

## ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ РОСРЕЕСТРА ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УНИВЕРСАЛЬНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КАРТЫ

Неудахина А.В. – студент гр. 8Мбм-21, Иванов Н.А. - к. э. н., профессор  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Повышение качества государственных услуг в сфере государственного кадастрового учета недвижимого имущества и государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним является одним из приоритетных проектов Правительства РФ. Об этом свидетельствует принятое распоряжением Правительства Российской Федерации от 1 декабря 2012 г. N 2236-р соответствующая «дорожная карта». Основными целями проекта являются снижение количества процедур, их совокупных сроков и стоимости за счет создания единой учетно-регистрационной системы, реализации комплекса организационно-правовых, административных и информационных мероприятий. Например, планируется снижение сроков кадастрового учета с 20 дней до 10 дней в 2015 г. и 5 дней - в 2018 г., а также уменьшение в разы времени ожидания в очередях.

Развитие услуг, связанных с кадастровым учетом и государственной регистрацией прав, позволит не только снизить риски предпринимателей и граждан и повысить устойчивость рынка недвижимости в целом, но и, как следствие, повлияет на развитие, например, кредитования физических лиц под залог имеющегося у них имущества. Данная форма обеспечения кредитных обязательств сейчас в значительной мере уступает поручительству ввиду длительности получения необходимых документов на залоговое имущество. Снижение сроков, а также получение всех документов по принципу «одного окна» позволит увеличить объемы кредитования с данным видом обеспечения, сократив сроки подготовки материалов для кредитной заявки

Для выявления основных проблем предоставления данной услуги, а также определения возможного направления развития, рассмотрим подробнее действующие сейчас технологию оказания услуг и задействованные в ней органы.

Основным государственным органом, осуществляющим кадастровый учет, является Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр).

В настоящее время получить сведения, содержащиеся в государственном кадастре и реестре прав недвижимости, в Алтайском крае можно как напрямую, обратившись в Управление Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Алтайскому краю, так и через Многофункциональный центр (МФЦ). МФЦ в этом случае выступает в роли связующего звена между потребителем услуги и поставщиком, предоставляя услуги по принципу «одного окна». Данный принцип предусматривает предоставление государственной или муниципальной услуги после однократного обращения заявителя с соответствующим запросом. При этом взаимодействие с органами, предоставляющими государственные услуги, или органами, предоставляющими муниципальные услуги, осуществляется многофункциональным центром без участия заявителя.

Стоит отметить, что для получения услуг Росреестра через МФЦ, была в значительной мере проработана законодательная база. В частности предоставление кадастровых услуг стало возможно сравнительно недавно в связи с вступлением в силу Федерального закона от 28.07.2012 N 133-ФЗ, который внес поправки в ФЗ «О государственном кадастре недвижимости». Данные изменения позволили сотрудникам МФЦ принимать заявки от граждан на получение кадастровых услуг.

На региональном уровне МФЦ заключают соответствующие соглашения с управлениями Росреестра, в которых прописываются все этапы взаимодействия двух органов. За 6 месяцев 2013 года специалистами МФЦ в Алтайском крае принято 13635 заявлений на государственную регистрацию прав, запросов на предоставление сведений ЕГРП - 1146. Это составляет 5% и 1% соответственно от общего числа заявлений в Росреестр.

Также оформить заявку и получить услугу можно через интернет, воспользовавшись порталом государственных услуг Росреестра. В данном случае услуги предоставляются только в электронном виде. Электронный документ, например кадастровый паспорт, подписывается электронной цифровой подписью (ЭЦП) и имеет равную юридическую силу с бумажным вариантом.

Рассмотрим процедуру предоставления услуг по получению кадастрового паспорта в МФЦ:

1) Заявитель обращается в МФЦ с запросом о предоставлении сведений, внесенных в государственный кадастр недвижимости, в виде кадастрового паспорта, при этом заполняет необходимый бланк, а также предоставляет документ, удостоверяющий личность и документы на право получения сведений ограниченного доступа. Также необходимо приложить документ об оплате за предоставление сведений, внесенных в государственный кадастр недвижимости;

2) После предоставления сведений от заявителя, сотрудник МФЦ в течение 2 рабочих дней, начиная со дня предоставления заявления, сканирует пакет документов и отправляет в Росреестр.

