциал предприятия представляет собой комплексную характеристику. Различные авторы ([8, 9] и другие) выделяют в его структуре разнообразные отдельные потенциалы: финансовый, фондовый (материально-вещественный), трудовой, маркетинговый и т.д. Одну из ключевых ролей играет финансовый потенциал. Наличие у предприятия достаточного уровня финансовых ресурсов и эффективное их использование позволяет наращивать все остальные виды потенциалов, проводить инвестиционную деятельность и т.д.

По мнению Т.Н. Толстых и Е.М. Улановой [13], финансовый потенциал есть возможности и способности предприятия в перспективе иметь достаточный уровень финансовых ресурсов. Более развернутое определение данной категории дает О.А. Минаева [11]: это наличие у организации финансовых средств (собственных, заемных), возможность управления ими и эффективного использования в хозяйственной деятельности. Оценка финансового потенциала неразрывно связана с оценкой финансового состояния предприятия, которая в основном проводится на основе коэффициентов, рассчитываемых по данным финансовой отчетности. Состояние предприятия характеризуется не только потенциалом, но и финансовыми рисками, под которыми подразумевается вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь (снижение прибыли, потеря части или всего капитала и т.п.) в ситуации неопределенности условий финансовой деятельности предприятия [1, с. 357].

Принимая во внимание изложенные факты и поставленную задачу формирования отдельных комплексных показателей эффекта, обеспечиваемого потенциалом предприятия, и риска, предлагаем при оценке инвестиционной привлекательности предприятия учитывать показатель его финансового потенциала и показатель финансовых рисков деятельности.

С целью отбора частных показателей финансового потенциала предприятия были рассмотрены подходы [3, 5, 8, 11, 12, 13] и другие. Большинство авторов рекомендуют в составе финансового потенциала оценивать финансовую устойчивость, ликвидность, рентабельность деятельности предприятия. На наш взгляд оценка ликвидности и устойчивости в большей степени характеризует финансовые риски, на что также указывают точки зрения И.А. Бланка [2, с. 24], А.С. Шапкина [14, с. 12] и других. Поэтому данные факторы предлагаем учитывать в составе показателя финансовых рисков предприятия. Кроме того, в разрабатываемой нами модели оценки инвестиционной привлекательности предприятия будет предусмотрен отдельный показатель эффекта и эффективности деятельности, в составе которого предлагаем анализировать параметры рентабельности, выручки и т.п. Также большинство авторов для анализа финансового потенциала используют различные показатели оборачиваемости. Рекомендуем оборачиваемость конкретных видов ресурсов (например, основного капитала [3, 8, 13], оборотного капитала, запасов [3, 8]) учи-

тывать в показателях соответствующих потенциалов (фондовом и т.д.). Сводная характеристика остальных частных показателей, используемых в рассмотренных подходах для характеристики финансового потенциала, представлена в таблице 1.

Для оценки финансового потенциала предприятия необходимо в первую очередь проанализировать объемы имеющихся финансовых ресурсов, их динамику и отдачу. Эффективное управление денежными потоками предприятия обеспечивает финансовое равновесие и снижение риска неплатежеспособности, сокращение потребности предприятия в заемном капитале, ускорение оборота капитала (тем самым обеспечивается рост суммы прибыли) и т.д. Чистый денежный поток является важным результатом финансовой деятельности предприятия. Максимизация данного показателя обеспечивает повышение темпов экономического развития предприятия на принципах самофинансирования, а также прирост рыночной стоимости предприятия. Ряд авторов: [3, 7, 12] и другие, выделяют анализ денежных потоков как составную часть анализа финансового состояния предприятия. Кроме того, отдача финансовых ресурсов зависит от того, насколько эффективно организована система управления ими. Таким образом, мы предлагаем при оценке финансового потенциала отдельно оценить объем имеющихся финансовых ресурсов и их отдачу, эффективность управления денежными потоками, систему управления финансами предприятия (таблица 1).

Различные авторы ([3, 12] и другие) предлагают использовать при оценке финансового потенциала показатели оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей. На наш взгляд эффективность управления денежными потоками более информативно характеризует их соотношение, позволяющее проанализировать согласованность денежных потоков во времени и наличие/отсутствие кассовых разрывов. При этом отдельные показатели (для дебиторской и кредиторской задолженностей) будут учитываться далее при оценке финансовых рисков предприятия: кредитных рисков и финансовой устойчивости предприятия, соответственно.

Эффективность управления денежными потоками предприятия предлагаем оценивать на основе: коэффициента соотношения дебиторской и кредиторской задолженности [5, 12], а также набора показателей, рекомендуемых авторами [7, 12] для подобной оценки. Коэффициент ликвидности денежного потока позволяет оценить достаточность положительного потока для покрытия отрицательного потока [7, с. 414]:

$$КЛ_{ДП} = \frac{ПДП - (ДА_k - ДА_n)}{ОДП}, \quad (1)$$

где ПДП и ОДП — суммы валовых за рассматриваемый период положительного и отрицательного денежных потоков, соответственно;

$ДА_k$, $ДА_n$ — суммы остатков денежных активов на конец и начало периода.

Таблица 1. Показатели оценки финансового потенциала

Групповой показатель	Частные показатели, входящие в группу
1. Объем финансовых ресурсов предприятия и их отдача	валюта баланса (руб) [3]; темп роста валюты баланса (%) [3]; стоимость чистых активов предприятия (руб) [12]; доля накопленного капитала (отношение нераспределенной прибыли к валюте баланса) (%) [5]; коэффициент общей оборачиваемости капитала (ресурсоотдача) (обороты в год) [3, 12, 13]; темп роста общей оборачиваемости капитала (%)
2. Эффективность управления денежными потоками предприятия	коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности [5, 7, 12]; коэффициент ликвидности денежного потока предприятия [7, 12]; коэффициент эффективности денежного потока [7]; коэффициент достаточности чистого денежного потока [7]; коэффициент реинвестирования чистого денежного потока [7]
3. Система управления финансами предприятия	наличие эффективной системы управления финансами [5]

Минимально допустимое значение данного коэффициента равно единице. Коэффициент эффективности денежного потока предприятия характеризует рентабельность денежных затрат и определяется формулой [7, с. 415]:

$$K_{Эдп} = \frac{ЧДП}{ОДП}, \quad (2)$$

где ЧДП — сумма чистого денежного потока за рассматриваемый период.

Коэффициент достаточности чистого денежного потока позволяет оценить достаточность генерируемого предприятием чистого денежного потока с позиций финансируемых им потребностей. Данный коэффициент не должен быть менее единицы и рассчитывается по формуле [7, с. 414]:

$$K_{Дчдп} = \frac{ЧДП_{т.д.}}{ОД + \Delta Z_{ТМ} + D_y}, \quad (3)$$

где ЧДП_{т.д.} — чистый денежный поток от текущей деятельности за период;

ОД — сумма выплат основного долга по долго- и краткосрочным кредитам и займам;

$\Delta Z_{ТМ}$ — сумма прироста запасов товарно-материальных ценностей в составе оборотных активов предприятия;

D_y — сумма дивидендов, выплаченных собственникам предприятия.

Коэффициент реинвестирования чистого денежного потока [7, с. 415]:

$$K_{Рчдп} = \frac{ЧДП_{т.д.} - D_y}{\Delta РИ + \Delta ФИ_{д}}, \quad (4)$$

где $(\Delta РИ + \Delta ФИ_{д})$ — сумма прироста реальных и долгосрочных финансовых инвестиций.

Для формирования показателя финансовых рисков предприятия первоначально необходимо определить перечень рисков, относящихся к данной категории. Так И.А. Бланк [2, с. 24] выделяет финансовые риски следующих видов: процентный (изменение ставки на финансовом рынке), валютный (существенен для предприятий, ведущих внешнеэкономическую деятельность —

ВЭД), ценовой (изменение цен на активы финансового рынка), риск снижения финансовой устойчивости (порождается несовершенством структуры капитала предприятия), риск неплатежеспособности (генерируется снижением уровня ликвидности оборотных активов), кредитный (риск несвоевременного платежа по коммерческому кредиту, предоставленного покупателям), инвестиционный (потери в процессе инвестиционной деятельности), инновационный (связан с внедрением новых финансовых технологий, инструментов) и депозитный (невозврат депозитных вкладов коммерческим банком). А.С. Шапкин [14, с. 12] выделяет в зависимости от причины возникновения следующие виды рисков: изменение покупательной способности денег (инфляционные, валютные риски и риск ликвидности), неосуществление платежей, инвестиционные риски.

В разрабатываемой нами модели оценки инвестиционной привлекательности предприятия предполагается формирование отдельных показателей внешних и внутренних рисков деятельности. Поэтому риски внешней среды, например, сопровождающие функционирование финансового рынка, инфляционные и т.д., будут учтены в показателе внешних рисков. Таким образом, предлагаем далее при оценке показателя финансовых рисков, относящихся к внутренним, учитывать следующие составляющие: риск снижения финансовой устойчивости и риск потери платежеспособности предприятия, которые И.А. Бланк выделяет как наиболее опасные [2, с. 25], валютные риски, существенные для предприятий, ведущих ВЭД, а также кредитные риски. Данный подход отражен в таблице 2.

Внешним проявлением финансового состояния предприятия выступает платежеспособность, а его внутренней стороной — финансовая устойчивость [12]. Ликвидность выступает как необходимое и обязательное условие платежеспособности [4]. В работах авторов [3, 4, 5, 8, 11, 12, 13] с целью оценки финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия предлагаются различные частные показатели, сводная характеристика которых представлена в таблице 2.

Г.В. Савицкая [12], Л.Т. Гиляровская, Д.В. Лысенко, Д.А. Ендовицкий [4] при анализе финансовой устойчивости

Таблица 2. Показатели оценки финансовых рисков предприятия

Групповой показатель	Частные показатели, входящие в группу
1. Риск снижения финансовой устойчивости:	
1.1 Оценка структуры капитала предприятия	коэффициент автономии (независимости) [3, 4, 5, 8, 11, 12]; коэффициент финансовой устойчивости (постоянного актива) [4, 12]; коэффициент капитализации (плечо финансового рычага) [3, 4, 12]; коэффициент текущей задолженности [12]; доля стоимости чистых активов в общей валюте баланса (%) [4, 12]; оборачиваемость кредиторской задолженности (обороты за период или дни) [3, 5, 12]
1.2 Оценка состояния основных и оборотных средств	доля оборотных средств в активах [3, 4]; коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами [3, 5, 8, 12]; коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами [4, 12]; коэффициент имущества производственного назначения [3]; коэффициент маневренности собственного капитала [3, 4]
2. Риск потери платежеспособности предприятия	коэффициент общей ликвидности [3]; коэффициент абсолютной ликвидности [3, 4, 8, 12]; коэффициент быстрой ликвидности [4, 12]; коэффициент текущей ликвидности (покрытия) [3, 4, 5, 8, 11, 12, 13]; индекс кредитоспособности Z (Альтмана) [8, 12]
3. Валютные риски	доля разницы между одновалютными поступлениями и выплатами предприятия за период в общей сумме выручки за тот же период (оценивается по каждой используемой валюте) (%); уровень волатильности национальной валюты; использование предприятием методов и инструментов управления валютными рисками (хеджирование и т.п.) [6]
4. Кредитные риски предприятия	оборотная дебиторская задолженность (обороты за период или дни) [3, 4]; доля просроченной дебиторской задолженности за период (%) [4]; уровень управления дебиторской задолженностью; процедура выбора контрагентов

предприятия выделяют два направления: оценка структуры капитала (соотношение собственного и заемного капитала) и оценка по функциональному признаку (состояние основных и оборотных средств, соотношение между статьями актива и пассива баланса). В соответствии с данным подходом выделим при анализе финансовой устойчивости предприятия два указанных направления.

Как отмечает И. А. Бланк [1, с. 46], валютный риск — это вид финансового риска, характеризующийся колебанием валютного курса, порождающим финансовые потери предприятия при экспортно-импортных операциях. Уточненное определение дают С. И. Двоглазов и Е. В. Ильичева [6], подразумевая под данным понятием опасность возникновения убытков, связанных с изменением курса иностранной валюты по отношению к национальной валюте при проведении внешнеторговых, кредитных, валютных операций на фондовых и товарных биржах при наличии остатков средств в иностранной валюте (открытой валютной позиции). Данные авторы отмечают, что необходимо учитывать валюту выплат и поступлений и их соотношение. При этом оценивается величина открытой валютной позиции — разница между объемами входящих и исходящих платежей в иностранной валюте [6]. В случае незначительной валютной позиции за период данный риск будет минимальным.

Ряд авторов, например, С. И. Двоглазов, Е. В. Ильичева [6], в своих работах предлагают измерять валютный риск с помощью широко используемого в международной практике вероятностно-статистического метода Value-at-Risk (VaR), в котором уровень прогнозируемых по-

тер рассчитывается как произведение объема открытой валютной позиции, текущего курса валюты и показателя волатильности курса, определяемого на основе среднего значения и стандартного отклонения ежедневного изменения курса с учетом доверительного интервала. Таким образом, основными параметрами являются валютная позиция и уровень волатильности курса.

Предлагаем в нашей модели применить упрощенную оценку уровня существенности валютных рисков для предприятия (таблица 2) на основе частного показателя соотношения разницы между одновалютными поступлениями и выплатами предприятия за период к общей сумме выручки за тот же период (оценивается по каждой используемой валюте), а также показателя уровня волатильности национальной валюты. Уровень валютных рисков для предприятия может быть снижен вследствие применения различных методов и инструментов управления ими. Чаще всего речь идет о реализации программы хеджирования, предполагающей использование инструментов срочных сделок с целью страхования рисков. Поэтому также предлагаем оценивать данный аспект.

Под кредитным риском предприятия подразумевается вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь, связанных с невозвратом долга по предоставленному товарному (коммерческому) кредиту [1, с. 161]. Указанный риск проявляется в росте текущей и просроченной дебиторской задолженности, сомнительных долгов. Информацию об уровне кредитного риска предприятия можно получить на основе анализа применяемой системы управления дебиторской задолженностью. Авторы [4, 7]

и другие рекомендуют при организации подобной системы контролировать объемы и сроки инкассации дебиторской задолженности, разрабатывать и использовать дифференцированные условия предоставления кредита, выполнять отбор покупателей на основе их платежеспособности, применять методы спонтанного финансирования, различные формы рефинансирования задолженности (например, факторинг, вексель) и т.д. С учетом изложенных рекомендаций мы предлагаем проводить оценку кредитных рисков предприятия на основе частных показателей оборачиваемости дебиторской задолженности, доли

просроченной задолженности. А также качественных показателей, характеризующих уровень управления дебиторской задолженностью предприятия (применение контроля, рефинансирования и т.п.) и процедуру выбора контрагентов.

Таким образом, использование предлагаемого набора частных показателей для оценки финансового потенциала и финансовых рисков предприятия при анализе его инвестиционной привлекательности позволит учесть множество характеризующих их параметров, тем самым повысить точность оценки.

Литература:

1. Бланк, И. А. Словарь-справочник финансового менеджера. — Киев: «Ника-Центр», 1998. — 480 с.
2. Бланк, И. А. Управление финансовыми рисками / И. А. Бланк. — Киев: «Ника-Центр», 2005. — 600 с.
3. Бочаров, В. В. Финансовый анализ. Краткий курс / В. В. Бочаров. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2009. — 240 с.
4. Гиляровская, Л. Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / Л. Т. Гиляровская, Д. В. Лысенко, Д. А. Ендовицкий. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. — 360 с.
5. Давыдова, Л. В. Методические подходы к оценке финансово-производственного потенциала промышленного предприятия / Л. В. Давыдова, А. В. Чумакова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «История. Политология. Экономика. Информатика». — 2010. — № 13. — с. 64–71.
6. Двоглазов, С. И. Управление валютными рисками с применением финансовых и нефинансовых методов на примере предприятия горно-металлургического холдинга / С. И. Двоглазов, Е. В. Ильичева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2011. — № 3. — с. 229–238.
7. Кокин, А. С. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / А. С. Кокин, В. Н. Яснев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 511 с.
8. Лютова, И. И. К вопросу об оценке экономического потенциала промышленного предприятия / И. И. Лютова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика». — 2013. — № 3. — с. 279–285.
9. Минаева, О. А. Инструменты измерения и методы управления экономическим потенциалом промышленной организации: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Минаева Оксана Александровна. — Волгоград, 2007. — 25 с.
10. Минаева, О. А. Комплексный подход к оценке экономического потенциала промышленного предприятия / О. А. Минаева // Экономика. Инновации. Управление качеством. — 2012. — № 1. — с. 38–44.
11. Минаева, О. А. Финансовый потенциал промышленного предприятия / О. А. Минаева // Актуальные вопросы экономических наук. — 2008. — № 1. — с. 354–359.
12. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 536 с.
13. Толстых, Т. Н. Проблемы оценки экономического потенциала: финансовый потенциал / Т. Н. Толстых, Е. М. Уланова // Вопросы оценки. — 2004. — № 4. — с. 18–22.
14. Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. — 8-е изд. — М.: «Дашков и Ко», 2012. — 544 с.

Исторические факты использования драгоценных металлов в работе коммерческих банков

Карцева Наталья Станиславовна, студент
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

В начале XX века важными кредиторами золотой промышленности России становятся коммерческие банки. В лучшую сторону были изменены условия креди-

тования, но в целом объемы золотых кредитов не достигали такого уровня, который способствовал бы росту добычи золота в стране.

Золотая денга — «червонец» появился в России в 1718 году. Выпуск неполноценной монеты, порча серебряников при обрезании, появление «воровской» валюты привели к постепенной потере веса монеты («Медный бунт»). Чтобы преодолеть сложившиеся трудности начали выпускать монеты из меди, наделив их принудительным номиналом. В последствии выросла рыночная цена на серебряный рубль в сравнении с номиналом. Далее серебряный рубль вышел из обращения, так как был сосредоточен крупными суммами у ростовщиков. Также отмечалось общее повышение товарных цен. В результате этого деньги из меди прекратили выпускать и изъяли из обращения. В данном периоде была плохо развита добыча золота и серебра, в связи с этим содержание серебра в монете сократили на 30%, наряду с этим начали чеканить чистые золотые монеты (в Европе с XVIII — XIX веков золотые и серебряные монеты уже полностью имели место в платежах, и прочих операциях наряду с бумажными деньгами [1].)

Процесс чеканки оставался в руках богатых землевладельцев. Весь процесс составлял 12 операций, важными из которых были плавка и отлив золота и серебра, придание формы монеты, во время чего были большие потери, которые приходилось нести помещику.

Во владении зарождающегося буржуазного слоя населения оказалось большое количество золотых и серебряных слитков. Формы и вес слитков были разными. Именно форма слитков была удобна при транспортировке, заключении крупных договоренностей, в тот момент, когда монета принималась по весу, с возможностью переделки на местные монеты.

Все предпринятые меры с перевыпуском монет и пересмотром условий кредита, в полной форме не давали приспособленности к условиям различных предприятий. В России вопрос с золотым кредитованием стоял достаточно остро. Самой главной проблемой в развитии золотого кредита являлся его краткосрочный характер, который не давал полную возможность предпринимателям для долгосрочного развития дел.

Кредиты золотом в России можно было охарактеризовать как «напряженные» по условиям, «ограниченные, неравномерно-избирательные» по охвату (особенно испытывали неудобства мелкие предприниматели), «нестабильные» по организации [2].

На нерешенность проблематики кредитования золотом указывает и оценка Витте С. Ю., которую он предложил на II Всероссийском съезде золотопромышленников (1915 год). Наиболее насущными мерами развития отраслей он назвал дешевые, «почти даровые» кредиты и организацию особенных преимуществ для акций золотопромышленных кредитных учреждений [3].

В 1920 году создали Государственное хранилище ценностей — Гохран.

С 1960 года Гохран вошёл в состав Министерства финансов СССР. С 1979 года Гохран получил имя Третьего главного управления (Гохран) при Министерстве финансов СССР. В 1987 году переименовали Государ-

ственным хранилищем ценностей СССР (Гохран СССР) при Министерстве финансов СССР.

В 1991 году Гохран получил статус Комитета драгоценных металлов и драгоценных камней при Министерстве экономики и финансов.

В 1996 году Гохран России стал Государственным учреждением по формированию Государственного фонда драгоценных металлов и драгоценных камней Российской Федерации, хранению, отпуску и использованию драгоценных металлов и драгоценных камней при Министерстве финансов Российской Федерации.

В Госфонде хранится богатство уникальных драгоценных камней и металлов. Распоряжаться ими имеет право только Президент Российской Федерации. Уникальную коллекцию составляют самородки из платины, золота, ювелирные изделия, исторические ценности, имеющие мировую известность, драгоценный металл в слитках и иных видах [4].

В 1996 году Центральный банк России издал несколько законов, которые описывали правила использования банками драгоценных металлов и камней. Законы дали право банкам покупать и продавать слитки, открывать обезличенные металлические счета, а также на выдачу кредитов слитками и займы в виде слитков.

Запасы в России на июнь 2014 года составляли 426,7 тонны. Эта цифра возросла по сравнению с концом марта на 2,5 тонны.

Объемы запаса золота в государственных резервах страны к июню 2014 года составили 426,7 тонны. Это на 2,5 тонны больше, чем на конец марта текущего года. Золотая доля в общем числе запасов золотовалютных резервов составила 11,1%. На этот момент Россия была на 13 месте по запасам золота в резерве государства. Золотая доля в общих объемах золотовалютного резерва РФ составила 11,1%. Наряду с этим был издан указ об уменьшении золота в резерве на 10%, то есть на 41 тонну [1].

Сейчас примерно 160 КБ в РФ имеют лицензию на оперирование с драгметаллами. Банк России определил перечень драгметаллов, которые могут принимать в обращение кредитные организации: золото, серебро, платина и палладий. Известно, что к драгметаллам относятся также родий, иридий, осмий и рутений, но проводить операции с этими металлами российские банки не имеют права. Есть и еще одно ограничение: банки работают только с металлом в виде слитков и монет [2].

Когда Банк России дал разрешение финансово — кредитным организациям на работу с драгоценным металлом предполагалось, что операционная деятельность с драгметаллом приведет к снижению зависимости от американского доллара, соответственно понизится его ценность на территории России и не даст войти ему в денежное обращение.

Драгметалл является товаром, ориентированным для экспорта.

Купля-продажа на внутреннем рынке в России производится на рыночных условиях по ценам, которые учитывают текущую конъюнктуру мирового рынка и уровень рисков, вызванный колебаниями мировых цен на аффи-

нированные драгоценные металлы. На сегодняшний день в России потребление драгметалла гораздо меньше его производства. В Банке России устанавливают учетную цену на драгоценные металлы, исходя из лондонского фиксинга, то есть опираясь на средневзвешенную цену сделок по слиткам между крупнейшими банками в Лондоне.

В российском законодательстве, регламентирующем операционную деятельность с драгметаллами, есть отличающийся фактор от мировой практики. В развитых странах драгметалл является ценностью, такой же, как любая свободно конвертируемая валюта, и продается, и покупается без сбора дополнительных налогов. В России инвестор, приобретая слитки из банка, должен оплатить НДС в размере 18%. Банковские эксперты считают, что слитки драгоценных металлов не являются лучшим инвестиционным инструментом, так как не приносят дохода инвестору даже при интенсивно положительных колебаниях.

При надобности инвестор может без проблем приобрести золотые и серебряные слитки, но овладеть платиной или палладием в нашей стране несколько сложнее.

Наиболее удобным инструментом инвестирования в драгметаллы является обезличенный металлический счет. Металл на счет можно приобрести и продать в любое время. При операциях на таких счетах реальный металл не обращается, как следствие опускается проблема с НДС.

Осуществляя операции с обезличенным металлом для инвестора нет границ по весу металла, в отличие от реальных слитков, количество операций не ограничивается,

купить и продать металл можно много раз — обезличенный металл обладает свойством мгновенной ликвидности. Отсутствуют издержки на перемещение, сохранность и взвешивание. При этом далеко не все банки могут работать с реальным металлом, так как для работы необходимо дорогое оборудование, требующее ювелирной точности.

Банки самостоятельно ставят курс покупки и продажи драгметалла, в соответствии с лондонским фиксингом или текущей ценой на мировом рынке. Таким образом, металлический счет — это наиболее удобный инструмент для игры на мировой цене и способ диверсификации, то есть способ наиболее грамотного сохранения активов.

В последнее же время тенденция привлекательности к возможностям обезличенного металла возросла. Вложение в обезличенный металл дают владельцам счетов хороший периодичный доход, но до сих пор нет документальной определенности денежной или товарной природой обладает обезличенный счет. Пока положение обезличенных металлических счетов никаким образом не обозначено, но в Госдуме уже внесены предписания о соответствующих дополнениях в Гражданский кодекс РФ [3].

В понимании профессионалов, юридические коллизии — «возрастное» явление российского рынка драгметаллов [4].

Ценные металлические сплавы все чаще входят в наше общество, как рациональное средство собственных сбережений и как один из самых надежных активов, включаемых в инвестиционный портфель.

Литература:

1. Иода, Е. В., Мешкова Л. Л., Болотина Е. Н. Классификация банковских рисков и их оптимизация. — Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2012. — 120 с.
2. Карпова, Е. С. К вопросу о сущности экономического капитала банка // Банковские услуги. — 2013. — № 8.
3. Коваленко, О. Г. Банковский финансовый менеджмент и проблемы эффективного управления // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. № 1 (12). с. 70–72.
4. Макшанова, Т. В. Рынок структурированных финансовых продуктов в России: современный этап и перспективы развития / Т. В. Макшанова // Молодой ученый. — 2013. — № 3. — с. 258–262.

Внешняя торговля регионов и пути ее совершенствования (на примере Белгородской и Курской областей)

Ковалева Елена Ивановна, старший преподаватель;

Капитан Светлана Александровна, магистрант

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В современных условиях происходит изменение основных факторов, оказывающих влияние на развитие приграничной торговли. В связи с этим исследование внешнеторговой деятельности на примере Белгородской и Курской областей, как регионов, находящихся на западной границе России, а кроме того, являющимися одними из самых развитых и передовых регионов страны, является очень важным.

Внешняя торговля регионов способствует усилению специализации, повышению производительности имеющихся ресурсов, создает возможность организации массового производства, вследствие чего повышается степень загрузки оборудования, возрастает эффективность внедрения новой техники и технологий, улучшается качество производимой продукции, и как следствие спо-

способствует повышению уровня занятости, экономического роста и благосостояния граждан.

Рассмотрим динамику внешнеторгового оборота Белгородской и Курской областей за 2012–2014 годы, показатели которого представлены на рисунке 1.

Из рисунка 1 видно, что на протяжении 2012–2014 годов показатели внешнеторгового оборота Белго-

родской и Курской областей снижались, за исключением роста показателей Курской области в 2012–2013 годах. Основной причиной снижения показателей внешней торговли регионов в 2014 году стали нестабильная экономическая и политическая ситуация в Украине и санкции стран Запада.

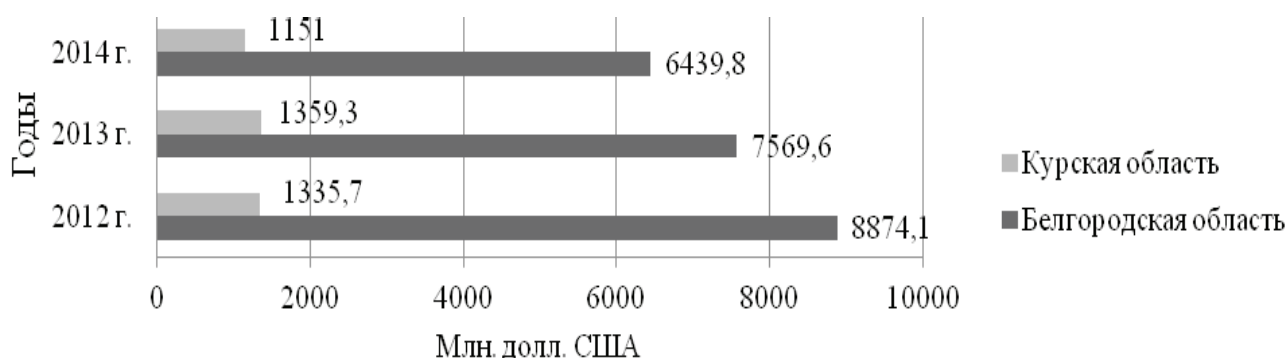


Рис. 1. Динамика внешнеторгового оборота Белгородской и Курской областей за 2012–2014 годы, млн. долл. США

Внешнеторговый оборот Белгородской области с учетом взаимной торговли с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан в 2014 году составил 6439,8 млн. долл. США, что составляет 72,6% и 85,1% к уровню 2012 и 2013 годов. Внешнеторговый оборот Курской области с учетом взаимной торговли с Республикой Бела-

русью и Республикой Казахстан составил в 2014 году 1151 млн. долл. США (спад на 13,8% и 15,3% по сравнению с 2012 и 2013 годами).

Рассмотрим сальдо торгового баланса Белгородской и Курской областей за 2012–2014 годы, которое представлено в таблице 1.

Таблица 1. Сальдо торгового баланса Белгородской и Курской областей за 2012–2014 годы, млн. долл. США

Показатель	Белгородская область			Курская область		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Сальдо торгового баланса	-1608,6	-744,6	-92,4	45,7	31,7	1
в том числе по странам:						
СНГ	-3273,0	-2322,3	-1338,1	-248,4	-231,9	-116,2
дальнего зарубежья	+1664,4	+1577,7	+1245,8	+294,1	+263,5	+117,1
Коэффициент покрытия импорта экспорта, %	69,3	82,1	97,2	107,1	104,8	100,2

Из таблицы 1 видно, что сальдо торгового баланса Белгородской области на протяжении 2012–2014 годов отрицательное, но имеет тенденцию к снижению, сальдо Курской области имеет положительную тенденцию. В 2014 году сальдо торгового баланса Белгородской области сложилось в размере — 92,4 млн. долл. США. При этом в торговле со странами дальнего зарубежья сальдо равнялось 1245,8 млн. долл. США, со странами СНГ — 1338,1 млн. долл. США. Сальдо торгового баланса Курской области в 2014 году составило 1 млн. долл. США, в том числе со странами дальнего зарубежья 117,1 млн. долл. США, со странами СНГ — 116,2 млн. долл. США.

Отрицательное значение данного показателя можно объяснить приграничным расположением Белгородской области, которая является транзитной территорией

для продвижения товаров из Украины в другие регионы России. Причём превышение импорта над экспортом свидетельствует не столько о неконкурентоспособности экспортных отраслей, сколько о тенденциях расширения и обновления производственных мощностей предприятиями области, закупающих импортное оборудование [3, с. 9].

Рассмотрим показатели экспорта Белгородской и Курской областей за 2012–2014 годы, которые представлены на рисунке 2.

Из рисунка 2 видно, что показатели экспорта Белгородской области с учетом взаимной торговли с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан на протяжении 2012–2014 годов снижались, показатели экспорта Курской области за 2012–2013 годы возрастали, в 2014 году снижались. В 2013 году объем экспорта Белгородской об-

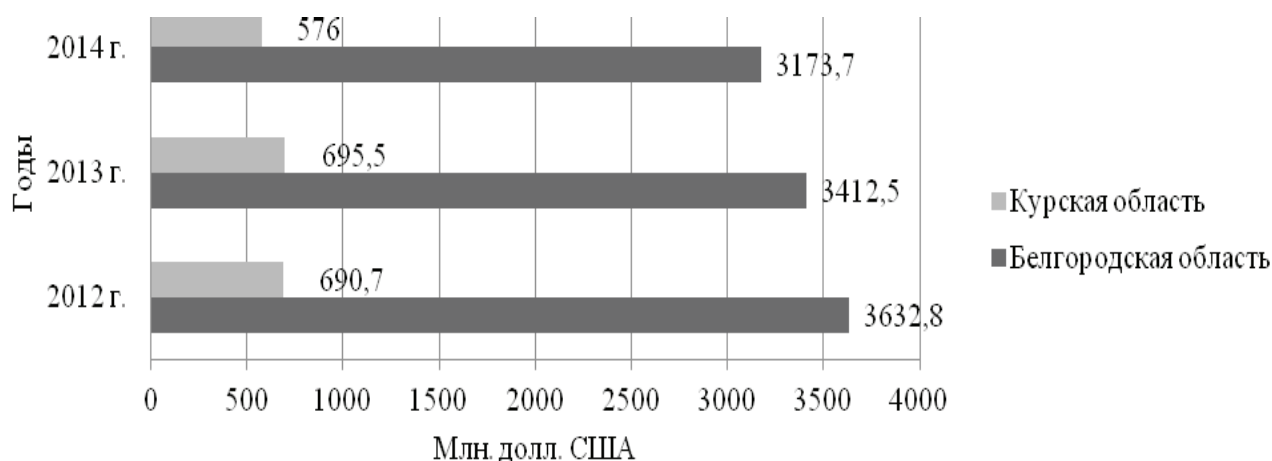


Рис. 2. Динамика экспорта Белгородской и Курской областей за 2012–2014 годы, млн. долл. США

ласти составил 3412,5 млн. долл. США и по сравнению с 2012 годом снизился на 220,3 млн. долл. США, объем экспорт Курской области 695,5 млн. долл. США, повысился на 4,8 млн. долл. США. В 2014 году из Белгородской области было экспортировано товаров на сумму

3173,7 млн. долл. США (93% к уровню 2013 года), из Курской области на 576 млн. долл. США (82,8%).

Рассмотрим показатели экспорта Белгородской и Курской областей со странами СНГ за 2012–2014 годы, которые представлены на рисунке 3.

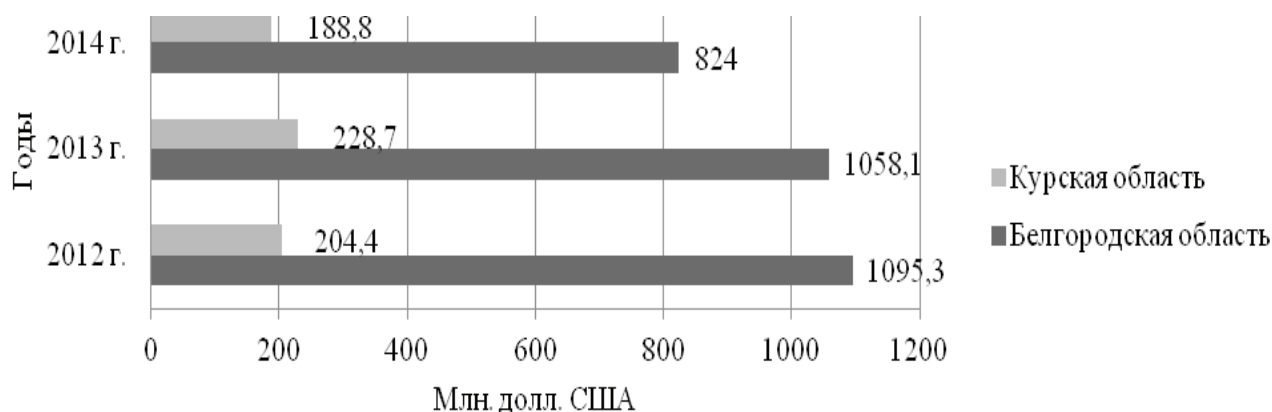


Рис. 3. Динамика экспорта Белгородской и Курской областей со странами СНГ за 2012–2014 годы, млн. долл. США

Из рисунка 3 видно, что показатели экспорта Белгородской и Курской областей со странами СНГ на протяжении 2012–2014 годов снижались, за исключением роста показателей Курской области в 2012–2013 годах. В 2014 году доля участников из стран СНГ в общем объеме экспорта Белгородской области составила 26% (в 2013 году — 31,0%, в 2012 году — 30,2%), в общем объеме экспорта Курской области 32,8% (в 2013 году — 32,9%, в 2012 году — 29,6%). В 2013 году объем экспорта со странами СНГ составил 1058,1 и 228,7 млн. долл. США (96,6% и 111,9% к уровню 2012 года). В 2014 году объем вывоза в страны СНГ из Белгородской области составил 824 млн. долл. США (спад на 22,1% по сравнению с 2013 годом), объем вывоза из Курской области 188,8 млн. долл. США (спад на 17,4%).

Среди стран СНГ основными получателями экспортной продукции из Белгородской и Курской областей

являлись Азербайджан, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Республика Молдова, Украина.

Основными объективными факторами, определяющими ориентацию внешней торговли Белгородской и Курской областей преимущественно в Украину, являются территориальная близость, значительная протяженность общей границы, общность экономического пространства, единые кооперационные производственно — технологические связи, ресурсная и технологическая взаимозависимость отдельных отраслей и производств. Наряду с этим активно развивается торгово-экономическое сотрудничество в рамках Таможенного союза.

Рассмотрим показатели экспорта Белгородской и Курской областей со странами дальнего зарубежья за 2012–2014 годы, которые представлены на рисунке 4.

Из рисунка 4 видно, что показатели экспорта Белгородской и Курской областей со странами дальнего зарубежья на протяжении 2012–2014 годов снижались.

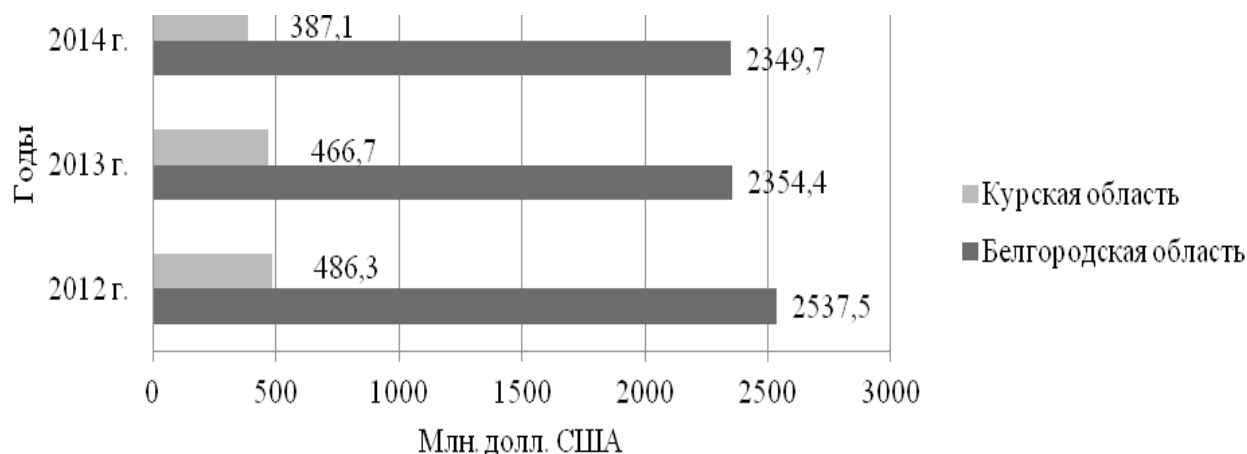


Рис. 4. Динамика экспорта Белгородской и Курской областей со странами дальнего зарубежья за 2012–2014 годы, млн. долл. США

В 2014 году доля участников из стран дальнего зарубежья в общем объеме экспорта Белгородской области составила 74% (в 2013 году — 69%, в 2012 году — 69,8%), в общем объеме экспорта Курской области 67,2% (в 2013 году — 67,1%, в 2012 году — 70,4%). В 2013 году объем экспорта со странами дальнего зарубежья составил 2354,4 и 466,7 млн. долл. США (92,8% и 96% к уровню 2012 года). В 2014 году объем экспорта Белгородской области составил 2349,7 млн. долл. США (спад на 0,2% по сравнению с 2013 годом), объем экспорта Курской области 387,1 млн. долл. США (спад на 17,1%).

Среди стран дальнего зарубежья основными получателями экспортной продукции из Белгородской области являлись Турция, Египет, Италия, Китай, Словакия, из Курской области Италия, Китай, Польша, Румыния, Словакия, Турция.

Экспортная направленность в страны дальнего зарубежья может объясняться характером проводимой политики областей по расширению сотрудничества с развитыми странами мира, а также продвижению своей

продукции, в основном сырьевой направленности, на мировые рынки.

Исследование структуры экспортной деятельности областей свидетельствует о том, что структура экспорта областей преимущественно сырьевая. Эта структура определяется промышленным потенциалом областей, в котором сохраняется преимущество продукции горно-металлургического комплекса. Остальную часть экспорта областей составляют различные группы товаров производственно-технического назначения, потребительские товары.

Рассмотрим показатели импорта Белгородской и Курской областей за 2012–2014 годы, которые представлены на рисунке 5.

Из рисунка 5 видно, что показатели импорта Белгородской и Курской областей с учетом взаимной торговли с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан на протяжении 2012–2014 годов снижались, за исключение роста показателей импорта Курской области в 2012–2013 годах. В 2013 году объем импорта Белгородской об-

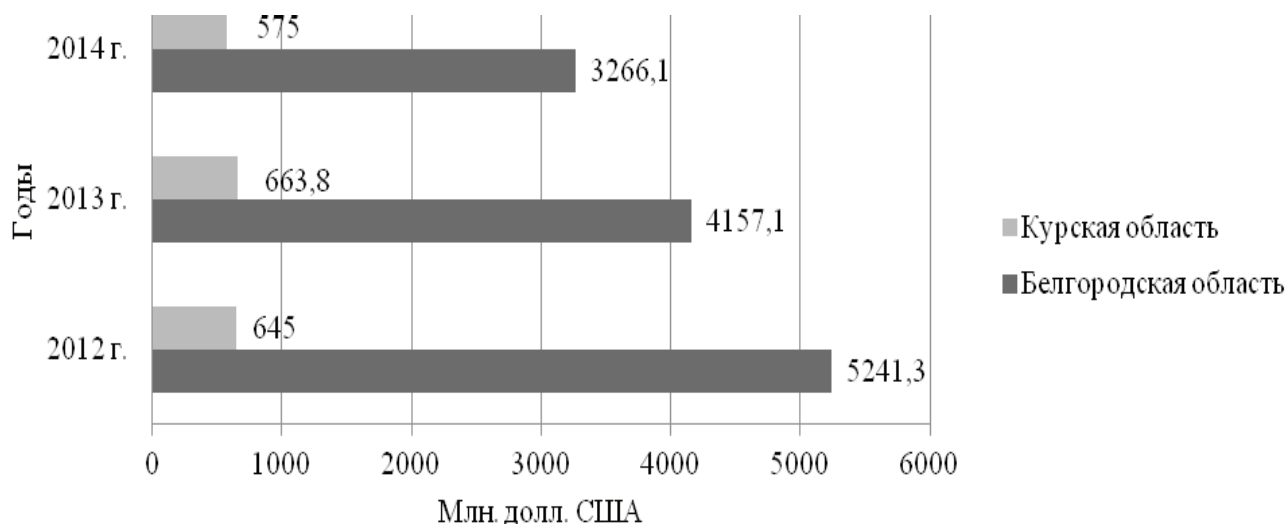


Рис. 5. Динамика импорта Белгородской и Курской областей за 2012–2014 годы, млн. долл. США

ласти составил 4157,1 млн. долл. США и по сравнению с 2012 годом снизился на 1084,2 млн. долл. США, объем импорта Курской области 663,8 млн. долл. США, повысился на 18,8 млн. долл. США. В 2014 году в Белгородскую область было импортировано товаров на сумму

3266,1 млн. долл. США (78,6% к уровню 2013 года), из Курской области на 575 млн. долл. США (86,6%).

Рассмотрим показатели импорта Белгородской и Курской областей со странами СНГ за 2012–2014 годы, которые представлены на рисунке 6.

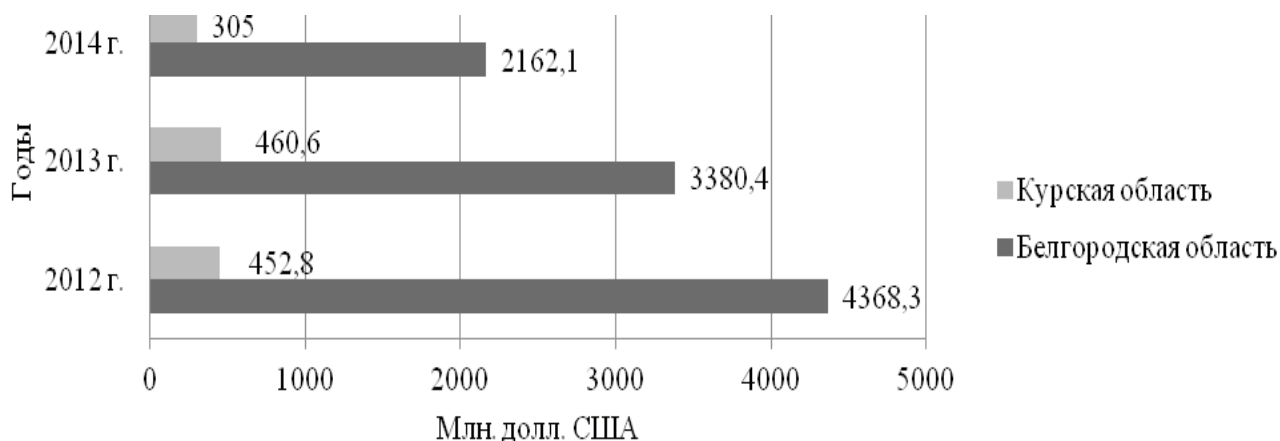


Рис. 6. Динамика импорта Белгородской и Курской областей со странами СНГ за 2012–2014 годы, млн. долл. США

Из рисунка 6 видно, что показатели импорта Белгородской области со странами СНГ на протяжении 2012–2014 годов снижались, показатели Курской области в 2012–2013 годах возрастали, в 2014 году снижались. В 2014 году страны СНГ в общем объеме импортных поставок Белгородской области занимали 66,2% (в 2013 году — 81,3%, в 2012 году — 83,3%), в общем объеме импорта Курской области 53% (в 2013 году — 69,4%, в 2012 году — 70,2%). В 2013 году объем импорта со странами СНГ составил 3380,4 и 460,6 млн. долл. США (77,4% и 101,7% к уровню 2012 года). В 2014 году объем ввоза из стран СНГ в Белгородскую область составил 2162,1 млн. долл. США (спад на 36% по сравнению с 2013 годом), объем ввоза в Курскую область 305 млн. долл. США (спад на 33,8%).

Наиболее крупными странами-импортерами из стран СНГ во внешней торговле с Белгородской областью яв-

лялись Азербайджан, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Республика Молдова, Украина. Среди стран СНГ основными отправителями импортной продукции в Курскую область являлись Республика Беларусь, Республика Казахстан, Республика Молдова, Украина.

Преобладание ввозимых товаров из стран СНГ на территории областей можно объяснить ее приграничным положением по отношению к основной стране-партнеру — Украине, а так же исторически сложившимися связями со странами ближнего зарубежья.

Рассмотрим показатели импорта Белгородской и Курской областей со странами дальнего зарубежья за 2012–2014 годы, которые представлены на рисунке 7.