3) Росреестр рассматривает обращение заявителя и изготавливает паспорт в течение 5 рабочих дней.

4) Стоимость оказания услуги, в соответствии с приказом Минэкономразвития РФ от 30.07.2010 № 343 «О порядке взимания и возврата платы за предоставление сведений, внесенных в государственный кадастр недвижимости, и размерах такой платы», составляет 200 руб.

Основным недостатком такого получения услуг является осуществление оплаты. Оплачивать услугу непосредственно при подаче заявления сейчас не представляется возможным, оплату необходимо произвести или через терминал, заплатив при этом комиссию, или в ближайшем отделении банка. На практике заявителю приходится отстоять в очереди два раза: первый раз - чтобы получить необходимую консультацию и пакет документов, второй раз - чтобы после оплаты предъявить недостающие квитанции. Данный момент негативно сказывается на предоставлении услуги и увеличивает в разы время, затраченное заявителем на ее получение.

В последнее время все большее развитие получает предоставление услуг через портал государственных услуг Росреестра. Основным преимуществом получения услуг через портал является удобство, нет необходимости приезжать в МФЦ или Росреестр, оплата осуществляется через банковскую карту или электронный кошелек QIWI. Минусом является сложная процедура получения ЭЦП, существует ряд ограничений, установленных Росреестром. Ограниченный список услуг, а также тот факт, что услуги предоставляются только в электронном виде, и не везде в таком виде документ могут пока принять, тормозят развитие данной услуги.

По нашему мнению, помимо мер, предпринимаемых Правительством РФ по оптимизации процесса учета и межведомственных взаимодействий, необходимо повысить качество и скорость предоставления услуги в аспекте обслуживания. В качестве инструмента предполагается использовать универсальную электронную карту (УЭК).

Универсальная электронная карта (УЭК) — российская пластиковая карта, объединяющая в себе идентификационное и платёжное средство. УЭК позволяет дистанционно заказать, оплатить и получить государственные услуги, заменяет медицинский полис и страховое пенсионное свидетельство, объединяя на одной карте одновременно идентификационную карту, электронный кошелек, банковскую карту, электронную подпись, проездной билет.

Проект по внедрению УЭК стартовал относительно недавно - в 2010 году. В 2013 году началась выдача карт. На данный момент проект развивается, но необходимая инфраструктура для использования данных карт еще находится на стадии становления. Например, одной из основных идей создания карты является возможность получения и

оплата гос. услуг, однако сам портал по оплате услуг открылся только в феврале этого года, и оплатить можно только ограниченный список услуг. С помощью данной карты можно получить доступ к сайту гос. услуг электронного правительства. Однако предоставления и оплата услуг, связанных с кадастровым учетом и регистрацией прав на имущество, не оказывается - информация носит только информативный характер. Одной из задач является обоснование необходимости использования данной карты в системе Росреестра, и расчет возможного предполагаемого эффекта.

Рассмотрим основные преимущества, которые могут получить пользователи при использовании УЭК в системе услуг Росреестра, и необходимые условия, которые предстоит создать.

С помощью УЭК пользователи, при обращении в МФЦ или Росреестр, смогут заказать услуги при однократном обращении, оплатив услугу на месте с помощью той же карты. Карта предоставляет уникальную возможность хранить определенные документы, ввиду этого заявителю будет достаточно предъявить только карту и документы, которые необходимы для запроса в Росреестр и еще не внесены в память карты.

Преимущество УЭК перед простым обращением без использования карты будут как для заявителя, так и для сотрудников МФЦ. Заявители сэкономят свое время на составлении заявления, так как необходимые данные уже есть на карте, и заявление будет составляться автоматически и заверяться ЭЦП. Также услуги будут оплачиваться данной картой непосредственно при подаче заявления без необходимости идти и оплачивать их в банке. Для сотрудников МФЦ будет сокращено время на сканирование предоставленных документов в Росреестр. В дальнейшем могут получить развития терминалы самообслуживания, с помощью которых будет возможность подать заявление в электронном виде, результат же получить на выбор: или в электронном виде, или в бумажном через МФЦ. Для возможности оказания таких услуг необходимо:

- 1) разработка соответствующих программных приложений на УЭК,
- 2) оборудование считывающими устройствами офисов МФЦ и Росреестра,
- 3) включение услуги на сайте оплаты УЭК,
- 4) заключение соответствующих договоров между ОАО «УЭК», Росреестром и МФЦ.