Из рисунка 7 видно, что показатели импорта Белгородской и Курской областей со странами дальнего зарубежья на протяжении 2012–2014 годов возрастали, за исключением спада показателей Белгородской области

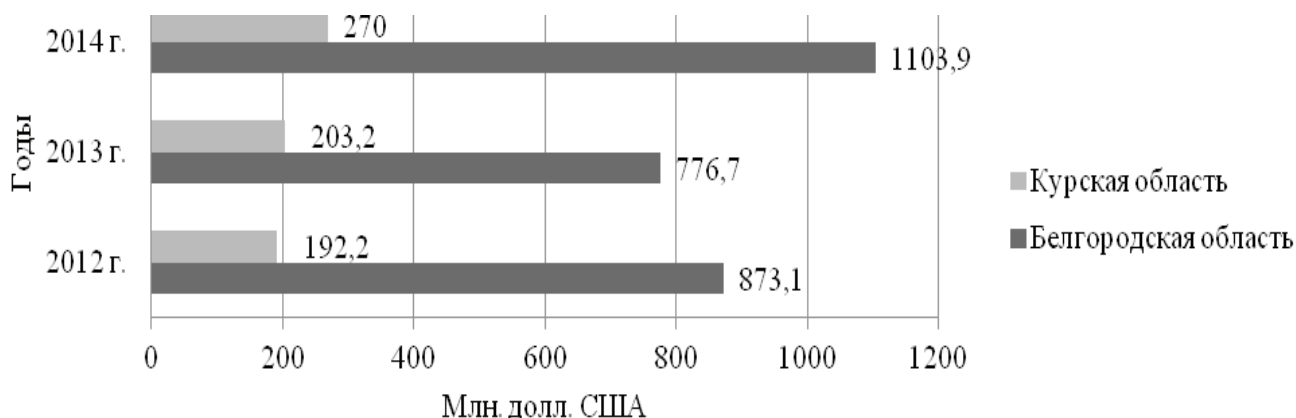


Рис. 7. Динамика импорта Белгородской и Курской областей со странами дальнего зарубежья за 2012–2014 годы, млн. долл. США

в 2012–2013 годах. В 2014 году страны дальнего зарубежья в общем объеме импортных поставок Белгородской области занимали 33,8% (в 2013 году — 18,7%, в 2012 году — 16,7%), в общем объеме импорта Курской области 47% (в 2013 году — 30,6%, в 2012 году — 29,8%). В 2013 году объем импорта со странами дальнего зарубежья составил 776,7 и 203,2 млн. долл. США (89% и 105,7% к уровню 2012 года). В 2014 году объем ввоза в Белгородскую область составил 1103,9 млн. долл. США (рост на 42,1% по сравнению с 2013 годом), в Курскую область 270 млн. долл. США (рост на 32,9%).

Среди стран дальнего зарубежья основными отправителями импортной продукции в Белгородскую область являлись Германия, Китай, Италия, Нидерланды, США, в Курскую область Аргентина, Германия, Италия, Китай, Нидерланды, Польша, США, Франция, Швейцария.

Исследование структуры импорта областей свидетельствует о том, что структура импорта областей представлена товарами производственно-технического назначения широкой номенклатуры и потребительскими товарами.

При этом импортная зависимость продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья устойчиво снижается, что можно объяснить формированием в областях импортозамещающего производства.

Проведенный анализ свидетельствует, что основные показатели внешней торговли Белгородской и Курской областей на протяжении 2012–2014 годов значительно снижаются, в связи с этим можно выделить следующие актуальные проблемы развития внешней торговли регионов:

1. Сырьевая направленность экспорта.
2. Снижение экспортного потенциала.
3. Низкая конкурентоспособность производимых товаров и низкая товарная и географическая диверсификация экспорта по сравнению с товарами, изготавливаемыми за рубежом.
4. Чрезмерная зависимость от импорта ряда отраслей и секторов экономики.

5. Отсутствие системной и последовательной политики в сфере регионального содействия ВТД.

6. Политическая ситуация в странах партнерах и западные санкции.

Для обоснованной оценки основных тенденций, структуры и динамики развития внешнеторговой деятельности Белгородской и Курской областей во времени и для разработки основных мер по содействию развитию внешнеэкономической деятельности, расширению внешнеторговых связей, разработки внешнеторговой политики, был проведен прогноз развития основных показателей ВТД на 2015–2017 годы.

Рассмотрим объем внешнеторговых операций Белгородской и Курской областей за 2015–2017 годы, показатели которых представлены на рисунке 8. Как можно заметить из рисунка 8, с 2015 по 2017 годы объем внешнеторговых операций Белгородской и Курской областей будет устойчиво снижаться. Основные факторы, оказывающие влияние на показатели внешней торговли сохраняют свое влияние.

В 2015 году значение внешнеторгового оборота Белгородской и Курской областей составит 5193,4 и 1097,2 млн. долл. США, что на 19% и 7,8% меньше по сравнению с 2014 годом. В 2016 году показатели внешней торговли областей составят 3976,2 и 1004,8 млн. долл. США (спад на 23,4% и 8,4% по сравнению с 2015 годом). В 2017 году составит 2759 и 912,4 млн. долл. США (спад на 30,6% и 9,2% по сравнению с 2016 годом).

Рассмотрим объем экспорта Белгородской и Курской областей за 2015–2017 годы, показатели которого представлены на рисунке 9. Как можно заметить из рисунка 9, с 2015 по 2017 годы объем экспорта Белгородской и Курской областей будет снижаться. Структура экспорта товаров не претерпит радикальных изменений. Она по-прежнему будет носить сырьевой характер.

В 2015 году значение экспорта Белгородской и Курской областей составит 2947,1 и 539,3 млн. долл. США, что на 7,2% и 9,6% меньше по сравнению с 2014 годом. В 2016 году показатели экспорта областей составят 2717,5 и 481,9 млн. долл. США (спад на 7,8% и 10,6% по

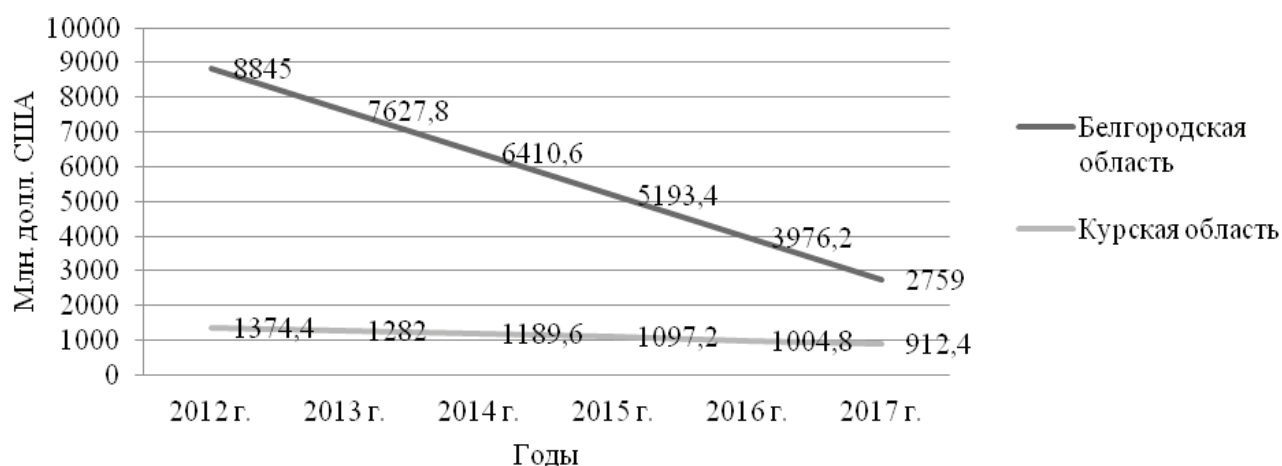


Рис. 8. Объем внешнеторговых операций Белгородской и Курской областей за 2012–2017 годы, млн. долл. США

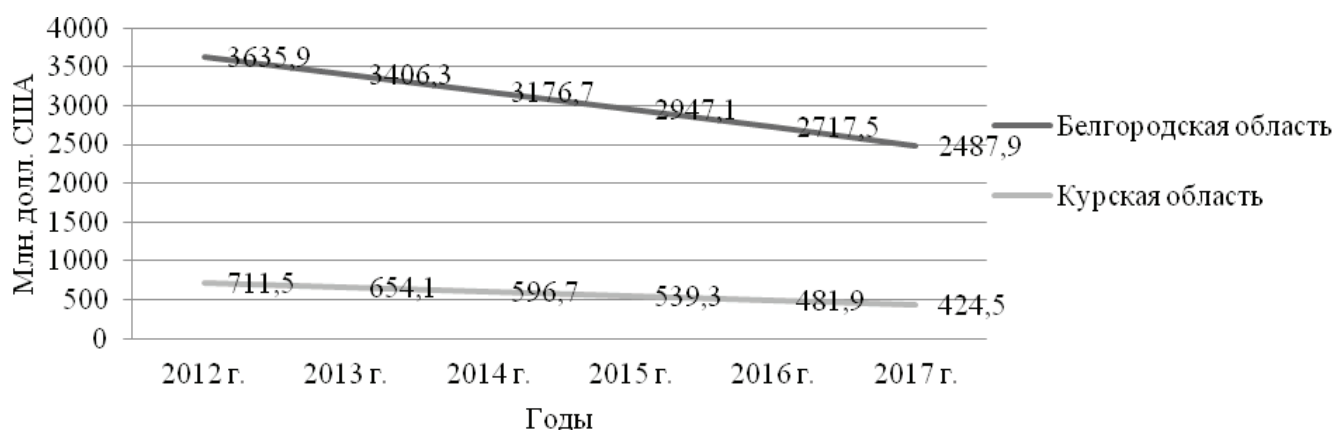


Рис. 9. Объем экспорта Белгородской и Курской областей за 2012–2017 годы, млн. долл. США

сравнению с 2015 годом). В 2017 году составит 2487,9 и 424,5 млн. долл. США (спад на 8,4% и 11,9% по сравнению с 2016 годом).

Рассмотрим объем импорта Белгородской и Курской областей за 2015–2017 годы, который представлен на рисунке 10. Как можно заметить из рисунка 10, с 2015

по 2017 года объем импорта Белгородской и Курской областей будет устойчиво снижаться. Структура импорта товаров также не претерпит радикальных изменений и по-прежнему будет представлена товарами производственно-технического назначения широкой номенклатуры и потребительскими товарами.

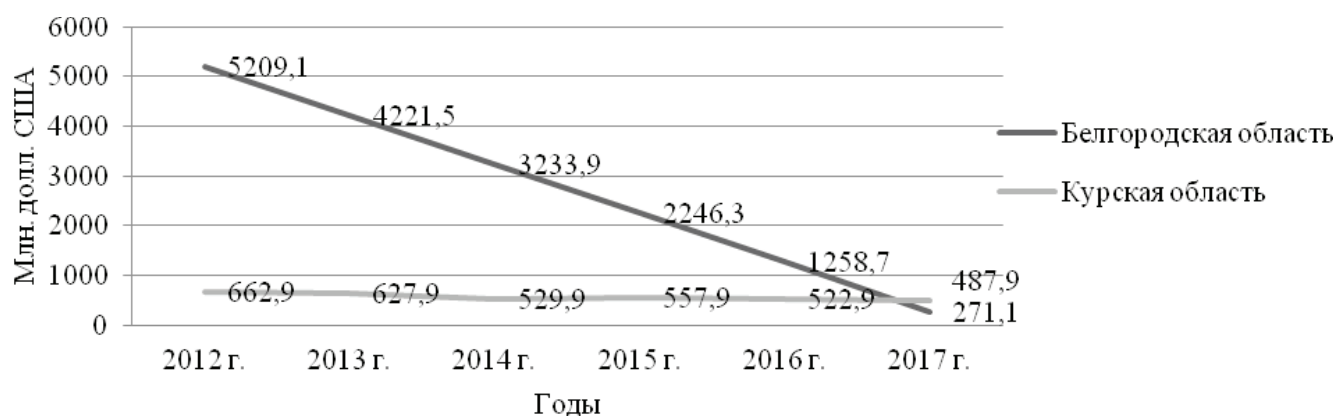


Рис. 10. Объем импорта Белгородской и Курской областей за 2012–2017 годы, млн. долл. США

В 2015 году значение импорта Белгородской и Курской областей составит 2246,3 и 557,9 млн. долл. США, что на 30,5% меньше и 5,3% больше по сравнению с 2014 годом. В 2016 году показатели экспорта областей составят 1258,7 и 522,9 млн. дол. США (спад на 44% и 6,3% по сравнению с 2015 годом). В 2017 году составит 487,9 и 271,1 млн. долл. США (спад на 78,5% и 6,7% по сравнению с 2016 годом).

Считаем, что решению выявленных проблем развития внешней торговли Белгородской и Курской областей будут способствовать:

- 1) обеспечение конкурентоспособности экономики за счет перехода к инновационному типу развития;
- 2) освоение невостребованного научно-технического потенциала;
- 3) повышение диверсификации экспортного потенциала;
- 4) принятие мер (льготное налогообложение и кредитование, государственное страхование экспортных опе-

раций и другие средства государственного регулирования) для поддержки производителей, экспортирующих свою продукцию;

5) создание условий по увеличению вовлеченности во внешнеторговые связи малых и средних предприятий (стимулирования развития малого и среднего бизнеса, в особенности предоставление особых льгот);

6) проведение мониторинга за импортируемыми товарами и услугами, изучение технологий производства, путей повышения качества продукции, требований к их технологиям и использованию, снижение капиталоемкости и материалоемкости, издержек производства;

7) развитие производственной инфраструктуры;

8) развитие импортозамещающих производств в отдельных отраслях;

9) предоставление информационных и консультационных услуг потенциальным зарубежным партнерам по

вопросам конъюнктуры рынков, где предполагается реализовывать производимые на экспорт товары;

10) проведение консультационных услуг региональным экспортерам;

11) создание системы продвижения товаров на внешние рынки;

12) подготовка квалифицированных кадров в сфере внешней торговли для работы на предприятиях всех форм собственности в рамках внешнеторгового сотрудничества;

13) расширение межрегионального сотрудничества с зарубежными государствами и их регионами, путем подписания соглашений, протоколов, меморандумов.

Таким образом, развитие внешней торговли регионов в настоящее время будет сопряжено с существенными проблемами, которые требуют незамедлительно решения и при решении которых приоритетное значение должно получить развитие импортозамещающих производств, так же меры по поддержке производителей, экспортирующих свою продукцию.

Литература:

1. Белгородская область в цифрах и фактах (к 70-летию Победы в Великой Отечественной войне) [Текст]: стат. сб. / Белгородстат. — Белгород. — 2015. — 156 с.
2. Информация о внешней торговле Курской области по итогам 2014 года [Электронный ресурс]: Официальный сайт Администрации Курской области. — Режим доступа: http://adm.rkursk.ru/index.php?id=149&mat_id=43059.
3. Камышанченко, Е. Н. Внешнеэкономический потенциал Белгородской области: состояние и приоритетные направления развития [Текст] / Е. Н. Камышанченко, Е. И. Дорохова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. — 2014. — № 15 (186). — 115 с.
4. Развитие внешнеэкономических связей Белгородской области в 2014 году [Текст]: аналитический материал. — 2015. — № 06—407. — 43 с.
5. Статистический ежегодник Курской области. 2014 [Текст]: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области. — Курск. — 2014. — 445 с.

Эффективность прогнозирования отраслевых индексов методом анализа временных рядов

Колибаба Александр Игоревич, студент;

Колибаба Алексей Игоревич, студент

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики (г. Самара)

В статье исследована эффективность прогнозирования динамики финансовых инструментов на примере Российских отраслевых индексов (машиностроение; металлургия; нефть и газ; страхование; телекоммуникации, ИТ; уголь; финансовый сектор) методом анализа временных рядов. В результате исследования установлено, что данный метод прогнозирования недостаточно эффективен в процессе принятия краткосрочных инвестиционных решений на фондовом рынке, однако эффективен для выявления долгосрочных трендов.

Ключевые слова: анализ временных рядов, прогнозирование, фондовый рынок, фондовый индекс, рынок ценных бумаг, эффективность прогнозирования.

Благодаря интернет-технологиям вложение средств в различные финансовые инструменты доступно сегодня всем желающим, при этом в современных условиях развития интернет-трейдинга наиболее перспективным является реализация индивидуальных систем, стратегий и подходов в области фундаментального и технического анализа котировок [1].

В настоящее время для эффективного ведения торгов на финансовом рынке инвесторы зачастую прибегают к попытке спрогнозировать будущее, которое основывается на исследовании исторических значений [2]. Для подобного рода деятельности используется метод анализа

временных рядов. Задача, поставленная в данном исследовании — выяснить, эффективен ли данный метод для прогнозирования цен отраслевых индексов.

Анализ временных рядов — совокупность математико-статистических методов анализа, предназначенных для выявления структуры временных рядов и для их прогнозирования. Выявление структуры временного ряда необходимо для того, чтобы построить математическую модель того явления, которое является источником анализируемого временного ряда. Прогноз будущих значений временного ряда используется для эффективного принятия решений.

В данной статье для прогнозирования котировок использовался метод анализа временных рядов, так как он легок в использовании. Простота — необходимое условие для современного интернет-трейдинга [3]. Главное преимущество метода заключается в том, что от трейдера не требуется учет факторов, таких как настроения среди населения, политическая обстановка, состояние экономики и прочие.

Анализ временных рядов проводился в программном пакете SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). IBM SPSS Statistics Base — это программное обеспечение для статистического анализа, которое обеспечивает необходимые базовые функции для проведения анализа от начала до конца. Его легко использовать для проведения исследований, составления прогноза и выявления зави-

симостей среди используемых данных. Одна из функций SPSS — анализ временных рядов.

В исследовании эффективности применения анализа временных рядов для составления прогнозных значений были использованы котировки российского рынка. Все данные были взяты с официального сайта холдинга ФИНАМ.

Для проверки эффективности прогнозирования использовались котировки отраслевых индексов: машиностроение; металлургия; нефть и газ; страхование; телекоммуникации, IT; уголь; финансовый сектор. По каждому индексу составлен прогноз на три таймфрейма: D1, W1 и MN1. Сравнивалась спрогнозированная цена с фактической. Результат исследования для краткосрочных торгов представлен в таблице 1.

Таблица 1. Прогноз цен отраслевых индексов (D1)

Индекс	Цена (руб.)	Спрогнозированное изменение цены (%)	Фактическое изменение цены (%)
Машиностроение	1550,92	0,67	0,20
Металлургия	4304,51	0,19	0,01
Нефть и газ	4569,37	0,42	0,33
Страхование	5560,89	0,51	0,86
Телекоммуникации, IT	1742,10	0,04	0,08
Уголь	4291,51	0,72	0,86
Финансовый сектор	5565,47	-1,54	-2,31

Исходя из данных таблицы формируется вывод, что используемый метод прогнозирования неэффективен для краткосрочных операций, поскольку для половины исследуемых индексов прогнозное значение превышает фактическое.

Теперь рассмотрим результаты исследования для среднесрочных торгов. Обратимся к таблице 2.

Таблица 2. Прогноз цен отраслевых индексов (W1)

Индекс	Цена (руб)	Спрогнозированное изменение цены (%)	Фактическое изменение цены (%)
Машиностроение	1470,29	0,43	2,63
Металлургия	4377,77	-0,67	-0,48
Нефть и газ	4570,64	0,22	0,86
Страхование	5542,07	0,31	0,03
Телекоммуникации, IT	1679,53	0,07	1,19
Уголь	4340,04	-0,45	-1,47
Финансовый сектор	5367,21	1,04	2,90

Аналогичный результат, как и в случае с краткосрочным прогнозом. Данный метод прогнозирования не подходит для составления среднесрочного прогноза.

Рассмотрим результаты исследования для долгосрочных торгов, представленных в таблице 3.

Таблица 3. Прогноз цен отраслевых индексов (MN1)

Индекс	Цена (руб.)	Спрогнозированное изменение цены (%)	Фактическое изменение цены (%)
Машиностроение	1348,34	2,07	2,41
Металлургия	4273,64	2,82	2,63

Нефть и газ	4355,96	0,71	4,51
Страхование	5025,53	2,33	6,59
Телекоммуникации, ИТ	1672,66	1,12	2,05
Уголь	4273,64	2,82	2,63
Финансовый сектор	5446,51	-1,51	-0,26

Тот же результат. Для долгосрочных прогнозов данный метод прогнозирования не подходит.

Из полученных результатов следует вывод, что прогнозирование методом анализа временных рядов неэффективно для прогнозирования цены. Однако обратим внимание на следующее. Прогноз для краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных торгов в 100% случаев верно устанавливал направление цены: если фактическая цена на следующий период поднималась, то и прогноз предсказывал повышение цены индекса. И наоборот — если фактическая цена на следующий период понижалась, то и прогноз предсказывал понижение цены.

В результате проведенного исследования установлено, что прогнозирование методом анализа временных рядов неэффективно для прогнозирования цен индексов. Но при использовании этого метода верно прогнозируется направление цены. Несмотря на то, что данный метод прогнозирования позволяет не учитывать различные экономические и политические факторы, необходимо понимать, что всегда есть возможность возникновения форс-мажорных ситуаций, вследствие чего трейдер может нести убытки. Прогнозирование методом анализа временных рядов следует использовать как помощь при выборе торговой стратегии.

Литература:

1. Уринцов, А. И. Электронный обмен данными в условиях информационного общества: учебное пособие // А. И. Уринцов, М. С. Гаспарян. — М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2009. — с. 132
2. Электронные ориентиры. Горожанин Д.А., Хасаншин И. А. Креативная экономика. 2012. № 1. с. 112.
3. Перспективы интеграции систем интернет-трейдинга и онлайн-банкинга. Кудряшов А.А., Кузьмин Е. В. Наука и Мир. 2015. Т. 3. № 4 (20). с. 31–33.

Техническая обеспеченность сельского хозяйства на современном этапе

Лещенко Галина Станиславовна, студент
Новосибирский государственный аграрный университет

Leshchenko G. S., student
Novosibirsk state agrarian University

Кризисные события в экономике в последние годы привели к ослаблению финансового состояния сельскохозяйственных предприятий России. Это в свою очередь повлияло на ухудшение материально-технической базы организаций. Осознавая данную проблему, необходимо уделять значительное внимание модернизации АПК с целью развития аграрных технологий и роста конкурентоспособностей сельхозтоваропроизводителей.

Технико-технологическая база сельского хозяйства в значительной степени определяет развитие агропромышленного комплекса в целом, что находит отражение в технологическом совершенствовании продукции животноводства и растениеводства, повышении плодородия земель, замены ручного труда механизированным.

Изучение параметров материально-технического обеспечения позволило выявить противоречие между необходимостью обновления техники и эффективным исполь-

зованием уже имеющегося парка машин и оборудования. Количественная нехватка сельскохозяйственной техники ограничивает технические возможности аграриев и повышает трудоемкость производимой продукции, а эффективное использование техники снижает срок ее окупаемости и способствует ускорению воспроизводственного процесса наряду с использованием инновационных технологий.

Причиной низкого уровня развитости материально-технической базы на современном этапе является отсутствие системы обеспечения и стимулирования научно-технического прогресса. Вследствие чего аграрный сектор находится в технологическом и техническом кризисе. Лишь небольшая часть сельскохозяйственных организаций успешно осваивает в производстве последние достижения НИОКР, что позволяет им успешно конкурировать на рынке и аккумулировать достаточный для расширенного воспроизводства уровень дохода.

За последние четверть века материально-техническая база сельского хозяйства страны сократилась по сравнению с 1990 годом более чем в 2 раза. Оставшаяся его часть изношена на 70%, число машин, использовавших свой нормативный срок в 1,5–2 раза, составляет более 75%. Но, продолжают использоваться из-за отсутствия замены, несмотря на большие затраты финансовых и трудовых ресурсов на поддержание работоспособности оборудования. Главная причина — низкая доходность сельскохозяйственного производства, не позволяющая осуществлять большинству товаропроизводителей расширенное, а значительной его части — простое воспроизводство.

В Новосибирской области наибольший процент обновления техники приходится на кормоуборочные комбайны (4,3%), худший показатель по плугам (0,9%). Также необходимо отметить низкий коэффициент обновления тракторного парка — 1,7%. Стареющая техническая база сельского хозяйства препятствует восстановлению объемов производства, выпуску дополнительной сельскохозяйственной продукции и повышению конкурентоспособности предприятия. Средний возраст сельскохозяйственной техники по тракторам — 20 лет, по зерноуборочным комбайнам — 15 лет.

Таблица 1. Динамика основных видов техники в сельскохозяйственных организациях Российской Федерации и Новосибирской области, тыс. шт.

Регион	Год					2009 г. к 2013 г., %
	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	
Тракторы всех марок						
Российская Федерация	359,5	349	334	276,2	259,7	72,3
Новосибирская область	11,5	10,6	10,2	9,8	9,2	80,0
Зерноуборочные комбайны						
Российская Федерация	86,1	89,3	80,3	72,3	67,9	78,8
Новосибирская область	3,7	3,5	3,3	3,1	2,9	78,2
Кормоуборочные и кормозаготовительные комплексы						
Российская Федерация	21,4	19,5	17,5	17,6	16,1	75,2
Новосибирская область	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	77,7

Исследование обеспеченности сельскохозяйственных организаций основными видами техники позволило определить отрицательную динамику, как в Новосибирской области, так и в целом по России. За указанный период количество тракторов и комбайнов, являющихся основой

материально-технической обеспечения аграрного производства в РФ, снизилось почти на четверть, среднегодовое сокращение парка тракторов составляет примерно 20%, а зерноуборочных комбайнов — почти 22%. В Новосибирской области темпы выбытия техники были выше.

Таблица 2. Поступление основных видов техники в сельскохозяйственных организациях Новосибирской области, ед.

Показатели	Год				
	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Тракторы	581	641	628	618	435
в том числе новые	115	147	286	202	136
Зерноуборочные комбайны	278	280	277	209	189
в том числе новые	133	95	132	78	75
Кормоуборочные комбайны	61	75	103	62	45
в том числе новые	26	29	58	37	27
Жатки рядковые и валковые	113	85	74	84	68
в том числе новые	42	26	46	34	40

Проведенный анализ изменения парка сельскохозяйственной техники показал недостаточность количества тракторов, комбайнов и других рабочих машин для производства продукции. Используемая техническая база обла-

дает низкими значениями параметров, а именно: большой физический износ и срок службы, низкая средняя мощность комбайнов и тракторов, недостаточная надежность техники, низкие коэффициенты технической готовности

и др. В итоге это приводит к недостатку количества техники, увеличению сроков выполнения работ, потерям сельскохозяйственной продукции и снижению ее качества.

Для формирования эффективной региональной технической политики и полноценного обеспечения технической базы сельского хозяйства отдельных субъектов, необходимо решение следующих задач:

- максимально эффективное использование сельскохозяйственными товаропроизводителями мер государственной поддержки, предоставленных на техническое перевооружение сельскохозяйственного производства;
- стимулирование приобретения сельскохозяйственными товаропроизводителями высокотехнологичных машин и оборудования;
- создание экономически благополучных условий для стимулирования привлечения внебюджетных инвестиций в обновление парка машин;

- развитие в агропромышленном комплексе рынка механизированных услуг;
- сохранение существующих и создание новых рабочих мест в сельскохозяйственном производстве;
- повышение инновационной активности сельскохозяйственных товаропроизводителей и расширение масштабов развития сельского хозяйства на инновационной основе;

Перечисленные подходы должны составить надёжную основу эффективной технической политики в сельском хозяйстве Сибири.

Эффективность реализации основных направлений обновления технической базы проявляется в выполнении полностью и в установленные сроки технологических процессов по возделыванию сельскохозяйственных культур и производству продукции животноводства; в обеспечении планируемых объемов сельскохозяйственной продукции; в снижении затрат на эксплуатацию техники и их доли в себестоимости продукции.

Литература:

1. Тю, Л. В., Синюков А. Г. Проблемы и перспективы развития технической базы сельского хозяйства Сибири// Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2014. № 1 (111). с. 133–136.
2. Матвеев, Д. М., Крохта М. Г., Холодов П. П., Стадник А. Т. Роль консалтинговой деятельности в технико-технологическом переоснащении сельского хозяйства// Под общей редакцией А. Т. Стадника. Новосибирск, 2013. (Новосибирск).
3. Матвеев, Д. М., Тен Е. Д. Организационно-экономический механизм освоения достижений научно-технического прогресса в сельском хозяйстве// АПК: Экономика, управление. 2010. № 9. с. 81–83.
4. Матвеев, Д. М. Управление технологическими процессами как основа развития сельскохозяйственных предприятий// Вестник Новосибирского государственного аграрного университета. 2008. № 8. с. 60–65.
5. Стадник, А. Т., Пичугин А. П., Матвеев Д. М., Крохта М. Г. Повышение технической обеспеченности сельского хозяйства в условиях рынка// Вестник Новосибирского государственного аграрного университета. 2012. Т. 1. № 22–2. с. 196–201.
6. Matveev, D. M. Current state of production and finance development of scientific and technological progress in agriculture// European researcher. 2014. № 8–2 (81). с. 1532–1545.

Особенности и этапы процессов управления социализацией в общественных организациях

Милославский Владимир Германович, председатель правления

СРОО по поддержке гражданских инициатив «Общественный институт развития» (г. Энгельс, Саратовская обл.)

Милославская Екатерина Сергеевна, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина (филиал)

Герасимов Владимир Сергеевич, квалифицированный специалист, сотрудник

ООО «Реванш» (г. Саратов)

Ларгин Ярослав Владимирович, квалифицированный специалист, директор

Управляющая компания «Суприм-64» (г. Саратов)

В условиях глобальной трансформации современного российского общества повышается риск социальной дезинтеграции и распад традиционных норм, регулирующие социальные взаимодействия. Наиболее чувствительно и остро, ситуацию на себе ощущает молодежь [7].

Общественные организации играют большую роль в процессе социализации, построении демократического общества, с участием социально ответственными гражданами. Активность гражданских институтов растет с каждым годом, связи между ними и общественными

группами каждый год претерпевают значительные изменения, и усложняясь. На данный момент базовые общественные отношения выделяются во взаимодействия так называемых секторов — Первый сектор — государство, Второй — коммерческие компании, Третий — некоммерческий, Четвертый — СМИ.

В данной работе рассматривается влияние Третьего сектора на процесс социализации в обществе, значимость и специфику социализации через деятельность общественных организаций. Социализация — процесс и результат усвоения и последующего активного воспроизводства индивидом социального опыта. Процесс социализации неразрывно связан с общением и совместной деятельностью людей. Процесс усвоения индивидом образцов поведения, социальных норм и ценностей, необходимых для его успешного функционирования в данном обществе, и функционирование общества как такового. Социализация является необходимым элементом современного гражданского общества, становления демократии, развития правового государства, как на местном, так и на общероссийском уровне.

Основой правового, гражданского общества является — социально ответственный гражданин, социализированный через позитивные ценности этого общества. В современном мире нельзя взаимодействовать без знаний, опыта и понимания работы, социальных и государственных институтов, судов, институтов власти, с которыми часто приходится сталкиваться в повседневности всем социальным группам и возрастам.

У индивидов не было бы тех общих навыков и представлений, которые необходимы им для того, чтобы координировать свои действия и объединять отдельные жизни (общественную, коммерческую, правовую, семейную и т.д.) в единый общественный организм [8]. Индивидуальное поведение человека, таким образом, представляет собой основу и срез понимания жизни всей социальной группы и общества.

Общественные организации имеют большое значение в процессе социализации личности к ценностям общества. По данным исследований Высшей Школой Экономики, опубликованным в конце 2007 года, в России социально активны 10–15% дееспособного населения. Многие из этих людей так или иначе представляют некоммерческий сектор. Однако некоммерческих организаций по-прежнему мало (по оценкам экспертов, не более 20–30 тыс.) Одним из важнейших продуктов социализации общественными организациями является формирования зрелой, опытной, социально активной личности.

Общественные организации — неправительственное/негосударственное добровольное объединение граждан на основе совместных интересов и целей. Иногда используется определение «третий сектор» (общественный) в дополнение к публичному и частному секторам. Термин имеет юридический смысл — в статье 8 Федерального закона от 19 мая 1995 года г. № 82-ФЗ «Об общественных объединениях». Есть мнение, что некоммерческие орга-

низации лучшим образом выполняют социальные, общественные, социализирующие функции, чем само государство и структуры, управляемые им, так как самими некоммерческими организациями управляют их члены и только в рамках основной цели конкретной организации, что увеличивает эффективность социализации в конкретной области.

Личность как субъект социальных отношений, прежде всего, характеризуется автономностью, определенной степенью независимости от общества, способной противопоставить себя обществу, но, как правило, обществом социализируемая. Личная независимость сопряжена с умением властвовать над собой, а это, в свою очередь, предполагает наличие у личности самосознания, т.е. не просто сознания, мышления и воли, а способность к самоанализу, самооценке, самоконтролю, саморазвитию. Сущность социализации состоит в сочетании приспособления и обособления человека в условиях конкретного общества или организации. Важное значение социализации, лояльности общим ценностям, получение и принятие, а также передача опыта, требует высокий уровень организационной культуры, как организации, так и непосредственно менеджеров организации [6]. Процесс социализации и адаптации тесно взаимосвязаны. Адаптация предполагает согласование требований и ожидание социальной среды по отношению к человеку с его установками и социальным поведением; согласование самооценок и притязаний человека с его возможностями и с реалиями социальной среды. Таким образом, адаптация к социальным и гражданским ценностям — это процесс и результат становления индивида социальным существом.

Обособление — процесс автономизации человека в обществе. Результат этого процесса — потребность человека иметь собственные взгляды и наличие таковых (ценностная автономия), потребность иметь собственные привязанности (эмоциональная автономия), потребность самостоятельно решать лично его касающиеся вопросы, способность противостоять тем жизненным ситуациям, которые мешают его самоизменению, самоопределению, самореализации, самоутверждению (поведенческая автономия). Таким образом, обособление — это процесс и результат становления человеческой индивидуальности через процесс социализации (гармонизации) с обществом.

Процесс социализации человека осуществляется широким набором универсальных средств, содержание которых специфично для того или иного общества. Многие аспекты социализации в НКО и её реализация исходят из психологии, педагогики и философии. У НКО есть определенная структурированная модель социализации, и большинство организаций используют её осознанно или нет. Социализацию в общественных организациях можно разделить на несколько этапов. Каждый этап социализации предполагает развитие как в вопросах теории, так и практики, или применение теории в практики, с использованием модели делегирования ответственности,

на основе модели, с адаптацией по НКО — «Лидер — Ведомый»¹

Первый этап: Теория: ознакомление (адаптационный период) когда человек в рамках организации знакомится с другими членами организации, с корпоративной культурой, узнает азы работы НКО.

Практика первого этапа: «Проба пера» (зона малой ответственности) когда человеку поручаются легкие задачи, не требующие специфических знаний или опыта, и в случае их невыполнения, организации не будет нанесен имиджевый или материальный ущерб.

Второй этап. Теория: углубленное изучение — погружение в организационную структуру, изучение организационных моделей организации и стиля работы со стороны.

Практика второго этапа: «Внедрение» (зона средней ответственности) практическая апробация организационной культуры, исполнение задач и поручений, требующие начальных специфических навыков работы в НКО.

Третий этап: Теория: изучение специфики, передача принятого опыта от зоны ознакомления и углубленного изучения (теоретическая база) передача от зон малой и средней ответственности (практический опыт) членам организации, находящимся на первом и втором этапе социализации.

Практика третьего этапа: руководство процессами, микрогруппами, группами (зона высокой ответственности)

Четвертый этап: Теория и практика объединены и происходят синхронно: актов несет представительские функции руководителя — уровень взаимодействия с партнерами, большими социальными группами, органами власти, объединениями общественных организаций (молодежные объединения, объединения организаций, молодежные парламенты, общественные палаты различных уровней и ассоциации — это зона повышенной ответственности. Как правило, на четвертом этапе, руководитель дистанцируется от участников первых этапов социализации, для наблюдения за ними со стороны, и кураторства участников третьего этапа. Это происходит из-за ощущения участником четвертого этапа — себя выше других, начало формирование своего личного/персонального имиджа, дистанция от возможных ошибок и своей непричастности к участникам других этапов. Участник четвертого этапа, может вызывать недоумение, агрессию или непонимание участников предыдущих этапов, так как видят его «над собой» но еще в рамках одной рабочей структуры (организации любой формы). При этом тут срабатывает лишь психологические аспекты взаимоотношения. На данном этапе теория и практика соединяются, так как руководителю нужно знать историю и развитие других организаций, органов власти, устройство коммерческих кампаний и их интересы для своей эффективности. В практической области — уметь вырабатывать концептуальные стратегические и тактические решения, как для своей организации, так и для партнерских, также и их эффективное взаимо-

действие внутри любых других структур, без ущерба для всех участников процесса.

Зона повышенной ответственности свидетельствует о завершении процесса социализации в рамках структуры, и человек становится агентом активной социализации социальных групп — участников как своей (донорской т.е. возвращающей) организации, других организаций (организации благополучатели) так и общегражданских социальных процессов (через объединенные или координирующие советы — молодежные советы, молодежные парламенты, молодежные правительства, молодежные собрания при органах государственной власти на консультативных началах — регионального и федерального значения)

Со временем индивиды организации становятся активными агентами, формирующими как самих себя, так и окружающий мир. Своими действиями они изменяют мир, в котором живут, и в свою очередь формируются и изменяются в результате собственной деятельности. Такое динамическое взаимодействие между индивидом и его окружением составляет основу человеческого ума, знаний и культуры, и способствуют постоянной социализации окружающих, передают знания, оказывают публичные услуги [5].

Продукт процесса социализации в НКО

Организации в рамках общества работают как с большими группами людей — государственные институты, крупные компании, государственные компании; средние группы — средние коммерческие кампании, другие общественные организации и институты гражданского общества; малые — индивидуальны предприниматели, руководители организаций, члены непосредственно самой организации и другими организациями на неофициальном уровне. На каждом из этих уровней при взаимодействии с НКО «производятся» продукты социализации. Сущность продукта социализации состоит в сочетании приспособления и обособления человека в условиях конкурентного общества. Процесс социализации достигает определенной степени завершенности при достижении личностью социальной зрелости, которая характеризуется обретением личностью интегрального социального статуса. Достижение такого статуса возможно при общественном участии всех элементов общества — коммерческих компаний, высших учебных заведениях, государственных органов, организаций некоммерческого сектора [1]. Однако в процессе социализации возможны сбой, неудачи. Проявлением недостатков социализации является отклоняющееся (девиантное) поведение. Этим термином чаще всего обозначают различные формы негативного поведения лиц, сферу нравственных пороков, отступления от принципов, норм морали и права. К основным формам отклоняющегося поведения принято относить возможную правонарушаемость, включая преступность,

¹ Автор модели Золотарев Б.Е., кандидат физико-технических наук МНУЦ «Дельта - информ», г.Москва

пьянство, наркоманию, проституцию, самоубийство. Социализация в рамках общественных организаций — которые призваны вырабатывать четкие и ясные жизненные принципы, установки и векторы развития человека — способствуют профилактики таких негативных явлений.

В области личностного развития человека продуктом социализации НКО будет выступать — социально ответственная личность, обладающая специфическими навыками управления (схожие с коммерческими), хорошей подготовкой к публичным выступлениям, знание и обладание возможностями по созданию и реализации социальных проектов, хорошими навыками коммуникации, которая возникает при работе в большинстве НКО.

В области общественного развития продуктом социализации через НКО — гражданское участие большего количества населения, ответственность, опыт социальных групп в изменение социальной действительности, формирование нового опыта посредством соединения различных практик, совершенствование институтов гражданского общества, активное формирование правового государства, увеличение электоральной активности, плюрализм мнений.

В области культурной социализации в рамках НКО — многие организации кроме проведения социально значимых мероприятий работают в области сохранения культуры, передачи культуры, на международном уровне организации могут транслировать одну национальную культуру в другие государства, объединять соотечественников, участвовать в охране культурного наследия более эффективно, чем государство, так как делает это на некоммерческой основе, исходя из своих внутренних ценностей и мировоззрения, содействовать эффективной реализации государственных программ (к примеру «Переселение соотечественников из-за рубежа» реализуемая с помощью НКО)

Для государства продуктом социализации будет хорошо подготовленный кадровый состав и кадровый резерв, с передовым социальным опытом, новыми общественно-политическими технологиями, а также знанием текущей социальной обстановки

Для семьи продуктом социализации будет — профилактика девиантного поведения, ответственность по отношению к семье за свои поступки, практика в общественных организациях помогает пониманию между членами семьи, а для молодых родителей опыт НКО является схожим опыту педагога в воспитании подрастающего поколения, с передачей передового социального опыта.

Для коммерческих компаний — сотрудники с передовым общественным опытом, понимающие развитие процессов в обществе, а также со схожим опытом управления, планирование, стратегического планирования, проектирования и реализации проектов.

Для политической системы продуктом социализации будет выступать — социально активный человек, понимающий как поверхностные, так и глубинные полити-

ческие процессы, понимание процессов политического управления, принятия решений, формирование и управление личным и общим имиджем (к примеру-партии). Для политической системы социализация через НКО носит крайне важный характер для получения социально активного гражданина, так как многие процессы политических организаций схоже с некоммерческими организациями. Многие политические партии создают при «себе» общественные организации для формирования кадрового резерва, отбора, подготовки и фильтрации хорошо подготовленных кадров, для того что бы уже опытный человек вступал в партию, а не социализировался в партии, что в случаи его девиантного поведения может привести к угрозе имиджу, и падению партийных рейтингов.

Особенности социализации и образования в общественных организациях

Особенности социализации произведены на примере СРОО по поддержке гражданских инициатив «Общественный институт развития» (методика 2014–2015 год), СРОО «Ассоциация управленческих кадров» Поволжского Института Управления им. П.А. Столыпина (поволжский филиал) РАНХиГС при Президенте РФ (методика 2013–2015 год) в программах «Школа актива института», «Школа делового этикета и стиля», «Школа молодых лидеров» (Москва 2014), СООО (Саратовская областная общественная организация) Российский Союз Молодежи (методика 2014, на основе занятий «Школа НКО для молодежи» в рамках программ РСМ)² выявлены следующие особенности при проведении программ обучения в процессе социализации:

1. Интегративность — возможность объединения организации, высшей школы (института), коммерческих партнеров, органов власти и СМИ, вокруг одной темы, цели, проблемы или мероприятия, для максимально эффективного взаимодействия (корпоративно-синергетические связи).

2. Инклюзивность — погружение в обучающую среду, посредством ролевого взаимодействия, создание и решение реальных ситуаций в практической форме.

3. Интерактивность — включенность всех участников в обучающий процесс с их активными ролями, что повышает эффективность обучения, и затрагивает практический опыт.

4. Возможная дистанционность — изучение материалов, посредством их пересылки в социальных сетях или электронной почтой, компонентом может стать — прочтение научной работы, аудиоматериала, видеоматериала, презентации, выполнение теоретического кейса (сборника заданий с практическим контекстом) без участия лектора или тьютора (кроме онлайн конференций)

Как итог исследования можно выдвинуть следующее утверждение, что процесс повышения конкурентоспо-

² Программы СРОО по поддержке гражданских инициатив «Общественный институт развития», СРОО «Ассоциация управленческих кадров», программы СООО «Российский союз молодежи»

способности современной образовательной, социальной системы России, с развитие демократических основ, правового государства, на местном и федеральном уровне настоятельно требует обеспечения её значительного динамизма, высокой адаптивности к меняющимся внешним условиям, восприимчивости к различного рода инновациям, научно-техническому и общественному прогрессу. Это в полной мере относится ко всем составляющим общественной сферы, среди которых особое место занимают некоммерческие организации (НКО). По сравнению с коммерческими организациями, они ставят иные цели, используют особые механизмы взаимодействия с окружающим миром, управления и образования, что необходимо учитывать в процессе совершенствования их деятельности, при внедрении новых образовательных подходов, а также научно обоснованных принципов, функций и методов, для повышения гражданской социализации общества и становления демократических ценностей.

Растущий интерес при этом вызывает стратегический менеджмент в общественных организациях — управленческая технология повышения эффективности и социализации работы в условиях изменчивой и неопределённой среды. С каждым годом объем публикаций, посвященных

тем или иным стратегическим аспектам, значительно увеличивается как в нашей стране, так и за рубежом. Но до сих пор сохраняется дискуссионность и не проработанность многих вопросов, связанных с процессами формирования видения, миссии, перспективных целей и реализации различных стратегий на основе предвидения изменений с использованием гибких экспертных решений — необходимые для развития общества во всех областях.

Именно посредством систематического взаимодействия членов НКО с гражданами состоящими членами других объединений, между организациями, структурами у индивида формируются свои собственные убеждения, моральные стандарты, привычки — всё то, что создаёт уникальность личности с одной стороны, и пользу всему обществу с другой. Таким образом, социализация имеет три функции:

Передача культуры и опыта от одного поколения другому с принятием лучших практик. Развитие осознанного Я, для формирования зрелой личности, ценной для общественных взаимоотношений всех институтов общества и её представителями. Развитие правового сознания, принятие демократических ценностей, взаимопонимания и уважения, ответственность за принятия решения — для развития демократических ценностей на федеральном и местном уровне.

Литература:

1. Горный, М. Б. Общественное участие некоммерческих организаций // Публичная политика — 2006. Сборник статей. / Под редакцией А. Ю. Сунгурова. — СПб: Норма., 2006. с. 10–30.
2. Гера, Р. Предпрофильная подготовка-составляющая успешной социализации. — Народное образование, 2008, № 2 с.216
3. Золотарев, Б. Е. методическое пособие «модель «Лидер-Ведомый «Дельта-информ», г. Москва
4. Никандров, Н. Д. Воспитание и социализация в современной России: риски и возможности. — Педагогика, 2007, № 1, с.3
5. Шаститко, А. Е. Организационные рамки предоставления публичных услуг // Вопросы экономики. 2004. № 7. — с. 150–155.
6. Друкер, П. Ф. Менеджмент в некоммерческой организации: принципы и практика. / Пер. с англ. М., 2007 г.
7. Человек, история, культура. Саратов. Сборник научных статей, том 2, ПАГС им. П. А. Столыпина, 2003. С.45
8. Волков, Ю. Г., Добренёв В. И., Нечипуренко В. Н., Социология: Учебник / Под ред. проф. Ю. Г. Волкова. — Изд. 2-е, испр. и доп. — М., 2003.

Service of collective buying of advertising and its effectiveness

Мирзалиева Санам Саннатуллаевна, кандидат экономических наук;

Волобоева Маргарита Владимировна, магистрант
Казахско-Американский университет (г. Алматы, Казахстан)

S. S. Mirzaliyeva, Candidate of economic science;

M. V. Voloboyeva, Master student

Kazakh-American University, Republic of Kazakhstan, Almaty city

Today, one of the most fashionable trends of shopping is collective buying. World's Internet is experiencing a real boom of collective purchases via the Internet. Internet allows you to introduce new technologies to the marketing and promotion of the usual schemes, earnings and attract

new. Coupon sites — is one of the latest trends and one of the laws of changing market conditions. Around the world, consumers are guaranteed to receive significant discounts on different products and services from 50 to 90% with the help of online services. This trend as well as the term «tu-

angou», which means «group buying», emerged in China. The scheme of such services is simple: a group of consumers goes to shop and buys the same product to obtain a discount, which each individual consumer could not obtain. Initially, the groups were organized in a circle of friends, but then the practice of collective purchases transformed to the Internet. Saving time and money of consumers, increasing the competitiveness of business entities are the main factors that contributed to the emergence of the market.

The first major service of coupon sales became an American project Groupon, launched in Chicago in 2008. Project immediately gained popularity in his native, and every month its money turnover increased significantly (faster than Google). Already in 2009, Groupon has sold more than 4 million coupons; at that moment, company received \$150 million [1]. All this led to a growth of services in collective purchases worldwide. After the USA these services began to appear in Europe. In the Russia, the first site of this type was DarBerri, it is the project of Elena Maslova, which was bought by Groupon in 2010 (the sum of the deal is officially never been announced, but given the fact that the turnover of DarBerri grew several-fold each month, you can assume that it amounts to several millions of dollars). It was renamed as Groupon Russia in January 2011. Groupon's clones appear at a rapid rate, and the father of this idea buying them in different countries. Profit from such services has become a real discovery on the Internet in recent years. Groupon buys his clones around the world. It is the right strategy, allowing the company without risks to increase its influence on the world. More recently, Google planned to buy a Groupon for a few billion dollars, but at the end the search giant was declined. As a matter of fact, today collective purchasing service is extremely popular. Each country has several leaders in the industry and a large number of resources (for example: service of collective purchases for women or resources, which allocated service by area or by type of activity). The idea is that such online services as a visit to the beauty salon or karting center with a big discount, which can reach up to 60–70 percent, appears every day at the Internet site. Naturally, people tend to buy the service for such a reasonable price, and representatives of business have profit to sell their service through the services of collective purchases with huge discount. The reason is very simple: they will get many customers immediately (sometimes hundreds). The service itself earns a percentage of sales. Couponator, acting as a link between the consumer and the seller on the market of collective purchases, creates a comfortable environment for both parties. That is, it motivates the supplier of goods or services for the provision of the highest possible discount and informs potential customers about the discounts on its website. What about payment? The buyer may make a payment through a bank card or payment terminal, after paying for the action to the personal account of the consumer comes coupon certificate with the individual code. Then, buyer presents this certificate when buying goods or services. When purchasing a coupon, you should take into account the period of its validity, the duration of discounts and the maximum number of coupons that can be purchased by one

buyer. If the number of customers does not reach the enough amounts by the deadline, a collective buying is considered cancelled, and the holder of the voucher receives the money back. Many consumers could consolidate with the help of the online service; hence, they can get a great discount. As a result, new business model formed for some years, which consumers successfully used in many countries.

Each country has several leaders in this industry. The popularity of these sites is growing every day. Leaders in Europe and the United States are considered to be among such services as Groupon.com, LivingSocial.com, BuyWithMe.com and Tippr.com [2]. Despite the fact that in Kazakhstan services of collective purchases exist only for a couple of years, now they are ready to take advantage of the services (according to the number of registered accounts) about 2 million people [3]. In 2012 the number of coupon sites or services of collective purchases (SCB) reached 18 subjects in Kazakhstan. However, now some no more than 10 sites operate in our country. The main representatives of the market of collective buying: Chocoflife.me, Blizzard.kz, BeSmart.kz, Biglion.kz, Dublon.kz, Zhasa.kz (Magic store from Beeline), Topkupon.kz, Kupikupon.kz. There are three companies, which are competitive enough and actively operating on the market: Chokolife.me, Besmart.kz, Blizzard.kz [3]. Companies earns from commission, which enumerates their partners (sellers). The fee of each sold certificate / coupon in Chocoflife.me — from 40% and above; in BeSmart.kz—from 40 to 50%; in Blizzard.kz — 50%.

The first, who presented the top internet companies in the country — «Top 25» was Forbes Kazakhstan in 2013 [4]. According to the rating, Chocoflife.me is on the 8th place, which is the first among the SCB ranks. During the 24 months, since the start, to the service joined by more than 570 thousand buyers from Kazakhstan, who appreciated the power of collective buying and have already saved more than 3 billion tenge of personal budget. Every minute one purchase is made on the site, at about 3,200 service partners. Turnover of Chocoflife.me is about \$ 800 thousand per month. The number of investments in the capital each year is \$ 105 thousand and loan of shareholders about \$ 30 thousand. Coupon service was created by the model of Groupon. Further, in the second place among the competitors is BeSmart.kz, which has ninth place in the ranking. BeSmart is interested in the entire region of Central Asia and the Caucasus. According to the estimates gross revenue in the first half of 2013 was \$ 420 thousand. Blizzard.kz has received the third place (in the ranking it is 15th place). Service offers discounts from 50 to 90%. For two years, there were more than 3,000 events. In June of 2013 the biggest sale of coupons was held, about 18,000 residents of Almaty bought coupons. Blizzard — is the first project crated by the Internet companies group SibiTron. The amount of investments to the capital and loans of shareholders was estimated at about 4 million tenge [4].

Discounts and sales are not new tools on the market. The first feature of this business model is a closed registration. Investing to the aggressive marketing, which is the second feature, you pay for the result — the e-mail database, through

which you can reactivate members. The third important aspect of Groupon model is the target audience. «We bet on it, the basic error of local players such as Kupilka.kz, was that they did not understand that the model works only in the 25+ age category», — says one of the founders of Chocoflife.me [5].

Today with the development of economy and the market wide variety of goods and services are offered on the country’s market. In such circumstances, the should increase attractiveness of goods and services not only by improving their quality and reducing prices, but also by attracting attention of consumer to its supply of goods or services. This is especially important during the global financial crisis, when companies have to survive in difficult conditions. This is possible with the help of advertising and marketing. Advertising is the very effective tool to increase the demand for goods services. Now, successful businesses need an effective organization of promotional activities.

SCB is one of the options for effective advertising. Most of the institutions that are at the stage of promotion cooperate with SCB as one of the types of effective advertising. For example, consider the share of the new anticafe «Kak Doma». Anti-

cafe it is a new trend in the restaurant business, got its start in Russia. The distinguishing feature of this type of cafe is a per minute charge for the spent time. Visitors can choose, for a per-minute charge: games for large companies, «Мафия», «Island of Fear», «Game of Thrones», «Arkham’s Horror», «Twister» and many others; board games: alias, jenga, monopoly, chess, backgammon and poker; cinema with films of different genres; game consoles Play Station3; tea, coffee and sweets; Wi-Fi [6].

Anticafe «Kak Doma» placed advertising to the leading website Chocoflife.me for two weeks from 16.03.2015 to 30.03.2015, with the validity of the certificate until 16.04.2015. The main feature of this marketing channel is to provide a 50% discount for buyers of certificates.

The number and types of certificates:

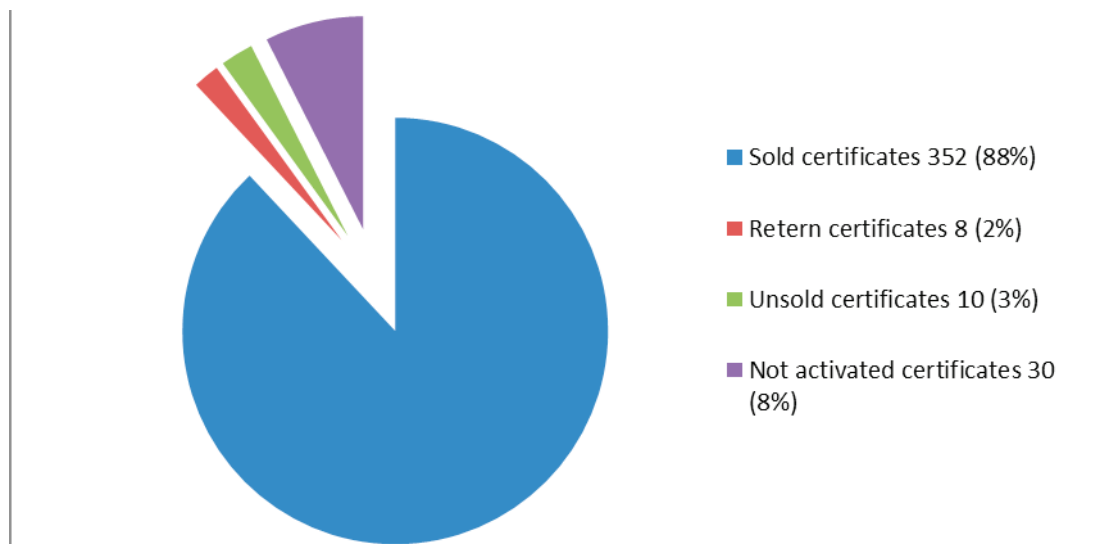
2 hours — 50 certificates;

3 hours — 50 certificates;

4 hours — 250 certificates;

The total number of certificates was 400 pieces.

At the end of the discount period on the site, we analyzed the sales of certificates (Picture 1).



Picture 1. Analysis of the sale of certificates of the “Kak Doma” anticafe

Based on the analysis, it can be noted that this type of advertising is very effective, during 14 days was sold 352 of the certificate, and for one month from 400 visitors 322 visitors came, and it is 80.5%, which is a good result for attracting of new customers.

Obviously, the business model is not only justified at this stage, but will show their best results in the future, for the simple reason that commerce via the Internet is gaining popularity every year. People are willing to buy actively via the Internet, and they will do it more and more. It is important to understand what will the ranking of a new project. In general, the main players in the market have already appeared. However, these problems do not interfere the market of coupon sites to develop very dynamic. Such kind of buying goods keeps strong position not just as a separate business,

but also as a tool for promotion in their markets for partner companies. Benefits for partners to cooperate with couponators are obvious: business development, increase of profits, attracting new customers and free advertising. As a result, the competitiveness of companies increases. Taking into account the international experience, we can predict the stagnation of the market of SCB. As expected, the market of couponators in the near future will enter the sphere of direct sales. However, SCB in Kazakhstan create always something new.

This a relatively new trend, which originated in Kazakhstan, not so long ago, has already shown its results. Market entities are actively using this way to attract customers. Moreover, the consumer is always ready to take advantage of high-quality products or services for a discounted price.

References:

1. С миру по скидке «Журнал Коммерсантъ Секрет Фирмы», № 9 (301), 13.09.2010;
2. Internet resource <http://hitech.newsru.com/article/10jun2010/kupikupon>
3. Адильхан Айжан. «Скидочные сайты как самостоятельный рынок и как способ конкуренции» — Magazine «Рынок и Конкуренция», № 2, 2013;
4. А. Кайназарова, А. Сулейменова и др. TOP-25: Рейтинг интернет-компаний Казахстана. //Forbes Kazakhstan, 02.09.2013;
5. Алексей Быков — «Все в шоколаде» — Magazine «Forbes Kazakhstan», № 10, 2012.
6. Website of the anticafe “Kak doma” — www.kak-doma.kz

Сравнительный анализ российских и международных стандартов бухгалтерского учета готовой продукции и ее продажи

Можжерина Татьяна Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Аверченко Ксения Олеговна, магистрант;

Барташ Регина Валерьевна, магистрант;

Куц Татьяна Юрьевна, студент

Омский государственный аграрный университет имени П. А. Столыпина

Международные стандарты финансовой отчетности представляют собой систему принятых в общественных интересах положений о порядке подготовки и представления финансовой отчетности, а также учетную систему, функционирующую на международном уровне, и их особенностью является то, что они содержат и концептуальные основы составления отчетности, и собственно стандарты финансовой отчетности одновременно.

В международной практике учет готовой продукции регламентируются МСФО (IAS) 2 «Запасы» от 25.11.2011 г. № 160н [1] (далее МСФО (IAS) 2 «Запасы»). В России порядок учета готовой продукции изложен в ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» [2], а также в методических указаниях по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов.

В соответствии с МСФО 2 запасами являются:

- материалы, используемые в процессе производства;
- активы, предназначенные для продажи и прошедшие предпродажную подготовку (готовая продукция);
- активы, находящиеся в процессе производства для последующей продажи (незавершенное производство) [1].

Производственные запасы являются предметами труда и обеспечивают производственный процесс предприятия, в котором они используются однократно. Их себестоимость полностью передается на вновь созданный продукт.

Учет материально-производственных запасов занимает важное место в системе организации бухгалтерского учета на предприятиях, его задачи представлены на рисунке 1.

Успешное выполнение этих задач зависит от своевременности документального оформления хозяйственных операций, ритмичности работы предприятия, правильной организации сбыта и складского хозяйства.

В соответствии с МСФО 2 «Запасы» под запасами понимаются активы, которые предназначены для продажи в течение обычного делового цикла или для производственного потребления с целью изготовления и реализации продукции. Согласно МСФО 2 запасы — это активы, которые:

- хранятся для перепродажи при нормальном ходе деятельности;
- находятся в процессе производства для дальнейшей продажи;
- существуют в форме материалов или запасов, которые будут потреблены в процессе производства или оказания услуг [1].

Классификация запасов представлена на рисунке 2.

В целом в соответствии с российскими и международными стандартами *активы*, используемые в качестве сырья, материалов и т.п. при производстве продукции, предназначенной для продажи (выполнения работ, услуг), а так же предназначенные для продажи и используемые для управленческих нужд организации принимаются к бухгалтерскому учету в качестве материально-производственных запасов.

Готовая продукция так же является частью материально-производственных запасов, предназначенных для продажи, кроме того, она выступает конечным результатом производственного процесса предприятия. *Товары* являются частью материально-производственных запасов приобретенных или полученных от других юридических или физических лиц, предназначенные для продажи.

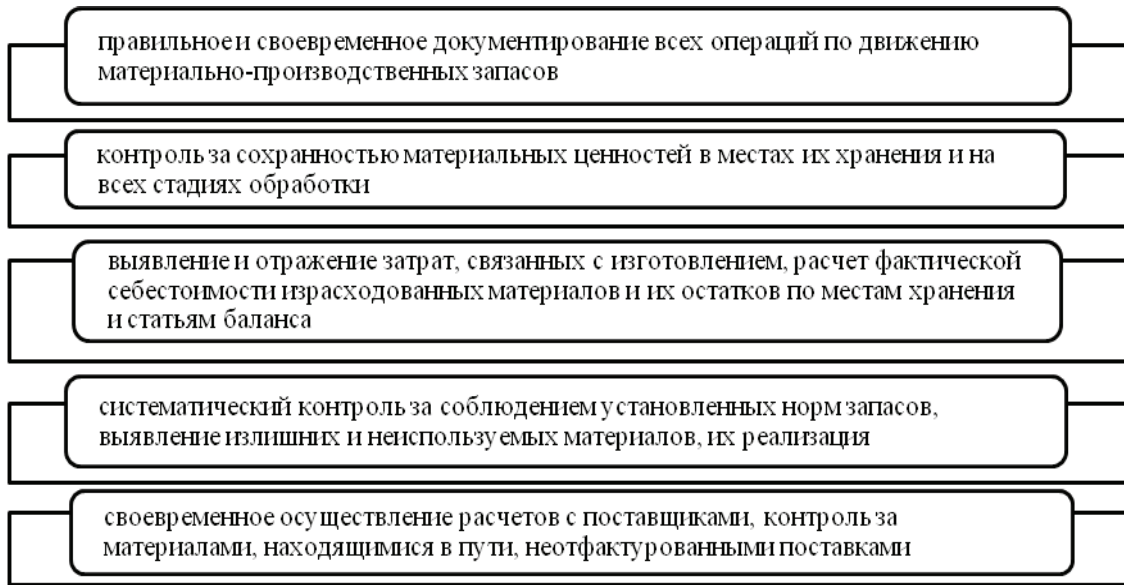


Рис. 1. Задачи учета материально-производственных запасов



Рис. 2. Классификация запасов

Согласно МСФО (IAS) 2 «Запасы» [1] при определении себестоимости запасов используются методы, представленные в таблице 1

Правила учета материально — производственных запасов по ПБУ 5/01 во многом близки рекомендации МСФО 2, но одновременно имеют некоторые различия. Данные отчетности составленной по российским правилам отличается от финансовой инфор-

мации, которая подготовлена в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности. В основе таких отличий — разное понимание ряда основополагающих элементов постановки и ведения бухгалтерского учета.

В таблице 2 рассмотрены различия основных признаков запасов по МСФО (IAS) 2 «Запасы» и ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов».

Таблица 1. Методы определения себестоимости запасов

Методы	Характеристика
Фактических затрат	Метод последовательного накопления данных о фактически произведенных издержках без отражения в учете данных об их величине по действующим нормам
Нормативных затрат	В расчет принимается нормальный уровень использования материалов, затрат труда и мощностей; нормативные затраты регулярно проверяются для приближения к фактической стоимости
Метод розничных цен	Применяется в тех случаях, когда метод фактических затрат использовать непрактично; себестоимость определяется путем уменьшения общей стоимости проданных запасов на сопутствующий процент прибыли; для каждой однородной группы статей используется средний процент; принимаются во внимание ценовые скидки

Таблица 2. Различия основных признаков запасов по МСФО (IAS) 2 «Запасы» и ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов»

Признаки сравнения	МСФО (IAS) 2 «Запасы»	ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов»
Понятие «Запасы»	Это активы: предназначенные для продажи в ходе обычной деятельности; находящиеся в процессе производства для такой продажи; или находящиеся в виде сырья или материалов, которые будут потребляться в процессе производства или предоставления услуг.	Это активы: используемые в качестве сырья, материалов и т.п. при производстве продукции, предназначенной для продажи (выполнения работ, оказания услуг); предназначенные для продажи; используемые для управленческих нужд организации
Себестоимость запасов	Себестоимость запасов должна включать все затраты на приобретение, затраты на переработку и прочие затраты, понесенные для того, чтобы обеспечить текущее местонахождение и состояние запасов	Состав затрат на переработку не рассматривается
Оценка запасов	Запасы должны оцениваться по наименьшей из двух величин: по себестоимости или по чистой цене продажи	Оценка производится одним из следующих способов: по себестоимости каждой единицы; по средней себестоимости; по себестоимости первых по времени приобретения материально-производственных запасов (способ ФИФО). Материально-производственные запасы принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости.
Раскрытие информации	Финансовая отчетность должна раскрывать: принципы учетной политики, принятые для оценки запасов, включая используемый способ расчета себестоимости; общая балансовая стоимость запасов и балансовая стоимость запасов по видам, используемым данным предприятием; балансовая стоимость запасов, учитываемых по справедливой стоимости за вычетом затрат на их продажу; величина запасов, признанная в качестве расходов в течение отчетного периода и т.д.	В бухгалтерской отчетности подлежит раскрытию с учетом существенности, как минимум, следующая информация: о способах оценки материально-производственных запасов по их группам (видам); о последствиях изменений способов оценки материально-производственных запасов; о стоимости материально-производственных запасов, переданных в залог; о величине и движении резервов под снижение стоимости материальных ценностей.

Российские стандарты в последнее время существенно продвинулись в сравнении с международными принципами учета. Однако часть положений российских стандартов имеют неустраняемые различия с МСФО, что требует от организации дополнительных трудозатрат по параллель-

ному ведению ряда участков учета. Поэтому организациям, которые приняли решение о переходе на международные стандарты финансовой отчетности, прежде всего, следует максимально сблизить методы учета по Международным и Российским стандартам.

Литература:

1. МСФО (IAS) 2 «Запасы» от 25.11.2011 г. № 160н (с последними изменениями и дополнениями от 02.04.2013 г. № 36н) [Электронный ресурс]. — М., [2015]. — Режим доступа: информационно-правовая справочная система «КонсультантПлюс».
2. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» утвержденное приказом Минфина РФ от 27.11.2006 г. № 156н (с последними изменениями и дополнениями от 25.10.2010 г. № 132н) [Электронный ресурс]. — М., [2015]. — Режим доступа: информационно-правовая справочная система «КонсультантПлюс».

Учет государственной помощи для сельхозтоваропроизводителей

Морозова Ирина Михайловна, старший преподаватель
Государственный аграрный университет Северного Зауралья (г. Тюмень)

В соответствии с ПБУ 13/2000 (п. 1) государственная помощь признается как увеличение экономической выгоды конкретной организации в результате поступления активов. Государственная помощь предоставляется коммерческим организациям в виде:

- субвенций;
- субсидий;
- бюджетных кредитов (за исключением налоговых кредитов, отсрочек и рассрочек по уплате налогов и платежей и других обязательств), включая предоставление в виде ресурсов, отличных от денежных средств (земельные участки, природные ресурсы и другое имущество);
- прочих форм.

Бюджетным кодексом Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ определены понятия субвенции и субсидии.

Субсидии (представленные в целях возмещения затрат) для целей бухгалтерского учета сельскохозяйственных организаций регламентируются положением по бухгалтерскому учету «Учет государственной помощи» 13/2000, утвержденного приказом Минфина РФ от 16 октября 2000 г. № 92н. и «Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету государственных субсидий и других видов государственной помощи в сельскохозяйственных организациях», утвержденными приказом Минсельхоза России от 2 февраля 2004 г. № 75.

В соответствии со ст. 6 Бюджетного Кодекса РФ и п. 4 ПБУ 13/2000 в бухгалтерском учете бюджетные средства подразделяются на:

- средства финансирования капитальных расходов, связанных с покупкой, строительством или приобретением внеоборотных активов;
- средства финансирования текущих расходов (приобретение МПЗ, оплата труда работников и другие расходы аналогичного характера).

В соответствии с Методическими рекомендациями предусмотрено два варианта принятия субсидий к учету.

1. Бюджетные средства, принятые к бухгалтерскому учету, отражаются в бухгалтерском учете как возникновение целевого финансирования и задолженности по этим средствам:

Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

Кредит счета 86 «Целевое финансирование»

Основанием для этой записи является бюджетная роспись — это документ, составлением и ведением которого занимается распорядитель бюджетных средств (главный администратор источников покрытия бюджетного дефицита). По мере фактического получения средств соот-

ветствующие суммы уменьшают задолженность и увеличивают счета учета денежных средств, капитальных вложений и т.п. Производятся бухгалтерские записи:

Дебет счета 51 «Расчетный счет», кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

Аналитические счета рекомендовано открывать по видам государственной помощи

2. Бюджетные средства могут признаваться в бухгалтерском учете по мере фактического получения ресурсов. В этом случае производится бухгалтерская запись:

Дебет счета 51 «Расчетный счет», кредит счета 86 «Целевое финансирование»

Расходы, связанные с финансированием капитальных расходов, связанных с покупкой, строительством или приобретением иным путем внеоборотных активов, текущих расходов отражаются в бухгалтерском учете следующим образом:

- Отражено приобретение капитальных и текущих расходов

Дебет счета 08 «Вложения во внеоборотные активы», (10 «Материалы», 41 «Товары»)

Кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

- Отражены расчеты с поставщиками за счет средств, полученных от субсидий.

Дебет счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»,

Кредит счета 51 «Расчетные счета»

- Списаны израсходованные субсидии (по финансированию текущих расходов) на доходы будущих периодов.

Дебет счета 86 «Целевое финансирование»

кредит счета 98 «Доходы будущих периодов»

Согласно пункту 9 раздела 2 ПБУ 13/2000 суммы бюджетных средств на финансирование текущих расходов относятся на доходы отчетного периода при отпуске материально-производственных запасов в производство продукции, на выполнение работ (оказание услуг) и осуществления других расходов аналогичного характера.

Дебет счета 98 «Доходы будущих периодов»

Кредит счета 91 «Прочие доходы и расходы»

Развитие рынка сельскохозяйственной продукции происходит, благодаря государственному регулированию и существенной поддержке. Она призвана, в том числе, привести отрасль в соответствие с требованиями ВТО. Прежде всего, поддержка касается реализации Госпрограммы на 2013–2020 годы.

Программа предусматривает прямые ассигнования из бюджета в аграрный сектор. В прошлом году бизнес получил более 178 миллиардов (на 40 млрд. больше, чем в предыдущем). Однако в условиях жесткого сокращения

бюджета, в текущем периоде планируется выделить до 145 млрд., в 2015 — до 143 млрд., а в 2016 — около 142 млрд. В итоге государственная поддержка должна снизиться до 9% от валового объема.

По оценкам экспертов, в 2014-м сельскохозяйственные организации, фермерские и подсобные хозяйства сдали на переработку 16,9 млн. т. молока, что всего на 300 000 т. больше по сравнению с 2013 годом. Учитывая, что до введения контрсанкций доля импорта на рынке молочных продуктов составляла 32% по сухому порошку, 50% по сыру и 37% по маслу, трудности не могли не возникнуть. Ведь в роли ведущих экспортеров выступали именно те страны, которые и попали под запрет.

Не нужно проводить тщательный анализ рынка молочных продуктов, чтобы понять, что импортозамещение в этой отрасли — проблема, которую не решить за год или даже за три. Сектор относится к числу высокотехнологичных и капиталоемких, а срок окупаемости здесь достаточно велик.

В условиях, когда национальная валюта упала едва ли не в два раза и непонятно, что с ней будет происходить дальше, производителям просто необходима дополнительная поддержка со стороны государства и банков.

За последние пять лет на прямую и косвенную поддержку ЛПХ из регионального бюджета направлено 2,4 миллиарда рублей. Из них 852,2 миллиона рублей составили субсидии производителям молочного сырья. Казенные деньги также выделялись на приобретение комбикормов, строительство мини-ферм, приобретение техники и сельхозмашин, субсидирование кооперации и процентных ставок по привлеченным банковским кредитам, на приобретение племенного скота, а также возмещение части затрат на его содержание.

В прошлом году, например, в частном секторе было заготовлено более 50 тысяч тонн молочного сырья. В зимний период, с сентября по май, бюджет доплачивает владельцам ЛПХ по 4 рубля на каждый литр сданного молока, летом размер субсидии чуть меньше.

Весомая поддержка оказывается и сельскохозяйственным потребительским и кредитным кооперативам. За последние пять лет на эти цели направлено 462,7 миллиона рублей. Большая часть средств была израсходована на субсидирование производства молока (62 процента) и мяса (26 процентов). На компенсацию затрат по заготовке сена приходится 12 процентов от общего объема выделенных средств.

В 2012–2014 годах в Тюменской области грантовую поддержку на общую сумму 37,41 миллиона рублей получили 29 начинающих фермеров. На эти деньги сельские предприниматели приобрели 69 сельскохозяйственных машин, в том числе 13 тракторов, 337 голов крупного рогатого скота, а также обеспечили работой 68 местных жителей. Выступая в областной думе с отчетом о деятельности регионального правительства губернатор Тюменской области Владимир Якушев отметил, что принятие решений об ответных санкциях

и осложнение геополитической обстановки открывает новые возможности для увеличения объемов и ассортимента сельскохозяйственной продукции местного производства. В области освоен выпуск новых видов продукции, так, увеличились объемы продаж свежего охлажденного мяса.

Производство мясных полуфабрикатов за год выросло на семь процентов. Агрохолдинг «Юбилейный» перешел на выпуск крупнокускового мяса, которое ранее поставлялось из стран ЕС. Намечилось расширение премиальной линейки продукции мясокомбинатом «Ялуторовский»: сырокопченые колбасы, чипсы, оленина, окорок сыровяленый (аналог испанского хамона). Компания «Золотые луга» увеличивает объемы производства сыра в Ишиме. Если за весь 2014 год выпуск составил 131 тонну, то в первом квартале текущего года уже произведено 60 тонн сыров.

Также о положительной динамике основных показателей производства животноводческой продукции говорил на пресс-конференции заместитель директора департамента АПК, главный государственный инспектор Тюменской области в области племенного животноводства Рустем Бетляев.

В частности, он отметил, что «В области по сравнению с 1 кварталом прошлого года в сельхозпредприятиях выросло поголовье свиней на 4,7%, и составило 200,9 тыс. голов. Отмечен также рост поголовья птицы, показателей продуктивности и производства продукции птицеводства. Поголовье за 1 квартал 2015 года увеличилось на 3,3%, а производство яиц выросло на 5,0%. Кроме того, в результате совершенствования работы продолжается рост поголовья племенного скота мясных пород в ОАО «Тюменская мясная компания». Создана собственная производственная база. На 2015 год планируется укрупнение хозяйств, чипирование всего поголовья, создание условий для собственного откорма и реализации убойного скота. Валовое производство молока за 1 квартал 2015 года составило 66,2 тыс. тонн, что на 4,0% выше на соответствующую дату прошлого периода, при этом на 3,8% выросла реализация молока.

В целом, как подчеркнул Рустем Бетляев, перспективы развития отрасли животноводства благоприятные. И, что немаловажно, планируются значительные инвестиции в 2015–2018 годах.

Серьезный приток инвестиций в ближайшие два-три года в департаменте АПК ожидают в свиноводство. Сибирская аграрная группа ведет переговоры с областным правительством о запуске крупного проекта на территории Нижнетавдинского района.

Очень интересный проект, состоящий из трех мини-комплексов. Это два репродуктора и откормочная площадка более чем на 100 тысяч голов с валовым производством мяса в год в пределах 25–27 тысяч тонн. Сегодня производим мяса всех видов около 100 тысяч тонн. Когда проект будет реализован, то на четверть, а то и на треть возрастут объемы производства мяса в Тюменской

области. Общий объем инвестиций в проект составит 5,5 миллиарда рублей, — рассказал Рустем Бетляев.

На 754 млн. рублей увеличены расходы регионального бюджета на реализацию программы развития агропромышленного комплекса во втором полугодии 2015 года

Решение об этом приняли депутаты Тюменской областной думы по инициативе губернатора Владимира Якушева.

Расходы бюджета на частичное субсидирование уплаты процентов по кредитам для предприятий АПК увеличатся на 436 млн. рублей, на уплату страховой премии — на 28 млн. рублей.

Дополнительная поддержка в размере 122 млн. рублей будет оказана растениеводческим сельхозпредприятиям.

Для субсидирования производства молока в бюджет добавили 46 млн. рублей. На модернизацию и техническое перевооружение предприятий по переработке молока направлено 25 млн. рублей.

Кроме того, дополнительно выделено 5 млн. рублей на поддержку племенного крупного рогатого скота мясных пород, и 3 млн. рублей — на приобретение элитных семян.

В текущем году в рамках государственной целевой подпрограммы на развитие производства молока и молочной продукции Ямал получил порядка 242 тыс. рублей,

в 2016 году планируется увеличение этой суммы до 349 тыс. рублей.

Ранее ямальский агропром получал субсидии от федерального центра на развитие племенного оленеводства (10,6 млн. рублей в 2015 году) и на наращивание поголовья северного оленя (29 млн. рублей в 2015 году).

В сообщении отмечается, что развитие молочного животноводства на территории округа имеет в первую очередь социальную направленность, его целью является обеспечение потребностей учреждений социальной сферы в молоке.

Поголовье крупного рогатого скота в регионе составляет 1,1 тыс. голов, в том числе 520 коров. Суммарный надой молока в хозяйствах всех категорий за год составляет порядка 2,1 тыс. тонн или 2,5% от потребности населения региона. В планах нарастить производство молока до 3 тыс. тонн. Для этого будут построены новые животноводческие фермы в четырех населенных пунктах. Исходя из целевого характера субсидий, государством особо контролируется их расходование. Эта функция возложена на Минэкономразвития РФ. Проверка результативности и эффективности освоения средств осуществляется посредством предоставления регионами соответствующей отчетности.

Литература:

1. Бюджетным кодексом Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ
2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы (далее — госпрограмма) утверждена постановлением Правительства от 14 июля 2012 года № 717.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет государственной помощи». (ПБУ 13/2000) утверждено приказом Минфина РФ от 16 октября 2000 г. № 92н.
4. «Методические рекомендации по бухгалтерскому учету государственных субсидий и других видов государственной помощи в сельскохозяйственных организациях», утверждены приказом Минсельхоза России от 2 февраля 2004 г. № 75.
5. Закон Тюменской области «О государственной поддержке сельскохозяйственного производства в Тюменской области» от 28.12.2004 г. № 305.
6. Постановление Правительства Тюменской области «Об утверждении Положений о порядках предоставления средств областного и федерального бюджетов на государственную поддержку сельскохозяйственного производства» от 14.05.2012 № 180-П (с изменениями от 27.06.2013г).

Современные аспекты нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета на предприятиях малого бизнеса: рекомендации начинающим бухгалтерам

Осина Екатерина Юрьевна, студент
Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета

В образовательных учреждениях будущему бухгалтеру обычно рассказывают о классической четырехуровневой системе регулирования бухгалтерского учета, взятой из небезызвестных учебников по учету, а о действующем нормативно-правовом регулировании обучающийся узнает только тогда, когда погружается целиком в учетную профессию.

Прежде чем приступить к оформлению первичных документов и отражению в учете фактов хозяйственной жизни (хозяйственных операций), начинающему бухгалтеру необходимо ознакомиться с нормативно-правовым регулированием бухгалтерского учета.

Ключевые слова: *малый бизнес, бухгалтерский учет, правовое регулирование, закон*

Для того чтобы восприятие информации шло системно целесообразно ознакомиться с основными документами определяющими порядок ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, а именно с теми документами на которые опираются практикующие бухгалтера, ведя учет в коммерческих фирмах.

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (далее — Закон) — это основной документ, на котором базируется весь бухгалтерский учет в Российской Федерации [1].

2. В соответствии с Законом, далее идут федеральные и отраслевые стандарты бухгалтерского учета.

Но на текущий момент они не утверждены. Поэтому до их утверждения применяются правила ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности, утвержденные уполномоченными органами исполнительной власти до вступления в силу нового закона о бухгалтерском учете. Речь идет о положениях по бухгалтерскому учету (далее — ПБУ).

ПБУ — это стандарты бухгалтерского учёта России, регламентирующие порядок бухгалтерского учёта тех или иных активов, обязательств или событий хозяйственной деятельности. Соблюдение требований и методологических рекомендаций, изложенных в ПБУ, является обязательным при составлении бухгалтерской отчётности и ведении регистров бухгалтерского учёта в Российской Федерации.

Следует отметить, что представители малого бизнеса могут не применять некоторые ПБУ.

Сразу отметим, что начинающий бухгалтер, начав изучать Положения столкнется с достаточно «сухим» нормативно-правовым языком, и самое главное не найдет в ПБУ бухгалтерских проводок. В нормативно-правовом регулировании предполагается, что Положения о бухгалтерском учете описывают порядок учета отдельных активов (обязательств, операций), а само отражение их на счетах бухгалтерского учета исходит из другого документа — Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности

организаций, который утвержден Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 31 октября 2000 г. N 94н [2]. К нему утверждена и Инструкция по его применению.

На основании данного документа (плана счетов и инструкции) начинающий бухгалтер сможет отразить возникшую хозяйственную операцию (факт хозяйственной жизни) на счетах бухгалтерского учета, но обязательно с учетом требований установленных соответствующими ПБУ.

В 2015 году на территории Российской Федерации действуют следующие ПБУ: ПБУ 1/2008 Учетная политика организации, ПБУ 2/2008 Учет договоров строительного подряда, ПБУ 3/2006 Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте, ПБУ 4/99 Бухгалтерская отчетность организации, ПБУ 5/01 Учет материально-производственных запасов, ПБУ 6/01 Учет основных средств, ПБУ 7/98 События после отчетной даты, ПБУ 8/2010 Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы, ПБУ 9/99 Доходы организации, ПБУ 10/99 Расходы организации, ПБУ 11/2008 Информация о связанных сторонах, ПБУ 12/2010 Информация по сегментам, ПБУ 13/2000 Учет государственной помощи, ПБУ 14/2007 Учет нематериальных активов, ПБУ 15/2008 Учет займов и кредитов и затрат по их обслуживанию, ПБУ 16/02 Информация по прекращаемой деятельности, ПБУ 17/02 Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы, ПБУ 18/02 Учет расчетов по налогу на прибыль, ПБУ 19/02 Учет финансовых вложений, ПБУ 20/03 Информация об участии в совместной деятельности, ПБУ 21/2008 Изменения оценочных значений, ПБУ 22/2010 Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности, ПБУ 23/2011 Отчет о движении денежных средств, ПБУ 24/2011 Учет затрат на освоение природных ресурсов.

Малый бизнес или субъекты малого предпринимательства могут не применять следующие положения (табл. 1).

Таблица 1. ПБУ, которые может не применять субъект малого предпринимательства

ПБУ	Последствия отказа от ПБУ для малого предприятия
ПБУ 8/2010	Не нужно будет создавать резервы предстоящих расходов.
ПБУ 2/2008	Можно учитывать расходы по договорам строительного подряда в общем порядке согласно требованиям ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99, не применяя специальные корректировки
ПБУ 18/02	Не нужно будет выявлять в бухгалтерском учете постоянные и временные разницы и формировать такие показатели, как постоянные налоговые активы и обязательства и отложенные налоговые активы и обязательства
ПБУ 16/02	Не нужно будет раскрывать в годовой бухгалтерской отчетности информацию по прекращаемой деятельности. Это ПБУ могут не использовать в работе все малые предприятия, за исключением эмитентов, публично размещаемых ценные бумаги

ПБУ 11/2008	Не нужно будет отражать в годовой отчетности сведения о связанных сторонах, которые оказывают влияние на предприятие. Могут не применять все малые компании, за исключением тех, которые публикуют свою бухгалтерскую отчетность полностью или частично
ПБУ 12/2010	Не нужно будет отражать в годовой бухгалтерской отчетности информацию по сегментам (видам деятельности, продукции)
ПБУ 23/2011	Не нужно будет раскрывать в годовой отчетности информацию о движении денежных средств

Не входят в состав так называемых ПБУ следующие регулирующие документы, имеющие статус Положений Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации (Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 N 34н (ред. от 24.12.2010)) и Положение по бухгалтерскому учету долгосрочных инвестиций» (утв. письмом Минфина РФ от 30.12.1993 N 160).

Основные ПБУ, которые можно рекомендовать для изучения начинающим бухгалтерам это: ПБУ 1/2008, ПБУ 5/01, ПБУ 6/01, ПБУ 9/99, ПБУ 10/99.

3. Далее в системе регулирования учета идут Рекомендации в области бухгалтерского учета и Стандарты экономического субъекта.

Рекомендации по ведению бухгалтерского учета относятся к документам, которые устанавливают правила организации и ведения бухгалтерского учета в экономических субъектах. Однако ни одни рекомендации не имеют юридической силы нормативно-правового акта, они носят рекомендательный характер и не обязательны к исполнению. Разрабатывать и принимать рекомендации уполномочены субъекты негосударственного регулирования бухгалтерского учета.

К ним можно отнести:

- Фонд «Национальный негосударственный регулятор бухгалтерского учета «Бухгалтерский методологический центр», который издает толкования и разъяснения, находящиеся на его официальном сайте;

- Институт профессиональных бухгалтеров и аудиторов России (ИПБР), например, он разработал Рекомендации для субъектов малого предпринимательства по применению упрощенных способов ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности (одобрены 17 сентября 2013 г. Экспертной группой Минфина России по вопросам ведения бухгалтерского учета и отчетности СМП).

Статьи отдельных специалистов, опубликованные в справочно-информационных системах и в различных бухгалтерских журналах, к рекомендациям в понимании Закона не относятся. Они отражают точку зрения авторов и документами в области регулирования бухгалтерского учета не считаются.

К третьему уровню регулирования можно отнести методические указания Минфина, выпущенные еще во время действия старого закона о бухгалтерском учете (Закон № 129-ФЗ).

К ним относятся:

- Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств (Приказ Минфина России от 13.06.1995 N 49);

- Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов (Приказ Минфина России от 28.12.2001 N 119н);

- Методические указания по бухгалтерскому учету специального инструмента, специальных приспособлений, специального оборудования и специальной одежды (Приказ Минфина России от 26.12.2002 N 135н);

- Методические указания по формированию бухгалтерской отчетности при осуществлении реорганизации организаций (Приказ Минфина России от 20.05.2003 N 44н); Методические указания по бухгалтерскому учету основных средств (Приказ Минфина России от 13.10.2003 N 91н);

- Указания об отражении в бухгалтерском учете операций по договору лизинга (Приказ Минфина России от 17.02.1997 N 15).

Стандарты экономического субъекта разрабатываются организациями самостоятельно и по своему усмотрению. Но в случае их принятия — носят обязательный характер для всех его подразделений, включая филиалы и представительства.

Как можно увидеть из вышеприведенной характеристики, перечень документов, которые регулируют бухгалтерский учет, очень обширен. Кроме того, среди них встречаются документы не на один десяток листов. Это может отпугнуть начинающего бухгалтера. Однако, по нашему мнению, знать наизусть все эти документы никто не потребует. Даже главные бухгалтеры крупных предприятий наверняка не знают некоторые документы из этого списка, не говоря уж о знании их всех наизусть.

Самое главное для бухгалтера малого предприятия иметь представление о структуре нормативно-правового регулирования учета в Российской Федерации и понимание того куда заглянуть в случае возникновения каких-либо ситуаций в практической деятельности. Но с основными документами, разумеется, лучше ознакомиться подробнее. Среди обязательных можно выделить следующие: ПБУ 1/2008, ПБУ 5/2001, ПБУ 6/2001, ПБУ 9/1999, ПБУ 10/1999, Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств (Приказ Минфина России от 13.06.1995 N 49), Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов (Приказ Минфина России от 28.12.2001 N 119н), Методические указания по бухгалтерскому учету основных средств (Приказ Минфина России от 13.10.2003 N 91н).

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О бухгалтерском учете» // Собрание законодательства РФ. 12.12.2011. № 50. Ст. 7344.
2. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» // Экономика и жизнь. № 46. 2000.

Тенденции развития депозитной активности населения в современных условиях

Паклина Анастасия Александровна, магистрант
Тюменский государственный университет

Ключевые слова: коммерческий банк; клиент; депозитные операции; ресурсы коммерческого банка; депозитная политика; депозитная ставка; система страхования вкладов.

В настоящее время сбережениям населения отводится важное место среди экономических явлений, поскольку находятся на стыке интересов граждан, государства и финансовых организаций.

Сбережения населения являются главным показателем уровня благосостояния россиян, непосредственно связанным с потреблением, доходами и расходами. В тоже время, сбережения населения являются ценным ресурсом экономического развития, источником инвестирования и кредитования хозяйств.

Замедление темпов роста экономики Российской Федерации требует укрепления финансовой системы государства и ее банковской составляющей, сокращение рисков кризиса и обеспечения устойчивости банковского сектора. Существенная роль в этом принадлежит аккумуляции сбережений населения во вклады коммерческих банков.

Отношения в сфере банковских вкладов всегда играли значительную роль в жизни общества. Спектр банковских услуг по привлечению средств физических лиц постоянно расширяется. Личные сбережения населения являются предметом деятельности целого ряда финансовых и нефинансовых организаций, осуществляющих посреднические функции в движении капитала. Методы аккумуляции сбережений населения вызывает теоретический и практический интерес.

Взаимоотношения в сфере банковских вкладов постоянно играли значительную роль в жизни общества. Спектр банковских услуг по привлечению сбережений населения постоянно расширяется. Личные накопления населения считаются предметом деятельности целого ряда финансовых и нефинансовых организаций, осуществляющих посреднические функции в движении денежных средств. Способы аккумуляции сбережений населения вызывает теоретический и практический интерес.

Сбережения — это неиспользованная за конкретный период часть денежного дохода физического лица либо семья, элемент оборота денежных доходов населения.

Проблемы аккумуляции денежных накоплений населения в экономику и неразрешенность многих социальных проблем возникает не в связи с отсутствием средств, а в связи с неразвитостью эффективных способов сбережений населения в инвестиции, обеспечивающего мобилизацию внутренних источников экономического роста, социально-экономическую безопасность граждан. В этой связи, анализ способов аккумуляции сбережений населения, определения их роли в поддержании устойчивых темпов экономического роста и росте благосостояния населения считается крайне актуальным как в теоретическом, так и в практическом отношении.

Владельцы свободных денежных средств не всегда могут пожелать использовать свои накопления на инвестиции. Но при наличии финансового посредника возможно их использование для инвестиций. Однако для этого финансовый посредник должен взять на себя риск инвестиций, получая определенный процент доходов за свои услуги.

Сбережения населения неоднородны по своему составу. Выделение различных форм сбережений зависит от используемого в процессе классификации критерия. Существует три практически пригодных для классификации сбережений критерия: функциональная направленность; организационная форма; ликвидность. Указанные критерии позволяют выделить и классифицировать различные формы сбережений (рис. 1).

Банковская система России предназначена для постоянного развития реальной экономики и удовлетворения потребностей населения, а не только для получения прибыли кредитными организациями. Наполнение ликвидностью кредитных организаций в значительной мере зависит от банковских вкладов населения при соответствующем доверии к этой системе

Целью депозитных операций является соблюдение интересов банка и улучшение ликвидности его баланса, своевременное выполнению обязательств перед клиентами,



Рис. 1. Классификация сбережений населения

что предполагает знание основных правил, лежащих в основе депозитных операций.

Показатели надежности и ликвидности наделяют банк конкурентными преимуществами в работе на межбанковском рынке, допускают применение инструментов привлечения денежных средств для удешевления финансирования текущих платежей, обеспечения краткосрочной ликвидности, наиболее эффективного применения остатков на банковских счетах.

Депозиты являются важным источником ресурсов коммерческих банков. За счет привлеченных ресурсов банки покрывают наибольший удельный вес своих потребностей в средствах.

Операции по привлечению сбережений населения во вклады связаны со значительными материальными и денежными затратами банка, ограниченностью свободных денежных средств. Это не позволяет коммерческому банку в случае необходимости получить средства для проведения активных операций.

Наибольший удельный вес в структуре ресурсов банка занимают средства до востребования, представляющие остатки на текущих счетах клиентов. Возможность их одновременного изъятия представляет для банка существенный риск. Поэтому значительную часть этих ресурсов коммерческие банки не могут использовать для кредитования. Срочные депозиты банка также не освобождены от данного риска. Несмотря на то, что подобные ресурсы предоставлены коммерческому банку на конкретные сроки, у их

владельцев существует возможность отозвать свои средства из банка досрочно. И досрочный отзыв срочных депозитов, и изъятие ресурсов до востребования в объемах, превышающих запланированные банком, могут стать факторами риска потери банком ликвидности.

Значительная часть клиентов, не доверяя финансовой системе, предпочитает самостоятельно хранить сбережения, забирая их с банковских депозитов. У населения очень большая боязнь того, что вклады будут изъяты, заморожены, движение затруднено, будут переводы под какие-то другие условия.

Проблема привлечения временно свободных средств связана в основном со столкновением двух противоположных позиций: банка с одной стороны и клиентов с другой. Банки заинтересованы в большей степени в расширении сферы привлечения средств на более длительное время и с выплатой более низких процентов. Вкладчики же проявляют более высокий интерес к размещению средств на короткий срок и с получением более высокого процента по депозитам. Решение данной проблемы сводится к нахождению приемлемого уровня сроков и доходов по привлеченным ресурсам, которые отвечали бы интересам обеих сторон.

Динамика объема вкладов населения за 2004–2012 гг. представлена на рисунке 2. За данный период наблюдается стабильный рост депозитной активности населения [6]. Объем вкладов населения за период с 1 января 2004 г. по 1 января 2012 г. увеличился в 7.6 раза. Рассмотрим динамику вкладных операций за период 2011–2014 гг.

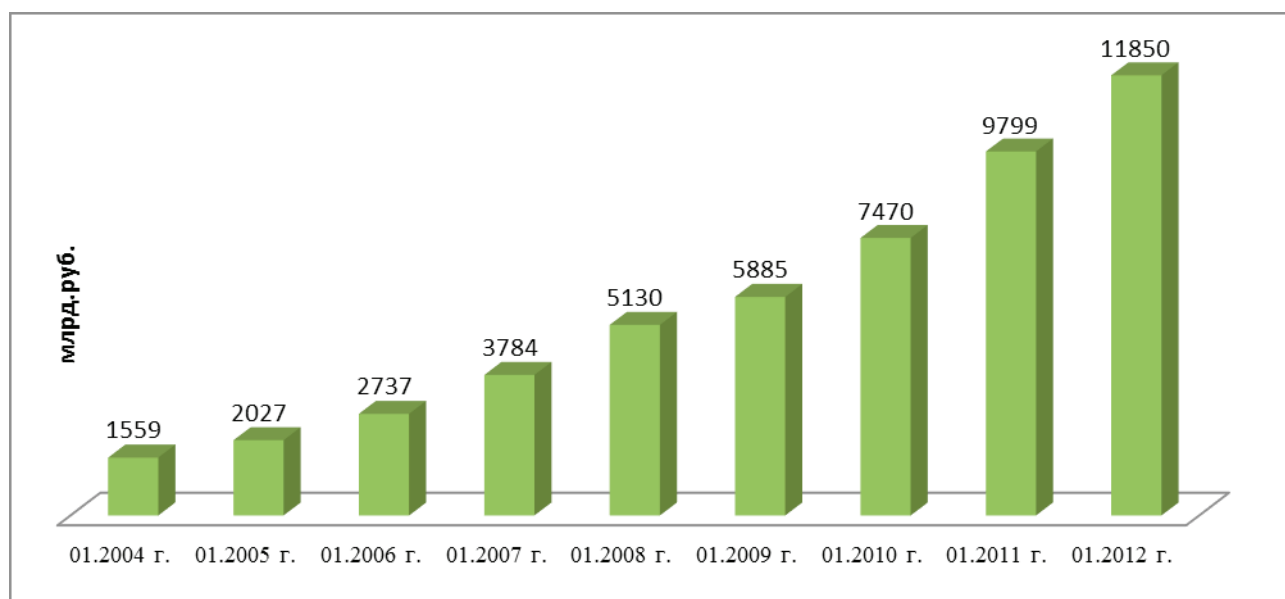


Рис. 2. Динамика объема вкладов населения в Российских банках в 2004–2012 гг. (млрд. руб.)

За 2011 год объем вкладов россиян продолжил свой рост, но темпы роста существенно замедлились по сравнению с 2010 годом. За 2011 год средства населения на депозитах в банках выросли на 20.9% или на 2.05 трлн. руб., а в 2010 году рост был на уровне 31.2%, что в абсолютных величинах составило 2.33 трлн. руб. Это, в частности, является свидетельством снижения склонности физических лиц к накоплению в 2011 году [2].