Для развития предоставления электронных услуг на портале Росреестра необходима интеграция с УЭК. Предстоит устранить различия в требованиях к ЭЦП, так как на данный момент ЭЦП, которая есть в УЭК, не удовлетворяет требованиям Росреестра.

Реализация перечисленных выше возможностей УЭК позволят повысить качество обслуживания в сфере услуг Росреестра, а также позволит существенно уменьшить затраты времени на их предоставление.

#### Список литературы

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 221-ФЗ (ред. от 23.07.2013) "О государственном кадастре недвижимости" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2014) / Официальный сайт компании "КонсультантПлюс" [Электронный ресурс]. - М., 1992-2014. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_150358/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_150358/). - Загл. с экрана.
2. Распоряжение Правительства РФ от 01.12.2012 N 2236-р (ред. от 17.08.2013) <Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") "Повышение качества государственных услуг в сфере государственного кадастрового учета недвижимого имущества и государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним"> / Официальный сайт компании "КонсультантПлюс" [Электронный ресурс]. - М., 1992-2014. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_150975/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_150975/). - Загл. с экрана.
3. Официальный сайт ОАО «УЭК».- М., 2014. - Режим доступа: <http://www.uecard.ru/for-citizens/>.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии.- М., 2013. - Режим доступа: <https://rosreestr.ru/wps/portal/>.

## АНАЛИЗ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РОССИИ

Батарейная О.П. – студент группы 8Мбм-21, Щербакова Н.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В современных условиях развития банковской среды одной из важнейших составляющих успешного функционирования коммерческого банка является проведение эффективной депозитной политики. Это связано, прежде всего, с тем, что привлеченные средства покрывают более 90% всей потребности банков в денежных ресурсах для осуществления активных операций, в первую очередь кредитных. Это депозиты (вклады), а также средства на корреспондентских и корреспондентских счетах. Мобилизуя временно свободные средства физических и юридических лиц, коммерческие банки с их помощью способствуют превращению денег в капитал, удовлетворяют потребность народного хозяйства в дополнительных оборотных средствах, обеспечивают потребности населения в потребительском кредите. Успешное развитие и эффективное функционирование кредитной организации невозможно без экономически обоснованной и детально проработанной депозитной политики, учитывающей особенности деятельности самого коммерческого банка и его клиентов, выбранные приоритеты его дальнейшего роста, а также социально-экономические условия, в которых осуществляется банковская деятельность.

Вопрос определения понятия «депозит» в экономической литературе в настоящий момент является дискуссионным. После рассмотрения разных подходов к трактовке дефиниции «депозит», можно дать следующее наиболее полное определение.

Депозит (банковский вклад) – это денежные средства (в наличной и безналичной форме, в национальной или иностранной валюте), переданные в банк их собственником (юридическим или физическим лицом) на определенный срок и на определенных условиях. Банк в свою очередь использует эти средства для осуществления своих активных операций (в качестве кредитных ресурсов и в инвестиционной деятельности).

Депозитные счета могут быть самыми разнообразными и в основу их классификации положены такие критерии, как источники вкладов, их целевое назначение, степень доходности и т.д., однако наиболее часто используется следующая классификация депозитов:

- по категории вкладчиков: депозиты юридических лиц (предприятий, организаций, других банков); вклады физических лиц;
- исходя из формы изъятия средств: срочные депозиты; депозиты до востребования; сберегательные вклады населения.

Как уже говорилось ранее, осуществление депозитных операций предполагает разработку кредитной организацией собственной депозитной политики, т.е. совокупности мероприятий, направленных на определение содержания, форм и задач банковской деятельности по формированию банковских ресурсов, их планированию и регулированию.