Приток средств населения в банковскую систему России в 2012 году был наибольшим за всю ее современную историю — объем вкладов вырос на 2.38 трлн. руб. В то же время относительные темпы прироста вкладов населения оказались в 2012 году немного ниже, чем в 2011 году — 20% вместо 21%. Данный факт связан с тем, что в 2011 году рубль снижался относительно основных мировых валют, а в 2012 году, наоборот, укреплялся. Так если в 2011 году была положительная валютная переоценка, то в 2012 году — отрицательная. С учетом эффекта переоценки валютных вкладов 2012 год оказался успешнее 2011 года. В целом, в 2012 году рынок депозитов населения претерпел довольно существенные изменения в области предпочтений населения и динамики процентных ставок. Тенденции 2012 года нашли свое продолжение и в 2013 году [3].

Темпы роста депозитов в российских банках в 2013 году лишь на 1 процентный пункт меньше результата 2012 года (19% против 20%). С учетом валютной переоценки снижение темпов было более существенным. Ослабление рубля привело к увеличению темпов роста депозитов физических лиц на 2 процентных пункта, то есть очищенные от валютной переоценки темпы роста депозитов в 2013 году составили 17% против более 20% в 2012 году. Таким образом, наблюдается явное снижение депозитной активности. [4].

Главными причинами слабой депозитной активности россиян в 2014–2015 годах стали ослабление рубля и как следствие уход вкладчиков в альтернативные способы накопления, а также снижение доверия к банковской системе вследствие санкций, наложенных на банки, и большого количества отзыва лицензий у средних и некрупных коммерческих банков. Так же, по итогам 2014 и первого полугодия 2015 годов прослеживалось уменьшение реальных доходов населения, что ограничивало их возможности в формировании накоплений.

Согласно исследованиям, проведенным рейтинговым агентством «РИА Рейтинг» из представленных 688 банков, привлекающих средства населения включенных в рейтинг по итогам 2014 года только порядка 60% смогли продемонстрировать положительные темпы прироста привлеченных средств физических лиц. В прошлые годы таких банков было существенно больше — 70% и 73% в 2013 и 2012 годах соответственно. При этом значительная валютная переоценка помогла многим банкам показать положительный результат, хотя в реальности у них наблюдался отток вкладов.

Таким образом, практически половина российских банков в 2014–2015 годах столкнулась с оттоком вкладов в реальном выражении. Это, явно, связано с изменившимися предпочтениями вкладчиков — население в условиях политической и экономической нестабильности выбирает более надежные, по их мнению, способы накопления.

Из числа 100 основных по размеру вкладов банков, позитивная динамика наблюдалась у 81% (85% в 2013 г.), что существенно больше, нежели по банковской системе в целом. При этом в числе крупнейших банков страны также наблюдалась значительная дифференциация по темпам роста в различных размерных группах. В частности, за год прирост объема вкладов среди 10 крупнейших

банков составил 10.6%, а у банков, занявших места с 11 по 100, практически в два раза больше — уже 20.6%. Подобная разница между ТОП-10 и другим крупными банками в темпах прирост сопряжена с тем, что в условиях фронтального увеличения процентных ставок в течение практически всего 2014 года банки за пределами ТОП-10 проявляли значительную гибкость и активнее увеличивали свои ставки по вкладам. В особенности это выразилось после повышения ключевой ставки (в 2014 г. она повышалась 3 раза). Другим важным фактором, повлиявшим на более слабый рост объема депозитов населения у 10-и крупнейших банков, стали санкции со стороны западных стран.

В целом неплохая динамика вкладов у ТОП-100 банков по размеру депозитов привела к увеличению концентрации денежных средств населения в банках. Доля 100 кредитных организаций за 2014–2015 годы возросла приблизительно на 1 процентный пункт, вплоть до 91.3% на 1 июля 2015 года, при этом за 2-й квартал прирост был на уровне 0.4 процентных пункта. Увеличение доли крупных банков связано, в первую очередь, с относительно масштабным отзывом лицензий в 2014–2015 годах у средних и небольших банков. Увеличение концентрации вкладов продолжит повышаться в 2016 г. из-за уменьшения количества рыночных игроков (по причине отзыва лицензий и продолжения процесса слияния банков), а кроме того из-за восстановления доверия населения к крупным банкам, попавшим под санкции.

В 2014–2015 годах частные банки продолжили выигрывать конкурентную борьбу у государственных банков. Объем вкладов у частных банков увеличился более чем на 10%. Иностранные банки также показали хороший результат — объем вкладов вырос на 8%, тогда как государственные банки смогли увеличить объем вкладов только на 6.8%. Невысокие темпы роста объема вкладов государственных банков в большей степени связаны с вводом против части из них санкций западными странами, а также традиционной меньшей гибкостью в вопросе процентных ставок.

Например, в декабре 2014 года на фоне слухов о расширении санкций в отношении российских финансовых организаций в СМИ появилось достаточно много информации об ограничениях работы карт у Сбербанка. В связи с этим вкладчики начали выстраиваться в очереди у банкоматов и отделений. Очереди, случаи отсутствия денег в банкоматах, перебои в работе интернет-банка из-за очень большого числа операций дополнительно подогревали панические настроения. Сбербанк смог достаточно быстро справиться с паникой вкладчиков и восстановить доверие клиентов, однако данная ситуация отразилась на темпах роста вкладов. Объем вкладов за декабрь 2014 года у Сбербанка увеличился на 137 миллиардов рублей, тогда как за декабрь 2013 года — на 647 миллиардов рублей [5].

Основное направление в розничном бизнесе коммерческого банка — активизация работы по привлечению

депозитов населения. Необходимо решить задачу прекращения оттока депозитов.

Привлечение сбережений населения сопряжено с определенными расходами по выплате процентов. В связи с этим у коммерческого банка постоянно существует угроза невозможности их разместить таким образом, чтобы не только компенсировать данные затраты, но и обеспечить получение нужной прибыли.

Аргументированная процентная политика в сфере депозитных операций должна принимать во внимание реальность условий установления процентов по абсолютно всем видам вкладов. Процентные ставки по депозитам должны быть увязаны с реальными экономическими процессами, происходящими в наличном и безналичном платежном обороте, иметь соответствующую мобильность, реагировать на тенденции изменения денежной массы. При этом, процентная ставка по депозитам может выступать как модель социально-экономической защиты вкладчиков от обесценения их сбережений и основной стимул, активизирующий клиентов хранить свои текущие денежные сбережения на банковских счетах.

В области привлечения денежных средств банковская политика должна акцентировать внимание на увеличении ресурсной базы именно за счет вкладов физических лиц. Банку необходимо предлагать для физических лиц финансовые продукты, которые разработаны на основе регулярно проводимого на рынке услуг и вкладов мониторинга, уровня потребности по вкладам на определенных условиях. Для физических лиц процентная политика банка относительно срочных депозитов должна быть направлена на предложение ставок по процентам. Делается это с учетом рыночных условий и резервных банковских требований, что, в свою очередь, обеспечивает вкладчикам накопление вложенных средств и соответственно их прирост. Повышение доли долгосрочных депозитов находится в числе приоритетов процентной политики. Стимулирование роста валютных и рублевых вкладов, а также необходимость повышения их привлекательности обусловлены стремлением вовлечь в хозяйственный оборот денежные средства населения. Реализация данной процентной политики даст возможность банку значительно уменьшить валютный и процентный риски.

Вкладчики большое внимание уделяют при выборе вида депозита на условия по нему: минимальная сумма вклада, установлена фиксированная или плавающая ставка, производится ежемесячная выплата процентов или капитализация, возможность пополнения или частичного снятия денег со счета. Различные категории вкладчиков считают приемлемыми для себя различные условия по депозиту.

Основные направления укрепления ресурсной базы банка и привлечение средств клиентов связаны с расширением круга депозитных счетов физических лиц, широким внедрением в практику новых видов депозитов, удовлетворением потребности клиентов в самых разноо-

бразных услугах, в том числе оказываемых в иностранной валюте, выпуском банками разнообразных депозитных и сберегательных сертификатов, поддержанием не снижающихся остатков на счетах по всем видам вкладов.

Для коммерческих банков в условиях усиления конкуренции за привлеченные ресурсы особую актуальность приобретает диверсификация привлеченных ресурсов. Диверсификация предполагает рассредоточение портфеля депозитов по типам клиентуры, срокам привлечения, видам валюты

Большое внимание в процессе организации депозитных операций должно уделяться срочным депозитам, которые в наибольшей степени обеспечивают поддержание ликвидности баланса банка. При осуществлении банковских операций следует обеспечивать взаимосвязь и взаимосогласованность между депозитными операциями и операциями по выдаче кредитов по срокам и по суммам депозитных и кредитных операций.

Необходимым элементом привлечения сбережений населения является рекламирование своих услуг в целях стимулирования притока средств. Большой частью рекламы банковских услуг основываются на внушении доверия к банку, подчеркивается его надежность, длительность существования, удобство обслуживания. Грамотная политика банка в области рекламы сегодня ему необходима, поскольку она призвана помочь в поиске новых клиентов.

Одним из решающих элементов деятельности коммерческих банков, является их надежность, а одной из важных мер по обеспечению надежности является страхование депозитов, которое применяется во всех странах с высокоразвитыми банковскими системами. В связи с этим банковской системе необходимо существенно повысить уверенность потенциальных вкладчиков в полном и своевременном возврате средств, доверенных банку

Специальной государственной программой, реализуемой в соответствии с Федеральным законом «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» является создание системы обязательного страхования банковских вкладов населения. Ее основная задача состоит в защите сбережений населения, аккумулируемых во вкладах в российских банках.

В соответствии с законом о страховании вкладов возмещение по вкладам выплачивается вкладчику в размере 100 процентов суммы вкладов в банке, но не более максимального размера страхового возмещения. При расчете суммы возмещения валютные вклады пересчитываются по курсу ЦБ РФ на дату наступления страхового случая, а суммы денежных требований банка к вкладчику вычитаются из суммы вкладов.

В настоящее время, участие в системе страхования обязательно для всех банков, имеющих право на работу с вкладами физических лиц. Вклады считаются застрахованными со дня включения банка в реестр банков — участников ССВ.

С момента создания Агентства по страхованию вкладов 1,40 млн. вкладчиков получили страховое возмещение в размере 400 млрд. руб.

Финансовой основой ССВ является фонд обязательного страхования вкладов, за счет которого осуществляются выплаты возмещения по вкладам и покрываются расходы, связанные с организацией выплат. Размер Фонда по состоянию на 30 июня 2015 г. составляет 90 млрд. руб. (за вычетом сформированного резерва для выплат по наступившим страховым случаям — 70 млрд. руб.).

В настоящее время для коммерческих банков является важным формирование имиджа сверттехнологичного и комфортного банка, предлагающего обширный диапазон услуг и высочайшее качество сервиса. Клиент выбирает технологичные современные банки, у которых имеется мобильный банк, онлайн-банк, продуманная маркетинговая кампания, комфортные офисы, высокая скорость решения, достойные внимания продукты. Для вкладчика немаловажно наличие имиджа надежного банка. Взаимодействие банка и клиента — это взаимовыгодное сотрудничество. Банк выявляет потребности клиента и делает все возможное, для того чтобы их удовлетворить, чтобы клиенту было удобнее работать с банком. Клиент в свою очередь всегда выбирает для себя банк, который станет отвечать основной массе его запросов. Золотое правило «клиент всегда прав» никто не отменял. На нем построено нынешнее общество потребления, оно важно и в банковской сфере. На сегодняшний день клиенты стали ответственнее подходить к подбору банка. В соответствии с этим, увеличился спрос на качество продуктов и услуг.

Кредитные организации переходят на модель бизнеса ориентированную на клиента. Выстраивание надежных и честных связей с новыми клиентами и укрепление лояльного отношения с постоянными является стратегической целью, которую сегодня ставят перед собой те банки, которые хотят вывести свой бизнес на новые высоты.

Клиент ценит свое время и свои деньги, поэтому делает выбор в пользу банка, способного предложить высокотехнологичные решения и качественное дистанционное банковское обслуживание; не отдельные услуги, а комплексные возможности по управлению личными финансами.

Реальные темпы роста депозитов в 2015 году могут оказаться чуть лучше, однако в целом они останутся на низком уровне. Поддержку темпам роста будет оказывать вступивший в силу закон об увеличении страховых выплат по вкладам до 1.4 миллиона рублей [7]. Увеличение страховой суммы вселит большую уверенность крупных вкладчиков и владельцев валютных вкладов. Другим фактором, повышающим динамику вкладов, может стать относительно высокий уровень ставок в экономике, что повысит склонность к накоплению. С другой стороны, по-прежнему сохраняется вероятность новой паники вкладчиков либо из-за введения дополнительных санкций, либо из-за российских законодательных новаций (например, пери-

одически муссируются слухи о возможности изъятия валютных вкладов). Кроме того, во второй половине года ожидается рост безработицы и в целом сокращение реальных доходов населения, что потребует от многих тратить свои сбережения на текущие расходы. По итогам 2015 года депозиты населения в номинальном выражении вырастут на 14–19%, а в реальном выражении на 7–12%. [5]

В настоящее время заметны тенденции к оттоку сбережений населения в другие сегменты рынка, т.е. растут вложения в ценные бумаги, драгоценные металлы, различные формы накопительного страхования. Тем не менее, в России в перспективе имеются возможности по увеличению притока денежных сбережений населения в банковские вклады. В этих целях необходимо осуществ-

ление кредитными организациями целого ряда мероприятий, реализация которых позволит повысить стабильность депозитной базы населения в коммерческих банках, направленных:

- расширение «продуктовой линейки» по вкладам;
- оптимальный режим работы соответствующих подразделений кредитных организаций;
- на развитие активной рекламной деятельности;
- развитие дистанционного банковского обслуживания;
- территориальное приближение банковских офисов к клиентам-вкладчикам;
- корректировку размера страхового возмещения по вкладам в зависимости от экономической ситуации в стране.

Литература:

1. Положение ЦБ РФ № 54-П «О порядке предоставления (размещения) кредитными организациями денежных средств и их возврата (погашения)» от 31.08.98 (в ред. утв. ЦБ РФ 27.07.2001 N 144-П). URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 04.10.2015).
2. Рейтинг банков по объему вкладов физических лиц — итоги 2011 года. [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://riarating.ru/banks_rankings/.
3. Рейтинг банков по объему депозитов населения — итоги 2012 года. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://riarating.ru/>.
4. Рейтинг банков по объему депозитов населения на 1 января 2014 г.года. [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://riarating.ru/banks_rankings/.
5. Рейтинг банков по объему депозитов населения на 1 июля 2015 года [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://riarating.ru/banks_rankings/.
6. Статистическая информация/ Агентство по страхованию вкладов. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.asv.org.ru/>.
7. Федеральный закон от 23 декабря 2003 года № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» (ред. от 13.07.2015 г.) URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 04.10.2015).

Проблема аккумуляции сбережений населения во вклады коммерческих банков в современных условиях

Паклина Анастасия Александровна, магистрант
Тюменский государственный университет

Ключевые слова: депозит; вклад; сбережения населения; депозитная политика; тенденция; банк; экономика; кризис.

В недавнем прошлом большая часть коммерческих банков Российской Федерации осуществляла свою деятельность на основе привлечения денежных средств компаний. Непосредственно за обслуживание финансово-устойчивых, имеющих постоянно на счетах существенные денежные ресурсы предприятий шла банковская конкурентная борьба. Сбережениям населения, как источнику привлекаемых средств, коммерческие банки уделяли побочное внимание. Но в последнее время обстановка в ре-

сурсной базе коммерческих банков значительно изменяется. Актуальная необходимость повышения инвестиционных ресурсов, ослабления инфляционных процессов, пополнения банковского капитала, обеспечения социальной и экономической безопасности граждан порождает повышенный интерес к финансовым средствам населения со стороны банковского сообщества и иных экономических структур.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день рынок банковских депозитов считается наиболее активно раз-

вивающимся сектором отечественного рынка банковских услуг. И прежде всего это сопряжено с формированием рынка вкладов населения. Коммерческие банки продолжают быть основными «сборщиками» сбережений населения и основными поставщиками долговременных инвестиционных ресурсов. Невзирая на то, то, что доходность по банковским вкладам не превышает уровень инфляции, банковские вложения для основной массы населения остаются наиболее распространенным типом инвестиций. За последние 5 лет прослеживается существенное повышение объемов вкладов населения в коммерческих банках и значительное изменение их структуры в пользу долговременных инвестиций. Помимо этого, привлечение средств физических лиц в банковские вклады и депозиты считается одним из механизмов «связывания» выпущенных в обращение наличных денег. В связи с этим стимуляция деятельности банков по привлечению этих денежных средств считается одной из стратегических задач формирования банковской системы.

Последние годы невозможно охарактеризовать успешными: банки столкнулись с целым рядом трудностей. В 2014 г. было ликвидировано 73 банка, за 9 месяцев 2015 года лишился лицензии еще 61 банк, и по не столь радужным прогнозам говорится об уходе с рынка еще такого же количества. За последние два года Центральный банк поднимал ключевую ставку вплоть до 17%, тем самым в системе кредитования возникли существенные трудности. Многие банки в одностороннем порядке подняли ставку вплоть до 27–30%, тем самым почти заморозив кредитование. На 03.08.2015 год — ключевая ставка Центрального Банк составляет 11%. Согласно прогнозам, к концу года кредитный портфель в малом и среднем бизнесе лишится более 20% от уровня декабря 2014 года, а доля просроченной задолженности составит 15–20%. Общая закредитованность населения и сокращение покупательной способности привели к замедлению темпов роста розничного кредитования (в секторе POS-кредитования в том числе и к сокращению рынка). Существенно вырос уровень просроченной задолженности. В 2014 г. Банк России ввел наиболее жесткое нормативное регулирование банковской розницы: в результате, если эффективная ставка кредита превосходит 45%, то он попадает под запрет. Подобным образом, коммерческие банки не смогут возместить высокие риски сверхвысокими ставками [3].

Изучая особенности депозитной политики современных коммерческих банков, можно сделать вывод о том, что депозитные операции являются основой для большей части ресурсов, направленных на кредитование физических лиц в краткосрочном и долгосрочном периодах. Главными аспектами депозитной политики, выражающими общую направленность можно отметить следующие принципы комплексного подхода: научная обоснованность, оптимальность, эффективность и целостность всех элементов депозитной политики. К наиболее локальным особенностям относятся: обеспечение

оптимального уровня издержек банка, безопасности проведения операций, надежности и стабильности. Учитывая вышеуказанные принципы, банк способен создать как стратегические, так и тактические способы осуществления эффективной депозитной политики.

Следовательно, что основную цель, которую ставит перед собой любой банк можно обозначить следующим образом: увеличение объема ресурсной базы и минимизация издержек, связанных с привлечением и поддержанием должного уровня ликвидности.

На формирование депозитной политики имеют значимое воздействие несколько факторов: законодательство, состояние и направленности развития финансового рынка и, безусловно, ставка рефинансирования. На столько же необходим и высокий уровень корпоративного управления, соблюдение законодательных аспектов и основ профессиональной этики. Относительно состояния и развития финансового рынка, необходимо выделить следующие проблемные факторы: недостаток реальных экономических и политических предпосылок для стабилизации и оживления экономики, увеличение инфляционных ожиданий, снижение реальных доходов населения, непрогнозируемая девальвация, упадок доверия к экономическим институтам. На фоне этих факторов внезапное сужение экономической базы банковской системы и, как результат, ограничение возможностей в удовлетворении потребностей реального сектора экономики в заимствованиях за счет внутренних источников.

Разумеется, при аккумуляции коммерческими банками сбережений населения должны учитываться интересы населения не только в зависимости от социального уровня, но и также быть дифференцированной по суммам и срокам хранения вклада. Коммерческим банкам необходимо иметь в виду, что у каждой группы населения свои возможности по размещению вкладов. Основной целью депозитной политики коммерческого банка является привлечение оптимального объема денежных ресурсов (по срокам и по валютам), необходимого и достаточного для работы на финансовых рынках, при условии обеспечения минимального уровня издержек. Ресурсы банк привлекает в ходе проведения конкретных операций, предусмотренных действующими банковскими лицензиями. При этом основными инструментами, используемыми банком для этих целей, являются:

- открытие и ведение счетов юридических и физических лиц, предполагающее поступление на эти счета денежных средств;
- открытие и ведение счетов других банков, предполагающее поступление на эти счета денежных средств;
- выпуск и продажа банковских векселей;
- открытие на банк лимитов со стороны других банков, позволяющее привлекать ресурсы в форме межбанковских кредитов.

На банковскую сферу оказывают влияние огромное число факторов. Эти факторы носят как экономический, так и политический характер. К числу важнейших

факторов, по нашему мнению, которые оказывают наибольшую роль в области банковской депозитной политики можно отнести:

1) отсутствие реальных экономических и, что самое главное, политических предпосылок для стабилизации и оживления экономики;

2) дальнейший рост инфляционных ожиданий;

3) сокращение реальных доходов населения и дальнейшая процентная дифференциация соотношения «бедные/богатые»;

4) отсутствие понимания того, что опасна не сама по себе девальвация, а девальвация непрогнозируемая;

5) резкое сужение финансовой базы банковской системы в условиях падения реальных доходов населения, спада реального сектора экономики, кризиса доверия к финансовым институтам, чем существенно ограничиваются возможности покрытия потребностей реального сектора экономики в заимствованиях за счет внутренних источников [7].

При привлечении коммерческими банками сбережений населения большое внимание уделено скорости и простоте оформления вкладов, банки становятся еще более клиентоориентированными. И в связи с одинаковой политикой многих банков на рынке наблюдается огромный выбор депозитов и условия жесткой конкуренции. В начале 2015 года наблюдалась следующая тенденция: банки снижали депозитную ставку, однако в апреле ставка показала небольшой рост. Наибольшее значение ставки на депозиты за последнее время достигло в декабре 2014 года, она составляла 15,64% [5], а потом начала стремительно падать. На данный момент средняя ставка по депозитам составляет 13,175% [6]. Проведя обзор экономических новостей, мы выяснили, что с 2013 года в феврале 2015 года был отмечен максимальный месячный прирост вкладов. Он составил 2% с учетом переоценки валютных депозитов. Эксперты отмечают, что незначительное повышение ставки в начале апреля 2015 года возможно связано с началом летнего сезона или сезонными акциями.

Среди крупнейших российских коммерческих банков, привлекающих депозиты, «Сбербанк России» лидирует с большим преимуществом. Его депозитный портфель превышал портфель «ВТБ 24» в 5,9 раз в 2014 году, и хотя на 1 января 2015 году разрыв сократился и составил 4,7, но в корне это ситуации не изменило. Такие банки как Промсвязьбанк, Банк Москвы, Россельхозбанк и Газпромбанк показали положительные результаты в гонке по привлечению депозитов. Количество их увеличилось в 2015 году. А вот многие крупные банки все же потеряли клиентов в сравнении с предыдущим 2014 годом.

Анализ современного состояния сберегательного процесса в России позволил выявить следующие его основные особенности:

Во-первых, значительная часть граждан имеет предпосылки для накопления денежных средств.

Во-вторых, на сберегательный процесс существенно влияет инфляция, которая стимулирует население к поиску инструментов сбережения средств, защищенных от инфляции.

В-третьих, подавляющая часть свободных средств населения остается «на руках» или тратится на покупку валюты.

В-четвертых, население готово вкладывать свои средства в финансовые инструменты, обладающие следующими характеристиками: надежность, доходность, ликвидность.

В современных условиях, привлечением сбережений населения во вклады занимаются не только крупные российские банки. Несмотря на то, что ОАО «Запсибкомбанк» не входит в ТОП-10 крупнейших банков страны, его потенциал огромен. В настоящее время в банке обслуживаются более 20 000 корпоративных клиентов и более 500 000 частных лиц. Среди клиентов-юридических лиц — крупнейшие отраслевые предприятия, представители малого и среднего бизнеса.

Запсибкомбанк обладает развитой сетью отделений в Тюменской области и стремительно покоряет новые

Таблица 1. Коммерческие банки по размеру вкладов населения в 2013–2015 гг.

№	Наименование банка	Показатель на 01.01.2013 (тыс. руб)	Показатель на 01.01.2014 (тыс. руб)	Показатель на 01.01.2015 (тыс.руб.)	Изменение	Изменение
					в%	в%
					2014/2013	2015/2014
1.	Сбербанк России	6 510 314 837	7 915 893 933	6 733 494 476	+21,59	- 14,9%
2.	ВТБ 24	982 659 352	1 338 778 431	1 420 059 018	+36,24	+6,1%
3.	Альфа-Банк	292 065 516	371 557 305	283 557 167	+27,22	-23,7%
4.	Газпромбанк	298 642 859	368 914 444	445 672 131	+23,53	+20,8%
5.	Райффайзенбанк	218 912 909	257 030 703	186 450 405	+17,41	-27,5%
6.	Россельхозбанк	185 266 179	247 169 894	288 116 681	+33,41	+16,6%
7.	Банк Москвы	169 609 248	228 150 299	247 826 335	+34,52	+8,6%
8.	Хоум Кредит Банк	157 289 156	205 185 932	176 417 335	+30,45	-14,0%
9.	Промсвязьбанк	167 207 318	197 051 434	211 776 949	+17,85	+7,5%
10.	Русский Стандарт	157 463 644	192 595 679	159 108 373	+22,31	-17,4%

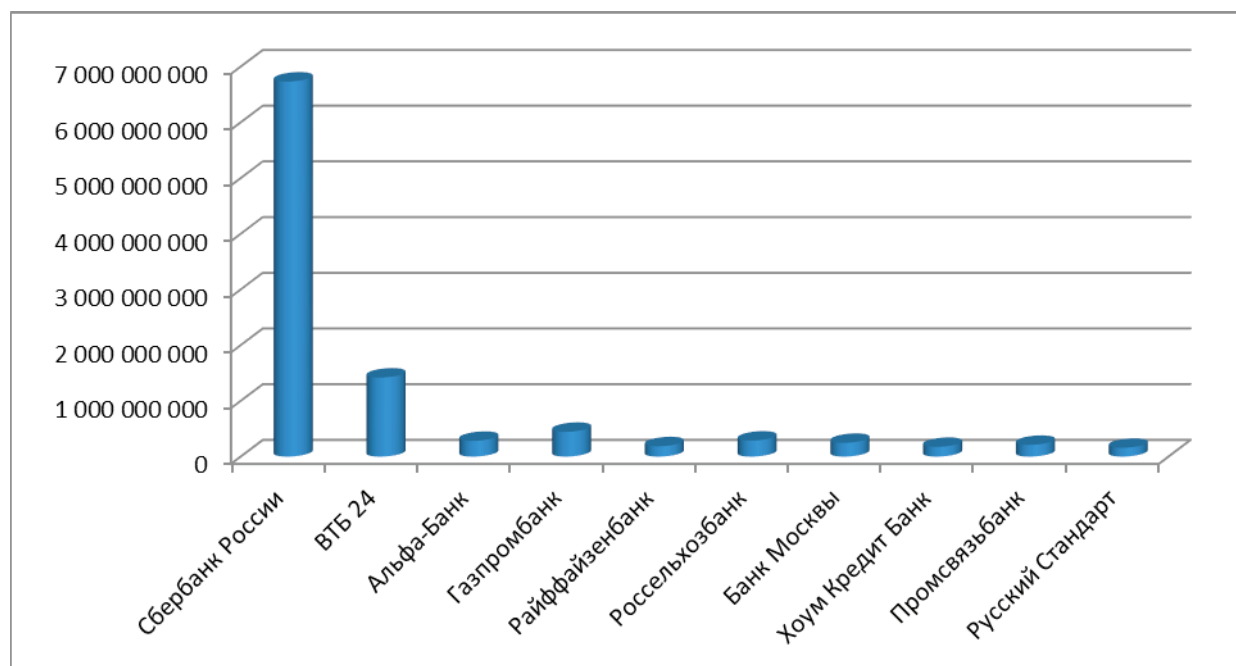


Рис. 1. Коммерческие банки по размеру вкладов населения на 01.01.2015 гг.

территории. Сегодня банк представлен практически во всех экономически значимых регионах страны: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Челябинск, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Самара, Волгоград, Уфа, Казань, Кемерово и насчитывает более 85 точек продаж.

Главная цель, которую ставит перед собой Запсибкомбанк на ближайшие годы — войти в число 50 крупнейших банков России по размеру чистых активов.

По состоянию на 01.09.2015 г. Запсибкомбанк представлен Головным офисом и 87 подразделениями: 2 филиала на территории Ямало-Ненецкого автономного округа, а также филиалы в Москве, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Волгограде и Санкт-Петербурге. 69 дополнительных офисов, операционные офисы в Екатеринбурге, Челябинске, Омске, Уфе, Кемерово, Казани и Самаре, 2 операционные кассы вне кассового узла, 2 мини-офиса в Тюмени [9].

Количество сотрудников на 01.08.2015 г. — 3152 человека.

Рассмотрев депозитную линейку ОАО «Запсибкомбанк», мы можем выделить три основных вида вкладов: срочные (получение гарантированного дохода), вклады для расчетов (проведение регулярных платежей), вклады для пенсионеров и т.п. (предоставление специальных условий по вкладам). Обратимся к анализу структуры депозитного портфеля срочных вкладов физических лиц за период с 2013 г.

На рисунке 2 наглядно представлена динамика структуры вкладов населения по срокам размещения в ОАО «Запсибкомбанк» за период с 2013 по 2015 гг.

Анализ данных позволил заключить, что вклады от 1 и до 3 лет занимают большую часть в структуре вкладов ОАО «Запсибкомбанк» — 65,4%, а на 2015 г. 67,5%. Вклады сроком от 31 дня отличаются динамикой положительной: увеличились до 4,2. Вклады от 91 дня стабильны и составляют 4,2%. Вклады до 30 дней хоть и имеют положительную динамику, но их роль не столь заметна за счет незначительной доли в общем портфеле — менее

Таблица 2. Динамика структуры вкладов сбережений населения по срокам размещения в ОАО «Запсибкомбанк» за 2013–2015 гг.

Показатели	01.01.2013 г.		01.01.2014 г.		01.01.2015 г.	
	тыс руб.	в% к итогу	тыс руб.	в% к итогу	тыс руб.	в% к итогу
до 30 дней	6724	0,17	12684	0,44	28169	0,63
от 31 до 90 дней	73720	1,62	180686	3,53	251549	4,17
от 91 до 180 дней	211733	4,65	215538	4,21	254171	4,21
от 181 до года	737279	16,19	950240	18,54	969915	16,08
от 1 до 3 лет	3108223	68,27	3351075	65,39	4069565	67,46
свыше 3 лет	413905	9,09	404146	7,89	449305	7,45
Всего вклады населения	4551584	100,00	5114369	100,00	6022673	100,00

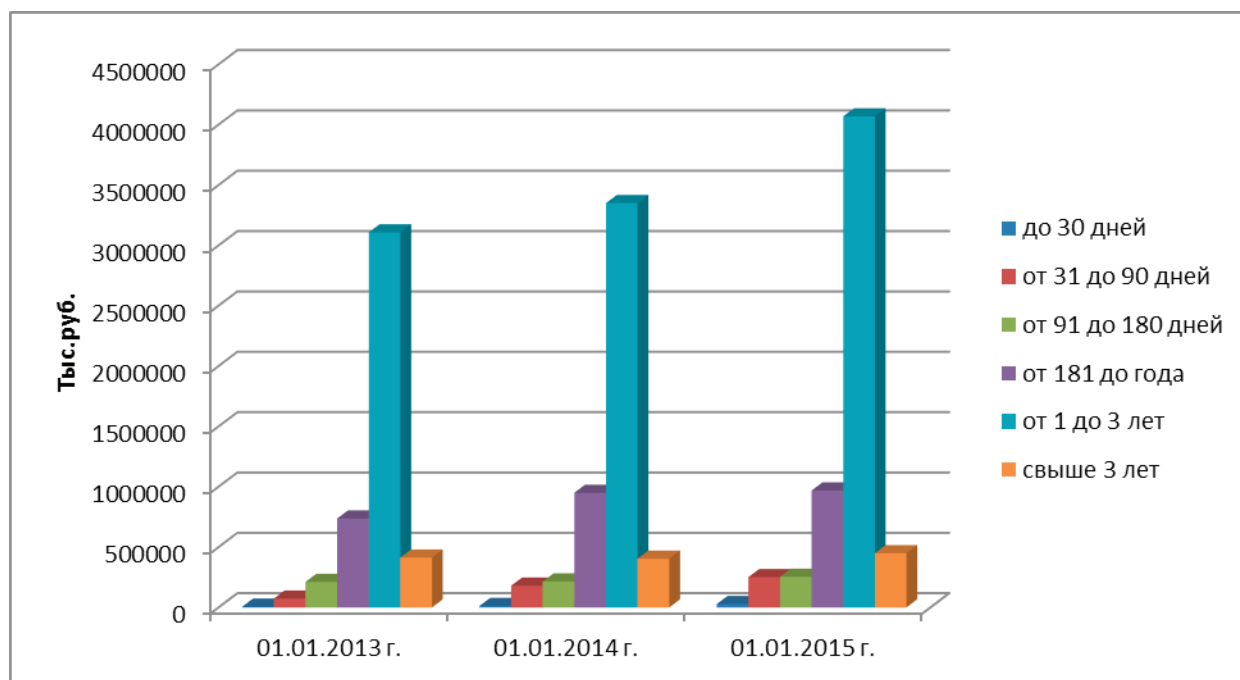


Рис. 2. Динамика структуры вкладов населения по срокам размещения в ОАО «Запсибкомбанк» за 2013–2015 гг.

1%. Можно сделать вывод, что депозитная политика ОАО «Запсибкомбанк» направлена на привлечение, распределение и удержание денежных средств населения. Залог эффективного и гибкого управления активами и пассивами коммерческого банка состоит в необходимости формирования ресурсной базы, привлечения клиентов и постоянном поиске новых источников привлечения ресурсов [9].

Таким образом, что политика аккумуляции сбережений населения во вклады ОАО «Запсибкомбанк» имеет некоторые проблемы. Далее рассмотрим данные современные проблемы и предложим пути их решения.

Обеспечение сохранности вкладов можно добиться путем страхования вкладов, а также через повышение финансовой устойчивости ОАО «Запсибкомбанк».

Так же наблюдается ограниченность при формировании ресурсной базы. В этом случае проблему можно решить привлечением новых клиентов и активизацией депозитной политики. Плюсом будет анализ среды и роли ОАО «Запсибкомбанк» на конкретно необходимом рынке.

Нельзя забывать и о конкуренции в банковской сфере. Для успеха в этой гонке необходимо повышать привлекательность вкладов в глазах потенциальных клиентов, разрабатывать и применять новые технологии и конечно же поводить грамотную рекламную политику для укрепления имиджа ОАО «Запсибкомбанк».

Как никогда актуальна проблема нестабильности в банковской сфере в кризисный период. В такой ситуации необходима взаимосвязь как депозитных, так и кредитных операций банка, что сделает его более стабильным, надежным и финансово устойчивым.

В заключение можно отметить, что существует ряд недостатков в организации самого депозитного процесса ОАО «Запсибкомбанк», а точнее нет научно обоснованной

концепции по привлечению депозитов. Мы считаем необходимым создание структурного подразделения, набор квалифицированных сотрудников. В современном мире грамотная и эффективная депозитная политика — залог успешного банка.

В целом всей банковской системе страны нужно активнее использовать существующую склонность населения к сбережениям, реализовывать потенциальные возможности формирования и трансформации депозитов населения в инвестиции через дальнейшее развитие методов привлечения сбережений в депозиты банка, расширение дополнительных услуг, связанных с депозитными и кредитными операциями. В числе первоочередных мер можно назвать следующие:

1. Развитие законодательства, гарантирующего полную сохранность и возврат сбережений населения с целью укрепления доверия граждан к банковской системе и обеспечения стабильности депозитных вкладов.

2. Повышение уровня жизни населения, которое, прежде всего, основано на эффективной экономической политике государства в целом и каждого региона в отдельности. Такая политика приведет к дальнейшему увеличению сбережений населения, изменению их структуры и позволит устранить трудности в сбалансировании ресурсов кредитных организаций по стоимости и срокам, а, в конечном счете, решить многие задачи по инвестированию экономики и создать механизм, при котором денежные средства, привлеченные банками в регионах, будут работать в интересах тех же регионов.

3. Совершенствование налогообложения доходов, полученных от организованных форм сбережений населения.

4. Внесение изменений и дополнений в Гражданский кодекс Российской Федерации, предусматривающих пре-

доставление сторонам банковского договора права самостоятельно устанавливать условия возврата денежных средств по так называемым безотзывным договорам. Устранение противоречий в банковском и гражданском законодательстве в вопросах регулирования договора банковского вклада (депозита).

Данные меры будут способствовать направлению сбережений населения в накопления и, соответственно, на инвестирование в экономику, и выполнению рынком банковских услуг функций механизма превращения сбережений в инвестиции.

В заключение можно отметить, что ключевая роль сбережений населения, как одного из основных факторов развития экономики РФ, вынуждает немедленно решать вопрос развития единой общегосударственной политики и долговременной региональной инвестиционной стратегии, обеспечивая тем самым тесное финансовое взаимодействие ключевых хозяйствующих субъектов смешанной экономики: физических лиц, домохозяйств, предприятий и компаний, а также всего государства с целью достижения максимального вовлечения сберегательных ресурсов населения в инвестиционный процесс для роста экономики.

Литература:

1. Динамика максимальной процентной ставки // Центральный банк / [Электронный ресурс].— Режим доступа: — URL: <http://cbr.ru/statistics/> (дата обращения: 04.10.2015)
2. Дударева, О. А., Храмцова Ю. М. Особенности реализации депозитной политики коммерческого банка в современных условиях // Студенческий научный форум 2015 / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: — URL: www.scienceforum.ru/ (дата обращения: 05.10.2015).
3. Прекратившие существование кредитные организации // banki.ru / [Электронный ресурс].— Режим доступа: — URL: <http://www.banki.ru/> (Дата обращения: 05.10.2015).
4. Рейтинг банков по объему депозитов населения — итоги 2012 года. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://giarating.ru/>.
5. Рейтинг банков по объему депозитов населения на 1 января 2014 г. года. [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://giarating.ru/banks_rankings/.
6. Рейтинг банков по объему депозитов населения на 1 июля 2015 года [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://giarating.ru/banks_rankings/.
7. Титова, Ю. Обманчивый рост // Banki.ru / [Электронный ресурс].— Режим доступа: — URL: <http://www.banki.ru/news/> (Дата обращения: 07.10.2015)
8. Эффективность депозитной политики в системе управления деятельностью коммерческих банков [Электронный ресурс]. — Режим доступа: — URL: <http://www.bankforward.ru/> (Дата обращения: 05.10.2015)
9. Официальный сайт ОАО «Запсибкомбанк» — URL: <http://www.zapsibkombank.ru/> (Дата обращения: 06.10.2015)

Развитие сельского туризма на примере Краснодарского края: состояние, проблемы, перспективы

Савицкий Отто Георгиевич, магистрант
Кубанский государственный университет

В данной статье рассмотрен сельский (аграрный) туризм как отдельный, самостоятельный вид туристической индустрии, а также состояние, проблемы и перспективы развития на территории Краснодарского края.

Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, санаторно-курортный комплекс, сельский (аграрный) туризм, краснодарский край.

Сельский или аграрный туризм — это относительно новое явление в туристической индустрии Российской Федерации. Но в зарубежных странах данное направление туризма уже давно пользуется большой популярностью, особенно среди жителей мегаполисов. Все больше людей выбирают именно аграрный туризм, отдавая предпочтение местам для отдыха в экологически чистой зоне. Около 30–40% ев-

ропейцев предпочитает отдыхать не на известных мировых курортах, а в сельской местности. На сегодняшний день в странах Евросоюза доход от сельского туризма составляет, по примерной оценке, 20–25% от общего дохода всей туристической индустрии, и каждый год этот показатель увеличивается.

Возросший интерес туристов к сельской местности связан с изменением условий существования современ-

ного человека. Особо ценится отдых в деревнях и селах, которых едва коснулась современная цивилизация. Нетронутая природа, чистый воздух, теплая домашняя атмосфера, тишина, натуральные продукты, спокойствие и неторопливый быт — для жителей больших городов все это является конкурентным преимуществом перед традиционными курортами. Сельский (аграрный) туризм позволяет приобщаться к традиционному укладу жизни сельских жителей. Наибольший интерес туристы проявляют к самым старым селам и деревням, требуя минимальные условия для проживания. Согласно определению Й. Криппендорфа, основная задача новой политики туризма, который изначально назывался Криппендорфом как тихий, или спокойный туризм, состоит в том, чтобы надолго обеспечивать как физический, так и духовный отдых для своих посетителей [1].

Если говорить о термине «сельский туризм», то в каждой стране существует своя дефиниция, которая содержит в себе и общие характерные черты. Но чаще всего принято разделять понятия сельского и аграрного туризма.

Сельский туризм (rural tourism) — развлекательный вид туризма, расположенный в сельской местности. Он предполагает наличие: мест отдыха, различных музеев, и центров услуг для туристов, который содержит гидов и экскурсоводов.

Агротуризм (farm tourism) — развлекательный вид туризма, предполагающий использование фермерских ресурсов. Агротуризм может быть представлен различными видами и моделями, но всегда обязательным условием является аренда жилья. В агротуризме ферма является не только средством размещения, но и главным объектом путешествия [2].

Правительство Австралии агротуризм трактует как «экологически устойчивый туризм, имеющим своим основанием природу, включающей ознакомление с окружающей природной средой и ее объяснение» [3].

В России принято понятия сельский и аграрный туризм объединять — это сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта.

В узком смысле под сельским (аграрным) туризмом понимают отдых городских жителей в сельской местности, предполагающий более или менее длительную аренду загородного жилья. В широком смысле, включает все виды времяпрепровождения городских жителей в сельской местности, т.е. элементы отдыха и оздоровительных мероприятий. В частности, в данном случае речь может идти о сочетании отдыха с трудом на приусадебном участке, об этнографических экскурсиях с акцентом на сельскую составляющую, о добровольном временном участии в агро-производстве в рамках рекреационных мероприятий [4].

Сельский (аграрный) туризм относительно новое, но уже перспективное для России направление, которое за-

служивает внимания и пользуется спросом у населения. Исходя из внутреннего потенциала территории Российской Федерации, можно с уверенностью сказать, что в стране есть все предпосылки для развития этого вида туристической деятельности. Нет сомнений в том что, сельский туризм, как и любое другое направление, не может развиваться самостоятельно, без должного внимания со стороны органов государственной власти. Тут можно перейти к состоянию и проблемам развития вышеуказанного вида туризма.

На уровне государства до сих пор не решены главные задачи:

1. принятие концепции по развитию сельского туризма;
2. формулировка государственной политики по развитию сельского туризма, как специального сектора туристической индустрии;
3. принятие соответствующей нормативной базы и стандартов;
4. обучение квалифицированных кадров;
5. изучение потенциала сельского туризма на территории нашей страны;
6. создать единый образ России, а также в каждом регионе страны создать свой бренд.

Отсутствие нормативно-правовой базы является основной, но не единственной проблемой в развитии сельского (аграрного) туризма.

1. отсутствия информационного обеспечения жителей сельской местности о существовании данной сферы туризма;
2. отсутствия информированности об уже существующих ресурсах;
3. отсутствия подготовки кадров в сфере туризма;
4. отсутствия целевых программ;
5. отсутствия финансирования.

Что касается перспектив развития сельского туризма на территории страны, по экспертным оценкам, средний показатель потенциала по стране составляет 55,8% [5]. На сегодняшний день пока лишь несколько регионов России активно развивают этот вид отдыха, один из них — Краснодарский край.

Кубань совмещает в себе туристический и сельскохозяйственный центры России и как нельзя лучше подходит для развития в том числе — сельского (аграрного) туризма. На сегодняшний день основными направлениями сельского туризма в Краснодарском крае выступают: винные туры, чайные домики (фабрика чая), посещение пастбищ, страусиные фермы, охота и рыбалка. Активно развивается и животноводство, так как используются сельскохозяйственные и экзотические виды животных, птиц и рыб.

В Краснодарском крае насчитывается более 230 охотничьих и рыболовецких хозяйств, из них более 65% хозяйств оказывают платные услуги. Туристу предлагается целый комплекс услуг, в том числе предоставление снастей, моторных лодок, мест для проживания, при-

готовление пойманной рыбы. На таких предприятиях, как федеральное государственное унитарное предприятие «Племенной форелеводческий завод «Адлер» и федеральное государственное унитарное предприятие «Темрюкский осетровый рыбоводный завод», туристу предоставляется возможность наблюдать за процессом выращивания рыбы.

Одним из популярных экскурсионных направлений являются экскурсии на пасеки. На сегодняшний день во время курортного сезона в Краснодарском крае работает более 10 пасек, которые предоставляют данные услуги.

Также одним из новых направлений в сельском туризме стало развитие ферм по разведению страусов. В Краснодарском крае насчитывается около десяти ферм, на которых туристу показывается процесс выращивания страусов, а также предлагается продукция (мясо страуса, страусиные яйца, сувенирная продукция и другое).

В рамках винных туров организуется посещение туристами винодельческих хозяйств Кубани (ЗАО «Абрау-Дюрсо», ЗАО «Алкольно-производственная компания «Геленджик», ЗАО «Мысхако», ОАО «Аврора», ООО «Кубань-Вино», ООО «Торговый дом «Панагия», филиал «Южная винная компания» ЗАО «Московский пиво-безалкогольный комбинат «Очаково»).

На Кубани активно развивается и этнографический туризм. На сегодняшний день функционирует пять этнографических комплексов, где туристы знакомятся с национальной культурой народов Краснодарского края. Так, в Темрюкском районе функционирует государственное учреждение Краснодарского края «Атамань». На территории Анапского района — общество с ограниченной ответственностью «Славия», в состав которого входит этнографический комплекс «Добродея». В Крымском районе работает этнический культурно-развлекательный центр «Кавказские легенды», в с. Гай-Кодзоре муниципального образования город-курорт Анапа открыт культурный армянский центр «Арин-Берд». В муниципальном образовании Апшеронский район организуется посещение муниципального общеобразовательного учреждения дополнительного образования «Детская школа искусств народных декоративно-прикладных и казачьих ремесел Кубани», где турист самостоятельно может принять участие в изготовлении изделий из глины, расписать их красками.

Можно с уверенностью сказать, что на территории Краснодарского края ведется активная работа по развитию сельского туризма, и со стороны органов государственной власти данному направлению уделяется должное внимание. Сельский (аграрный) туризм в регионе курируют: комитет Законодательного Собрания Краснодарского края по вопросам санаторно-курортного комплекса и туризма, министерство курортов и туризма Краснодарского края и министерство сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.

Так в 2014 году были внесены изменения Закон Краснодарского края от 25 октября 2005 года № 938-КЗ «О туристской деятельности в Краснодарском крае», в со-

ответствии с которыми, сельский (аграрный) туризм был выделен в отдельный вид туризма. В соответствии со ст. 1 закона Краснодарского края от 25.10.2005 г. № 938-КЗ «О туристской деятельности в Краснодарском крае», сельский (аграрный) туризм — вид туризма, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и сельскохозяйственных ресурсов сельских территорий, осуществляемый в целях отдыха, ознакомления с сельскохозяйственным производством и участия в сельскохозяйственной деятельности.

Также в регионе был создан реестр региональных компаний, занимающихся данным направлением. По данным министерства курортов и туризма Краснодарского края на сегодняшний день в нем числится около 150 организаций. Министерством курортов и туризма Краснодарского края для информирования населения и отдыхающих об объектах сельского туризма подготовлен каталог предприятий осуществляющих деятельность в области сельского туризма.

От теории к практике. Министерством сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края совместно с Краснодарским региональным институтом агробизнеса ДПО ФГБОУ ВПО Кубанский ГАУ были разработаны и приняты в работу «Методические рекомендации по созданию и развитию КФХ с перспективами агротуризма». Также в августе 2014 года министерством проведен обучающий семинар для малых форм хозяйствования в агропромышленном комплексе Краснодарского края в области развития сельскохозяйственного производства по теме: «Развитие агротуризма в малых формах хозяйствования на территории Краснодарского края». Проведение подобных обучающих семинаров проводится ежегодно.