Таким образом, депозитная политика коммерческого банка является важным элементом банковской политики и представляет собой совокупность:

а) последовательно связанных действий по привлечению временно свободных денежных средств клиентов в банки на условиях возвратности и платности;

б) методов и способов её осуществления, обеспечивающих эффективное управление депозитами с целью достижения приемлемого уровня рентабельности и ликвидности банка.

Рассматривая сущность депозитной политики коммерческих банков, необходимо затронуть такие вопросы, как: субъекты и объекты депозитной политики, а также принципы ее формирования.

В состав субъектов депозитной политики коммерческого банка включены клиенты банка, коммерческие банки и государственные учреждения. К объектам депозитной политики относятся привлеченные средства банка и дополнительные услуги банка (комплексное обслуживание). Так мелкому вкладчику можно предложить управление финансовыми активами, ведение коммунальных счетов, расчетов по потребительскому

кредиту и т.д., а крупным — услуги по лизинговым и факторинговым операциям, консультации по вопросам инвестиций, содействие в эмиссии акций и т.д.

В основе формирования депозитной политики коммерческого банка лежат общие и специфические принципы. Под общими принципами депозитной политики принято понимать принципы, единые и для государственной денежно-кредитной политики Банка России, проводимой на макроэкономическом уровне, и для политики на уровне каждой конкретной кредитной организации. К ним следует отнести принципы комплексного подхода, научной обоснованности, оптимальности и эффективности, а также единство всех элементов депозитной политики банка. Комплексный подход выражается как в разработке теоретических основ, приоритетных направлений депозитной политики банка с точки зрения стратегии его развития, так и в определении наиболее эффективных и оптимальных для данного этапа развития банка тактических приемов и методов ее реализации.

К специфическим принципам депозитной политики относятся принципы обеспечения оптимального уровня издержек банка, безопасности проведения депозитных операций, надежности, который говорит о том, что банк, осуществляя аккумуляцию временно свободных денежных средств с целью их последующего размещения, стремится получить доход с учетом реалий рынка, на котором он осуществляет свою деятельность[2].

Рассматривая депозитную политику кредитной организации как один из элементов банковской политики в целом, необходимо исходить из того, что 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.

Депозитная политика банка также должна соответствовать его стратегическим целям. Поэтому при ее формировании чрезвычайно важен выбор генеральной линии. Банк может выбрать в качестве своих приоритетных потенциальных клиентов либо частных вкладчиков - «розничных» клиентов, либо коммерческие фирмы и других юридических лиц, либо тех и других. Если банк не привлекает широко депозиты населения, то он может заменить постоянные издержки процентными. При работе с населением банк на начальном этапе вырабатывает стратегию проникновения по рынкам, клиентам и банковским продуктам, а затем - стратегию развития и диверсификации.

В условиях конкуренции банки вынуждены проводить активную депозитную политику. На рынке частных вкладов стратегию лидера проводит, безусловно, Сбергательный банк России. Одним из наиболее существенных технологических достижений Сбербанка в 2012 году в области розничных депозитов стал запуск онлайн-вкладов. Теперь вкладчики могут открывать новые депозиты через банкоматы или в системе интернет-банкинга, что дает клиентам возможность экономить на операционных расходах. К концу 2012 года общий объем онлайн-вкладов в Сбербанке России составил 97 млрд. руб. В настоящее время онлайн-вклады предлагают также и многие другие коммерческие банки (ВТБ24, Траст, Промсвязьбанк), что говорит об активном развитии интернет-банкинга в нашей стране и его применении к депозитной политике.

В соответствии со ст. 13 ФЗ от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», осуществление банковских операций производится только на основании лицензии, выдаваемой Банком России. На 1 января 2014 г. число банков, имеющих право на привлечение во вклады денежных средств физических лиц, сократилось на 28 до 756 кредитных организаций по сравнению с аналогичной датой прошлого года.

Всего по состоянию на 1 января 2014 г. в реестр банков-участников системы страхования вкладов включено 762 банка. При этом количество банков, имеющих право работы с физическими лицами (756) на 6 меньше, поскольку по 6 банкам введен запрет Банка России на привлечение новых вкладов физических лиц [1].