В соответствии с постановлением Законодательного Собрания Краснодарского края от 23 апреля 2014 года № 1021-П «О краевом конкурсе «Лучший объект сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае» в целях стимулирования предпринимательской деятельности в городских и сельских поселениях Краснодарского края в сфере сельского (аграрного) туризма утвержден ежегодный краевой конкурс «Лучший объект сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае». По итогам конкурса, за счет средств краевого бюджета, победителям краевого конкурса были предоставлены гранты в виде субсидий.

30 мая 2015 года при поддержке Законодательного Собрания Краснодарского края министерством курортов и туризма Краснодарского края совместно с министерством сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края проведена первая выставка-ярмарка «Агротур-2015», в которой приняли участие 49 предприятий Краснодарского края. Выставка была направлена на ознакомление с туристским потенциалом Краснодарского края, установление прямых контактов с ведущими туроператорами, а также разработке совместных проектов и маршрутов. Также проведен в рамках

выставки-ярмарки информационный тур для туроператоров городов Москва и Санкт-Петербург, субъектов ЮФО и Краснодарского края, а также СМИ по объектам сельского (аграрного) туризма Краснодарского края.

Ежегодно в столице Кубани — городе Краснодаре проводится агропромышленная выставка «Кубанская ярмарка», которая дает возможность фермерским и личным подсобным хозяйствам показать свою продукцию, обмениваться опытом, получить знания, необходимые в развитии сельского туризма в том числе.

В настоящее время Законодательным Собранием Краснодарского края ведется разработка проекта постановления «О развитии агротуризма в Краснодарском крае», а также законодательных инициатив, которые позволят решить вопросы развития сельского (аграрного) туризма в регионе.

Подводя итог, можно с уверенностью сказать, что активное развитие сельского туризма может выступать как

развития сельской территории, путем поступления значительных средств в бюджет; альтернативной занятости сельского населения; повышение жизненного уровня населения и их благосостояния. Кроме того, агротуризм стимулирует сохранение окружающей среды, охраны местных достопримечательностей, сохранение местных обычаев, фольклора, народных промыслов.

При активном развитии, данный вид туризма будет способствовать диверсификации экономики сельских территорий, оказывая стимулирующее воздействие на развитие таких направлений как транспорт, строительство, связь, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, развитие малого предпринимательства на селе.

Сельский туризм преследует главную цель — формирование нового комплексного туристического продукта, который учитывал бы природные, историко-культурные и иные ресурсы сельских местностей региона [6].

Литература:

1. Астахов, Т. А., Астахова Е. В., Здоров А. Б., Кувелева Н. И., Лагусев Ю. М., Неклютин И. Н., Селкин А. И. Отчет «Концепция развития агротуризма на территории туристских рекреационных зон и ее реализация до 2015 года» 372 с. 2008 г.
2. Медлик, С. Гостиничный бизнес / С. Медлик, Х. Инграм. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
3. Ефременко, Н. Сельский туризм и агробизнес — сочетание перспективное / Н. Ефременко / Агроэкономика. — 2003—128 с.
4. Здоров, А. Б. Экономические аспекты аграрного туризма // В уч.: Экономика туризма.: М.: Финансы и статистика, 2001.
5. <http://www.agritourism.ru/association/sciencework/105> — сайт Ассоциации содействия развитию агротуризма.
6. Шакирова, Э. Н. Развитие сельского туризма в России / Э. Н. Шакирова // Экономическая наука и практика: материалы II междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2013.
7. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
8. Закон Краснодарского края от 25.10.2005 г. № 938-КЗ «О туристской деятельности в Краснодарском крае».
9. Постановление Законодательного Собрания Краснодарского края от 23 апреля 2014 г. № 1021-П «О краевом конкурсе «Лучший объект сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае».
10. Постановление Законодательного Собрания Краснодарского края от 20 апреля 2011 г. N 2545-П «О развитии отдельных видов туризма в Краснодарском крае».

Специфика и потенциал развития сферы отношений с инвесторами в российских компаниях

Санталова Марина Сергеевна, выпускник
Московский государственный институт международных отношений

В России понятие «отношения с инвесторами» (investor relations, IR) появилось в середине 1990-х годов, лишь через сорок лет после появления профессии на Западе. Однако с тех пор соответствующая сфера развивалась быстрыми темпами: уже спустя десять лет, к середине 2000-х годов, IR в некоторых крупнейших россий-

ских компаниях немногим уступал западному. С 2008 года специальность «специалист по связям с инвесторами» официально внесена в квалификационный справочник должностей РФ. Во многих компаниях, акции которых котируются только на внутреннем рынке, пока нет соответствующих специализированных служб, однако, в целом,

темпы развития профессии в стране достаточно высоки. В 2000 году была создана первая профессиональная ассоциация — «Ассоциация развития финансовых коммуникаций и отношений с инвесторами» (НОА «АРФИ»), среди членов которой крупнейшие российские фондовые биржи, финансовые агентства, эмитенты, а также другие юридические и частные лица, специализирующиеся на деловой информации, организации отношений с инвесторами и финансовых коммуникациях [2].

В начале—середине 1990-х годов при зарождении российского фондового рынка практика взаимоотношений с инвесторами в стране отсутствовала. Даже крупнейшие компании были далеки от открытости и прозрачности, предоставляя небольшие объемы информации, порой противоречивые (например, в разных местах годового отчета ОАО «ЛУКОЙЛ» за 1996 год, до создания IR-службы, приводится три разных показателя по годовой добыче нефти компанией [1] — по сути, основному показателю деятельности компании). Средние и мелкие компании порой вообще не предоставляли никакой информации о своей деятельности. По словам Элизабет Вайс [4], в прошлом главы отдела продаж компании «Тройка Диалог», в 1994 году компании не предоставляли данных даже о количестве выпущенных акций, не говоря уже о сведениях, необходимых для оценки их бизнеса. В некоторых компаниях не было людей, способных ответить на вопросы инвесторов, а если и были, то не знали английского языка, а переводчики часто давали неправильный перевод, например, переводили «прибыль» вместо «выручка». Нужно отметить, что в то время у компаний практически не было таких законодательных стимулов для совершенствования корпоративного управления и развития отношений с инвесторами, которые в настоящее время создаются в Индии или Бразилии. Обязательная отчетность по российским стандартам существенно отличалась от западных требований и не подходила для целей финансового анализа.

В тех немногих компаниях, где практика общения с инвесторами существовала, она в основном сводилась к рассылке годовых отчетов и единичным личным встречам с наиболее крупными акционерами, которые проводили непосредственно топ-менеджеры компаний, вынужденные брать на себя IR-функции. При этом, они совершенно не были осведомлены о том, какая информация необходима иностранным инвесторам и в каком формате ее презентовать. Более того, зачастую на встрече с инвесторами было необходимо присутствие десятка топ-менеджеров, которые могли ответить на вопросы, касающиеся исключительно их компетенции (а порой даже не были к ним готовы). Это было необычно для западных инвесторов, которые привыкли общаться с IR-представителем компании, знавшим ответы на большинство вопросов о всех сферах деятельности компании (финансах, операционной деятельности, маркетинге, экологической политике и др.).

Ярким исключением стало ОАО «ВымпелКом», которое было «пионером» совершенствования корпоративных стандартов. В связи с размещением ADR на Нью-Йоркской фондовой бирже в 1996 году компания начала публиковать ежеквартальные финансовые отчеты в соответствии с международными требованиями, а также проводить конференц-звонки для инвесторов и аналитиков по их итогам. Кроме того, в компании было проведено обучение всего топ-менеджмента основам отношений с инвесторами, которое подготовило их к правильному формату общения и подачи информации международному финансовому сообществу. ОАО «ВымпелКом» одним из первых на российском рынке создало информационно насыщенный интернет-сайт, который был крайне удобен для инвесторов и аналитиков. Все эти действия привели к широкому признанию компании на западном рынке. Стоимость их акций в 1996–1998 годах (до кризиса) выросла на 190%, тогда как российский рынок — на 70% (по состоянию на конец мая 1998 г.) [3].

Итак, до 1998 года лишь немногие компании уделяли внимание отношениям с инвесторами. Тогда ситуация на российском фондовом рынке напоминала текущую ситуацию в Индии: инвесторы сами вступали в борьбу за покупку явно недооцененных активов на растущем рынке, не требуя взамен открытости или прозрачности. Инвесторы знали, что несут существенные риски, однако были к ним готовы ради получения рекордного прироста вложений. Так, например, в 1997 году российский индекс РТС вырос на 97%, тогда как S&P 500 — на 33% [3]. Такая существенная разница в доходности компенсировала страновые риски. Все изменилось в 1998 году с наступлением кризиса в России. Во многом именно недостаток информации стал акселератором краха фондового рынка.

В то же время, кризис 1998 года стал своеобразным толчком к «созреванию» фондового рынка в России. Ведь именно он показал, что пора «дикого капитализма» подошла к концу, именно после него появилась необходимость для компаний подтверждать свою стоимость и предпринимать усилия для привлечения новых и сохранения старых инвесторов. Компании активно перенимали западную практику, все больше компаний начинали отчитываться по международным стандартам, создавать и развивать IR-службы, ездить в роад-шоу, прислушиваться ко мнению инвесторов, раскрывать все более полную финансовую и операционную информацию.

Одной из первых оценила преимущества прозрачности компания «ЮКОС». В 2000 году она начала программу реструктуризации, в ходе которой привела свою структуру в соответствие с западными образцами, начала публиковать ежеквартальные отчеты по международным стандартам, повысила дивиденды, менеджмент принимал активное участие во встречах с инвесторами и поездках за рубеж. Такая позиция принесла свои плоды: за три с половиной года капитализация компании выросла с 200–300 млн. долл. (в 1999 году) до 30 млрд. долл. к середине 2003 года [3]. Впечатляющие результаты ОАО «ЮКОС»

дали стимул и другим компаниям включиться в конкурентную «гонку за прозрачностью». Интересно отметить, что такие проактивные действия российских компаний и рост доверия к ним со стороны инвесторов по времени совпали с рядом корпоративных скандалов в развитых странах (Enron, WorldCom, Marconi, Parmalat и др.) и всплеском негатива финансового сообщества по отношению к информации, предоставляемой западными компаниями.

Наиболее активно развитием взаимоотношений с инвесторами в России занимались компании, которые вышли на западный фондовый рынок. Первыми российскими компаниями, получившими листинг на фондовом рынке США, стали сотовые операторы ОАО «ВымпелКом» (1996 год) и ОАО «МТС» (2000 год). Чуть позднее IPO на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE) провело ОАО «Вимм-Билль-Данн» (2002 год). После ужесточения американского законодательства в 2002 году (закон Сарбейнса-Оксли) российские компании стали активнее размещать свои депозитарные расписки не в США, а на более демократичной Лондонской фондовой бирже (первыми были ОАО «ЛУКОЙЛ», «Татнефть» и «Газпром»).

В то время существовала значительная разница между уровнем корпоративного управления в новых компаниях, созданных с нуля (таких как Вимм-Билль-Данн и МТС), и в старых, пост-советских гигантах (Газпром и РАО ЕЭС). Первые занимали проактивную позицию, раскрывали максимально полную информацию, ездили на инвестиционные конференции, их менеджмент был открыт для встреч с инвесторами и миноритарными акционерами, независимые директора активно работали и давали рекомендации по улучшению корпоративного управления. Вторые же медленнее проводили изменения: независимые директора на практике оказывались представителями связанных групп или не участвовали в процессах управления, а лишь формально «заседали», отделы IR создавались, но работали не в полную силу, информация предоставлялась дозированно и неравномерно, на миноритарных акционеров внимание не обращалось. Со временем ситуация изменилась, и в настоящее время компании с государственным участием, такие как Газпром, Роснефть, ВТБ, являются одними из лидеров в сфере отношений с инвесторами, так как стало очевидно, что это одна из стратегических функций, способная существенно повысить оценку компании рынком [6].

Сегодня уровень IR в российских крупнейших компаниях, акции которых торгуются на международном рынке, соответствует лучшей мировой практике и постоянно совершенствуется: компании ищут новые пути донесения информации до инвесторов, активно используют интернет-пространство, поддерживают постоянные связи с аналитиками, проводят роад-шоу, участвуют в инвестиционных конференциях. В качестве лучших аналитики называют IR-службы ОАО «Газпром», «ЛУКОЙЛ», «Евраз», АФК «Система», «Норникель»,

«Вимм-Билль-Данн», «Новатэк», «МТС» и «ВымпелКом».

Так, например, IR-отдел ОАО «ЛУКОЙЛ» на ежедневной основе общается с инвесторами и аналитиками, участвует в 12–15 крупнейших инвестиционных конференциях в год, проводит широкомасштабные роад-шоу по итогам финансовых результатов и других важных корпоративных событий, в дополнение к годовому отчету ежегодно выпускает информационные продукты для инвесторов и аналитиков — Справочник аналитика и Основные факты, — в которых содержится большая часть значимых сведений о компании за последние пять лет. В целом, деятельность в сфере отношений с инвесторами компании соответствует уровню IR крупнейших западных компаний.

Однако в большинстве российских компаний второго эшелона потенциал развития соответствующих служб еще очень велик. Для привлечения иностранных инвесторов в первую очередь необходима отчетность по зарубежным стандартам. Однако далеко не все небольшие компании могут себе это позволить. Надо отметить, что часто в небольших российских компаниях менеджмент считает, что нет необходимости выделять средства на осуществление контактов с инвесторами. Однако, как отмечают Том Райан и Чэд Якобс (Tom Ryan и Chad Jacobs) в книге «Отношения с инвесторами как инструмент повышения стоимости акций»: «В настоящее время, многие руководители относятся к отношениям с инвесторами как к слишком дорогому или ненужному виду деятельности. Это опасное заблуждение, так как, хороший IR может снизить стоимость капитала для компании, а плохой — может разрушить доверие к менеджменту и снизить акционерную стоимость на сотни миллионов долларов» [5].

Еще одним препятствием к развитию IR в небольших компаниях является отсутствие отечественных институциональных инвесторов. На западе основными инвесторами являются паевые инвестиционные фонды, пенсионные фонды, страховые компании. В России же действующие паевые фонды крайне немногочисленны и не пользуются доверием населения, особенно после кризиса 2008 года. Кроме того, в нашей стране, в отличие, например, от США, пенсионные фонды не являются активными участниками рынка акций, что также сокращает число потенциальных институциональных инвесторов.

Прозрачность российского рынка существенно ниже западной. Мажоритарные собственники не всегда соглашаются на раскрытие информации о своей компании, даже публичные компании не исключение. В итоге специалисты по связям с инвесторами иногда оказываются «между двух огней»: с одной стороны, им необходимо предоставлять максимально полную информацию о компании для повышения интереса и привлечения инвесторов, и руководство компании само ставит такую задачу; с другой стороны — их зачастую не авторизуют давать те или иные сведения, что делает невозможным

полноценное представление компании на рынке. Более того, часто российские компании настолько забюрократизированы, что даже при наличии поддержки руководства, крайне трудоемко оперативно «добыть» внутреннюю информацию у соответствующих служб в нужном формате.

Другой проблемой российской сферы IR является отсутствие подготовленных кадров, так как профессия является для страны совершенно новой. Некоторые компании для осуществления этой деятельности нанимают бывших аналитиков, часто с зарубежным опытом работы, так как они лучше других знают, что требуется для анализа компании. По этому пути пошли такие компании, как ОАО «ЛУКОЙЛ», «МТС», «Газпром». Другие компании назначают на эти должности иностранцев, однако, им часто сложно бывает сотрудничать с людьми в самой компании и получать необходимую информацию. Третьи — выбирают кандидатов из надежных специалистов, изнутри знающих компанию.

Автору видится, что в дальнейшем в российских компаниях отношения с инвесторами должны осуществляться в двух направлениях. С одной стороны, это работа в соот-

ветствии с высокими международными стандартами, с использованием всего арсенала современных средств коммуникаций. С другой же стороны, необходимо вовлекать и повышать финансовую активность потенциальных российских инвесторов, делать акции компании привлекательными для вложения средств по сравнению с привычными для населения видами сбережения, наконец, работать в сфере роста доверия к российскому финансовому рынку в целом. В настоящее время, некоторые руководители российских компаний воспринимают отношения с инвесторами как слишком дорогой или ненужный вид деятельности. Это опасное заблуждение, так как хороший IR может снизить стоимость капитала для компании, а плохой — может разрушить доверие к менеджменту и негативно отразиться на акционерной стоимости. Для России представляет особую актуальность создание внутренней базы частных инвесторов, популяризация вложений в фондовый рынок среди населения. Грамотные отношения компаний с инвесторами могут упростить этот процесс, сделать инвестирование понятнее, повысить доверие населения к фондовому рынку. Такой путь принесет положительные плоды как для эмитентов, так и для населения и экономики страны в целом.

Литература:

1. Годовой отчет ОАО «ЛУКОЙЛ» за 1996 год.
2. <http://www.arfi.ru/rus/295/>
3. Bloomberg
4. Andrea Kirkby. Russian roulette// IR Magazine — November 1, 1998 <http://www.irmagazine.com/articles/stock-exchanges-listings/17638/russian-roulette/>
5. Ryan, T. M., Jacobs, C. A. Using investor relations to maximize equity valuation/ Ryan, T. M., Jacobs, C. A. Hoboken, NJ: Wiley Finance — 2005.
6. Tkach, Vlada. From Russia... with love// IR Magazine — January 1, 2003 <http://www.insideinvestorrelations.com/articles/earnings-calls-financial-reporting/16432/russia-love/>

Перспективы развития мировой экономики

Светогорова Валерия Викторовна, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, Пятигорский филиал

В статье описывается положение мировой экономики в настоящее время, так же говорится о том, какие изменения ожидают в будущем и с какими проблемами придется столкнуться мировой экономике в целом.

Ключевые слова: экономический рост, ВВП, инвестиции, темпы роста, мировая экономика, санкции, экономические реформы, интеграция, инвестиции, ключевая ставка.

Глобальная экономика или мировая экономика, представляет собой экономику, основанную на экономических системах всех стран в мире, и на народных хозяйствах. Также мировая экономика представляется как экономика народных хозяйств и мирового сообщества — как экономические системы региональных обществ, создающие общую глобальную систему. Глобальная экономика может быть оценена по-разному,

например, в зависимости от используемой модели, а ее оценка произведена в конкретной валюте, такой как евро или доллар [3, с.97].

Какой же прогноз в мировой экономике нас ожидает? Самые наивысшие темпы экономического развития в Азии, по отношению к глобальному экономическому росту приведут к лидерству Индии и Китая в мировой экономике к 2055 году, при этом многие страны Юго-Вос-

точной Азии тоже увеличат свою долю, согласно данным международной компании в области аудиторских услуг PricewaterhouseCoopers (PwC). Однако Южная Корея, Австралия и Япония потеряют позиции в классификации крупнейших экономик мира при отсутствии необходимых реформ.

В консалтинговой компании “Мир в 2055 году”, содержатся прогнозы роста 32 самых крупных экономических систем в мире, которые составляют примерно 85 процентов мирового валового внутреннего продукта (ВВП), рассчитанного исходя из равенства покупательной способности валют (PPP).

По данным PwC, Китай — это самая большая экономика в мире при расчете по PPP и также будет самой большой экономикой при расчете с учетом рыночных курсов к 2029 году, несмотря на прогноз возвращения страны к глобальным средним темпам экономического роста. Доля Китая в мировом ВВП при расчете по PPP, как предсказывает PwC, увеличится с 17,5% в 2014 году до пика приблизительно в 21% в 2030 году, прежде чем немного снизится до 20,5% к 2055 году.

Несмотря на это, темпы роста экономики Китая, как прогнозируют эксперты, замедлятся до всего 4,5% в год, в течение периода до 2055 года, а экономика страны увеличится до \$62 триллионов по PPP за этот период.

Экономика Индии, как прогнозируется, будет расти средними темпами 6,4% в год в период с 2014 по 2020 год, и будет расти быстрее, чем Китай, после 2020 года, из-за “более молодого населения и большего потенциала”. Однако прогнозируемая «золотая судьба» Индии потребует “продолжения экономических реформ и увеличения инвестиций в инфраструктуру, учреждения и массовое образование (особенно для женщин в сельских районах)”.

Международный валютный фонд и Всемирный банк ожидают, что Индия опередит Китай и станет наиболее быстро растущей экономикой среди крупных стран мира в 2016 году. В феврале министерство статистики Индии пересмотрело вверх свой прогноз относительно экономического роста в стране в 2014–2015 финансовом году, который закончится 31 марта, до 7,4%. Соседний Пакистан, как также ожидают, продвинется с 25-го места среди крупнейших экономик мира в 2014 году к 15-му месту к 2050 году, а экономика страны достигнет приблизительно \$4 триллионов при расчете по PPP.

Юго-Восточная Азия в целом также значительно укрепится в экономическом плане, поскольку, согласно прогнозам, Индонезия переместится с девятого места в мире в 2014 году на четвертое место к 2050 году по размеру экономики при расчете по PPP, а размер экономики страны достигнет \$12 триллионов. Филиппины поднимутся с 28-мого места в прошлом 2014 году на 20-ое место к 2050 году с размером экономики в \$3,5 триллиона, прямо перед Таиландом, который удержит свое 21-ое место. Бангладеш, как прогнозируется, поднимется

с 31-го на 23-е место, а Малайзия — с 27-го на 24-ое место за тот же самый период. Согласно отчету, экономическому росту в Юго-Восточной Азии поможет изменение потоков зарубежных инвестиций в сторону от Китая из-за увеличивающихся затрат на оплату труда в этой стране [1, с.354].

Япония, как прогнозируют эксперты, переместится с четвертого места по величине экономики в 2014 году при расчете по PPP на седьмое к 2050 году, Южная Корея — с 13-го на 17-ое место, а Австралия — с 19-го на 28-ое за тот же период.

ВВП России, по прогнозам PwC, в течение ближайших 35 лет будет расти в среднем на 2,1% в год. С учетом слабых темпов роста экономики, к 2030 году Россия потеряет место в первой шестерке стран с наибольшим объемом ВВП при расчете по PPP, а к 2050 году страна опустится на восьмое место.

Следует разобраться в том, как же обстоят дела в экономике России в настоящее время?

Через год, после того как ввели санкции и после начала сокращения бюджета, экономика России снова готова расти. Однако для этого требуются экономические реформы и международная интеграция, без дальнейших санкций и геополитической изоляции.

В то время как политические последствия убийства лидера оппозиции Бориса Немцова были ограниченными в России, они вызвали разговоры о новых санкциях против Москвы на Западе. Между тем, оценка рынка акций подразумевает потенциал для высокой производительности в течение ближайших месяцев.

Тем не менее, до тех пор, пока преобладает политика санкций, потенциал дестабилизации в российской экономике и серьезного экономического ущерба в Европе будет неуклонно возрастать.

Перед введением санкций против России, рост ВВП, как ожидалось, должен был быть слабым в 2014–2015 годах из-за отсутствия роста спроса на нефть, в то время как институциональные недостатки породили плохой инвестиционный климат. В начале 2014 года рост ВВП России прогнозировался на уровне 1,8% в 2014 году и 2,4% в 2015 году, с замедлением инфляции до примерно 6% при ставке центрального банка также на уровне 6%.

После введения санкций, даже при очень оптимистичном сценарии, Москва могла рассчитывать только на нулевой рост в 2015 году, так как стали снижаться цены на нефть и слабеть рубль, что оставило только экспорт за “рулем” роста.

Итак, 2015 год станет решающим для мировой экономики. Она может встать на путь восстановления. Низкие цены на нефть приведут к более высокому спросу со стороны покупателей и более крупным инвестициям со стороны предпринимателей.

Но в то же время проблемы, которые накапливались с 2008 года, наконец дадут о себе знать. В странах с развивающимися рынками начнется кризис, и весь мир войдет

в стадию рецессии. По какому из этих двух путей пойдет мировая экономика, зависит от многих факторов. Выделяют 5 самых важных из них.

В первую очередь говорят о ситуации вокруг России и Украины, отмечая, что в 2015 году в российской экономике начнется серьезный кризис, и его масштабы будут зависеть от того, поднимутся ли цены на нефть и снимет ли Запад наложенные на Россию санкции.

Вторым важным фактором для мировой экономики станет цена на нефть. С одной стороны, дешевая нефть позволит инвесторам сократить расходы на производство, что положительно повлияет на рост экономики. С другой — это создаст серьезные проблемы для таких стран, как Россия, Иран и Венесуэла. К тому же низкие цены на нефть отрицательно скажутся на компаниях, добывающих сланцевый газ, в первую очередь на американских.

Третьим фактором, на который необходимо обратить внимание, является экономическая ситуация в Китае. По некоторым подсчетам, сейчас эта страна стала крупнейшей экономикой мира. Кроме того, совсем скоро юань может стать резервной валютой.

Четвертым фактором является повышение ключевой ставки. Федеральный резерв США объявил, что пока может повременить с этим шагом. Это заявление благоприятно повлияло на рынки. Тем не менее этот шаг неизбежен, и вскоре финансовые аналитики начнут гадать,

когда же это произойдет, и на рынках будет царить неуверенность, что приведет к спаду активности.

Последним пятым важным фактором является экономическая обстановка в ЕС. Угроза дефляции и спад экономического роста станут самыми серьезными проблемами, с которыми придется столкнуться европейским политикам [2, с.62].

На данный момент в руках у ЕС осталось всего одно "оружие", которое может помочь им справиться с этими проблемами — увеличение валютной массы. Однако Германия против этого шага, и пока что ей удавалось удерживать другие страны от использования этого метода. Тем не менее, если другие способы не помогут справиться с проблемами и ЕС все равно откажется от увеличения валютной массы, то на европейских рынках может начаться паника.

Таким образом, перспективы развития мировой экономики остаются неутешительными. Мировой природно-ресурсный потенциал, в настоящее время, остается основной базой для развития мирового хозяйства и мировой экономики. Однако, в этом случае экологическая проблема встает особо остро, поэтому международные организации по охране природных ресурсов обязаны приложить все усилия, к поиску новых, и несомненно оптимальных путей для развития глобальной экономики, при этом сохранив всю красоту и изобилие природных ресурсов нашей планеты.

Литература:

1. Авдокушин, Е. Ф. Международные экономические отношения: Учебное пособие. — М.: 2014. — 354с.
2. Клинов, В. Г. Мировая экономика: прогноз до 2050 года// Вопросы экономики. — 2013 г. — № 5—62с.
3. Ломакин, В. К. Глобальная экономика// Учебник для вузов. — 2014 г. — 97с.

Методика оценки кредитоспособности заемщика, используемая банками Франции

Субботина Елена Владимировна, магистрант
Челябинский государственный университет

Предметом анализа являются такие пропорции, как соотношение долгосрочной задолженности и собственных средств, соотношение стабильных собственных ресурсов и суммы активов, динамика затрат и убытков по сравнению с темпами роста производства.

Второй раздел является разделом кредитной котировки, выражающий доверие, которое может быть допущено в отношении предприятий. Эта котировка основывается на изучении финансовой ситуации и рентабельности, а также на оценке руководителей, держателей капиталов и предприятий, с которыми клиент имеет тесные коммерческие связи.

Третий раздел классифицирует предприятия по их платежеспособности. Банк Франции фиксирует все случаи неплатежей и в зависимости от этого разделяет клиентов коммерческих банков на три группы, которым присваиваются шифры 7, 8 или 9.

Для зарубежных банков первым источником внешней информации являются кредитные ассоциации, банковские группы, члены которых часто встречаются и обмениваются информацией о клиентах. Вторым источником внешней информацией являются специализированные государственные учреждения, частные

агентства достаточного широкого профиля и кредитные бюро, которые собирают и продают кредитную информацию.

Сегодняшняя экономическая ситуация создает благоприятные предпосылки для развития промышленного производства. В большинстве случаев потенциал, который используется для увеличения объемов производства, заложен в дополнительной загрузке ранее не использовавшихся мощностей. Однако, этот потенциал исчерпаем, особенно в ситуации, когда значительная часть основных фондов изношена. Несомненно, для целей поддержания развития промышленности необходима переориентация на выпуск новой, конкурентоспособной продукции, увеличение объемов выпуска. Осуществление такого рода проектов требует установки дополнительного оборудования и использования новых видов материальных ресурсов, для чего необходимы источники дополнительных финансовых ресурсов.

Существовавшая ранее система, при которой бюджетные средства выделялись в рамках государственного планирования развития экономики, не учитывала необходимости четкого законодательного регулирования финансово-кредитных вопросов. У предприятий всех форм собственности все чаще возникает потребность привлечения заемных средств для осуществления своей деятельности и извлечения прибыли. Наиболее распространенной формой привлечения средств является получение банковского кредита.

Однако, для получения кредита необходимо предоставить в банк данные о предприятии, на основе которых банк будет оценивать кредитоспособность и платежеспособность организации. В каждой стране свои принципы оценки положения клиента, потенциального заемщика, поэтому

имеет смысл сравнить методы оценки кредитоспособности клиентов разных стран (на примере Франции).

Оценка кредитоспособности клиентов французскими коммерческими банками включает 3 блока:

- оценка предприятия и анализ его баланса, а также другой отчетности;
- оценка кредитоспособности клиентов на основе методик, принятых отдельными коммерческими банками;
- использование для оценки кредитоспособности данных картотеки Банка Франции.

При оценке предприятия банк интересуется следующими вопросами:

- характер деятельности предприятия и длительность его функционирования;
- факторы производства.

К факторам производства относятся:

- трудовые ресурсы руководителей, управленцев и персонала (образование, компетентность и возраст руководителя, наличие у него преемников, частота передвижения управленцев по рабочим местам, структура персонала, показатели простоя, соотношение оплаты труда и добавленной стоимости;
- производственные ресурсы (соотношение амортизации и амортизируемых средств, уровень инвестиций);
- финансовые ресурсы;
- экономическая среда (на какой стадии жизненного цикла находится выпускаемая продукция, условия конкуренции, стадия развития рынка основной продукции предприятия, коммерческая политика фирмы).

На основе счета результатов деятельности определяются следующие показатели (см. табл. 1).

Таблица 1. Показатели деятельности компании, необходимые для оценки ее кредитоспособности

Показатель	Формула	Метод определения
Выручка от реализации (В)	$V = b_i \cdot p_i$	Сумма всех продаж, где b_i – единица продукции, p_i – цена продукции
Валовой коммерческий доход (ВД)	$ВД = В - Стмц \text{ и } ги$	Выручка от реализации — Стоимость приобретенных товарно-материальных ценностей и готовых изделий
Добавленная стоимость (ДС)	$ДС = ВД - Рэ$	ВД — Эксплуатационные расходы (административные, на субподрядчиков)
Валовой эксплуатационный доход (ВЭД)	$ВЭД = ДС - Рзп - Нзп - Ротп$	ДС — Расходы на зарплату — Налоги на зарплату — Оплата отпусков
Валовой эксплуатационный результат (ВЭР)	$ВЭР = ВЭД - Кр\% + Двлж - Отчриск$	ВЭД — Уплата процентов за кредит + Доход от вложения средств в другие предприятия — Отчисления в фонд риска
Прибыль, которая может быть использована для самофинансирования (СФ)	$СФ = ВЭР - Праб - Нпр$	ВЭР — Прибыль, распределяемая между работниками предприятия — Налоги на прибыль
Чистая прибыль (П)	$П = СФ + Дслуч - Рслуч - Анедв$	$СФ \pm$ Случайные доходы (расходы) — Амортизация недвижимости

Баланс и другие формы отчетности используются, во-первых, для оценки соотношения сальдовых показателей и, во-вторых, для расчета коэффициентов кредитоспособности на основе оборотных показателей. Предметом анализа являются такие пропорции, как соотношение долгосрочной задолженности и собственных средств, соотношение стабильных собственных ресурсов и суммы активов, динамика затрат и убытков по сравнению с темпами роста производства и т.д. Данные отчетности фирмы сопоставляются с данными сводного баланса, который составляется на основе баланса однородных предприятий. Одним из основных направлений анализа данных баланса является определение банковского риска [33, с. 129].

Учитываются также и данные картотеки банка Франции. Эта картотека имеет четыре раздела. В первом предприятия разделяются на 10 групп в зависимости от размера актива баланса каждой группе присваиваются литеры от А до К. Второй раздел является разделом кредитной котировки, выражающий доверие, которое может быть допущено в отношении предприятий. Эта котировка основывается на изучении финансовой ситуации и рентабельности, а также на оценке руководителей, держателей капиталов и предприятий, с которыми клиент имеет тесные коммерческие связи. Кредитная котировка делит

предприятия на 7 групп, которым присваиваются шифры от 0 до 6.

Третий раздел классифицирует предприятия по их платежеспособности. Банк Франции фиксирует все случаи неплатежей и в зависимости от этого разделяет клиентов коммерческих банков на три группы, которым присваиваются шифры 7, 8 или 9. Шифр 7 означает пунктуальность в платежах, отсутствие реальных трудностей в денежных средствах в течение года. Шифр 8 дается при временных затруднениях, связанных с наличием денежных средств, которые не ставят под серьезную угрозу платежеспособность предприятия. Шифр 9 означает, что платежеспособность предприятия сильно скомпрометирована.

Четвертый раздел картотеки делит всех клиентов на две группы: предприятия, векселя и ценные бумаги которых могут быть переучтены или нет в Банке Франции.

В основе определения класса кредитоспособности Заемщика лежит критериальный уровень показателей и их рейтинг.

Коэффициенты и показатели на уровне средних величин являются основанием отнесения Заемщика ко II классу, выше средних — к I и ниже средних к III. В качестве примера можно привести следующую модель шкалы для государственных и акционерных предприятий.

Таблица 2. Рейтинговая шкала для определения надежности заемщика

Наименование отрасли	Коэффициент ликвидности			Коэффициент покрытия			Платежеспособность		
	I класс	II класс	III класс	I класс	II класс	III класс	I класс	II класс	III класс
П/п отрасли I	Более 0.6	0.6–0.4	Менее 0.4	Более 1.5	1.5–1.3	1.3–1.0	Более 50%	50–30%	Менее 30%
П/п отрасли II	Более 0.4	0.4–0.25	Менее 0.25	Более 2.0	2.0–1.5	1.5–1.0	Более 35%	35–25%	Менее 25%
П/п отрасли III	Более 0.45	0.45–0.3	Менее 0.3	Более 1.8	1.8–1.3	1.3–1.0	Более 60%	60–45%	Менее 45%

Рейтинг, и значимость, показателя в системе определяется экономистом индивидуально для каждого Заемщика в зависимости от политики данного коммерческого банка, особенностей клиента, ликвидности его баланса, положения на ссудном рынке. Например, высокая доля краткосрочных ресурсов, наличие просроченной задолженности по ссудам и неплатежей поставщикам повышают роль коэффициента ликвидности, который оценивает способность предприятия к оперативному высвобождению денежных средств.

В качестве основных направлений анализа кредитоспособности можно выделить:

- анализ влияния ликвидных средств в целом и их элементов на коэффициенты ликвидности и покрытия;
- оценку изменения коэффициента покрытия под влиянием нормируемых активов;
- изучение изменения структуры долговых обязательств и ее воздействия на коэффициенты ликвидности и покрытия;

– анализ факторов, определивших рост или снижение показателя обеспеченности собственными средствами;

– оценку показателя обеспеченности собственными средствами с позиции достаточности собственных средств клиента.

Анализ факторов изменения уровня коэффициентов и показателей кредитоспособности позволяет более точно определить класс кредитоспособности, а также выработать условия по данному классу.

Не рекомендуется повышать класс кредитоспособности клиента банка или оговаривать условия кредитования по данному классу при:

- улучшении коэффициента ликвидности только за счет роста дебиторской задолженности или остатков готовой продукции;
- повышения коэффициента покрытия за счет роста остатков готовой продукции, не обеспеченной договорами

на сбыт, или труднореализуемых остатков сырья и незавершенного производства;

- ухудшении структуры ликвидных средств;
- фактическое наличие собственных оборотных средств в размере менее постоянной минимальной потребности в них;

- росте показателя обеспеченности собственными средствами малых производственных структур за счет фондов, связанных с рискованной деятельностью предприятия;

- улучшения показателя обеспеченности производственной деятельности договорами за счет заключения договоров с некредитоспособными покупателями и поставщиками;

- сокращение долговых обязательств банку в связи с не поставками кредитуемого сырья.

Что касается использования банками внешних источников информации, можно отметить следующее. Как уже отмечалось выше, банк должен по возможности убедиться и в том, что заемщик захочет вернуть кредит и уплатить проценты за него. В определенном смысле это даже более трудная задача, чем оценка финансовой состоятельности заемщика, поскольку касается таких его характеристик, как личные качества, моральный облик, репутация и т.д. Представляется, что банки могут и должны судить о таких качествах своих клиентов только опосредованно, по косвенным свидетельствам. Для зарубежных банков первым источником внешней информации являются кре-

дитные ассоциации, банковские группы, члены которых часто встречаются и обмениваются информацией о клиентах. Вторым источником внешней информацией являются специализированные государственные учреждения, частные агентства достаточного широкого профиля и кредитные бюро, которые собирают и продают кредитную информацию. Довольно часто в банках создаются так называемые «службы безопасности», в функции которых кроме охраны, поддержания внутренней безопасности и работы с «проблемными заемщиками» иногда включается сбор информации о потенциальном заемщике. Также службы безопасности, используя официальные и неофициальные методы, подчас не совсем легальные, пытаются собрать, возможно, большую информацию о заемщике, включая те сведения, которые компания хотела бы скрыть [43, с. 154].

Для этого нужна информация, источниками которой в данном случае могут быть: переговоры с потенциальным заемщиком, внешние источники, внутренние источники (архив самого банка), инспекции на месте.

Банки также могут пользоваться сведениями аудиторов, поставщиков, покупателей, конкурентов интересующих их фирм, банков, которые сотрудничали с ними, а также средств массовой информации. Наконец, имеется большое количество справочников и аналитических отчетов, которые отражают действительную кредитную историю заемщика.

Литература:

1. Абрютин, М. С. Грачев А. В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Учебно-практическое пособие. — М.: «Дело и сервис», 2003. — 512 с.
2. Авдокушин, Е. Ф. Международные экономические отношения: Учеб. пособие. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИВЦ «Маркетинг», 2004. — 264 с.
3. Азоев, Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. — М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. — 255 с.
4. Антикризисное управление: Учебное пособие для технических вузов / Под ред. Минаева Е. С. и Панагушина В. П. — М.: Приор., 2003. — 290 с.
5. Бабкин, И. А. Конкурентоспособность как фактор, определяющий стратегию предприятия // Экономика и конкурентоспособность России: Межвузовский сборник научных трудов. Вып. № 6. — СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2004. — 321 с.
6. Банковское дело: Учебник / Под ред. О. И. Лаврушина. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 298 с.
7. Бармина, Е. Ю., Мичурина О. Ю. Конкурентоспособность предприятия в системе конкурентных преимуществ // Экономика и конкурентоспособность России: Межвузовский сборник научных трудов. Вып. № 6. — СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2004. — 456 с.
8. Бердникова, Т. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 450 с.
9. Борисов, Е. Ф. Экономическая теория: учебник. — М.: Юрайт-М, 2002. — 384 с.
10. Бородин, Е. И. Голикова Ю. С. и др. Финансы предприятий. Банки и биржи: Учеб. Пособие. — М.: ЮНИТИ, 2005. — 378 с.
11. Воронин, В. П., Федосова С. П. Деньги, кредит, банки: Учеб. пособие. — М.: Юрайт-Издат, 2002. — 504 с.
12. Голикова, Ю. С., Хохленкова М. А. Банк России — организация деятельности. — М., 2000. — 304 с.
13. Грузинов, В. П., Грибов В. Д. Экономика предприятия: Учебное пособие. — 2-изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 208 с.
14. Денежное обращение и банки: Учеб. Пособие / Под ред. Г. Н. Белоглазовой, Г. В. Толоконцевой. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 324 с.

15. Деньги, кредит, банки: Учебник / Под ред. О.И. Лаврушина. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 387 с.
16. Деньги. Кредит. Банки.: Учебник / Под ред. Е. Ф. Жукова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 541 с.
17. Киселев, В. В. Кредитная система России: проблемы и пути решения. — М., 2002. — 405 с.
18. Ковалев, В. В., Волкова И. О. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: Финансы и статистика, 2001. — 224 с.
19. Ковалева, А. М., Лапуста М. Г., Скамай Л. Г. Финансы фирмы: Учебник. 2-изд. испр., доп. — М.: ИНФРА — М., 2002. — 493 с.
20. Колесников, В. И. Банковское дело. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 406 с.
21. Колпакова, Г. М. Финансы. Денежное обращение. Кредит: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 215 с.
22. Лаврушин, О. И. Банковское дело. М.: Финансы и статистика, 2008. — 388 с.
23. Ладанов, И. Д. Практический менеджмент. — М.: Элник, 2006. — 492 с.
24. Любушин, М. И., Лещева В. А., Дьякова А. Н. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. — М.: ЮНИТИ, 2000. — 472 с.
25. Любушин, Н. П., Лещева В. Б., Дьякова В. Г. «Анализ финансово-экономической деятельности предприятия»: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. Н. П. Любушина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 471 с.
26. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: Учебник / Под ред. Л. Н. Красавиной, — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 401 с.
27. Огарков, А. А. Управление организацией: Учебник. — М.: Эксмо, 2006. — 245 с.
28. Организация деятельности Центрального банка: Учеб. пособие / Под ред. Г. Н. Белоглазовой, Н. А. Савинской. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. — 238 с.
29. Портер, М. Международная конкуренция. — М.: Международные отношения, 2003. — 254 с.
30. Риполь-Сарагоси, Ф. Б. Финансовый и управленческий анализ. — М.: Издательство Приор, 2007. — 357 с.
31. Ришар Жак. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия. — М.: ЮНИТИ, 2007. — 451 с.
32. Румянцева, З. П., Филинов Н. Б., Шрамченко Т. Б. Общее управление организацией: принципы и процессы: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 3. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 214 с.
33. Семенюта, О. Г. Деньги, кредит, банки в РФ: Учеб. пособие. — М: Контур, 2005. — 541 с.
34. Стоянова, Е. А. Финансовый менеджмент. Российская практика. — М.: Изд. «Перспектива», 2005. — 190 с.
35. Управление организацией / Под ред. А. Г. Поршнева. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 214 с.
36. Усов, В. В. Деньги. Денежное обращение. Инфляция: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ, 2003. — 314 с.
37. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Под общ. ред. А. Г. Грязновой. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 204 с.
38. Финансы и кредит: Учебное пособие. / Под ред. А. М. Ковалевой. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 314 с.
39. Финансы предприятия. / Под ред. Колчиной Н. В. — 2-изд., перераб. и доп. — М., 2001. — 448 с.
40. Хунгуреева, И. П., Шабыкова Н. Э., Унгаева И. Ю. Экономика предприятия: Учебное пособие. — Улан-Удэ.: ВСГТУ, 2004. — 240 с.
41. Хэмел, Г., Прахалад К. К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня: Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. — 319 с.
42. Царев, Р. М. Кредитная политика коммерческого банка. — М.: ЮНИТИ, 2004. — 356 с.
43. Челноков, В. А. Банки: Букварь кредитования. Технологии банковских ссуд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 243 с.
44. Экономика и статистика предприятия. / Под ред. Ильенкова С. Д., Сиротиной Т. П., — М., — 2003. — 417 с.
45. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. В. А. Швандара. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 718 с.
46. «Финансы предприятия»: Учебник / Под ред. проф. Н. В. Колчиной. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 414 с.
47. «Финансы, деньги, кредит»: Учебник / под редакцией О. В. Соколовой. — М.: Юристъ, 2000. — 784 с.

О коллективных инвестициях и будущие возможности их роста

Сухарев Александр Владимирович, аспирант
Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»

Статья посвящена вопросам экономической ситуации в паевых инвестиционных фондах России. Автор поднимает проблему сохранения капиталов внутри страны и рассматривает в качестве инструмента инвестирования ПИФы. Проведен анализ стоимости чистых активов управляющих компаний и доходностей паевых фондов за период с 2013 по 2015 год.

Ключевые слова: ПИФы, инвестор, капитал, экономика

Достаточно часто по ряду причин люди выбирают в качестве инвестирования паевые инвестиционные фонды (ПИФы). Инвестирование денег в ПИФы тесно связано с рисками падения котировок фонда, поскольку уровень риска между ПИФами и альтернативными финансовыми инвестиционными инструментами, как правило, высок. Чтобы такого рода инвестирование было наиболее доходным и защищенным, необходимо максимально тщательно подходить к выбору фонда. Так как распространены случаи мошенничества в управлении подобными фондами.

Экономическая ситуация сложившаяся в России сегодня негативно влияет на развитие системы инвестирования включая и ПИФы. Стоит отметить, что в течении ряда прошлых лет наблюдался значительный рост капиталов в паевых инвестиционных фондах, однако сегодня управляющие компании вынуждены переходить в режим консервативных вложений. Резкий подъем курсов валют зарубежных развитых стран, ускорение инфляции, рост ставок по депозитам — эти факторы негативно повлияли на привлекательность рублевых инвестиций в паевые фонды в России. В первые два месяца 2014 года среднемесячный чистый отток средств из паевых фондов составлял больше полумиллиарда рублей, но уже в марте вывод средств ускорился до 2,3 млрд. руб. В следующие полгода инвесторы фондов ежеквартально забирали больше 3 млрд. руб. Небольшое затишье на рынке наблюдалось только в сентябре и октябре. Но, уже в конце года отток инвестиций ускорился и достиг своего апогея.

Стремительная девальвация рубля в декабре 2014 спровоцировала рекордный вывод инвестиций из паевых фондов. На короткий период повысила спрос на дорогостоящие товары, такие как движимое и недвижимое иму-

щество. С одной стороны, плачевное состояние на рынке ПИФов и постоянное падение цен на нефть резко влияет на выведение инвесторами средств из инвестиционных фондов. С другой, на укрепление национальной валюты может положительно повлиять уход инвесторов из валютных активов, тем самым способствуя росту спроса для инвестирования в российские активы. Это обуславливает вероятность того, что какое-то время будет наблюдаться падение в инвестактивах, но благодаря сохранению капиталов внутри страны значительно снизится зависимость экономики от цен на нефть. В текущих условиях, чтобы вернуть капиталы в экономику страны необходим финансовый инструмент трансформации активов и мобилизации сбережений через интеграцию между объектами и субъектами финансового рынка.

Рынок паевых инвестиционных фондов в России достаточно монополизирован. Кризис на сильных игроков повлиял минимально как в отрицательную, так и в положительную сторону. Для сравнения ниже приведены две таблицы с показателями стоимости чистых активов управляющих компаний РФ в периоды 31.01.2013 и 31.08.2015. Лидер остается неизменным «Сбербанк Управление Активами», вырос на 6% по сравнению с 2013 годом, «Райффайзен Капитал» вырос на 4%, а вот «УралСиб» потерял порядка 7% за прошедшие 2 года. В то же время семерку лидеров попали новые компании, хотя и с небольшой долей капитала.

Анализ динамики финансовых показателей, отражающих динамику стоимости чистых активов управляющих компаний РФ, позволяет сделать следующие выводы. Как видно из таблиц № 1 и № 2, управляющая компания «СберБанк управление активами», хорошо увеличила свой капитал во время сегодняшнего кризиса в стране.

Таблица 1. Стоимость чистых активов управляющих компаний в РФ, по состоянию на 31.01.2013 г.

Сбербанк Управление Активами	23%
Управляющая компания УралСиб	16%
Рффайзен Капитал	15%
Доверительная инвестиционная компания	14%
Альфа-Капитал	10%
ОФГ Инвест	5,60%
Капиталь	4,40%

Таблица 2. Стоимость чистых активов управляющих компаний в РФ, по состоянию на 31.08.2015 г.

Сбербанк Управление Активами	29%
Райффайзен Капитал	19%
Альфа-Капитал	10%
Система Капитал	10%
Управляющая компания УРАЛСИБ	9%
Русский Стандарт	5%
Газпромбанк-Управление Активами	5%

Хотя, если взглянуть на график № 1, можно увидеть, что два фонда недвижимости находящиеся в управлении Сбер-Банка. Это СберБанк — жилая недвижимость, сформированный в апреле 2013 года и СберБанк — жилая недвижимость 2, сформированный в июне 2014 года, находятся не в самой лучшей ситуации. Фонд «Жилая недвижимость» имеет доходность за период с 2013 по 2015 год — 5%, а фонд «Жилая недвижимость 2» за период с 2014 по 2015год имеет доходность в 12,75%, но уже на протя-

жении последних трех месяцев доходность падает. Каза-лось бы, недвижимость — одно из самых доходных видов инвестирования в мире, но на сегодняшний день в России фонды недвижимости терпят убытки. Но, руководство СберБанка сделали очень правильный шаг, организовав два фонда недвижимости именно в момент кризиса, так как именно сейчас, на падающем рынке и нужно скупать активы с целью получения значительной прибыли в бу-дущем.

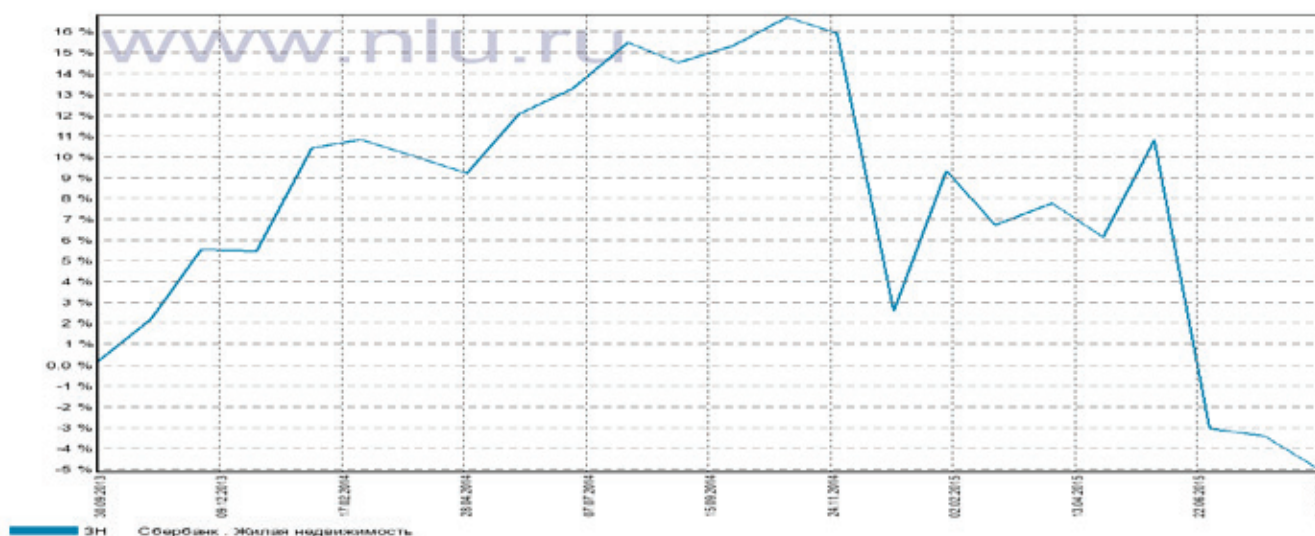


Рис. 1. Доходность фонда Жилая недвижимость за период 30.09.2013–31.08.2015

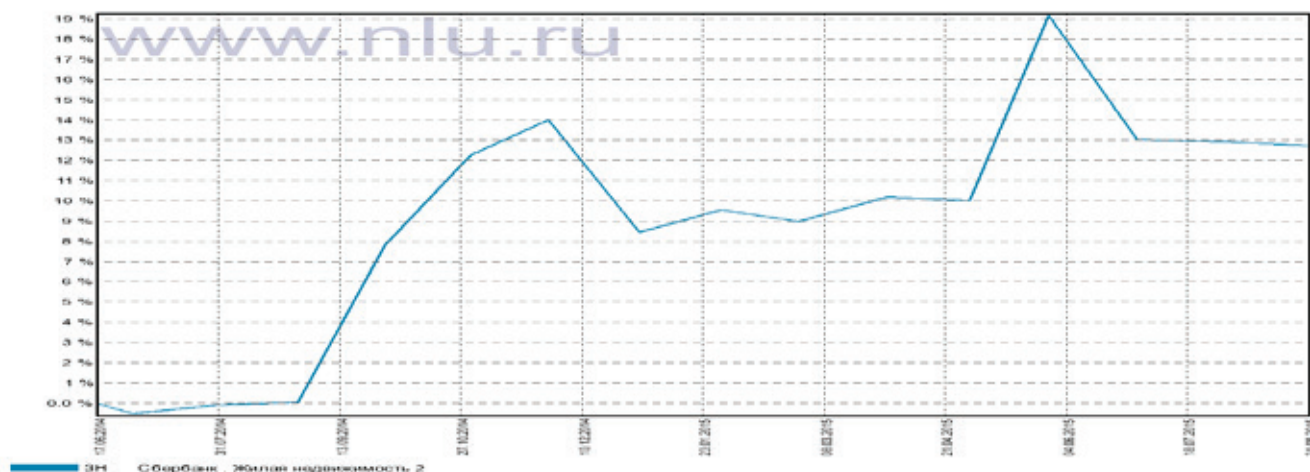


Рис. 2. Доходность фонда Жилая недвижимость 2 за период 30.09.2013–31.08.2015

Таблица 3. Доходность фонда Жилая недвижимость и Жилая недвижимость 2 за период 30.09.2013–31.08.2015

Дата	Доходность	
	Сбербанк — Жилая недвижимость	Сбербанк — Жилая недвижимость 2
30.09.2013	0,17%	---
31.10.2013	2,05%	---
29.11.2013	3,26%	---
31.12.2013	-0,06%	---
31.01.2014	4,69%	---
28.02.2014	0,36%	---
31.03.2014	-0,73%	---
30.04.2014	-0,73%	---
30.05.2014	2,61%	---
17.06.2014	---	0,00%
30.06.2014	1,07%	-0,50%
31.07.2014	1,97%	0,42%
29.08.2014	-0,82%	0,13%
30.09.2014	0,69%	7,77%
31.10.2014	1,19%	4,14%
28.11.2014	-0,65%	1,54%
31.12.2014	-11,50%	-4,87%
30.01.2015	6,54%	1,00%
27.02.2015	-2,35%	-0,52%
31.03.2015	0,95%	1,12%
30.04.2015	-1,48%	-0,15%
29.05.2015	4,39%	8,29%
30.06.2015	-12,52%	-5,12%
31.07.2015	-0,33%	-0,09%
31.08.2015	-1,69%	-0,19%

И все же, «СберБанк Управление активами» увеличили стоимость чистых активов на 6% во время падающего рынка. Что говорит о верной диверсификации инвестирования капитала управляющей компании. На графиках № 3 и № 4 приведен пример двух фондов под управлением «СберБанк управляющая компания» ко-

торые получили значительную доходность в период с 2013 по 2015 год. «Сбербанк — золото» (фонд фондов) 36,01% доходности, «Сбербанк — Еврооблигации» 97,34% доходности. Отсюда и прирост стоимости чистых активов управляющей компании «Сбербанк управление активами», на момент падения рынка недвижимости в России.



Рис. 3. Доходность фонда Сбербанк-Еврооблигации за период 30.09.2013–29.09.2015

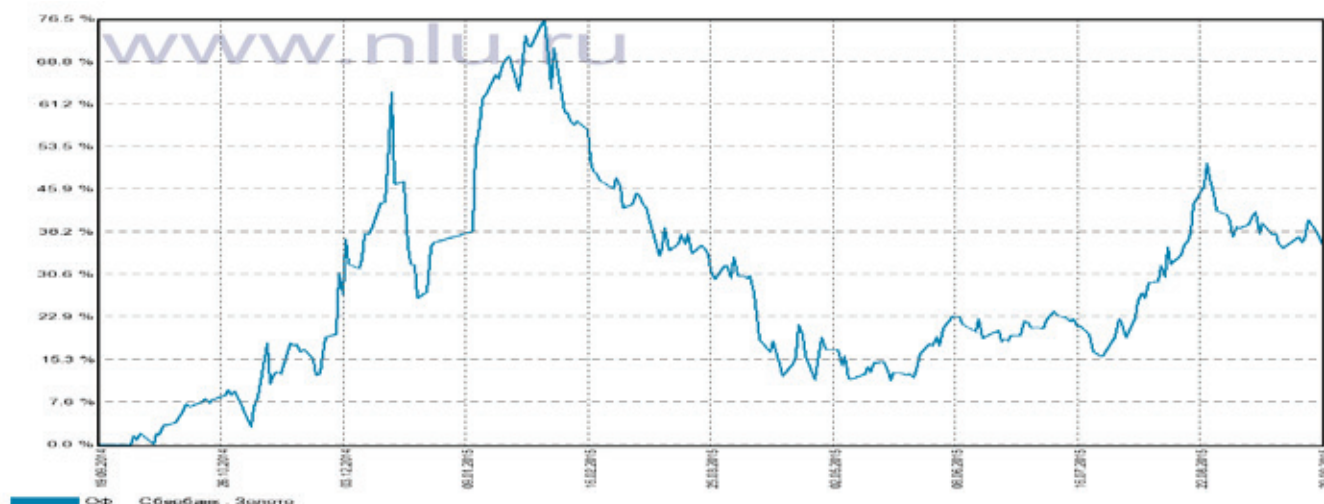


Рис. 4. Доходность фонда Сбербанк-Золото за период 30.09.2013–29.09.2015

Таблица 4. Доходность фонда Сбербанк-Золото и Сбербанк-Еврооблигации за период 30.09.2013–29.09.2015

Дата	Доходность	
	Сбербанк — Золото	Сбербанк — Еврооблигации
30.09.2013	---	0,23%
30.10.2013	---	0,43%
30.12.2013	---	-0,03%
30.01.2014	---	-0,43%
28.02.2014	---	0,56%
30.04.2014	---	-0,89%
30.05.2014	---	0,35%
30.06.2014	---	-0,11%
30.07.2014	---	0,44%
30.09.2014	1,60%	1,55%
30.10.2014	-0,79%	0,54%
30.12.2014	6,42%	8,26%
30.01.2015	-0,11%	2,51%
27.02.2015	-2,74%	-2,74%
30.03.2015	1,81%	1,84%
30.04.2015	-1,84%	-1,25%
29.05.2015	2,69%	2,15%
30.06.2015	2,15%	1,18%
30.07.2015	-0,71%	-0,66%
29.09.2015	0,47%	1,41%

Управляющая компания «Сбербанк управление активами» имеет в своих активах грамотно построенный диверсифицированный портфель инвестиций, который приносит доход даже в трудные для страны времена.

Однако у большинства управляющих компаний уровень антикризисного управления финансовыми рынками РФ не находится на должном уровне, чтобы достойно противостоять мировым экономическим катаклизмам. Финансовые операции ПИФов могут быть менее рискованными только на коротких сроках (менее года), имея при этом черты дейтрейдинга. Возврат инвесторов в систему коллективного инвестирования воз-

можен при макроэкономической стабильности, усовершенствования системы интеграции государственных механизмов для среднего класса населения в обществе, повышения финансовой грамотности населения, государственное страхование не только банковских депозитов, но и вложений частных инвесторов в паевые инвестиционных фонды.

В настоящее время функционирование инвестиционных институтов в России переживает нехватку информации для средних слоев населения, что в паре с низкой финансовой грамотностью населения порождает панику и недоверие к финансовому рынку РФ. Необходимо со-

здать новые инструменты финансового информирования, а так же новые виды страхования инвестиций. Что по-

зволит значительно снизить риск инвестора и повысит порог доверия к финансовому рынку РФ.

Литература:

1. Сайт «Национальная лига управляющих» <http://www.nlu.ru/> — режим доступа.
2. Сайт «Апекс Пифконсультант» <http://www.pifconsulting.ru/> — режим доступа.

Инновационная активность как фактор конкурентоспособности предприятия

Тараканова Ксения Леонидовна, студент;

Тараканов Сергей Иванович, студент

Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова (г. Абакан)

В статье рассматривается значение инновационной активности предприятий в достижении конкурентных преимуществ; роль государственной поддержки на региональном уровне в инновационном развитии предприятий.

Ключевые слова: инновации, стратегия, инновационная политика, инновационная активность предприятия.

В новой экономической энциклопедии термин «инновация» (innovation) означает получение больших экономических результатов за счет внедрения новшеств; суть прогрессивной стратегии развития организации и государства в противовес бюрократическому типу развития [1]. Й. А. Шумпетер, австрийский экономист, основоположник теории инновационного предпринимательства, в своей работе «Теория экономического развития» (1912), впервые ввел понятия «нововведение» и «новатор». Значительный вклад в развитие теории инновации внесли Дж. А. Гобсон, Й. А. Шумпетер, Н. Д. Кондратьев, С. Кузнец, Г. Менш и др.

Современные тенденции в экономике подчеркивают усиливающуюся роль инноваций, что находит отражение в росте инвестиций в наукоемкие производства, образование и науку. В связи с этим одним из приоритетных направлений государственной политики становится инновационная политика, направленная на эффективное использование научно-технического потенциала, бюджетных возможностей и создание благоприятного инвестиционного климата.

Инновационная активность бизнес-структур невозможна без соответствующей государственной поддержки, включающей использование специальных рычагов (совершенствование правовой базы инновационной деятельности, обеспечение защиты интеллектуальной деятельности, изменение в сфере налогового законодательства, развитие интеллектуального потенциала общества в целом).

В соответствии со Стратегией инновационного развития России на период до 2020 года инновации должны превратиться в основной источник экономического роста. В этой связи на основе реализации целей и приоритетных

задач Стратегии экономический рост обусловит расширение возможностей для появления новых продуктов и технологий, что в свою очередь позволит государству увеличить инвестиции в развитие человеческого капитала. В соответствии с приоритетами Стратегии, доля экспорта отечественных высокотехнологичных товаров в общем мировом объеме увеличится до 2%; валовая добавленная стоимость инновационного сектора в ВВП увеличится до 17–20%; доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции вырастет до 25–30%.

Фасхиев Х. А. отмечает, что для достижения поставленных задач согласно Стратегии до 2020 года, необходимо создание благоприятной внешней среды для инноваций и встроенное в культурно-деловую среду организаций «колесо инноваций». В данном контексте подразумевается непрерывно функционирующая, охватывающая всех субъектов производства система сопровождения новых идей с момента их появления до коммерциализации, подкрепленная эффективной системой мотивации персонала и благоприятной морально-творческой атмосферой, способствующей инновационной активности, и, как следствие, повышению конкурентоспособности предприятия в выбранных сегментах рынка [2].

Для обеспечения жизнедеятельности и реализации стратегических и тактических целей предприятие реализует основные функции, стараясь не только удерживать достигнутый уровень, но и при этом усиливать конкурентные позиции. Влияние факторов внешней среды на развитие предприятия, направленного на обновление производимой продукции (товаров, услуг), как правило, приводит к структурным изменениям. В данном контексте в процессе управления инновациями особое зна-

чение приобретают вопросы, связанные с определением уровня и источников финансирования инновационной деятельности; направлением развития инновационных ресурсов; их перераспределением в рамках портфеля инновационных проектов; созданием благоприятной среды с целью реализации инновационного потенциала предприятий.

При этом очевидным становится тот факт, что достижение конкурентных преимуществ происходит, прежде всего, за счет реализации инновационного потенциала и инновационной активности предприятия в целом.

Инновационная активность хозяйствующих субъектов характеризуется, прежде всего, восприимчивостью к новациям и нововведениям; степенью интенсивности и своевременности действий различного уровня менеджмента по трансформации идеи в конечный результат и способностью реализовать инновационный потенциал.

Современная практика показывает, что сегодня 40–50% инновационно-активных предприятий промышленного сектора отечественной экономики ориентированы

на технико-технологические инновации. Значительная доля предприятий непосредственно ориентированы на товарно-продуктные инновации. Низкий спрос на инновации обусловлен рядом проблем, и в первую очередь, по мнению авторов, отсутствием системного подхода в сфере управления инновациями; недостаточным уровнем финансирования инновационной деятельности; несоответствием организационных структур и систем управления основному вектору инновационной деятельности.

Вместе с тем, инновационное развитие является основой достижения конкурентных преимуществ и успешного бизнеса в целом. Создание и внедрение инновационных стратегий становится залогом эффективного развития бизнес-структур в долгосрочной перспективе и объективно необходимым условием для достижения общих целей.

Трачук А. подчеркивает значение инструментов, обеспечивающих формирование потока новшеств и идей, необходимых для реализации стратегии организации (рис. 1)[3].

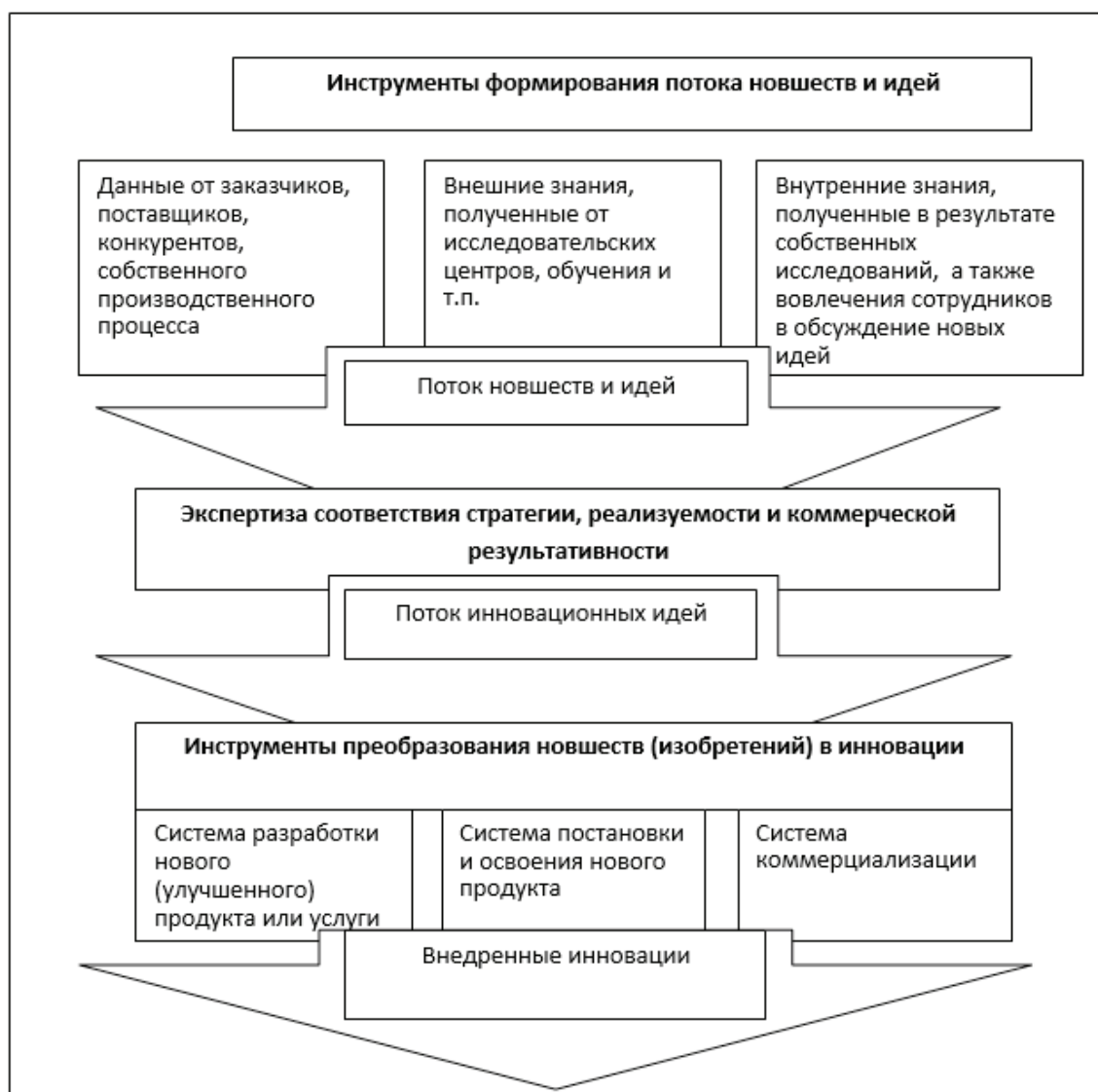


Рис. 1

Инновационная политика предприятий неотделима от инновационной политики региона. Взаимодействие региональных органов власти с субъектами инновационного предпринимательства, научными структурами, учебными заведениями обеспечивает реализацию задач социально-экономического развития в рамках реализации стратегии развития региона, в том числе региональной инновационной политики.

Создание современной диверсифицированной структуры экономики, увеличение удельного веса наукоемких отраслей в общем объеме производства, рост благосостояния населения выступают ключевыми задачами на всех уровнях управления. В соответствии с этим, реализация региональной инновационной политики является одной из приоритетных задач.

Алклычев А. М. выделяет основные задачи, стоящие перед регионами на пути перехода к инновационной экономике:

– развитие инфраструктуры инновационной деятельности;

– концентрация усилий и ресурсов на реализации приоритетных инновационных проектов предприятий и организаций региона;

– формирование привлекательных условий для инвестиций в инновационную сферу деятельности через участие государства и региональной власти в финансировании инновационных проектов;

– создание условий для развития системы подготовки и переподготовки в области инноваций и научно-технического предпринимательства, обеспечивающей повышение инновационной активности, коммерциализацию результатов научных исследований [4].

Роль инноваций в достижении конкурентных преимуществ, безусловно, очевидна. Инновационная активность предприятий выступают определяющим фактором, обуславливающим экономический рост, качественные изменения и укрепление экономической самостоятельности. Очевидно, инновационная активность предприятий является основой активизации конкурентных преимуществ.

Литература:

1. Румянцев, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2006. — VI. 810 с. ISBN 5-16-002591-X
2. Фасхиев, Х. Системный подход к управлению инновационной деятельностью предприятия // Проблемы теории и практики управления. — 2015. — № 4. — с. 44–53
3. Трачук, А. Инновационная стратегия компании // Проблемы теории и практики управления. — 2013. — № 9. — с. 75–83
4. Алклычев, А. М. Инновационная политика регионов Российской Федерации в целях привлечения инвестиций и возможности ее реализации // Региональная экономика: теория и практика. — 2014. — № 3 (330). — с. 2–9.

Относительная эффективность интеграции теории стоимости с маргиналистской концепцией ценообразования при формировании «тарифных меню» городского пассажирского транспорта

Федоров Владимир Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Санкт-Петербург)

В статье исследуются возможности создания эффективно функционирующей системы финансирования городского пассажирского транспорта в условиях рыночной экономики.

Ключевые слова: городской пассажирский транспорт, тариф, рыночное и государственное регулирование, экономическая обоснованность расходов, разовая оплата, универсальные билеты на время, планирование, маркетинговые технологии.

*«Денег в России нет, — смело всякий готов произнести.
Нет у нас денег на дело, на безобразия есть»*

М. И. Пыляев, «Старый Петербург»

Регулирование тарифов на перевозки пассажиров и багажа всеми видами общественного транспорта в городском, включая метрополитен, и пригородном сооб-

щении постановлением Правительства Российской Федерации отнесено к сфере ведения органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации [1]. Поскольку

содержание понятия «государственное регулирование тарифов» в данном постановлении Правительства Российской Федерации не определено, на практике применяются различные подходы к регулированию тарифов: принятие обязательных правил установления тарифов, установление предельных тарифов, установление размеров тарифов. В любом случае в понятие «регулирование» включаются тарифная политика и возмещение из бюджета доли тарифа, некомпенсированной установленной платой за проезд.

Получив возможность регулировать тарифы городские администрации стали заложниками ситуации, выход из которой оказался совсем не очевиден. С одной стороны низкий уровень жизни населения приводит к необходимости ограничивать уровень тарифов на проезд в городском пассажирском транспорте (в дальнейшем ГПТ), а с другой стороны ограниченные возможности региональных бюджетов не позволяют компенсировать в полном объеме убытки предприятий ГПТ.

Как свидетельствует проведенный анализ, в разных городах Российской Федерации имеет место значительный

разброс в стоимости проезда. Однако совсем невероятным представляется, чтобы была такая же значительная разница в себестоимости перевозок пассажиров. Кроме того средняя дальность поездки при использовании одних и тех же типов подвижного состава и незначительной разницы в заработной плате водителей во многих городах РФ превосходит дальность поездки в Москве и Санкт-Петербурге, а тариф в этих городах значительно ниже. Это свидетельствует о том, что тариф все в большей степени начинает играть роль ограничения доступа к пользованию общественным транспортом. Так в Санкт-Петербурге изменение тарифов, которое происходит раз в году, начиная с 2002 года, не связано ни с инфляцией, ни с пассажирооборотом. Например, с 2009 по 2012 инфляция превысила 17%, при этом стоимость ГСМ возросла на 25–28%, электроэнергии — почти на 20%, а тарифы увеличились в среднем на 10% [2]. Подтверждает это и проект тарифной политики Санкт-Петербурга на 2016 год, в котором при разной себестоимости поездки планируются одинаковые тарифы для различных видов наземного пассажирского транспорта таблица 1. [3].

Таблица 1. Проект тарифной политики городского пассажирского транспорта Санкт-Петербурга на 2016 год

Вид транспорта	Себестоимость поездки (руб.)	%	Предлагаемая стоимость разового проезда (руб.)	Превышение тарифа над себестоимостью (руб.)	Контрольные цифры бюджета на эксплуатацию (млн. руб.)
Автобус	38,7	100	35	3,7	4 742,3
Трамвай, троллейбус	40,2	103	35	5,2	4 922,7
Метро	43,4	112	40	3,4	10 494,4

Необходимо отметить, что те же стратегические подходы, в отношении стоимости проезда были присущи и плановой экономике. Так размер тарифов на проезд в общественном транспорте (автобус-5 копеек, троллейбус-4 копейки, трамвай-3копейки) был установлен в 1961 году и не менялся до 1987года, то есть 26 лет несмотря на изменения в затратах на перевозку пассажиров.

Увеличение разновидностей билетов длительного пользования, равно как и использование в качестве оплаты электронного кошелька, приводит к перераспределению выручки и сокращению ее общего объема. Показательным в этом смысле является пример «тарифного меню» городского электротранспорта города Ижевска, где в 80-е годы прошлого века было введено 37 видов билетов длительного пользования, в результате чего общая выручка электротранспорта упала на 30% [2].

Резюмируя вышесказанное, необходимо признать, что задача использования экономически обоснованного тарифа на проезд в общественном транспорте, который позволял бы перевозчикам быть заинтересованными в осуществлении качественных перевозок, а пассажирам в состоянии оплачивать проезд *является неразрешимой*

в настоящее время для городов Российской Федерации в принципе. Поскольку, с одной стороны при любом тарифе, посылном для пассажиров, платный проезд в муниципальном транспорте нерентабелен для перевозчика, а с другой стороны ограниченные возможности городских бюджетов не позволяют субсидировать перевозки в полном объеме.

Если исходить из целей перевозчиков и городских администраций в формировании тарифной системы, то они могут быть следующими:

1. Привлечение максимального числа пассажиров.
2. Получение максимального дохода для транспортного предприятия.
3. Достижение специфических целей, например таких как, увеличение мобильности населения, повышение уровня транспортного обслуживания определенных районов города, содействие более эффективному использованию общественного транспорта (приоритет городского общественного транспорта).

В связи с дальнейшим сокращением финансирования для сферы общественного транспорта транспортные предприятия должны требовать большей предпринимательской свободы действий в формировании тарифных

тенденций и разработке структур тарифов. В случае получения большей свободы выбора действий перевозчики должны определить стратегическое направление своих действий, сосредоточив свои усилия:

1. На увеличении пассажиропотока.
2. На уровне распределения финансирования.
3. На предпринимательской деятельности.

Привлечение максимального числа пассажиров, в большинстве случаев требует умеренных или низких тарифов (или, теоретически, бесплатных услуг). Однако низкие тарифы приводят к получению меньших доходов, чем тех, которые можно было бы достичь при высоких тарифах. Поэтому необходимо найти компромисс между максимальным пассажиропотоком и максимальной при-

былью. Подобные компромиссы необходимо найти и между остальными целями. Планируемые тарифы, таким образом, требуют анализа компромиссов среди перечисленных выше целей, и удовлетворения соответствующих им требований и ограничений.

Для постепенного перехода от административной модели управления на ГПТ к рыночной, необходимо формирование такого тарифа, который бы способствовал не только рентабельной работе предприятия, но и мог бы обеспечивать привлекательность данного сегмента рынка для капиталовложений, межотраслевую конкурентоспособность и, как следствие, рост качества перевозок. На рисунке 1 отображены основные методы ценообразования на городском пассажирском транспорте.



Рис. 1. Методы ценообразования на городском пассажирском транспорте

Результаты сравнительного анализа затратных и рыночных методов тарифообразования приведены в таблице 2.

Как следует из проведенного анализа, затратные методы тарифообразования не учитывают привлекательность тарифа для пассажиров, а также планируемые объемы перевозок (кроме метода целевого ценообразования). В рыночных методах главный недостаток — не учитываются совокупные издержки и прибыли при расчете тарифа.

Наиболее соответствующим рыночным условиям является метод формирования целевого тарифа, который совмещает затратные и рыночные тарифообразующие факторы. Поскольку этот метод позволяет учесть совокупные издержки, загрузку производственных мощно-

стей и, одновременно, планируемый объем перевозок. Но метод целевого тарифообразования не учитывает изменение спроса пассажиров на перевозки, а также предпочтения пассажиров. Это значит, что необходим новый комбинированный метод, который позволит осуществить переход от административной модели управления к рыночной.

Объективно оценить ту или иную методику формирования тарифов на проезд в городском пассажирском транспорте можно только эмпирическим путем. На этапе вывода на рынок маркетологи каждой методике приписывают чудодейственные свойства, с целью ее восприятия как панацеи. Так было с рыночным ценообразованием, расчетным тарифом, сейчас нулевым тарифом и дискриминационным ценообразованием.

Таблица 2. Сравнение затратных и рыночных методов тарифообразования

Параметры оценки методов	Методы					
	Затратные			Рыночные		
	«Издержки плюс»	Миним. затрат	Целевое ценообр.	С ориентиром на спрос	Следование за рыночным тарифом	Состязательный метод
Учет совокупных издержек	+	-	+	-	-	-
Трудоемкость при расчете тарифа	Высокая	низкая	высокая	высокая	низкая	низкая
Учет текущего состояния на рынке транспортных услуг (сезон, конкуренция)	-	+	+	+	+	+
Учет прибыли при расчете тарифа	+	-	+	-	-	-
Риск убытков	Низкий	высокий	низкий	высокий	высокий	высокий
Учет привлекательности тарифа для пассажиров	-	-	-	+	-	+
Учет планируемого объема перевозок	-	-	+	+	-	-

Проведя ретроспективный анализ развития тарифной системы в новейшей истории ГПТ нашей страны можно выделить три основных периода:

Первый период относится к 1940–1990 годам. В это время в Советском Союзе происходило развитие системы пассажирских перевозок крупных городов. Деятельность городских пассажирских предприятий, особенно автобусных, являлась планово-убыточной. Убыточность объяснялась очень низким тарифом на поездки ГПТ, что обеспечивало доступность транспорта для всех слоев населения.

Второй период (с 1990 по 2004 год) — расчетный тариф. Экономические реформы 90-х годов разрушили сложившуюся на транспорте тарифную систему. С 1991 года правительство разрабатывает механизмы льгот для населения.

Третий период наступил в 2004 году, когда был принят Федеральный закон № 122-ФЗ о так называемой «монетизации льгот». Суть монетизации заключалась в замене бесплатного проезда для граждан льготных категорий, включенных в федеральный и региональный реестры, ежемесячными денежными компенсационными выплатами. Первоначально считалось, что денежные компенсации льготникам позволят вообще отказаться от компенсации перевозчикам и выстроить простую и удобную тарифную систему, в которой каждый пассажир сам будет оплачивать свои поездки по действующим тарифам. Но протест со стороны льготников, не довольных размером полученной компенсации, и решение Президента России, о том, что размер компенсации должен полностью покрывать все затраты льготных пассажиров

на поездки, заставили изменить этот механизм формирования тарифов.

Целями тарифной политики для систем управления ГПТ должны являться:

1. Максимальное удобство для пассажира.
2. Получение наибольшего эффекта при сборе выручки.
3. Последовательное проведение либерализации тарифов.
4. Обеспечение баланса интересов администраций городов, перевозчиков и пассажиров.

Тарифная политика должна стимулировать различные транспортно-экономические связи, обеспечивать социально-значимые перевозки и доступность жизненно важных транспортных услуг для всех без исключения слоев населения. А усилия перевозчиков необходимо направлять на повышение эффективности эксплуатации подвижного состава.

Анализ тарифных политик, используемых для систем ГПТ крупных городов Российской Федерации, в настоящее время позволил сгруппировать из их три основных варианта:

1. Тарифы и цены на проездные билеты транспорта общего пользования формируются на основе социальной политики городской Администрации, которая предусматривает возможность обеспечения транспортными услугами всех групп населения, включая малообеспеченных граждан.

2. Отношение фактически выделенных бюджетных средств (Фф) к величине необходимого финансирования из бюджета (Фб) можно рассматривать как экономи-

чески обеспеченный социальный заказ на перевозку пассажиров (коэффициент бюджетного участия Кб.у).

$$\begin{aligned} & \text{Фб} \\ \text{Кб.у} &= \frac{3}{4} \frac{3}{4} \end{aligned} \quad (1)$$

Время, в течение которого при заданном бюджетном финансировании перевозчик должен использовать установленные Администрацией тарифы (время социальных перевозок t_c) определяется соответственно как:

$$t_c = T_m * \text{Кб.у}. \quad (2)$$

Где:

T_m — установленное в паспорте маршрута время работы подвижного состава в течение суток.

3. Администрацией устанавливаются тарифы бюджетных доплат до рыночной стоимости проезда на базе средних тарифов коммерческих перевозчиков, которые определяются как:

$$T = T_0 + T_{\text{БД}} \quad (3)$$

Где:

T_0 — тариф для оплаты поездки;

$T_{\text{БД}}$ — тариф бюджетной доплаты.

Данная формула позволяет рассчитать бюджетную доплату на каждую учтенную поездку как разность между установленным тарифом и тарифом оплаты. Для исключения возможных злоупотреблений при установлении тарифа на оплату проезда должно соблюдаться следующее условие: $T_{\text{БД}} < T_0$.

Что касается тарифной политики в крупных западных городах, то в большинстве из них она строится по формуле «годовая инфляция плюс %». Однако, проблемно представить ситуацию при падающей инфляции. В зарубежных обзорах, во всяком случае, нам не удалось найти случаев снижения тарифов на городской транспорт вместе со снижением инфляции. Систематизация тарифов (ценообразование) и продажа билетов (маркетинг) существенно влияют на существование самих транспортных предприятий. Современные каналы продажи все более позволяют клиентам покупать поездки через Интернет. Для предприятий перевозчиков — это двойная нагрузка в затратах: с одной стороны необходимо содержать кассы для продажи билетов, а с другой стороны нести расходы на содержание систем продаж билетов через Интернет.

Анализ развития платежных систем, используемых в рассмотренных системах ГПТ, позволил выявить, что основное внимание, в силу различных причин, направлено на развитие способов и формы оплаты, а не на формирование тарифов и тарифных схем. Так повсеместно широко внедряются способы оплаты с помощью банковских карт, мобильных телефонов и «электронных транспортных кошельков», с возможностью пополнения ресурса с помощью личного кабинета в электронном банке. При этом совершенно отсутствуют исследования различных видов эффективности от внедрения комбинированных проездных билетов длительного пользования. Как «анахронизм» повсеместно используется кондук-

торная форма сбора платы за проезд или ее сочетание с электронными системами контроля оплаты проезда.

Что бы разобраться, почему платежные системы развиваются в отрыве от тарифообразования, необходимо исследовать теоретические основы ценообразования на ГПТ. Так теоретической основой планового ценообразования на ГПТ служило известное положение марксистской политэкономии, что цена является денежным выражением стоимости. А так как стоимость услуги перевозки, согласно этой теории, определяется общественно необходимыми затратами труда на ее производство, правильное отражение этих затрат рассматривалось в качестве главной задачи при формировании тарифов. Между тем, проблемы формирования тарифа в соответствии методом экономической обоснованности расходов, вытекают из формулы по которой их рассчитывают:

$$T = \frac{C + P}{Q_n} + J \quad (4)$$

Где:

T — экономически обоснованный тариф на проезд в ГПТ;

C — нормативная величина себестоимость перевозки;

P — прибыль перевозчика;

Q_n — количество пассажиров, планируемое к перевозке;

J — Ставка страхования в расчете на пассажира.

Первой проблемой для определения тарифа, которая вытекает из данной формулы, является нормативная величина себестоимости. С теоретической точки зрения, себестоимость, рассчитанная из нормативно утвержденных элементов отражает не фактические, а общественно необходимые затраты перевозчика на оказание услуг перевозки. Если для определения тарифов использовать нормативную себестоимость, то:

- не учитываются реальные потребности, которые могут быть как выше, так и ниже нормативных величин;

- некоторые статьи затрат, в частности общехозяйственные затраты, практически не поддаются нормированию. При отсутствии нормативов по отдельным статьям расходов допускается использовать в расчетах экспертные оценки, основанные на отчетных данных, представляемых перевозчиком, осуществляющим регулируемую деятельность;

Поскольку Администрации городов не располагают сведениями о себестоимости перевозок у коммерческих операторов, экономически обоснованные тарифы устанавливаются для всех перевозчиков на основе себестоимости перевозки у базового оператора. А таким оператором, как правило, является унитарное муниципальное предприятие городского транспорта, на балансе у которого непрофильные активы и транспортная инфраструктура, что делает себестоимость перевозки значительно выше. Это в свою очередь позволяет частным операторам даже при слабой ценовой конкуренции, получать значительную прибыль.

Второй проблемой является определение величины прибыли. При формировании тарифа не учитываются реальные потребности перевозчика в прибыли.

Главным недостатком тарифов на основе затратного метода, является то, что в них задаются желаемые объемы перевозки Q_N и, исходя из этого, рассчитывают себестоимость до того, как станет ясно, какую, собственно, цену Перевозчик может реально получить за перевозку в конкурентном окружении. Для того чтобы показать сложность определения предполагаемых объемов перевозки можно использовать функциональную зависимость спроса от внешних источников:

$$Q_N = F(T, T_k, Ц_a, Д_дм) \quad (5)$$

Где:

Q_N — спрос на услуги перевозки или ожидаемое количество перевезенных пассажиров;

T_k — тариф коммерческих перевозчиков;

$Ц_a$ — цена перемещения на личном автомобиле;

$Д_дм$ — структура пассажиров по доходами (приезжие, пенсионеры, учащиеся и т.д.).

Таким образом, в формуле определения тарифов методом экономической обоснованности расходов, все величины, включая ставку страхования в расчете на пассажира в той или иной степени субъективны. Что, в свою очередь, оказывает влияние на принятие решений при формировании тарифных политик используемых городскими администрациями.

Заслуживает внимание подход к определению тарифов с использованием деления ГПТ на подсистемы. Исходя из того, что любой вид ГПТ выступает в виде единства четырех подсистем: эксплуатации, подвижного состава, информационно-управленческой инфраструктуры, инфраструктуры, то и алгоритм моделирования тарифов должен строиться в соответствии с потребностью в финансировании этих подсистем. Однако, несмотря на перспективность такого подхода, нам не удалось найти в открытом доступе ни одного города где бы тарифы формировались таким образом. В какой-то степени данный подход аналогичен двух ставочным тарифам на железнодорожном транспорте (раздельные ставки тарифа на эксплуатацию и инфраструктуру). По нашему мнению привлекательность такого алгоритма формирования тарифов заключается в том, что в зависимости от возможностей городских бюджетов, можно передавать на аутсорсинг отдельные подси-

стемы ГПТ, решая таким образом проблему самостоятельности тарифов на выполнение функции перевозки, что по нашему мнению повысит заинтересованность перевозчиков.

Затратные методы формирования тарифов для ГПТ Российской Федерации достаточно разнообразны, что свидетельствует об отсутствии правового урегулирования вопроса по формированию тарифов на проезд в ГПТ. Для ликвидации данного пробела в 2013 году Минтранс России была предпринята попытка установить единый подход к формированию тарифов на ГПТ. Распоряжением Минтранса России от 18 апреля 2013 года № НА-37-р были введены в действие «Методические рекомендации по расчету экономически обоснованной стоимости перевозки пассажиров и багажа в городском и пригородном сообщении автомобильным и городским наземным электрическим транспортом общего пользования», в соответствии с которыми, экономически обоснованный тариф на перевозку одного пассажира было рекомендовано рассчитывать на основании экономически обоснованной стоимости 1 км пробега пассажирского транспортного средства.

Под экономически обоснованной величиной стоимости 1 км пробега пассажирского транспортного средства в данных Рекомендациях понимается такая величина, которая включая в себя себестоимость и прибыль, позволяет:

- Обеспечить материальными ресурсами (топливом, шинами, запасными частями и др.) необходимое количество и типы транспортных средств, выпускаемых перевозчиком на маршрут, с учетом требований по безопасности перевозок.

- Устанавливать уровень оплаты труда персонала перевозчика, обеспечивающий профессиональную пригодность и стабильность его состава.

- Обеспечивать экономически устойчивую деятельность перевозчика, а также обновление парка транспортных средств и иных основных средств, технологически связанных с обеспечением перевозок, в случае недостатка величины амортизационных отчислений.

Например, величину себестоимости в расчете на 1 км пробега на маршруте при перевозках *автобусами* каждой (*i*-той) марки и модели определяют по формуле:

$$S_{a i км} = P_{OT i км} + C P_{OT i км} + P_{T i км} + P_{CM i км} + P_{SH i км} + P_{TO i км} + AM_{i км} + ПКР_{i км}, \text{ руб./ 1 км пробега} \quad (6)$$

Где:

$P_{OT i км}$ — расходы на оплату труда водителей и кондукторов;

$C P_{OT i км}$ — отчисления на социальные нужды от величины расходов на оплату труда водителей и кондукторов;

$P_{T i км}$ — расходы на топливо для маршрутных автобусов;

$P_{CM i км}$ — расходы на смазочные и прочие эксплуатационных материалов для маршрутных автобусов;

$P_{SH i км}$ — расходы на износ и ремонт шин маршрутных автобусов;

$P_{TO i км}$ — расходы на техническое обслуживание и эксплуатационный ремонт маршрутных автобусов;

$AM_{i км}$ — амортизация маршрутных автобусов;

$ПКР_{i км}$ — величина прочих расходов по обычным видам деятельности в сумме с косвенными расходами.

К сожалению, данный документ до настоящего времени так и остался в ранге рекомендаций не обязательных

для исполнения. Несмотря на высокую оценку данных рекомендаций транспортниками и представителями отраслевой науки, нам не удалось найти ни одного города, где бы тарифы на ГПТ формировались в соответствии с изложенными в нем требованиями. Данное обстоятельство послужило поводом для написания настоящей статьи, с целью всесторонне исследовать вопросы ценообразования на ГПТ, и возможность использования дискриминационного ценообразования, как альтернативы затратному методу формирования тарифов.

В отличие от классического экономического подхода, основанному на законе стоимости, в 70-е гг. XIX века возникает неоклассический подход — маржинализм (фр. *marginalisme*, от лат. *margo (marginis)* — край), как направление в экономической науке, признающее принцип снижающейся предельной полезности фундаментальным элементом теории стоимости. В центре внимания маржиналистской теории находится проблема субъективной ценности благ, которая решается с позиций полезности, субъективной значимости благ со стороны спроса, а не с позиций издержек производства (со стороны предложения), как в классической теории. Сторонники данной теории считают, что цена товара представляет собой сумму денег, *которую покупатель готов заплатить за товар определенной полезности* [5].

Использование на транспорте теории, при которой цена услуги представляет собой сумму денег, которую пассажир готов заплатить за услугу *называется ценовой дискриминацией*. Обращение к дискриминационному ценообразованию на городском пассажирском транспорте в большой степени было инициировано повсеместным внедрением в системы оплаты проезда на ГПТ пластиковых интеллектуальных карт, которые позволяют:

1. учитывать поездки пассажиров различных категорий, в том числе льготных;
2. устанавливать в проездных билетах длительного пользования ограничения по сроку и времени их действия, по количеству поездок и так далее;
3. учитывать поездки различной стоимости в реальном масштабе времени.

Не смотря на то, что ценовая дискриминация на пассажирском транспорте имеет разные названия: например, использование на железной дороге завышенных тарифов на грузовые перевозки покрывает убыточность социально необходимых пригородных пассажирских перевозок и называется «перекрестным финансированием», на пассажирских железнодорожных перевозках ценовую дискриминацию называют «динамическим ценообразованием», в авиaperевозках ценовая дискриминация называется «управлением выручкой». Все эти примеры объединяет то, что перевозчики сначала исследуют возможности, а затем предлагают специальные цены услуг перевозки, для индивидуальных пассажиров или их групп для определенного времени. Преимуществом такого подхода является то, что происходит смена нагрузки в оплате

проезда с «тарифов для всех» на тарифы для отдельных категорий.

Считается, что первым привлек внимание исследователей к явлению ценовой дискриминации и попытался выявить её смысл французский инженер путей сообщения Жюль Дюпюи который в своей, ставшей классической, работе «О мере полезности гражданских сооружений», опубликованной в 1844 году рассматривал ценовую дискриминацию с точки зрения теории полезности, считая, что для разных потребителей одна и та же услуга перевозки может иметь разную полезность. Поэтому и цены, которые покупатели готовы платить за услугу перевозки, могут быть разными. Цель ценовой дискриминации, проводимой монополистом: «заставить каждого пассажира принести ему как можно больше прибыли». Необходимо отметить, что самые благоприятные условия для ценовой дискриминации создаются в сфере услуг, в связи с тем, что перепродажа услуг невозможна.

Перечислим условия, необходимые для ценовой дискриминации:

1. монополия перевозчика на рынке перевозок;
2. возможность определить эластичность спроса по цене на разных сегментах рынка;
3. эластичность спроса по цене у разных групп пассажиров должна существенно различаться.

Кроме того, выделяют три типа ценовой дискриминации:

Первый тип, когда перевозчик продает различные единицы услуги перевозки по различным ценам, и эти цены могут отличаться для разных людей. В этом случае каждая единица услуги будет продана тому пассажиру, который оценивает ее наиболее высоко, по максимальной цене, которую этот пассажир готов заплатить за услугу. Если перевозчик владеет достаточной информацией, которая определяет максимальную готовность заплатить для каждого пассажира, этот тип дискриминации способен помочь привлечь всех пассажиров целевого сегмента рынка перевозок.

Второй тип ценовой дифференцирования, когда цены зависят от количества оплаченной услуги, а не от того, кто ее покупает.

Третий тип дифференцирования, когда ценовое дифференцирование достигается за счет различия в оценках потребителей. Пример — групповое ценообразование. Сложность данного типа заключается в обобщении и доказательстве существующих признаков.

Несмотря на достаточно продолжительный период исследований ценовой дискриминации, многие аспекты подобной практики ценообразования, а главное роль государства в сфере определения ее допустимости все еще остаются не до конца исследованными. При этом значительные пробелы связаны, как с теоретическими вопросами, так и с разработкой практической составляющей данной проблемы. По нашему мнению, для ГПТ наиболее значимым в настоящее время является решение следующих задач:

1. Разработка экономико-математической модели оценки допустимости ценовой дискриминации.

2. Распределение объема реализации услуг перевозки между двумя рынками по возможности оплаты таким образом, чтобы общая выручка была максимальной.

3. Определение допустимости ценовой дискриминации третьей степени для использования его в практике антимонопольного регулирования.

Оптимальная политика ценообразования для монополиста, имеющего дело с двумя группами потребителей, как было отмечено выше состоит в продаже услуг перевозки по высокой цене на рынке с высокой готовностью оплаты проезда и в предложении услуг перевозки по низкой цене рынку с более низкой готовностью оплачивать проезд. В данном случае выручку от реализации билетов на рынке с высокой и низкой готовностями платить, можно было бы определить по следующей формуле:

$$\text{Выручка} = (N - X) * Ц2 + N - (N - X) * Ц1 \quad (7)$$

Где:

N-общее количество билетов

X-количество билетов предполагаемых к продаже по повышенной цене Ц2;

Ц1 — пониженная цена билета;

Ц2-повышенная цена билета.