По данным «Агентства по страхованию вкладов» (АСВ), объем средств населения в банках увеличился в 2013 г. на 2 714,8 млрд. руб. (в 2012 г. – на 2 371,3 млрд. руб.) – до 16 957,5 млрд руб. В относительном выражении рост составил 19,1% (в 2012 г. – 20,0%).

Укрепление курса основных иностранных валют также помогло общей динамике рынка по итогам года – без курсовой переоценки рост вкладов составил бы 17,5%.

В свою очередь объём застрахованных средств населения в банках – участниках ССВ в 2013 г. увеличился на 2 591,3 млрд. руб. (в 2012 г. – на 2 150,1 млрд. руб.). В относительном выражении он вырос на 18,5% – до 16 591,0 млрд. руб. (в 2012 г. – на 18,1%).

Динамика ежедневных приростов вкладов показывает, что сберегательная активность населения в начале 2013 г. была выше предыдущего года. Рост вкладов (вместе с сертификатами) в январе–ноябре 2013 г. в среднем составлял 6,0 млрд. руб. в день. Это заметно превышает аналогичный показатель прошлого года (в январе–ноябре 2012 г. — 4,7 млрд. руб. в день соответственно). Приток средств населения в конце года несколько снизился по сравнению с прошлогодним показателем — традиционные предновогодние выплаты принесли банкам дополнительно 650 млрд. руб. (в конце 2012 г. – 750 млрд. руб.).

Усиление сберегательной активности в начале прошлого года стало следствием ряда факторов, которые можно условно разделить на рыночные и нерыночные. К первым относятся положительные, в сравнении с инфляцией, ставки по вкладам, эффект капитализации высоких процентов, а также курсовая переоценка валютных вкладов. К нерыночным разовым факторам следует отнести возврат части средств российских граждан из банков Кипра, а также требования по переводу счетов госслужащих в российские банки.

Отчасти снижение темпов роста вкладов, которое заметнее всего проявилось во второй половине прошедшего года, во многом связано с замедлением национальной экономики. Кроме того, происходит постепенное «насыщение» данного рынка, то есть начинает все более проявляться эффект накопленной базы. Соотношение объема депозитов населения к размеру ВВП по итогам 2013 года составило – 25% против 23% годом ранее и 14 % по итогам 2008 года. Так же заметное влияние на динамику вкладов оказывало снижение процентных ставок в 2013 году. Это могло обусловить снижение склонности населения к сбережению в конце 2013 г.

Проводимый АСВ мониторинг процентных ставок, предлагаемых 100 крупнейшими розничными банками, показал, что 86 из 100 банков по итогам 2013 г. снизили ставки по вкладам. В 3 банках ставки повысились, в 11 остались без изменений.

Средний уровень ставок (взвешенных по объёму вкладов) на 1 января 2014 г. по рублёвым годовым вкладам в размере 700 тыс. руб. составил 7,2% (снижение за 2013 г. на 1,3 п.п.). При этом средние (невзвешенные) процентные ставки для вкладов в размере 700 тыс. руб. составили 8,8% (снижение за 2013 г. на 0,9 п.п.).

В 2014 г. прогнозируется увеличение рынка вкладов на 2 880–3 220 млрд. руб. – до 19 840–20 180 млрд. руб., что соответствует относительному росту вкладов на 17–19%. Это будет связано с тремя факторами. Во-первых, заморозка тарифов на услуги ЖКХ благоприятно скажется на бюджетах российских семей, тем самым население сможет сберегать чуть больше. Во-вторых, из-за ослабления рубля валютные депозиты, на которые приходится примерно 18% всего объема вкладов, будут переоценены, что увеличит темпы роста на 1-2%. И на конец, из-за нестабильности экономики и курса рубля, вероятно, повысится норма сбережения. Данный прогноз учитывает замедление темпов роста экономики и доходов населения, а также снижение процентных ставок по вкладам при одновременном влиянии капитализации высоких процентов прошлых периодов.

Структура вкладов физических лиц, составленная по данным центрального банка России и представленная на рисунке 1, позволяет говорить о значительном преобладании вкладов привлеченных на средне- и долгосрочный периоды [3]. Наибольшую долю в структуре вкладов населения Российской Федерации на 1 января 2014 г. продолжают занимать вклады сроком от 1 года до 3 лет, кроме того их доля выросла 3 процентных пункта по сравнению с аналогичной датой 2013 г.

Тем не менее, по вкладам физических лиц сроком от 31 дня до года наблюдается некоторое снижение с 22,8% на 1 января 2013 г. до 20% на 1 января 2013 г. Аналогичная

тенденция прослеживается по вкладам, привлеченным на условиях до востребования и сроком до 30 дней (на 1 января 2013 г. – 21%, на 1 января 2014 г. – 20,8 %).

Анализ рынка депозитов показал, что значительная часть ресурсов кредитных организаций привлекается на срок свыше года, т.е. носит среднесрочный и долгосрочный характер. Остается крайне низкой доля депозитов, привлеченных на срок свыше трех лет: долгосрочные депозиты юридических лиц составляют около 26 %, а физических лиц — 8 %. Поэтому можно сделать вывод о том, что возможности расширения объемов кредитования реального сектора экономики будут увеличиваться по мере активизации деятельности банков по привлечению денежных средств физических лиц на более длительные сроки.

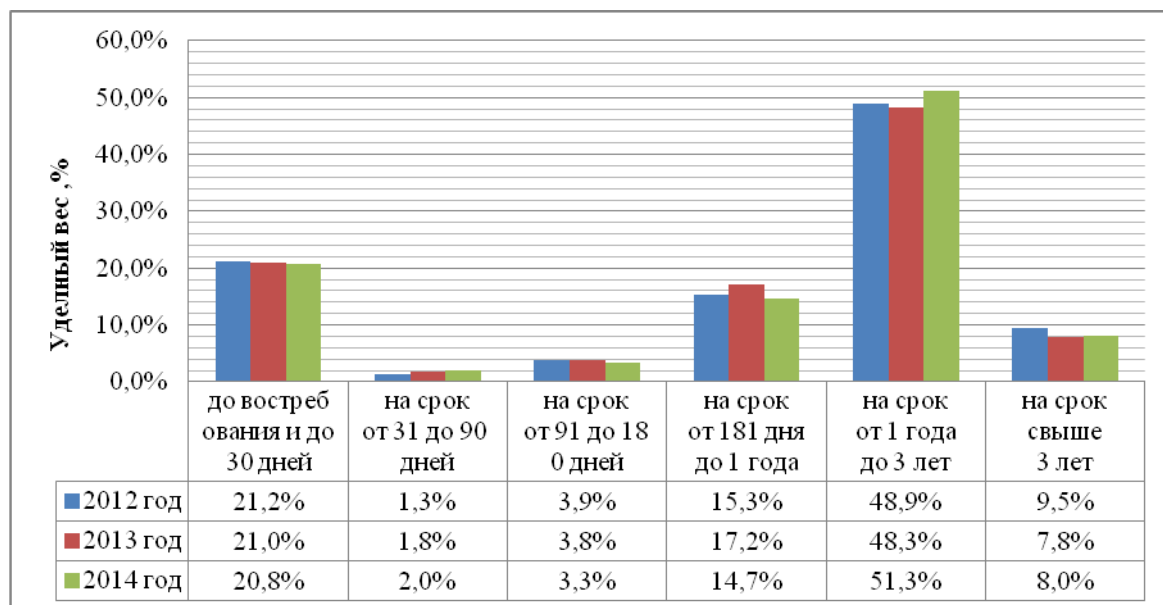


Рисунок 1 - Структура вкладов физических лиц в зависимости от сроков размещения в динамике 2012-2014 гг. в РФ

Более короткие депозиты юридические лица предпочитают хранить в рублях, а депозиты на срок свыше года — в иностранной валюте. В отличие от юридических лиц физические лица отдадут предпочтение рублевым вкладам по всем указанным срокам, при незначительном увеличении удельного веса вкладов в иностранной валюте по мере увеличения срока (самый значительный удельный вес вкладов в иностранной валюте отмечен по срокам свыше года) [4]. Это связано с тем, что в основном депозитная политика российских банков ориентирована на привлечение рублевых вкладов, поэтому размещать такие вклады выгодно. Вклады в иностранной валюте, реальной прибыли не приносят, их можно рассматривать как хорошее средство сбережения капитала, а не в качестве стабильного пассивного дохода.