В первом приближении, задача заключается в том, что бы узнать повышенную цену Ц2 и то количество пассажиров, которое за эту цену купит билеты, при условии, что мы будем знать минимальную цену Ц1 (тариф). В связи с тем, что в уравнении (7) все неизвестные, нахождение оптимальной цены для ГПТ крупного города на практике может быть получено только эмпирическим путем подбора соотношений тарифов на разовый проезд и стоимости билетов длительного пользования.

Бесспорным является то, что системы дискриминационного ценообразования направлены на максимальное удобство для пассажиров. Задача заключается в том, чтобы «отговорить» потребителей с высокой готовностью платить от покупки услуги с более низкой ценой. Способ, которым, например, авиакомпании, осуществляют эту политику, состоит в предложении «тарифа без ограничений» для деловых поездок и «тарифа с ограничениями» для частных поездок. Оплата по тарифу с ограничениями сопряжена с выполнением ряда требований, таких, как покупка билета заранее, остановка в пути на субботнюю ночь и других. Другой способ осуществления ценовой дискриминации авиакомпаниями — разграничение воздушных путешествий первым классом и вторым классом. Такого рода дискриминация в течение сотен лет была характерна для различных видов транспорта. Когда та или иная компания вынуждала пассажиров третьего класса путешествовать например, в открытых вагонах с деревянными лавками вовсе не из-за отсутствия средств в которые ей обошлось бы покрыть крышей вагон в третьем классе или обить сиденье, а для того, чтобы помешать пассажирам, которые могли бы заплатить за

проезд вторым классом, путешествовать третьим классом.

За рубежом для сегментации потребителей ГПТ делают тарифные опросы. В начале, на основе прямых вопросов выделяют группы пассажиров в зависимости от характера их поездок — цели, расстояния и частоты. Затем с помощью прямых и косвенных вопросов анализируют спрос каждой из групп и оценивают его эластичность относительно цены, комфорта и времени поездки. После чего прогнозируют изменение выручки по рынкам. Пересечение кривых «слишком дорого» и «слишком дешево» дает точку оптимальной цены. При этой цене меньше всего людей отвергают проезд на общественном транспорте из-за его высокой цены. Точку пересечения кривых «слишком дешево» и «не дешево» можно рассматривать как нижнюю границу тарифа или цены билета длительного пользования. Однако, по нашему мнению, крайне маловероятно дать правильный ответ на прямой вопрос: — «сколько вы готовы платить за проезд или за отдельный вид проездного билета длительного пользования?». Респонденты могут сделать лишь выбор из нескольких предложенных им альтернатив. По этому, не понятно, как на полученном таким способом массиве недостоверных ответов, выявляются перспективы реального поведения потребителей транспортных услуг при фактических изменениях цен.

Для расчета максимального уровня тарифа в условиях турбулентности экономики, в российских городах используют следующий алгоритм [6]:

1. определяют платежеспособный спрос населения на услуги городского пассажирского транспорта путем установления доли транспортных расходов в среднемесечном доходе жителей области;

2. определяют среднемесячный доход как средневзвешенную величину по удельному весу распределения жителей по доходам, то есть не принимаются в расчет работники, получающие очень низкие и очень высокие доходы;

3. рассчитывают максимальный уровень тарифа, превышение которого отрицательно отразится на социальном положении населения. Для этого затраты на транспортные услуги (доля транспортных расходов, умноженная на среднемесячный доход) делятся на среднее количество поездок в месяц.

Тариф на пассажирские перевозки установленный органами власти не должен быть выше максимального тарифа, иначе услуги городского пассажирского транспорта не будут доступны для большей части населения. Таким образом, уровень тарифа (Т) на пассажирские перевозки будет находиться в диапазоне:

$$T_{\min} < T < T_{\max} \quad (8)$$

И на его формирование будут оказывать влияние три заинтересованных стороны, при этом каждая из сторон процесса перевозок имеет свою цель:

1. органы власти — минимум объема бюджетных субсидий при качественном выполнении перевозчиком своих функций;

2. пассажиры — минимум затрат на проезд при качественном выполнении перевозчиком своих функций;

3. перевозчики — максимум прибыли при выполнении своих обязательств по контракту.

Кроме того, при формировании так называемого «тарифного меню» необходимо учитывать следующие ограничения-аксиомы:

1. чем больше действует видов билетов, тем меньше выручки можно получить от их реализации;

2. чем больше мест реализации билетов, тем больше затраты на их реализацию;

3. чем больше способов оплаты, тем меньше выручка перевозчика. Это происходит за счет того, что пассажиры получают возможность минимизировать свои расходы.

Сравнительный анализ существующих в настоящее время систем оплаты проезда в российских и зарубежных городах приведен в таблице 3.

Таблица 3. Анализ систем оплаты проезда в российских и зарубежных городах

Оплата проезда	Российский опыт	Зарубежный опыт
Дифференцированная оплата проезда в зависимости от категории граждан	есть	есть
Дифференцированная оплата проезда в зависимости от пиковых периодов	нет	есть
Дифференцированная оплата проезда в зависимости от зон транспорта	нет	есть
Гибкое тарифное меню	относительно	билеты групповые, суточные, 90 минут
Туристский билет	есть	есть

Как следует из проведенного анализа, за рубежом развитие систем оплаты проезда в настоящее время происходит в направлении развития дискриминационного ценообразования.

Например, в Лондоне существует несколько видов билетов для поездок на общественном транспорте. Можно оплатить свой проезд наличными и получить разовый билет, приобрести многоразовую пластиковую карту Oyster Card или купить универсальный бумажный билет Travelcard (транспортную карту). Приобретение пласти-

ковой карты Oyster card обойдется дешевле, чем покупка разовых бумажных билетов или транспортных карт. Кроме того, особенностью лондонской тарифной политики является дифференцирование оплаты проезда в зависимости от часов пик (пиковым временем в Лондоне считается время с 6:30 до 9:30 и с 16:00 до 19:00 в будние дни, за исключением праздников) Это сделано для того, чтобы разгрузить общественный транспорт в утренние и вечерние часы. Сравнительная стоимость проезда в ГПТ Лондона приведена в таблице 4 [9].

Таблица 4. Стоимость проезда в фунтах стерлингах

Категория граждан	Стоимость разовой поездки	Оплата Oyster Card				Оплата Travelcard				
		В пиковый период, одиночный	В не пиковый период, одиночный	За 1 день в пик	За 1 день в не пик	На 1 день в любое время	На 1 день в не пиковый период	7 дней	Месячный	Годовой
Взрослый	4.50	2.10	2.10	8.40	7.00	8.80	7.30	30.40	116.80	1216
Студенты 18+	4.50	2.10	2.10	8.40	7.00	8.80	7.30	21.20	81.50	848
16–18	4.50	1.05	1.05	8.40	7.00	8.80	7.30	15.20	58.40	608
11–15	2.20	0.80	0.75	4.20	1.50	4.40	3.40	15.20	58.40	608
5–10	Бесплатно, в сопровождении взрослого									

Анализ зарубежного опыта практического применения дискриминационного ценообразования в транспортных системах позволил выделить два основных направления его развития в настоящее время.

В рамках первого направления реализуются схемы получения дополнительного дохода, например:

1. Приезжие платят за услуги общественного транспорта больше чем жители города. Так в Варшаве жители платят за одну поездку 98 злотых, тогда как гости

столицы — 110 золотых. В Риге действует «Карта рижанина», проезд по которой дешевле для горожан.

2. В большинстве крупных городов отказываются от парковочных часов, заменяя их специальными пунктами, принимающими кредитные карты. Водитель вводит номер машины, по которому терминал идентифицирует марку и модель автомобиля и выводит на экран стоимость, в зависимости от уровня выбросов данной машины и места ее регистрации.

3. С учетом местонахождения — разовый билет на проезд продается по разной цене у водителя и в специализированном киоске.

4. В ряде городов действуют вечерние и ночные тарифы, которые значительно выше дневных.

В рамках второго направления реализуются схемы введения различных скидок на приобретение билетов, сроков использования, и ограничения поездок.

Развитие двух вышеперечисленных направлений основано на использовании различной ценовой эластичности поездок на ГПТ.

На основе ряда зарубежных и отечественных источников можно выделить следующие факторы, влияющие на эластичность по цене:

1. Более чувствительны к изменению цен на общественный транспорт потребители, имеющие машину, а так же индивидуумы с низким уровнем дохода, инвалиды, пенсионеры.

2. Менее чувствительны к изменению цен на общественный транспорт потребители, использующие транспорт для поездок на работу (учебу) а так же большие города, по сравнению с маленькими городами и населенными пунктами.

К сожалению, в имеющихся в открытом доступе исследованиях, не приводятся количественные показатели расчета экономической эффективности применения дискриминационного ценообразования на ГПТ. Предлагаются лишь различные алгоритмы разработки «тарифных меню», подлежащих дальнейшей калибровке. Ниже приводятся элементы алгоритма формирования «тарифных меню» для ГПТ европейских городов:

1. Вводится базовая цена за разовый билет, действительный в течение 1,5 часа, равная себестоимости поездки в течение этого времени (дискриминационная цена, рассчитана на автомобилистов и гостей города, не пользующихся общественным транспортом постоянно).

2. Второй вид билета — суточный — 24 часа, более выгодный для пассажира (например, он может стоить как 3—4 разовых).

3. Далее билет на неделю — еще более выгодный пассажиру.

4. На месяц — еще более выгодный пассажиру.

Используя предлагаемое «тарифное меню», стимулируют пассажиров покупать билеты длительного пользования, а разовые билеты, как более дорогие, частично компенсируют скидки по билетам длительного пользования.

В России ценовая дискриминация ограничивается действующим законодательством. Так согласно пункту 2 статьи 426 Гражданского кодекса Российской Федерации «Цена товаров, работ и услуг, а также *иные условия публичного договора* устанавливаются одинаковыми для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом и иными правовыми актами допускается предоставление льгот для отдельных категорий потребителей». По нашему мнению данная статья однозначно запрещает делать скидки на поездки в билетах длительного пользования. Подтверждением тому является то, что Государственная Дума намерена узаконить использование *скидочных карт* [7].

В связи с тем, что на сегодняшний день в Российской Федерации, за исключением статьи 426 Гражданского кодекса, отсутствует правовое регулирование, вопроса по установлению стоимости проездных билетов длительного пользования, органы исполнительной власти и местного самоуправления решают его самостоятельно, устанавливая порядок расчета их стоимости.

В настоящее время обычной практикой является установление нормативными актами в субъектов Российской Федерации ограничений стоимости проездных билетов длительного пользования. Так, в Санкт-Петербурге доля стоимости единого проездного билета не должна превышать 5% среднемесячного дохода жителей города, определяемого органами государственной статистики [8]. Необходимо отметить, что подобная практика используется и в европейских странах. Так фактическое состояние величины тарифов ГПТ в крупных городах Европы не превышают 5% но уже *суточного* прожиточного минимума.

В Санкт-Петербурге «стоимость проездных билетов длительного пользования на проезд в ГПТ в пределах тарифов, утверждаемых Правительством Санкт-Петербурга», устанавливается Комитетом по транспорту Администрации Санкт-Петербурга [8]. Примечательно, что делается это при отсутствии соответствующей методики. Сравнение прироста стоимости проездных билетов по годам представлено в таблице 5.

Таблица 5. Сравнение прироста стоимости отдельных видов проездных билетов с 2008 по 2013 гг. (в рублях)

Наименование	В рублях по годам:										
	2008	2009	Прирост	2010	Прирост	2011	Прирост	2012	Прирост	2013	Прирост
Разовый проезд в метро	17	20	1,18	22	1,10	25	1,14	27	1,08	28	1,04

Разовый проезд в НГПТ	16	18	1,13	19	1,06	21	1,11	23	1,10	25	1,09
Единый ПБ	1070	1260	1,18	1390	1,10	1580	1,14	1710	1,08	2040	1,19
ПБ на 1 вид НГПТ	440	495	1,13	525	1,06	580	1,10	635	1,09	790	1,24
ПБ на 2 вида транспорта	535	605	1,13	640	1,06	710	1,11	775	1,09	970	1,25
ПБ на 3 вида транспорта	660	740	1,12	785	1,06	870	1,11	950	1,09	1190	1,25

Из данных, приведенных в таблице, следует, что *стоимость единого проездного билета индексируется в соответствии с приростом стоимости разового проезда в метро*, а билеты длительного пользования для проезда в наземном транспорте *в соответствии с приростом стоимости разового проезда в наземном транспорте*. Однако, как следует из таблицы, эта зависимость нарушается, начиная с 2012 года.

Если представить билет длительного пользования в виде суммы поездок умноженных на установленный

тариф, то на такой билет будет крайне ограниченный спрос. Другое дело, когда стоимость билета длительного пользования позволяет совершить больше поездок, сэкономив на разовой оплате. В этом случае билет интересен для пассажира, но чем больше он позволяет совершить поездок по отношению к разовой оплате проезда, тем он менее интересен Перевозчику. В этом случае понятие тарифа заменяется понятием доходной ставки, всегда меньшей тарифа, в экономическом смысле представляющей средний доход, приходящийся на одну поездку (таблица 6).

Таблица 6. Изменение стоимости проезда и кратность основных проездных билетов среднему тарифу на городском пассажирском транспорте Санкт-Петербурга за период с 2008 по 2013 год

Вид билета	Количество поездок	Выручка за ПБ, в рублях	Доходная ставка	Количество билетов	Количество поездок на билет
ЕПБ на месяц	143 849 569	2 487 285 100	17,3	1 508 496	95,4
Автобус ПБ	42 511 835	433 871 300	10,2	735 385	57,8
Трамвай ПБ	5 613 767	69 153 400	12,3	113 985	49,2
Троллейбус ПБ	1 222 706	15 259 700	12,5	24 968	49,0
ПБ (Ав+Тм)	13 208 700	141 923 100	10,7	190 692	69,3
ПБ (Ав+Тб)	18 516 711	192 147 700	10,4	257 832	71,8
ПБ (Тм+Тб)	742 366	9 268 800	12,5	12 483	59,5
ПБ (Ав+Тм+Тб)	9 482 389	112 800 500	11,9	125 155	75,8
ПБ студ-й единый	104 250 254	933 802 000	9,0	1 424 459	73,2
Средняя	x	x	10,7	x	60,1

При тарифе на проезд в наземном транспорте 25 рублей и в метро 28 рублей средняя доходная ставка составляет всего 10,7 руб. На наш взгляд в отчетных данных явно завышено количество поездок по общим единым проездным билетам (ЕПБ), поскольку трудно найти объяснение для столь высокого количества поездок по данному виду билетов. Даже если считать, что доходная ставка чуть выше, то все равно все виды билетов длительного пользования являются менее доходными, по сравнению со сбором выручки от разового проезда. Частично смягчает ситуацию то, что продажа билетов длительного пользования *менее затратна* чем разовых. Для справки, в Санкт-Петербурге в 90-х годах расходы на реализацию *всех видов билетов*, за исключением жетонов метро, составляли 5% — 6% от собираемой выручки. С введением института кондукторов эти рас-

ходы увеличились в среднем до 50%-60% в зависимости от Перевозчика.

Заинтересованность Перевозчиков в самостоятельности сбора и использования выручки, являлись причиной ликвидации в 2000 году системы централизованной реализации всех видов билетов (за исключением жетонов и появившихся месячных билетов на проезд в метрополитене). Вместе с ликвидацией была утрачена сравнительная база для анализа тарифов и билетов длительного пользования, а так же затрат на их реализацию. Аналогичная ситуация с потерей базы для сравнительного анализа возникнет и при введении дискриминационных тарифов. В связи с чем, в последующие периоды, после введения таких тарифов, рост эффективности будет рассчитываться от новых их базовых значений.

Особое значение имеет кратность стоимости билетов длительного пользования к среднему тарифу. Кратность основных проездных билетов к среднему тарифу представлена в таблице 6.

Таблица 6. Анализ количества поездок и величины доходной ставки в Санкт-Петербурге по данным 2012 года

Вид билета	2008 цена/кратн		2009 цена/кратн		2010 цена/кратн		2011 цена/кратн		2012 цена/кратн		2013 цена/кратн	
Разовый проезд (тариф) трамвай, троллейбус, автобус	16	17	18	19	19	21	21	23	23	25	25	27
Разовый проезд (тариф) в метро	17		20		22		25		27		28	
Месячный единый	1070	65	1260	66	1390	68	1580	69	1710	68	2040	77
Месячный билет для проезда в метрополитене	810	49	955	50	1050	51	1195	52	1290	52	1500	57
Месячный на один вид наземного транспорта	440	27	495	26	525	26	580	25	635	25	790	30
Месячный комбинированный (трамвай, троллейбус, автобус)	660	40	740	39	785	38	870	38	950	38	1190	45

Данные таблицы свидетельствуют об *отсутствии* связи между кратностью различных видов билетов к разовому проезду. Исходя из этого, необходимо зафиксировать кратность на базе единого билета, например, установив ее в следующих соотношениях: 70 — для ЕПБ, 35 — для билета на 3 вида транспорта, 25 — на один вид транспорта. В дальнейшем производить калибровку планируемых объемов реализации исходя из фактических данных. В стратегическом плане при калибровке необходимо стре-

миться к повышению кратности для общих единых билетов (сейчас 70 поездок на метро) и напротив, уменьшая кратность в единых проездных билетах для студентов и школьников (сейчас 100 поездок на метро). Не прослеживается связь между ценой и кратностью по отношению к разовой поездке и в зарубежных транспортных системах. Анализ стоимости отдельных видов билетов по отношению к разовой поездке в городах, используемых дискриминационное ценообразование, представлен в таблице 7

Таблица 7. Анализ стоимости отдельных видов билетов по отношению к разовым поездке в городах, используемых дискриминационное ценообразование

Сопоставимые виды проездных билетов	Вена		Мюнхен	
	Цена	Кратность по отношению в разовой поездке	Цена	Кратность по отношению в разовой поездке
Билет на одну поездку	2	1	2,6	1
Суточный проездной	5,70	2,85	7	2,69
Проездной на 3-е суток	14,50	7,25	15,50	5,96
Недельный проездной	15,00	7,5	30	11,5
Билет на 8-мь дней	28,80	14,4	Нет	нет
Месячный проездной	45,00	22,5	нет	нет
Годовой	449	224,5	нет	Нет

Приведенные в таблице данные, свидетельствуют об отсутствии зависимости между стоимостью билета на определенный срок и кратностью его стоимости по отношению к разовой поездке, что не позволяет найти алгоритм роста стоимости билетов длительного пользования и расчета эффективности их внедрения.

Для принятия решения об использовании дискриминационного ценообразования на ГПТ необходимо оценить эффективность данного проекта. Если рассматривать «территориальную транспортную дискриминацию», когда в каждом из отдельных населенных пунктов страны будет принята дискриминационная система оплаты проезда,

когда для приезжих пассажиров проезд на общественном транспорте будет выше, чем для пассажиров-жителей населенного пункта, то в этом случае экономический эффект, при равных тарифах, смогут получить только населенные пункты, в которых число приезжих пассажиров будет превышать число пассажиров, выехавших в другой населенный пункт. Подобные эффекты получают или могут получать столичные города. По нашему мнению та-

кого рода «транспортный нигилизм» необходимо запретить на законодательно на федеральном уровне.

В исследовании экономической эффективности дискриминационного ценообразования на ГПТ, мы подошли с позиций существования понятия эффективности в широком и узком смысле. Возможные виды эффекта от реализации проекта ценовой дискриминации представлены в таблице 8

Таблица 8. Возможные виды эффекта от реализации проекта ценовой дискриминации на ГПТ

Вид эффекта	Что отражают показатели	Оценка
Экономический	Учитывают в стоимостном выражении все виды результатов и затрат по проекту	-
Финансовый	Расчет базируется на финансовых показателях	-
Ресурсный	Отражают влияние реализации проекта на объем перевозок	+ -
Социальный	Учитывают социальные результаты реализации проекта	+

Условные обозначения:

«-» нет расчетов;

«+-» возможный эффект

«+» есть эффект

В узком смысле (классический экономический подход), под понятием экономической эффективности традиционно подразумевается соотношение между полученными результатами и затратами ресурсов на их достижение. При этом ставится задача максимизировать результат, приходящийся на единицу затрат.

В отличие от классического экономического подхода, неоклассический подход ориентирован на изучение внешних количественных функциональных зависимостей — в частности, закона спроса и предложения, а также теорию обмена и категорию предельной полезности.

Основная проблемой для оценки эффективности при классическом и неоклассическом подходах является разная трактовка понятия «результат деятельности». Многогранность эффективности, а так же сложность ее оценки и формирования количественных показателей, сделала невозможным разработку единой системы управления эффективностью. Можно говорить

только об отдельных подходах, которые классифицируются нами как подходы первого и второго поколений.

Сравнение относительных преимуществ управления эффективностью первого и второго поколения представлено на рисунке 2.

Приведенное на рисунке 2 сравнение относительных преимуществ управления эффективностью первого и второго поколения свидетельствует об объективных преимуществах управления эффективностью второго поколения. Однако, нельзя произвести расчет экономической эффективности интегрального затратного и маржиналистского ценообразования не имея для этого соответствующего инструментария. В связи с чем ограничимся расчетами анализа прироста выручки за счет разовых поездок в условиях затратного и дискриминационного тарифного меню. Исходными данными для расчета будут являться сведения о количестве проездных билетов длительного пользования, реализованных на ГПТ Санкт-Петербурга в 2012 году (без учета маршрутных такси) таблица 9.

Таблица 9. Количество проездных билетов длительного пользования, реализованных на ГПТ Санкт-Петербурга в 2012 году (без учета маршрутных такси) [7]

Вид разовых билетов	Количество млн.шт.	Вид билетов длительного пользования	Количество млн.штук
Электротранспорт (трамвай, троллейбус)	81,9	Единые	11,4
Автобус	93,5	Билеты на наземный транспорт	1,4
Жетоны метро	333,6	Билеты метро	4,8
Итого	509,0	Итого	17,6



Рис. 2. Управление одномерной и многомерной эффективностью: цели, инструменты, результат

Таблица 10. Анализ возможного прироста выручки за счет разовых поездок в условиях затратного и дискриминационного тарифного меню

Варианты	Количество оплаченных разовых поездок, млн. шт.	Средний тариф	Сумма выручки млрд. руб.	Изменения выручки млрд. руб.
Вариант 1. Количество оплаченных разовых поездок остается неизменным.	509	29	14,8	0
		30	15,3	+0,5
		40	20,3	+5,5
Вариант 2. Количество оплаченных разовых поездок сокращается	458 (-10%)	30	13,7	-1,1
		40	18,3	+3,5
	407 (-20%)	30	12,2	-2,6
		40	16,3	+1,5
	356 (-30%)	30	10,7	-4,1
	40	14,2	-0,6	

Условные обозначения:

— Базовая выручка 14,8 млрд. руб.=100%; и — Условно средний фактический тариф (метрополитен-31 руб., наземный транспорт 28 руб.) по состоянию на конец 2015 года.

Как следует из анализа приведенных в таблице данных, максимальный прирост выручки (+5,5 млрд. рублей) можно ожидать только в случае максимального повы-

шения среднего тарифа и неизменном количестве оплаченных разовых поездок. Такого рода расчеты, с учетом трендового коэффициента, осуществляются в настоящее

время при планировании выручки для ГПТ Российской Федерации за исключением города Москвы.

И если предположить, что при максимальном повышении среднего тарифа, порядка 15% разовых поездок перейдет в билеты длительного пользования по более низкой стоимости поездки, то в лучшем случае экономический эффект от повышения тарифа будет находиться в «зоне точки безубыточности». Произвести расчет экономической эффективности не позволяет наличие 2-х неизвестных (цена и количество разовых поездок) в одном уравнении. Фактически предлагается действовать экспериментально, отслеживая тренд, с дальнейшей аппроксимацией, полученных результатов, на будущие периоды, что приведет к ликвидации сравнительной базы для расчета эффективности в течение одного года.

Кроме того, логично предположить, что если цены на отдельные виды билетов длительного пользования или

поездки будут выше или ниже издержек, то в пределах определенного промежутка времени эти повышения и понижения должны взаимно покрываться.

Но, поскольку, как указывалось выше, мы не можем рассчитать экономическую эффективность нового тарифного меню (прирост или падение разовых поездок и поездок по билетам длительного пользования), то возникает вопрос зачем нужен эксперимент с дискриминационным ценообразованием Перевозчику и в чем тогда заключается его интерес? Оппонентами, в качестве примера, приводится опыт «тарифного меню» ГПТ города Москвы, в котором благодаря разнообразию видов билетов цены при повышении тарифа растут неравномерно: некоторые билеты существенно увеличивают стоимость, а некоторые проездные даже дешевеют. Анализ структуры изменения цен основных билетов «тарифного меню» городского пассажирского транспорта города Москвы приведен в таблице 11.

Таблица 11. Анализ структуры изменения цен основных билетов «тарифного меню» городского пассажирского транспорта города Москвы

Вид билета	Ед. изм.	Цена до 01.02.2015	Цена с 01.02.2015	Изменение	
				руб.	%
Тройка					
1 поездка на метро	руб.	28	30	+2	7
1 поездка на наземном транспорте	руб.	26	29	+3	11
Единый (с ограничением поездок)					
1 поездка на любом виде транспорта	руб.	40	50	+10	25
2 поездки на любом виде транспорта	руб.	80	100	+20	25
5 поездок на любом виде транспорта	руб.	160	180	+20	12
20 поездок на любом виде транспорта	руб.	540	580	+40	7
40 поездок на любом виде транспорта	руб.	1080	1160	+80	7
Единый (без ограничения числа поездок)					
1 сутки	руб.	210	210	0	0
3 суток	руб.	400	400	0	0
30 суток	руб.	2350	2000	-350	-17,5
90 суток	руб.	5550	5000	-550	-11
365 суток	руб.	18200	18200	0	

Считается, что для тех, кто часто пользуется общественным транспортом, подорожание становится менее болезненным. Предполагается, что за постоянных клиентов заплатят те, кто покупает 1–2 поездки. Как следует из таблицы, эти билеты подорожали сильнее всего. Разработчики тарифного меню преподносят основную идею индексации в том, что бы заставить пассажиров перейти на проездной билет Тройка. Данный билет идеально подходит для автомобилиста, который использует общественный транспорт от случая к случаю. Срок действия этого билета не ограничен. Именно для этого билета делается основной акцент в рекламе. Для безлимитных поездок на 1, 3 цена не меняется. Считается, что за «безлимитными» билетами будущее, поскольку именно эти билеты, как свидетельствует отечественный

и зарубежный опыт, помогают оптимизировать пассажиропоток. В ряде случаев, совершив несколько пересадок на наземном транспорте пассажиры могут добраться из точки А в точку Б быстрее, чем на метро, и мы специально снизили на них цену, чтобы привлечь внимание пассажиров. Предполагается, что линейка этих билетов будет расширяться.

Кроме того, нельзя не отметить еще одну из причин заинтересованности в переходе на новое тарифное меню. Речь идет о технической проблеме существующего тарифного меню для метрополитенов страны, использующих для оплаты проезда жетоны, которая заключается в невозможности эффективного противодействия «скупке» жетонов населением перед повышением тарифа. Транспортники, в качестве защитных мер

для сокращения убытков, вводят ограничения на продажу жетонов, что приводит к образованию очередей в кассы метрополитенов. К тому же необходимо увеличивать запас жетонов. А если учесть, что себестоимость изготовления жетона в настоящее время сопоставима со стоимостью разовой поездки, то становятся понятными масштабы проблемы, решить которую можно только заменой жетона электронным билетом. Но здесь возникает проблема, ранее конструктивно заложенная в системы автоматизированного контроля оплаты проезда (АКП), по своей сути банковские, решение которой требует пластикового носителя или внесения технологических изменений в конструкцию АКП. Частично проблема может быть решена использованием банковских карт или оплатой проезда с помощью мобильных телефонов. Однако для городов с высокой долей иногородних пассажиров коренным образом решить проблему можно только путем использования разовых БСК на бумажной основе.

Исследование эффективности интеграции теории стоимости с маржиналистской концепцией ценообразования при формировании «тарифных меню» городского пассажирского транспорта позволяет сделать следующие выводы:

1. В условиях рыночной экономики тарифы на проезд в ГПТ приобретают ключевую роль в обеспечении деятельности предприятий перевозчиков, безопасности и качества пассажирских перевозок.

2. Действующим законодательством Российской Федерации предусмотрено государственное регулирование пассажирских тарифов и возмещение из бюджета соответствующего уровня доли тарифа, некомпенсированной установленной платой за проезд. Однако ограниченные возможности региональных бюджетов не позволяют компенсировать в полном объеме убытки предприятий пассажирского транспорта. В то же время, низкий уровень жизни населения приводит к необходимости ограничивать уровень, пассажирских тарифов. В таких условиях нужны новые подходы к формированию пассажирских тарифов, для определения которых нами были исследованы исторически сложившиеся в России и зарубежных странах концепции ценообразования. И в первую очередь нужен Закон о финансировании общественного транспорта.

3. Реформирование системы ценообразования на ГПТ приведет к корректировкам транспортных потоков. Принятие намеченных реформ ценообразования на ГПТ обществом и завоевание общественного мнения является ключевой проблемой. Дискуссии о политике установления тарифов на проезд в ГПТ вряд ли приведут к общественному консенсусу. Индивидуумы, преследуя свои собственные интересы, не добавляют общего блага (которое в данном случае заключается в отказе от автомобиля и пользование ГПТ). Успех может быть достигнут только за счет внешнего вмешательства — введения платы за пользование дорогами совместно с дискриминационным

ценообразованием на ГПТ. Этот прием позволит разрабатывать тарифную политику, основываясь на системе льгот и скидок.

4. В подавляющем числе городов Российской Федерации используются затратные методы формирования пассажирских тарифов. Такой подход к построению пассажирских тарифов. Проведенный анализ сезонных колебаний уровня потребления услуг пассажирского транспорта, а также распределения объема перевозок в период суток в совокупности с исследованиями тарифных систем, действующих в зарубежных странах, позволили обосновать применение дифференцированных по времени суток тарифов на ГПТ. Применение дифференцированных тарифов позволит привлечь на маршруты ГПТ пассажиров с личного транспорта и выровнять доходы перевозчиков в период сезонного снижения пассажиропотока.

5. Зарубежный опыт свидетельствует о использовании транспортных интеллектуальных карт для построения гибких систем сбора выручки. В первую очередь с ограничениями по сроку действия, времени действия и числа поездок, то есть 2-го и 3-го типов ценовой дискриминации.

6. Относительное преимущество дискриминационного ценообразования для ГПТ заключается в смене нагрузки в оплате проезда с «тарифов для всех» на тарифы для отдельных категорий.

7. Экономическая эффективность дискриминационного ценообразования для ГПТ крупного города на практике может быть доказана только пробной эксплуатацией. При создании тарифных меню можно лишь стремиться к минимуму убытков перевозчика.

8. Те проездные билеты, которые пассажиры будут покупать в любом случае, следует делать дороже, и более низкие цены на те, спрос на которые чутко реагирует на изменение цены. На практике это означает, что цена на разовые билеты должна быть выше, а билеты на несколько поездок и на время, чей спрос менее эластичен, должны приносить пассажиру ощутимую выгоду для их приобретения.

9. Дискриминационное ценообразование, в частности добавление в тарифное меню зависимость стоимости поездки от времени, предполагает большую социальную справедливость, которая выравнивает расходы граждан на транспорт вне зависимости от расположения их места жительства, работы и других точек частых поездок по отношению к маршрутной сети.

10. Менее «болезненно» потенциальными пассажирами будет восприниматься повышение тарифов, так как масса недовольных будет неоднородна.

11. По экономической эффективности система дискриминационного ценообразования может выступать как альтернатива оплате за время и расстояние поездки.

12. Внедрение системы предполагается осуществить путем расширения функций кондукторов, до замены их расчетными терминалами.

13. Структуры крупных транспортных компаний ГПТ в обязательном порядке должны содержать маркетинговые службы, выполняющие функции своеобразных представителей клиентуры, формулирующих и обобщающих их требования по удовлетворению по-

требностей в перевозке и тарифам. Для успешного функционирования данных подразделений необходимо разрабатывать, внедрять и обмениваться опытом внедрения технологий проведения маркетинговых исследований на ГПТ.

Литература:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 7 марта 1995 г. № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)».
2. Федоров, В. А. Способ уменьшения «транспортных заторов» в больших городах с помощью нулевых тарифов на проезд в общественном транспорте Вестник «ИНЖЕКОНА» «Экономика» выпуск 1 (60) 2013. стр.199–209
3. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://gov.spb.ru/gov/admin/albin-igor-nikolaevich/news/70323/>
4. Постановление Правительства РФ от 17.02.1999 N 192 «Об утверждении Методических рекомендаций по определению потребительской корзины для основных социально-демографических групп населения в целом по Российской Федерации и в субъектах Российской Федерации»
5. Салимжанова, И. К. Цены и ценообразование: Учебник для вузов Финстатинформ 2001 г. 304с.
6. Бычков, В. П. Экономика автотранспортного предприятия: Учебник/В. П. Бычков — М.: ИНФРА-М, 2008. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978–5–16–002699–2.
7. Госдума намерена узаконить использование подарочных сертификатов, скидочных и иных карт. Деловой Петербург — 16 июля 2015 г.
8. В. А. ФЕДОРОВ. Городской пассажирский транспорт Санкт-Петербурга (1991–2014 гг.): политика, стратегия, экономика (1991–2014 гг.). — СПб.: Изд-во «Принт», 2014. — 232 с.
9. Сайт лондонского транспорта [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.tfl.gov.uk>
10. Николаев, И. А., Ефимов С. В., Калинин А. М., Марушкина Е. В. // Совместный проект телекомпании REN TV, аудиторско-консалтинговой компании ФБК и газеты «Ведомости» «Сколько тратит Россия». Москва, 2004. — 32 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fb.ru/upload/contents/561/2-pitanie.pdf>

Рынок банковского кредитования населения: анализ, структура и проблемы

Шмыгленко Юлия Сергеевна, магистрант
Тюменский государственный университет

Ключевые слова: кредит, финансы, банковская система.

В современной экономике кредит считается одним из ключевых условий и предпосылкой экономического развития страны, а кроме того главной и неотъемлемой составляющей экономического роста, все это обуславливает формирование системы кредитования населения. Каждый год возрастает объем такого кредитования и расширяется перечень предоставляемых банками кредитных продуктов населению. Но жесткие требования межбанковской конкурентной борьбы на рынке кредитования Российской Федерации заставляют банки находить пути увеличения эффективности кредитования и обеспечения его привлекательности для населения. По нашему мнению, данный процесс потребует не только существенных вложений, обширной и разветвленной сети филиалов банков, современных банковских технологий, но и глубокого знания участниками рынка основ кредитных отношений, понимания сути и значимости

кредитования населения в самой системе кредитных отношений.

Кредитование населения распространено в абсолютно всех странах мира, считается залогом социальной и финансовой устойчивости, привнося собственный вклад в реализацию ключевых направлений государственной политики. Государство, в свою очередь, иницируя совершенствование нормативно-правовой базы, исполняя на постоянной основе надзор за работой субъектов и объектов системы кредитования населения, оказывая им государственную поддержку и предоставляя государственные гарантии, тем самым активизирует платежеспособный спрос, оказывает воздействие на устойчивость банковской системы, содействует формированию и совершенствованию ее инфраструктуры, а кроме того оберегает круг интересов покупателей финансовых услуг.

До начала кризиса 2014–2015 гг. кредитование населения являлось одним из наиболее прибыльных направлений банковской деятельности. В отрасли наблюдалась активная конкуренция, результатом которой был стабильный рост розничного банковского кредитного портфеля. К концу августа 2014 г. банки выдали населению более 4,8 трлн. руб. С началом кризиса рост кредитного портфеля физических лиц прекратился, и с января по сентябрь 2015 г. наблюдалось сокращение портфеля кредитования в среднем на 2% ежемесячно [10].

За период с 2008 по 2015 годы количество банков в России постоянно сокращается. Данный факт подтверждается заключениями экспертов, которые уже указывают, что в ближайшие годы в России останется около 500–600 банков [6]. И на самом деле, прогнозы аналитиков по количеству банков вполне реальны. Для того, чтобы удостовериться в этом, необходимо изучить количественную составляющую банков в ключе последних изменений в законодательстве по размеру уставного фонда.

Согласно данным Банка РФ по состоянию на 01 января 2015 года количество коммерческих банков и не банковских организаций в России составляет — 834, из них только — 419 (50,24%) можно уверенно относить к крупным и вполне соответствующим требованиям законодательства по размеру уставного капитала. Из общего количества не банковские кредитные организации на 01 января 2015 год составляют — 51.

На начало 2015 года из общего количества банков и не банковских кредитных организаций 450 банков, или 54% зарегистрированы и имеют головной офис в г. Москве.

При данном количестве банков в г. Москве и при ориентировочной численности населения г. Москвы в 10,4 млн. человек получается, что на каждые 23,1 тысяч населения столицы приходится один банк [3].

На 01 января 2015 года количество банков составило 834, то есть за прошедший 2014 год сократилось еще на 89 банков. А количество банков за последние 6 лет (с 2007 по 2015 годы) сократилось уже на 302 банка, что составляет 26,6% [1]. В данном случае, особенно отрицательным является то, что быстрыми темпами происходит сокращение банков практически по всем Федеральным округам. В случае сохранения данной тенденции региональные банки в ближайшие годы могут исчезнуть совсем.

Наглядно в таблице 1 представлена динамика общего количества действующих банков России в разрезе Федеральных округов, за последние 8 лет.

По данным таблицы видно, что основная масса коммерческих банков зарегистрирована в европейской части страны, и очень мало региональных банков за Уралом. Особо обращает на себя внимание незначительное количество региональных коммерческих банков на территории огромных по площади Дальневосточного, Северного и Уральского Федеральных округов, которое к тому же существенно снизилось за анализируемый период, а ведь основные богатства России находятся именно на этих территориях страны.

Статистика показывает, что на 01.01.2014 год и 01.01.2015 год сокращение количества коммерческих банков ускорилось в 2,7 раза (89 за 2014 г. / 33 за 2013 г.).

Таблица 1. Динамика общего количества действующих банков России в разрезе Федеральных округов за 2008–2015 годы [6]

Количество действующих банков и не банковских КО России	01.01.2008 г.	01.01.2009 г.	01.01.2010 г.	01.01.2011 г.	01.01.2012 г.	01.01.2013 г.	01.01.2014 г.	01.01.2015 г.
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	632	621	598	585	572	564	547	504
г.Москва	555	543	522	514	502	494	489	450
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	81	79	75	71	69	70	70	64
ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	118	115	113	47	45	46	46	43
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	-	-	-	57	56	50	43	28
ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	134	131	125	118	111	106	102	92
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	63	58	54	51	45	44	42	35
СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	68	68	62	56	54	53	51	44
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40	36	31	27	26	23	22	22
КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	-	-	-	-	-	-	-	2
По Российской Федерации	1 136	1 108	1 058	1 012	978	956	923	834

Только за последний день сентября 2014 года Банком России было отозвано сразу 3 лицензии: КБ «СО-ЮЗПРОМБАНК» ООО (г. Москва) — с 30 сентября 2014 года; ОАО БАНК «ПРИОРИТЕТ» (г. Самара) — с 30 сентября 2014 года; ООО «ЭСИДБАНК» (г. Махачкала) — с 30 сентября 2014 года.

В декабре 2014 отозвана лицензия у ОАО коммерческий «Волга-Кредит» банк (рег. № г. Самара) (с 30.12.2014 г.).

На 01 июля 2015 год в России осталось только 797 банков и не банковских кредитных организаций, таким образом, становится ясно, что сокращение банков продолжилось и в 2015 году.

Так, только 20 мая 2015 года отозвано сразу 3 лицензии у следующих банков: АО Комсоцбанк «Бумеранг» (рег. № 1002, Вологодская область, г. Череповец) — с 20.05.2015 г.; АО «Профессионал Банк» (рег. № 2471, г. Москва) — с 20.05.2015 г.; ООО КБ «Транспортный» (рег. № 3174, г. Москва) — с 20.01.2015 г.

13 марта 2015 г. также были отозваны лицензии сразу у 3-х банков: ОАО «Тихоокеанский Внешторгбанк» (рег. № 1378 г., Южно-Сахалинск) — с 13 апреля 2015 г.; КБ «Транснациональный банк» ООО (рег. № 2108, г. Москва) — с 13 апреля 2015 г.; ЗАО «ИпоТек Банк» (рег. № 2794, г. Москва) — с 13 апреля 2015 г. [6]

Сегменты банковского кредитования тесно связаны между собой и оказывают непосредственное взаимное влияние. В частности, повышение ставок на межбанковском рынке приводит к удорожанию потребительских и всех остальных займов. Снижение ставки рефинансирования центральным банком, наоборот, делает кредиты более доступными [12].

Соотношение суммарного объема кредитов, взятых населением, к суммарному объему их депозитов падало во время прошлого кризиса: с 71% в ноябре 2008 г. до 42% в марте 2011 г. Затем начался постепенный рост пропорции, но на предкризисный уровень так и не вышел, а с декабря 2014 г. она снова падает — до 57% на начало мая 2015 г. с учетом сезонной корректировки (Рис. 1).

Эта динамика обуславливается, прежде всего, рублевой составляющей, тогда как отношение валютных кредитов к валютным депозитам снижалось в течение всего рассматриваемого периода. В общей сумме накопленного объема кредитов физическим лицам рублевые представляют абсолютное большинство — стабильно больше 90% с августа 2010 г. и 97,6% по состоянию на начало мая 2015 г. Во вкладах также преобладают рублевые, но их доля колеблется на уровне 70–80%. Важный параметр — доля ипотечных кредитов в общей сумме кредитов: по рублевым кредитам — 25–30% в среднем за 2009–2015 годы, по валютным — около 50% [7].

Потрясения в сфере личных финансов в 2014–2015 годах сопоставимы, но скорее даже превосходят по интенсивности кризис 2008–2009 годов.

В конце 2010 года объем рублевых кредитов вышел на предкризисный уровень 2007 года. В 2010–2012 годах рост объемов кредитования физических лиц был довольно бурным, но уже с 2013 года начал постепенно замедляться. Объем рублевых ипотечных кредитов с 2009 года рос пропорционально всем рублевым кредитам, а с начала 2014 года — опережающими темпами.

С ноября 2008 г. по сентябрь 2009 г. рублевые кредиты демонстрировали падение, а с октября 2009 г. и до

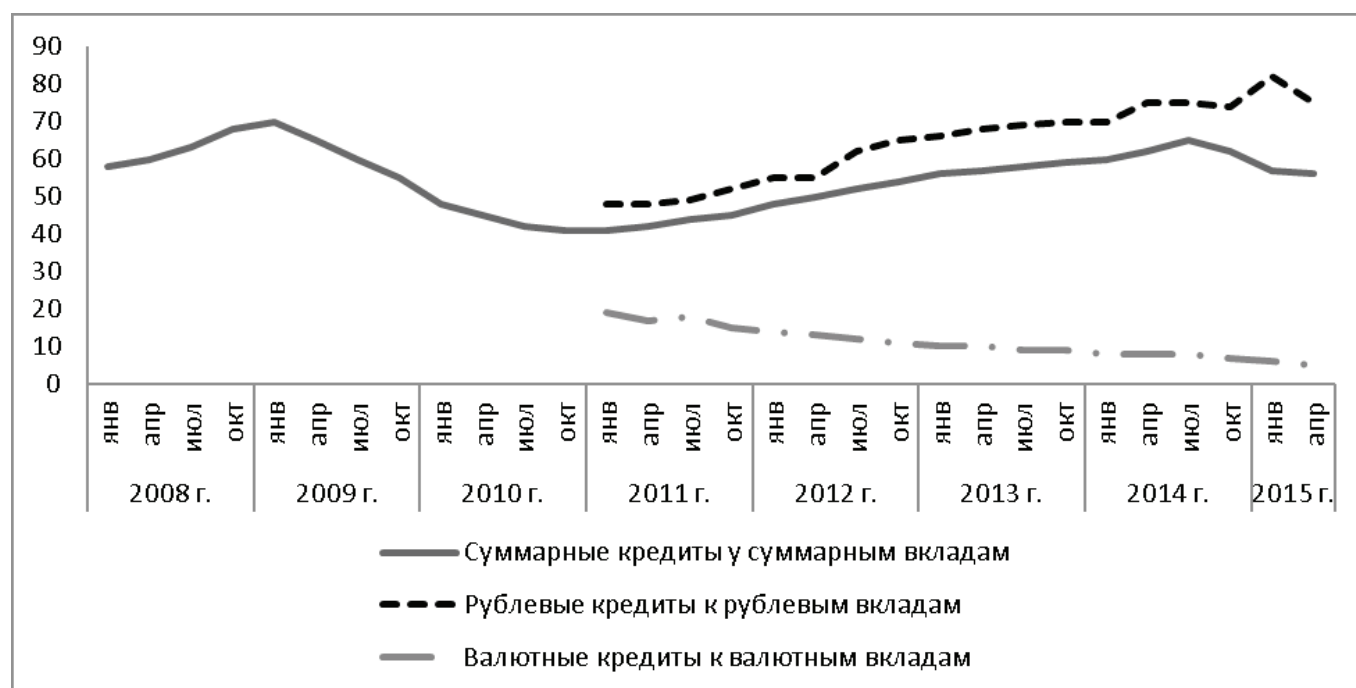


Рис. 1. Отношение объемов кредитов к депозитам населения на начало месяца, 2008–2015 годы, % [4]

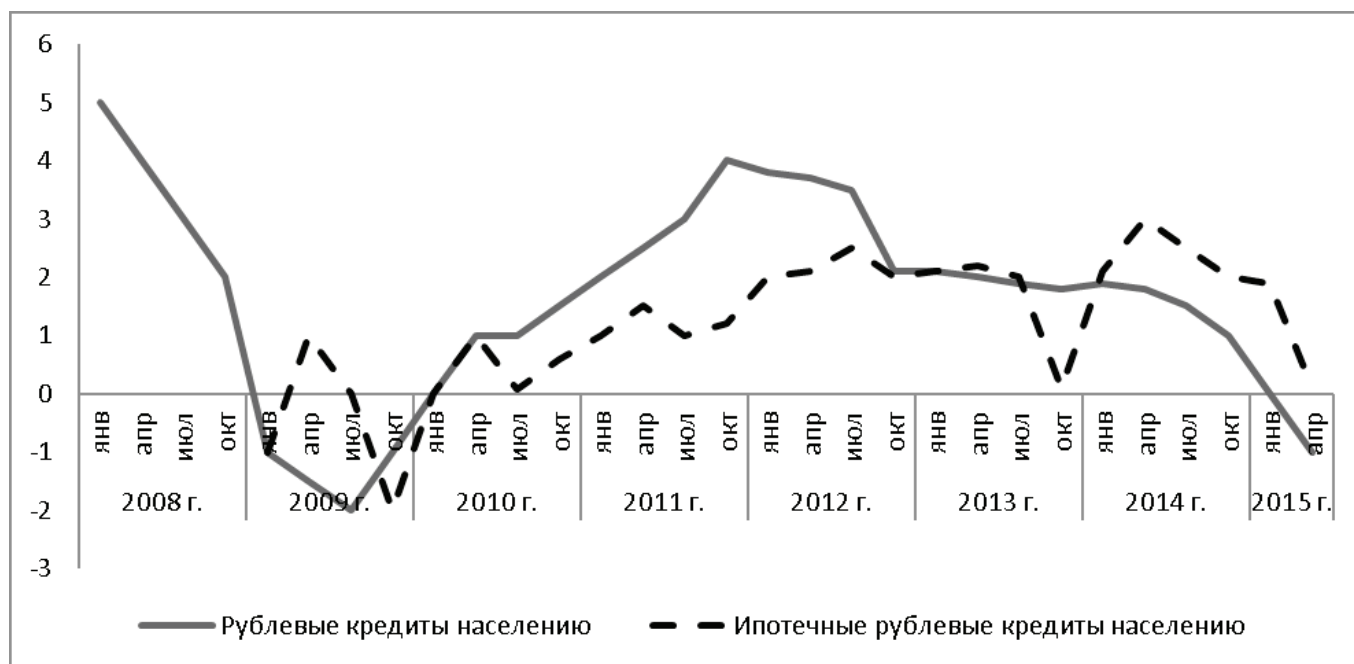


Рис. 2. Динамика рублевых кредитов физических лиц, прирост за месяц, 2008–2015 годы, % (сезонно скорректированные ряды) [4]

недавнего времени они росли. Отрицательным прирост вновь стал с января 2015 г.: — 11, — 45, — 74 и — 96 млрд. руб. за январь, февраль, март и апрель 2015 г. соответственно с учетом сезонной корректировки. Ипотечное рублевое кредитование не следует этой траектории — пока сохраняется положительный, но снижающийся прирост (плюс 60, 36, 17 и 11 млрд. руб. за январь, февраль, март и апрель 2015 г. соответственно с учетом сезонной корректировки).

Совершенно иная картина предстает при анализе валютных кредитов. С середины 2014 г. кредиты (и суммарно, и ипотечные) сокращались еще со времени финансового шока осенью 2008 г. Таким образом, нагрузка долгов на активы для валютной составляющей сокращалась. В марте 2015 г. впервые за несколько месяцев валютные кредиты показали положительный прирост в 2,6%, но в апреле 2015 г. — вновь падение в 3,7%.

Колебания кредитов населения происходили на фоне изменений ключевой ставки Банка России (с 31 октября 2014 г. — 9,5%, с 11 декабря 2014 г. — 10,5%, с 16 декабря 2014 г. — 17%, со 2 февраля 2015 г. — 15%, с 16 марта 2015 г. — 14%, с 5 мая 2015 г. — 12,5%, с 16 июня 2015 г. — 11,5%) и последовавшего за этим масштабного изменения процентных ставок коммерческих банков. Ставки по кредитам демонстрировали рекордные величины в 25–35% годовых. Снижение ключевой ставки с февраля 2015 г. при этом не повлекло такого же оперативного снижения ставок по кредитам (за исключением Сбербанка, который является ориентиром для отрасли и обладает достаточными возможностями).

Одной из причин, по которой банки не понижают процентные ставки по кредитам темпами, сравнимыми с тем-

пами снижения ключевой ставки, является высокая стоимость депозитов сроком от 3 месяцев до 1 года, привлеченных в декабре-январе по максимально высоким ставкам. Банки не могут мгновенно заместить дорогое фондирование по депозитам — при том, что их доля в пассивах составляет более 60–70% — поэтому заметное снижение ставок по кредитам может произойти лишь после замещения дорогого фондирования более дешевым.

Объем плохих долгов — просроченной задолженности населения по кредитам — в 2011–2012 годах стабильно держался на уровне 300 млрд. руб., однако с начала 2013 года стал быстро расти, к весне 2015 года увеличившись в 2,5 раза. Доля ипотеки в общем объеме просроченных долгов выросла с 7% в начале 2009 г. до 15% в конце 2011 — начале 2012 года, но со второй половины 2014 года опять вернулась к 7% [8]. Доля просроченных долгов в общем объеме кредитов менялась от 3,4% в феврале 2008 г. до пика 7,5% в октябре 2010 г., затем снижалась до 4–4,5% в 2013 году и в последние месяцы растет, составив 7% на начало мая 2015 г. (Рис. 4.).

В последние месяцы просроченная задолженность в процентном соотношении выросла сильнее по рублевым кредитам, чем по валютным, измеренным в условных единицах, но слабее, чем по валютным, измеренным в рублях.

Долговая нагрузка в виде накопленного объема потребительских и ипотечных кредитов на доходы населения (как процент к доходам за предыдущие 12 месяцев) возрастала в России с начала 2011 года. В 2014 году рост долговой нагрузки по совокупным розничным кредитам замедлился, а во второй половине года почти остановился — максимум в 24% был достигнут в начале де-

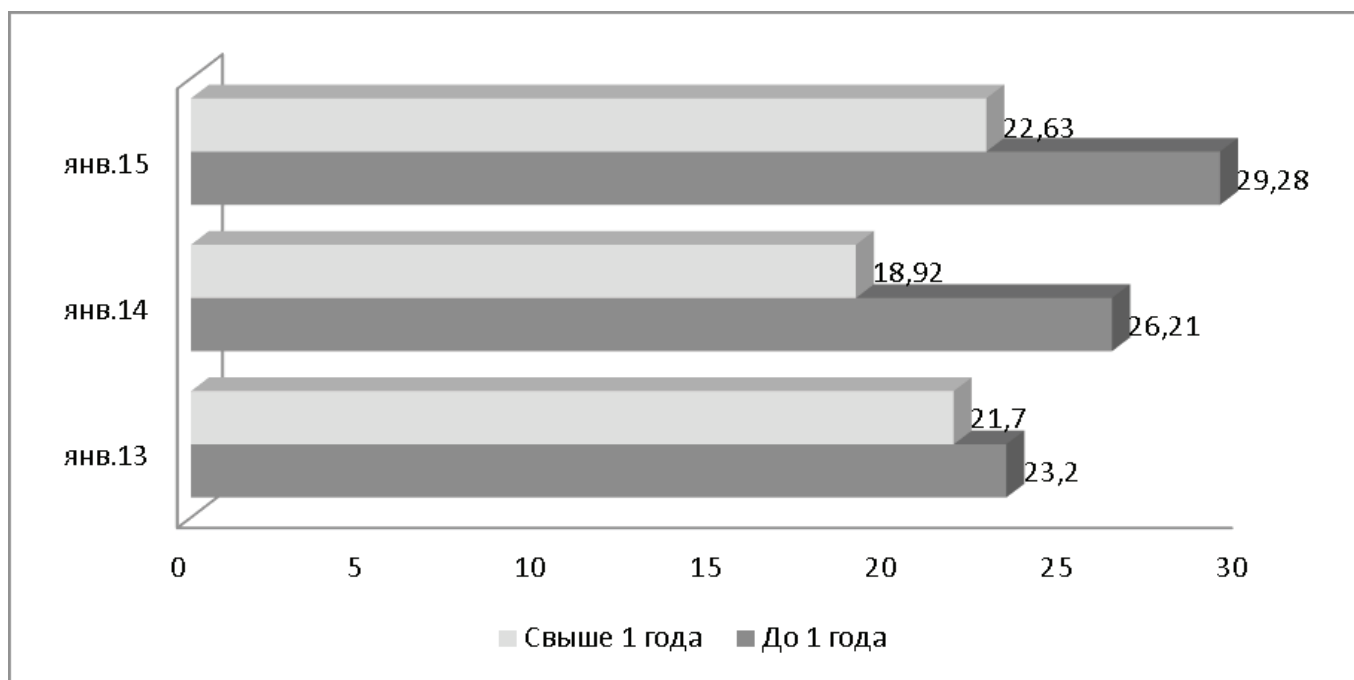


Рис. 3. Средневзвешенные процентные ставки по кредитам физических лиц, % годовых [11]

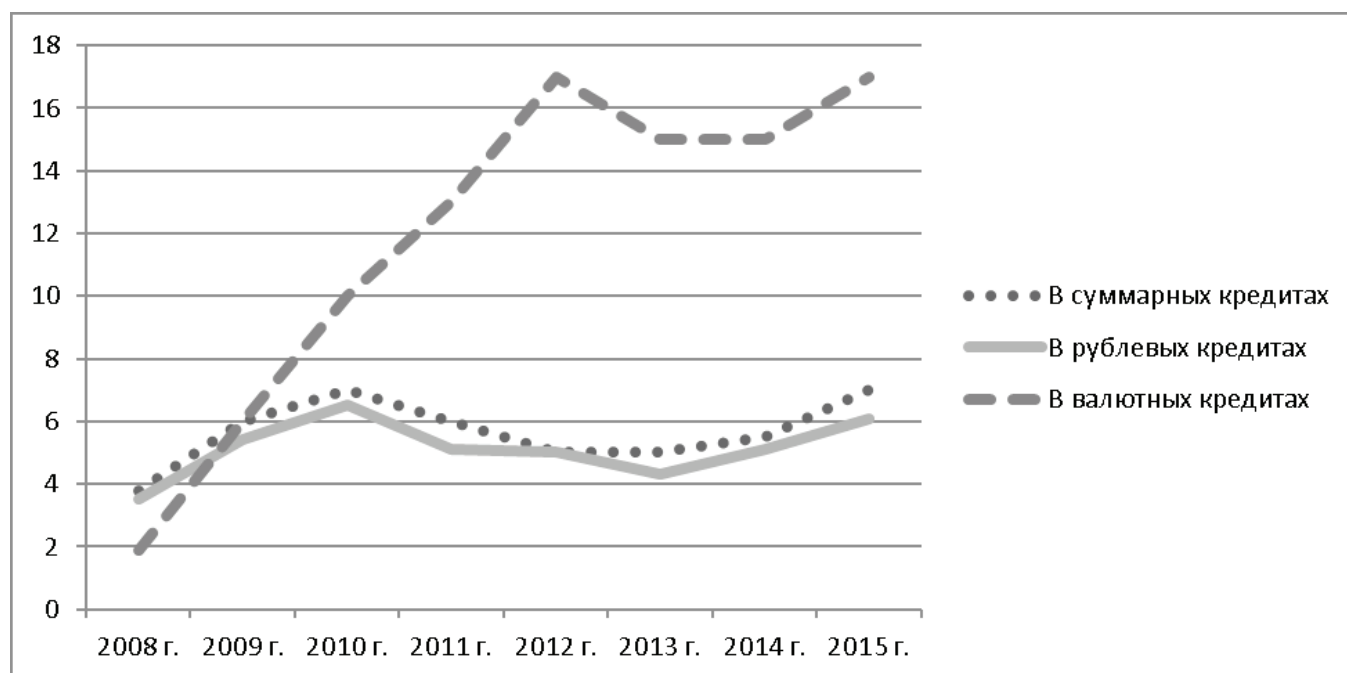


Рис. 4. Доля просроченной задолженности в накопленном объеме кредитов на начало месяца, 2008–2015 годы, % (сезонно скорректированные ряды) [4]

кабря 2014 г., после чего нагрузка стала сокращаться, к началу мая 2015 г. составив 22%. Нагрузка по ипотеке демонстрирует большую инерционность: она стала сокращаться лишь в начале февраля 2015 г., при этом к началу мая снизилась всего на 0,1 п.п. (с 7,3% до 7,2%).

Рост просроченной задолженности за анализируемый период составил 40%. Данный факт не может не вызывать тревогу, причем стоит заметить, что основные негативные тенденции прослеживаются в 2014 году.

В этой связи следует отметить, что важным достижением для банковской системы было создание бюро кредитных историй. В соответствии с Законом «О кредитных историях» все банки обязаны предоставлять в бюро сведения о кредитной истории заемщиков. Данная база создавалась как для банков, так и для заемщиков. Банкам бюро кредитных историй помогает отсеять недобросовестных заемщиков, а заемщикам с положительной кредитной историей получить более

дешевые кредиты. Бюро кредитных историй содержит еще мало информации и не может удовлетворить все требования по запросам, однако это является хорошей наработкой на будущее [12].

Исходя из статистических данных почти 10 миллионов заемщиков не справляются со своими кредитными обязательствами, что привело к образованию просроченной задолженности (всего взяли кредиты 35 миллионов граждан), которая неуклонно возрастает. Только за первый квартал 2015 г., прирост проблемной задолженности увеличился на 15%. Это означает, что необходимо акцентировать внимание на качественном взыскании долгов, так как 30% обращений со стороны заемщиков связаны с противоправными действиями лиц, которые проводят взыскание [2]. Аналитики финансовой сферы осуществляют мониторинг изменений в области потребительского кредитования, анализируют обращения заемщиков, что дало возможность определить четыре основных проблемы в сфере кредитования.

1. Принудительное включение в кредитный договор услуг по различным видам страхования. Чаще всего, положения об обязательном страховании, указываются в отдельном соглашении, хотя по действующему законодательству банки, а также другие профессиональные кредиторы обязаны дать возможность подписать договор кредитования без включения в его условия дополнительного отягощения, которое ложится на плечи заемщика.

2. Незнание заемщиков о таком понятии, как формирование полной стоимости кредита. Стоит напомнить, что рыночный коэффициент ПСК касательно потребительских кредитов проходит ежеквартальный расчет и оглашается Банком России.

3. Игнорирование права потребителя на отказ от того, чтобы банком была произведена уступка требования долга третьим лицам. Действующее законодательство не запрещает кредитору уступать право требования долговых обязательств, но только при условии, если нет письменного запрета от потребителя. В действительности же работники большинства банков в процессе оформления кредита заявляют, что нельзя отказаться от уступки права требования, чем вводят граждан в заблуждение.

4. Незаконные действия лиц, которые занимаются взысканием проблемной задолженности — осуществ-

ление звонков в темное время суток, систематические угрозы, распространение личной информации должника, оскорбления, разного рода психологическое давление и др. [5]

Начиная с 01.10.2015 г., каждый гражданин, который имеет не погашенную задолженность по кредиту, в рамках реструктуризации своих долгов, обязан будет явиться в арбитражный суд и написать соответствующие заявления, где его должны будут признать банкротом. Данные положения закреплены в ФЗ от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» [11]. Крайне важно знать то, что сумма долга должна быть не меньше 500 тысяч рублей.

Эксперты в области финансов считают, что отдельные граждане, которые взяли по несколько кредитов сразу, уже практически прекратили выплаты, рассчитывая, что уже в середине осени у них будет возможность составить заявление о банкротстве и уклониться от договорных обязательств по погашению кредита. Такие же заявления о невозможности выплатить долг, скорее всего, что начнут подавать и порядочные потребители, которые оказались в затруднительном материальном положении. Вот именно для решения таких спорных ситуаций и требуется принятие института квалифицированных консультантов по финансовым вопросам, которые окажут посильную помощь гражданам во всех правовых спорах по потребительскому кредиту.

Приведенные финансовые данные свидетельствуют о том, что, несмотря на активное наращивание кредитного портфеля в банковской системе возникло немало проблем. В первую очередь декапитализация банковского сектора, вызванная ростом просроченной задолженности, которая в свою очередь влияет на условия кредитования физических лиц и юридических лиц. Ограничения возможностей поддержки со стороны государства ликвидности банков и кредитного рынка в целом [12].

Проблемы банковской системы стали одним из главных факторов, оказывающих влияние на экономическую ситуацию в России. Именно поэтому принятие как оперативных правительственных решений, так и региональных программ коммерческих банков, направленных на преодоление экономического кризиса важны сейчас, как никогда ранее.

Литература:

1. Центральный банк РФ — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения 09.03.2015).
2. Федеральная служба государственной статистики РФ — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 09.03.2015).
3. Электронная газета Правда — [Электронный ресурс] — Режим доступа — <http://www.pravda.ru/> (дата обращения 09.03.2015).
4. Бюллетень социально-экономического кризиса в России. Выпуск № 2, июнь 2015.
5. Закон о потребительском кредите: оправдались ли ожидания? — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://forumyuristov.ru/> (дата обращения: 13.10.2015).

6. Количество банков в России — динамика за 2007–2015 годы, уставной капитал и количество банков в разрезе регионов — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://bankirsha.com/> (дата обращения: 13.10.2015).
7. Кредитование в России — 2015. Что изменилось? — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://global-finances.ru/> (дата обращения: 31.09.2015).
8. Мелованова, Е. Ипотека в условиях экономической нестабильности становится дороже — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gusipoteka.ru/> (дата обращения: 05.10.2015).
9. Потребкредиты перестали стимулировать экономику [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://expert.ru/> (дата обращения: 05.10.2015).
10. Развитие банковского рынка в 2014–2015 годах — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gaexpert.ru/> (дата обращения: 07.10.2015).
11. Рейтинги банков — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/> (дата обращения: 05.10.2015).
12. Сытник, М. М. Рынок банковского кредитования в РФ: аналитический аспект — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL <http://research-journal.org/> (дата обращения: 31.09.2015).
13. Официальный сайт Сбербанк России ОАО — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.sberbank.ru/> (дата обращения: 07.10.2015).
14. Федеральный закон от 21.12.2013 N 353-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О потребительском кредите (займе)» «Собрание законодательства РФ», 23.12.2013, N 51, ст. 6673.
15. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О несостоятельности (банкротстве)» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.consultant.ru/ (дата обращения: 07.10.2015).

Особенности функционирования рынка банковского кредитования населения в России

Шмыгленко Юлия Сергеевна, магистрант
Тюменский государственный университет

Ключевые слова: кредит, финансы, банковская система.

Современный рост кредитования физических лиц делает особо значимым глубокое изучение и анализ особенностей функционирования рынка банковского кредитования населения в России.

С 1 июля 2014 г. вступил в силу Федеральный закон от 21.12.2013 N 353-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О потребительском кредите (займе)» [1]. Настоящий закон регулирует отношения, возникающие в связи с предоставлением кредитов (займов) физическим лицам, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Федеральным законом от 21.12.2013 N 353-ФЗ устанавливается легальное определение потребительского кредита (займа), условия, которые должны содержаться в договоре кредитования, определяются состав и порядок предоставления информации при заключении договора потребительского кредита, требования к договору потребительского кредита и сопутствующим договорам, требования к кредиторам и заемщикам, а также права и обязанности сторон по договору, меры по защите прав и законных интересов потребителей и кредиторов и от-

ветственность за их нарушение. Помимо этого законом устанавливаются меры государственного контроля и надзора при потребительском кредитовании.

Далее, представим обзор рынка потребительских кредитов за 2014 год. Несмотря на турбулентность на финансовом и валютном рынке в прошлом году, рынок потребительского кредитования продемонстрировал удивительную стабильность и лишь в январе среагировал на рост ставок. В то же время, сегмент кредитования в валюте сократился за год вдвое [10].

Рынок потребительского кредитования пережил спокойный 2014 год, особенно его окончание, достаточно спокойно.

Тенденция повышения средних ставок не обошла и рынок кредитования населения, тем не менее, коммерческие банки повышали ставки по таким займам на намного меньшие величины, чем по другим продуктам.

На 01 января 2015 года значительно повысились ставки только по потребительским кредитам сроком на 5 лет — на 0,72%. По остальным срокам кредитования изменение стоимости не превысило 0,3%. Только в январе

2015 года стоимость потребительских кредитов вернула рост ключевой ставки, увеличившись на 4,8–5,7%.

Центральный банк РФ для поддержания курса рубля и снижения растущей инфляции, своими привел к росту стоимости фондирования банков. В такой ситуации банки просто были вынуждены были поднять ставки по потребительским кредитам. К сожалению, такие действия, хоть и вынужденные, приведут к уменьшению объемов займов, что, в свою очередь, приведет к ослаблению потребительского спроса, стимулирующего экономику [11].

Незначительные изменения произошли и в перечне кредитующих банков из числа 30 крупнейших на рынке услуг для частных лиц. Только в конце 2014 года решение уйти с рынка приняли Восточный Экспресс Банк и Связь-Банк, вследствие этого число кредитующих организаций сократилось до 26-ти.

Тем не менее, большие изменения произошли по другим параметрам, таким как максимальная сумма выдаваемого кредита и срок кредитования. При всем при том, что максимальная сумма выдаваемого кредита, которую заявляют банки из числа Топ-30, за 2014 год не изменилась и составляет 3 млн. рублей, сократилось количество кредитных организаций, предлагающих такой лимит. На конец января 2015 года на такую сумму в рамках потребительского кредитования готов предоставить только Банк Москвы, тогда как год назад в этом перечне были еще пять банков — ВТБ 24, Газпромбанк, Московский Кредитный Банк, Росбанк, Сбербанк России [11].

Аналогичная ситуация и по максимальному сроку кредитования — он не изменился и составляет 15 лет, но ряд банков сделали свои программы более «короткими». Так, Россельхозбанк был готов кредитовать на 10 лет, а сегодня — лишь на семь; ВТБ 24 — на семь лет вместо сегодняшних пяти. Газпромбанк и Кредит Европа Банка сократили максимальный срок кредитования на один год, Абсолют Банк — на два года.

При этом банк «Возрождение», напротив, повысил срок кредитования с пяти до семи лет [15].

В сегменте потребительских кредитов, номинированных в долларах, картина со средними эффективными ставками, еще более плачевная — банки не меняли стоимость таких займов еще с июля. По итогам года снижение составило 0,1–0,4%.

В начале 2015 года средние ставки повысились ненамного меньше, чем по кредитам в рублях — на 0,6–4,1%.

Тем не менее, при рассмотрении количества кредитующих коммерческих банков из группы Топ-30, такое поведение средних ставок вполне объяснимо. Данный рынок становится все более скучным для коммерческих банков, вследствие чего они не концентрируются на ценовой конкуренции, как по другим продуктам для частных лиц.

В течение 2014 года состав кредитующих в валюте коммерческих банков сократился на шесть организаций, или на 60% — свернули программы в валюте банк «Возрождение», Банк Москвы, Газпромбанк, Кредит Европа Банк, Московский Кредитный Банк и Сбербанк России [15].

Таблица 1. Основные условия банков из числа 30 лидеров рынка услуг для частных лиц по нецелевым потребительским кредитам наличными в долларах на 02.02.2015 г. [16]

Банк	Максимальный срок	Максимальная сумма, экв. руб.	Диапазон эффективных ставок
Нордеа Банк	5 лет	800 тыс.	12,5–16%
Зенит	5 лет	1 млн.	17,1–18,05%
Уралсиб	5 лет	1,5 млн.	17,5–23,5%
Россельхозбанк	7 лет	1 млн.	20–22%

В сентябре 2015 года средние полные ставки по нецелевым потребительским кредитам для населения наличными рублями приблизились к уровню начала года. Тем не менее, количество банков-кредиторов несколько сократилось летом.

Средние эффективные ставки по потребительским кредитам наличными в рублях не теряют настрой на снижение вниз. За весну-лето такие займы стали доступнее в среднем на 5–5,9%.

Такое стабильное движение вниз на протяжении уже шести месяцев приблизило стоимость потребкредитов к показателям начала года — разница составляет уже лишь 0,2–0,8%.

Несмотря на значительное сокращение покупательской способности российского населения, из-за деваль-

вации рубля, условия предоставления потребительских кредитов не меняются такими же большими темпами. Данное положение дел объясняется важным значением сегмента потребительского кредитования для банковской системы и текущей возможностью банков привлекать средства под не высокую процентную ставку. Кроме того, Банк России в два раза повысил прогноз по приросту вкладов в 2015 году, что дает основание к постепенному понижению процентных ставок. Но, такой сценарий будет возможен только при условии внутренней стабильности на финансовом рынке и сохранения четких норм резервирования на существующем уровне.

Иная ситуация с другими показателями рынка потребительских кредитов. На протяжении весны 2015 года из

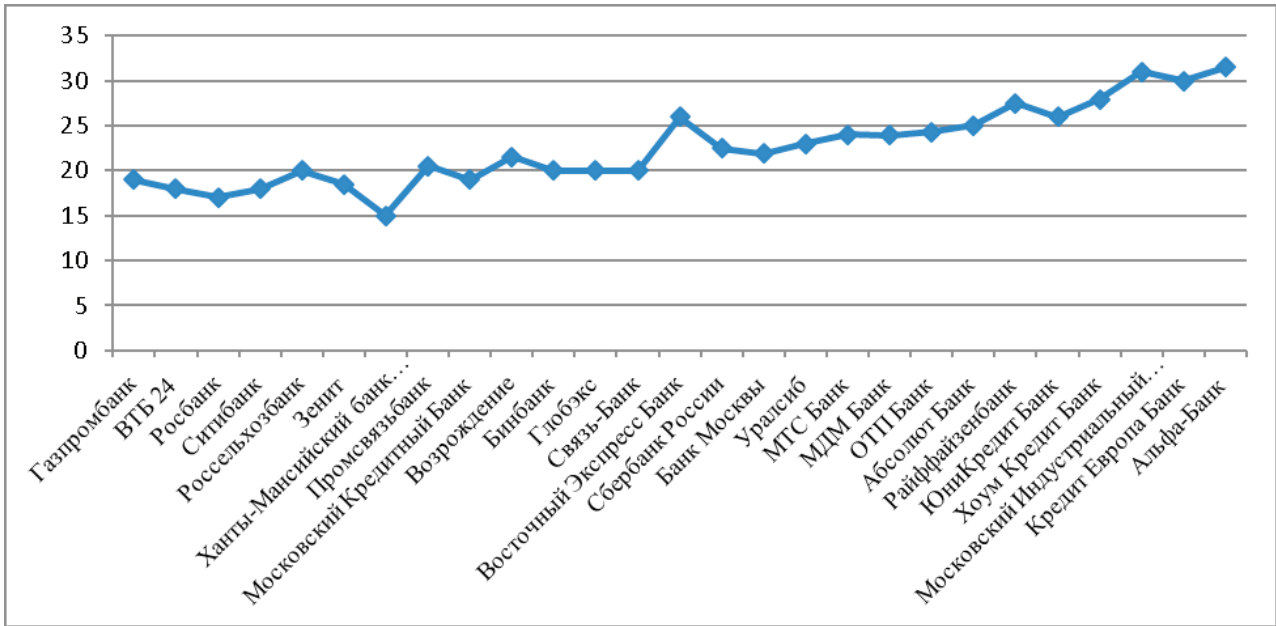


Рис. 1. Средние процентные ставки по кредитам населению на 01 сентября 2015 г. [9]

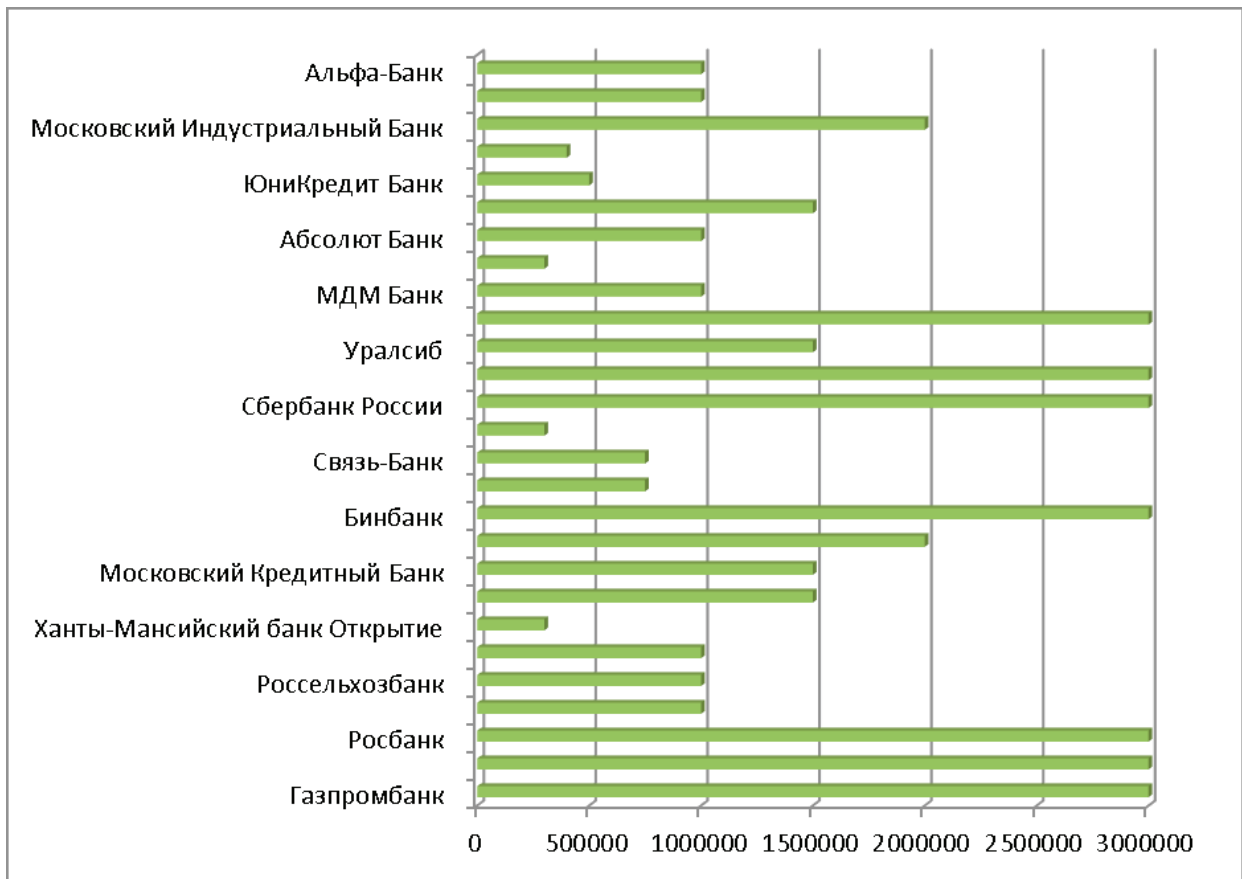


Рис. 2. Максимальная сумма услуг для частных лиц по нецелевым потребительским кредитам наличными в рублях на 1 сентября 2015 года [9]

числа Топ-30 банков-лидеров на рынке услуг для частных лиц кредитовать начали две новые организации (Восточный Экспресс Банк и МТС Банк). Летом наблюдалась обратная ситуация — Петрокоммерц, Росгосстрах Банк покинули рынок, а вышел лишь Бинбанк.

Таким образом, по сравнению с началом 2015 года количество банков-кредиторов из числа Топ-30 не изменилось — 26 учреждений.

При этом наблюдается не сильная, но тенденция к увеличению максимальных заявленных лимитов кредито-

вания. Так, весной сразу пять банков повысили максимальные суммы кредитов. Летом к ним присоединились еще три банка: Восточный Экспресс Банк — с 200 до 300 тыс.; ВТБ 24 — с 1 до 3 млн.; Московский Кредитный Банк — с 1 до 1,5 млн. В то же время два банка снизили лимиты: МДМ Банк — с 2,5 до 1 млн. и Альфа-Банк — с 1,5 до 1 млн.

Похожая ситуация и в разрезе максимальных сроков кредитования. За зиму-весну шесть банков сделали свои программы кредитования более «короткими». Летом еще один банк последовал их примеру: Россельхозбанк — с 10 до 7 лет.

Однако если в начале года лишь один увеличил максимальный срок кредитования, то летом — уже двое: МТС Банк — с 3 до 5 лет и МДМ Банк — с 3 до 5 лет.

Развитие банковского сектора сдерживается рядом обстоятельств как внутреннего, так и внешнего характера.

К внутренним препятствиям относятся неразвитые системы управления, слабый уровень бизнес-планиро-

вания, неудовлетворительный уровень руководства в некоторых банках, их ориентация на оказание сомнительных услуг и ведение недобросовестной коммерческой практики, фиктивный характер значительной части капитала отдельных банков [3].

К внешним сдерживающим факторам можно отнести высокие риски кредитования, нерешенность ряда ключевых проблем залогового законодательства, ограниченные ресурсные возможности банков, прежде всего дефицит среднесрочных и долгосрочных пассивов, недостаточно высокий уровень доверия к банкам со стороны населения.

Тем не менее, в среднесрочной перспективе не прогнозируется наступление кризисной ситуации, но нельзя отрицать существование потенциальной возможности возникновения нестабильности. Большую роль в данном секторе играют риски ликвидности, кризис доверия, ожесточенная конкуренция, а также рисковое поведение самих коммерческих банков.

Литература:

1. Федеральный закон от 21.12.2013 N 353-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О потребительском кредите (займе)» «Собрание законодательства РФ», 23.12.2013, N 51, ст. 6673.
2. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О несостоятельности (банкротстве)» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.consultant.ru/ (дата обращения: 07.10.2015).
3. Воронина, Е. Р. Рынок банковского кредитования населения в РФ: направление развития [Текст] / Е. Р. Воронина // Молодой ученый. — 2014. — № 20. — с. 252–254.
4. Деньги, кредит, банки. Учебник и практикум. Звонова Е. А., Топчий В. Д. — М.: Юрайт. — 2014. — 455 с.
5. Банковское дело: учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Ф. Жукова, Н. Д. Эриашвили. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 575 с.
6. Банковские риски: учебник / под ред. О. И. Лаврушина, Н. И. Валенцовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2013. — 292 с.
7. Белоглазова, Г. Н., Кроливецкая, Л. П. Банковское дело: организация деятельности коммерческого банка. Учебник для вузов. — М.: Издательство Юрайт, 2011. — 422 с.
8. Киреев, В. Л. Банковское дело: учебник / В. Л. Киреев, О. Л. Козлова. — М.: КНОРУС, 2012. — 239 с.
9. Центральный банк РФ — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения 09.03.2015).
10. Федеральная служба государственной статистики РФ — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 09.03.2015).
11. Электронная газета Правда — [Электронный ресурс] — Режим доступа — <http://www.pravda.ru/> (дата обращения 09.03.2015).
12. Кредитование в России — 2015. Что изменилось? — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://global-finances.ru/> (дата обращения: 31.09.2015).
13. Мелованова, Е. Ипотека в условиях экономической нестабильности становится дороже — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gusipoteka.ru/> (дата обращения: 05.10.2015).
14. Потребкредиты перестали стимулировать экономику [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://expert.ru/> (дата обращения: 05.10.2015).
15. Развитие банковского рынка в 2014–2015 годах — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gaexpert.ru/> (дата обращения: 07.10.2015).
16. Рейтинги банков — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/> (дата обращения: 05.10.2015).

Взаимосвязь прибыльности операционного сегмента и риска в банках

Ярве Михаил Сергеевич, аспирант

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В настоящее время нет единой общепризнанной методики оценки эффективности деятельности организации. На практике применяются различные методические рекомендации, разные группы показателей, по-разному рассчитываются величины отдельных показателей, коэффициентов и критериев. Состав и структура оцениваемых показателей также различаются. Но у всех подходов и методических рекомендаций, предназначенных для оценки и анализа эффективности деятельности организации, есть одно общее, объединяющее их свойство.

Применяемые в настоящее время методы оценки основаны на соотношении результатов и затрат, то есть на сопоставлении полученного эффекта и затрат. Соотношение результатов (эффекта) и затрат может быть выражено в стоимостных и натуральных величинах. Эффективность в любом процессе — это всегда соотношение, относительная величина.

Для того чтобы составить достаточно полное представление об эффективности финансовой деятельности предприятия или его отдельного бизнес-сегмента, в процессе анализа необходимо получить ответ на следующий круг вопросов:

- каковы изменения в составе имущества и источников его формирования за анализируемый период времени, и каковы причины таких изменений?
- какова рентабельность собственного и заемного капитала?
- способна ли компания генерировать доход? Какова эффективность его финансовой деятельности?

Анализ балансовых показателей позволяет отследить изменение доли как размещаемых средств, так и фондирования. Данные показатели тесно связаны с результатами деятельности отражаемыми в отчете о прибылях и убытках, так результат от операций с активами указан в процентных, комиссионных и прочих доходах, а операции с обязательствами, в свою очередь, влияют на расходную часть отчета. Детализированная информация в разрезе статей баланса и бизнес-сегментов позволяет выявить отклонения от средних значений для банка в целом и определить источник увеличения или снижения балансовых показателей. Выделяют следующие показатели при анализе активов и обязательств банка:

- абсолютные и относительные отклонения
- изменение доли в составе активов и обязательств
- отношение собственного и заемного капитала

ROA = Чистая прибыль / Средние чистые активы

Рентабельности активов позволяет оценить эффективность использования активов организации и показывает, сколько копеек чистой прибыли приносит один рубль имеющихся активов. Анализ показателя ROA в периоде меньше подвержен влиянию инфляции по сравнению с показателем средних активов. Рост показателя характери-

зует деятельность организации с положительной стороны, при этом нужно отслеживать динамику соотношения собственного и заемного капитала, так как в долгосрочном периоде существует риск снижения ликвидности и автономности предприятия. Декомпозиционный анализ ROA позволяет выделить два компонента: коэффициент прибыльности (PM) и использование активов (AU).

ROA = PM × AU

PM равен чистой прибыли поделенной на общую выручку (процентная выручка плюс непроцентная выручка), а AU равно общей выручке поделенной на средний размер совокупных активов. Коэффициент прибыльности — это прибыль на рубль общей выручки (объема продаж); использование активов — общая выручка (объем продаж) на доллар активов. Банк, в котором коэффициент прибыльности составляет 10% и использование активов 10%, имеет ROA 1%.

Риск является основным сдерживающим фактором в деятельности кредитных организаций. Сам по себе показатель ROA является противоречивым: если у двух банков показатель ROA находится на одном уровне, то для анализа нужно сравнить долю собственных и заемных средств в обязательствах, где доля собственных средств будет выше, тот банк, при прочих равных условиях, будет иметь большую подушку безопасности в случае финансовых потерь. Безусловно, нужно учитывать и адекватность размера данной подушки внешним условиям на рынке, чрезмерное увеличение доли капитала в период подъема экономики приводит к появлению упущенной выгоды, тогда как недостаток капитала в период спада экономики может привести к банкротству.

Американский ученый Джозеф Синки мл. в книге «Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг» [3, с. 202] предлагает связать показатель ROA и риск. Банковская прибыль и рентабельность активов (ROA) зависят в первую очередь от качества кредитов. Можно оценить риск банковской деятельности проанализировав изменение значений ROA, в которых учитывается не только кредитный риск, но и процентный риск, риск ликвидности, операционный риск и любой другой риск влияющий на прибыль банка. Изменчивость ROA удобно измерять с помощью стандартного отклонения ROA (S_{ROA}):

$$S_{ROA} = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}$$

Переменная x , наблюдаемая n раз принимает значение стандартного отклонения переменной x , что характеризует меру изменчивости распределения переменной x .

Возьмем величины ROA, EM и стандартного отклонения ROA и объединим их в *индекс риска* (RI) банка. Полученная эмпирическим путем формула его вычисления имеет следующий вид:

$$RI = \frac{[E(ROA) + CAP]}{S_{ROA}}$$

где E (ROA) — ожидаемая рентабельность активов; CAP — величина обратная EM или отношение собственного капитала к совокупному размеру активов; S_{ROA} — стандартное отклонение ROA. С бухгалтерской точки зрения формула представляется крайне полезной, поскольку одновременно учитывает как ROA (общепринятый бухгалтерский показатель), так и изменчивость ROA (стандартную меру риска в финансовой экономике) и, наконец, адекватность балансового капитала (стандартное требование к безопасности и надежности банка).

Полученный индекс риска выражен через стандартное отклонение ROA и позволяет узнать, как должна уменьшиться бухгалтерская прибыль банка, чтобы его балансовая стоимость стала отрицательной. RI свидетельствует о размерах «подушки», имеющейся в распоряжении банка и способной «поглотить» бухгалтерские убытки. Низкий RI, таким образом, характеризует рискованный банк; чем RI выше, тем банк безопаснее. Например, рассмотрим сначала банк с высоким предполагаемым значением ROA, достаточным капиталом и стабильными прибылями (ROA). Его RI продемонстрирует относительно высокое значение. И наоборот, банк с отрицательными предполагаемыми прибылями, минимальным капиталом, высокоизменчивыми прибылями будет иметь относительно низкий RI. Назовем две компании Сильным банком и Слабым банком и впишем в таблицу несколько гипотетических цифр:

Таблица 1. Расчет E (ROA) для сильного и слабого банков

	Сильный банк	Слабый банк
E (ROA)	0,02	-0,02
CAP	0,1	0,03
S_{ROA}	0,001	0,007
RI	120,0	1,43
Pr (BVE<0)	0,0035%	24,5%

Последнее значение в таблице 1 — вероятность балансовой несостоятельности или Pr (BVE < 0), равная $\frac{1}{2(RI)^2}$. Как и следовало ожидать, у Сильного банка мало шансов истощить свой балансовый капитал, а вероятность подобного события для Слабого банка достаточно велика. Так, если его E (ROA) упадет ниже -2,293%, то при прочих равных условиях он с большой вероятностью достигнет уровня нулевой балансовой стоимости. В этом случае RI составит 0,707, это значение ниже приведенного в таблице (1,43) и предполагает равенство Pr (BVE) 1,0 или 100%. Индексы, подобные индексу банковского риска, позволяют свести воедино несколько типов данных. В этом качестве они напоминают отношения, благодаря которым два вида информации могут быть представлены одним числом. Заметим, однако, что удобство обработки информации порой связано с потерей детальности анализа. Описанный выше индекс удобен, поскольку представляет две ключевые меры эффективности банковской деятельности (ROA и CAP), а также обычную в финансах меру риска (стандартное отклонение распределения прибыли или ROA). При анализе важно помнить, что речь

идет не о рыночной, а исключительно о балансовой стоимости.

На диаграмме 1 представлены результаты анализа ROA российского банка входящего в топ-15 по размеру активов с использованием индекса риска предложенным Американским ученым Джозеф Синки мл. в книге «Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг». Данные характеризуют предельный уровень отрицательного значения ROA при котором существует 100% вероятность, что убыток будет равен стоимости капитала и соответственно чистая стоимость компании примет отрицательное значение. Анализ индекса риска по всем бизнес-сегментам установил, что предельное отрицательное значение ROA составляет — 9,96%. Из бизнес-сегментов самым большим запасом прочности обладают «Розничный бизнес», «Инвестиционный бизнес» и «Корпоративный бизнес» с — 9,61%, — 9,56% и — 9,39% соответственно. Далее «Казначейство» — 7,0%, самым небольшим запасом прочности характеризуется «Малый бизнес» — 5,9%.

В результате анализа индекса риска получены следующие взаимосвязи:

Таблица 2. Зависимость показателя ROA и E (ROA)

Показатель	Корпоративный бизнес	Малый бизнес	Розничный бизнес	Инвестиционный бизнес	Казначейство и управление активами и пассивами	Все сегменты
E (ROA)	-9,39%	-5,90%	-9,61%	-9,56%	-7,00%	-9,96%
ROA на 30.06.2015	1,80%	6,47%	2,41%	0,15%	4,85%	1,45%

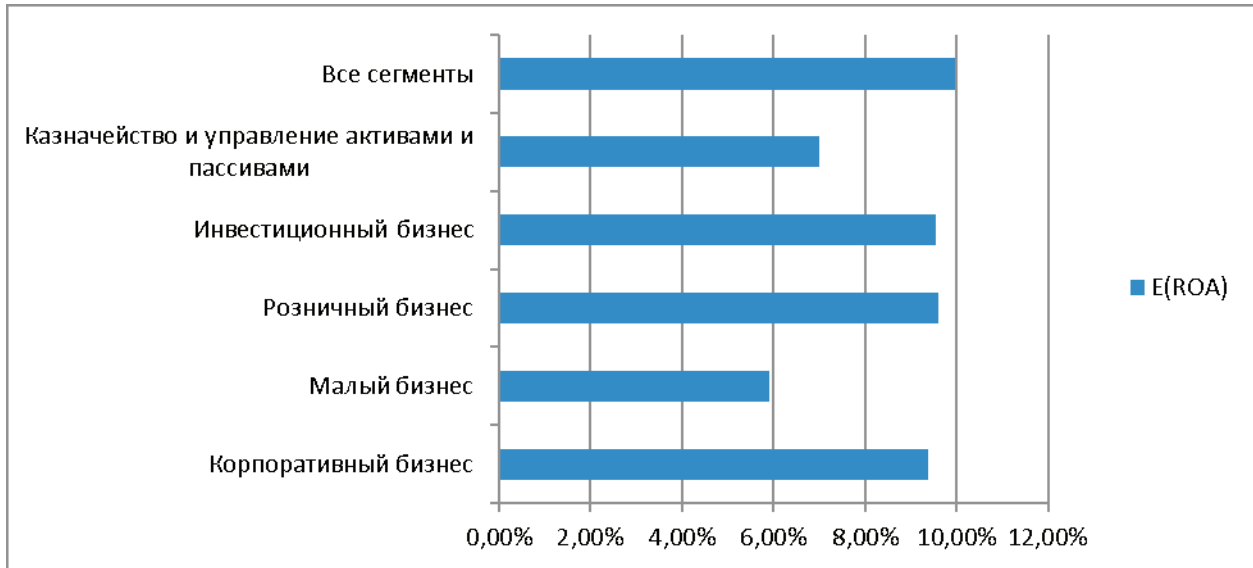


Рис. 1. E (ROA) по бизнес-сегментам

Анализ данных таблицы 2 показал, что «Малый бизнес» обладает самым высоким показателем ROA, при этом самый низкий запас прочности индекса риска. «Казначейство» имеет показатель ROA ниже чем у «Малого бизнеса» на уровне 4,85% и запас прочности на уровне — 7,0%. «Корпоративный бизнес» со значением ROA 1,8% имеет довольно высокий запас прочности в 9,39%. «Розничный бизнес» так же показывает высокий уровень за-

паса прочности в — 9,61%, тогда как значения ROA 2,41%. «Инвестиционный бизнес» в силу резкого снижения чистой прибыли в первом квартале 2015 года показал резкое снижение ROA, но при этом имеет весомый запас прочности в — 9,56%.

Анализ ROA и индекса риска выявил зависимость между показателями, чем выше маржинальная доходность бизнес-сегмента, тем ниже запас прочности.

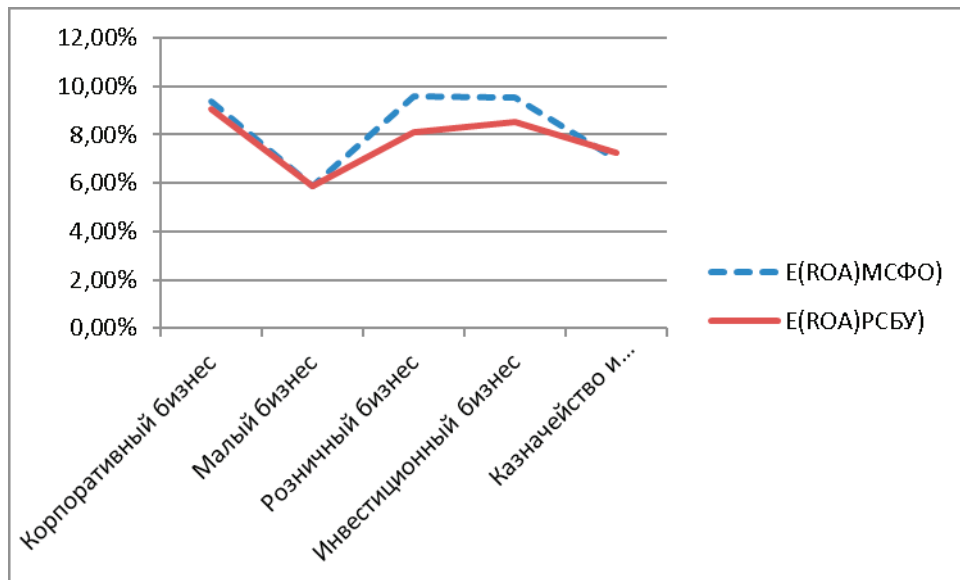


Рис. 2. E (ROA) по бизнес-сегментам на основе данных РСБУ и МСФО

Анализ расхождений на графике 1 показывает практически идентичные результаты для «Корпоративного бизнеса», «Малого бизнеса» и «Казначейства». Различия наблюдаются в «Розничном бизнесе» и «Инвестиционном бизнесе» на 1,51% и 1,03% соответственно. Данное расхождение обусловлено большими

расхождениями показателя ROA по РСБУ в течение периода по сравнению с аналогичным показателем по МСФО.

Основными расхождениями между отчетом о Прибылях и убытках по МСФО и РСБУ являются переоценка расходов на резервы, амортизация полученных комиссий

в течение всего срока существования актива, переоценка активов и пассивов отражаемых по справедливой стоимости и признание забалансовых требований и обяза-

тельств. Все эти процедуры влияют на самый основной показатель при анализе эффективности деятельности бизнес-сегментов — чистая прибыль.

Литература:

1. Бариленко, В.И. и др. Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие. — М.: КНОРУС, 2010.
2. Вахрушина, М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Омега-Л; Высш. шк., 2011.
3. Джозеф, Ф. Синки-мл. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг. М.: Альпина Паблишер. 2007
4. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

Молодой ученый

Научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 20 (100) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И.Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Фозилов С. Ф.
Яхина А. С.
Ячинова С. Н.

Ответственные редакторы:

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игиснинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Голубцов М. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.
За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

E-mail: info@moluch.ru

http://www.moluch.ru/

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25