Усиливающаяся в банковской среде конкуренция заставляет кредитные организации прибегать в процессе борьбы за вкладчика к таким методам, как предоставление полного комплекса услуг, связанных с обслуживанием счета конкретного клиента. При этом предусмотрено проведение дополнительных операций, например, оформление пластиковых карт, конвертация по льготному курсу, ускоренные переводы денежных средств клиента и т.д. [2]. При этом банковские продукты достаточно легко перенимаются и адаптируются, поэтому даже предложение новых эксклюзивных продуктов на рынке не позволяет извлекать устойчиво высокие прибыли.

Таким образом, получается, что продукт-ориентированная модель построения депозитной политики в чистом виде оказывается нерентабельной.

Наиболее оптимальной моделью видится комбинирование продукт-ориентированной и клиент-ориентированной бизнес-модели, когда депозитный продукт используется как база для начала выстраивания долгосрочных отношений с клиентом. Поддерживать эти

отношения можно, в частности, формированием «кастомизированных» предложений клиентам, исходя из их секторальной специфики, финансовых возможностей и других индивидуальных потребностей.

Колебания на рынке вкладов, в связи с отзывом лицензий у нескольких банков в конце года, оказала влияние на перераспределение рыночных позиций кредитных организаций. Это привело к переоценке рисков вкладчиками, которые стали предпочитать более крупные и зачастую государственные банки. Наиболее ярко это проявилось в четвертом квартале, когда почти половина всех банков России показали отрицательную динамику, а при этом вклады в крупнейших банках росли очень высокими темпами.

Проведенное исследование рынка депозитов в РФ за 2011-2014 года показало, что основными тенденциями на рынке являются:

- ежегодный рост привлечения ресурсов в коммерческие банки;
- восстановление ликвидности коммерческих банков, а также увеличение масштабов и качественный рост основных показателей банковской деятельности;
- ориентированность на привлечение средне- и долгосрочных ресурсов;
- преобладание рублевых депозитов над валютными;
- расширение ассортимента услуг коммерческих банков населению, т.е. преобладание стратегии развития и диверсификации;
- ориентация на комбинацию продукт-ориентированной и клиент-ориентированной бизнес-модели ведения депозитной политики;
- переход банков на широкое использование автоматизированных банковских программ, что ускорило и улучшило качество обслуживания клиентов;
- активное развитие многими коммерческими банками розничного бизнеса, включая выпуск и обслуживание банковских карт, что обеспечило рост остатков денежных средств на счетах клиентов.

Таким образом, основное направление оптимизации депозитной политики кредитных организаций связано с качественным совершенствованием уже существующих видов и поиском возможных вариантов модификаций предоставляемых услуг не только для удовлетворения потребностей существующих клиентов, но и для привлечения новых их категорий потребителей депозитных услуг банков.

#### Список литературы

1. Анализ рынка вкладов физических лиц в 2013 году. Агентство по страхованию вкладов [Электронный ресурс] - Электрон. текст. дан.- 2014.- Режим доступа: <http://www.asv.org.ru/>– Загл. с экрана.
2. Васильева А.С. Особенности депозитной политики коммерческого банка в современных условиях / Васильева А.С., Никулина Н. В. //Финансы и кредит. – 2011. – № 40.- С. 42-52.
3. Данные об объемах привлеченных кредитными организациями вкладов (депозитов) физических лиц [Электронный ресурс] - Электрон. текст. дан.- 2014.- Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/>– Загл. с экрана.
4. Жилан, О.Д. Анализ депозитных операций кредитных организаций // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). - 2013. - № 2. - С. 2-7.



## ЗНАЧЕНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС – ПРОЦЕССОВ

Цацура К.В. – студентка гр. ФК – 02, Филиппев Д.Ю. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время в российской экономике активно совершенствуются процессы ее модернизации и формирования инновационной модели экономического развития. Актуальность исследования заключается в том, что инновации сегодня формируют наиболее значимые траектории развития рынка и в высокой степени влияют на общество. Развитие информационных технологий предоставляет людям неограниченный доступ к информации. Идеи, технологии, капиталы, направленные на удовлетворение новых нужд, текут свободным потоком. Во времена глобальных коммуникаций, виртуальных технологий, электронной и голосовой почты и беспроводных офисных технологий постоянные изменения стали нормой. Общество ушло от состояния стабильности и предсказуемости, оно стало мобильным и развивающимся.

В эволюции систем управления наступил период управления на основе гибких экстренных решений. В сложившихся условиях использование процессного подхода к управлению является одним из основных источников долгосрочных конкурентных преимуществ предприятия.

При процессном подходе объектом управления выступает определенная деятельность на предприятии – процесс. Управляя процессами, имеющими свои цели, можно добиться высокой эффективной деятельности с помощью хорошо налаженных горизонтальных связей в вертикальной структуре управления предприятием.

Процессный подход к управлению принят уже большинством компаний. Однако описание и автоматизация бизнес-процессов не принесет ожидаемых преимуществ от процессного управления, пока не определены эффективные механизмы и средства контроля за бизнес-процессами. Поэтому выполнение процессов должно контролироваться, и любые отклонения должны быть скорректированы.

Внедрение информационных систем (ИС) позволяет организовать эффективное планирование всей хозяйственной и финансовой деятельности и, как следствие, повысить рентабельность предприятия на 5–15 %; снизить риски за счет оперативного получения информации обо всех бизнес-процессах предприятия, за счет своевременного принятия решений и так далее [1].

Основными факторами, обуславливающими эффективность ИС, являются:

- повышение функциональных характеристик и качества выпускаемой продукции;
- улучшение обслуживания клиентов;
- снижение операционных расходов;
- улучшение использования активов.

Основным вопросом автоматизации является цель автоматизации компании. Если в компании много однотипных операций, то при внедрении автоматизированных систем снижается процент ошибок и улучшается качество работы, а также повышается скорость обработки за счет сокращения времени на непроизводительные действия. Например, склад. Для того чтобы получить информацию о его деятельности нам нужно либо спросить у кладовщика, либо посмотреть самим. Эти способы реального представления не дадут. При автоматизированном процессе прохождения товара не сложно отследить, когда он поступил на склад, когда рассортирован, когда отгружен. Оценка работы склада улучшается с возможностью получать итоговые сведения [2].

Поговорим о принятии новой программы сотрудниками – именно им придется с ней работать и в этом случае существует риск психологического отторжения новых технологий и вследствие возникает сопротивление персонала, так как дальнейшая работа потребует от людей дополнительных усилий. Здесь есть обратная сторона медали. Можно повысить мотивацию персонала в соответствии с системой премирования на предприятии: распределить премии по вкладу каждого сотрудника в общий результат. А это можно

сделать только с помощью автоматизированной системы. Тем самым достигается цель точности при расчете зарплат. Вознаграждение каждого сотрудника, зависящее от объема выполненной им работы, рассчитывается по индивидуальным КРІ.

Немаловажным является достижение высокой оперативности управления. Информация об остатках на складе или отчет по конкретному клиенту должна постоянно обновляться.

Выделим три этапа автоматизации:

1. Автоматизация бизнес-процессов. Это первая и основная ступень. Бизнес-процесс представляет собой комплекс взаимосвязанных и взаимозависимых видов деятельности, направленных на выполнение конкретных задач. Виды деятельности в рамках бизнес-процесса связаны посредством своих выходных результатов, которыми они обмениваются. Бизнес-процессы выходят за границы отделов. Например, для внедрения нового продукта требуется проведение маркетинговой оценки потребностей, разработка концепции продукта, спецификация производственного процесса и составление ведомости материалов. Для этого необходимы: участие отдела маркетинга; проведение научных и исследовательских разработок; усилия инженерного, производственного и финансового отделов.

2. Автоматизация сбора данных. Приступить к ней можно только тогда, когда бизнес-процесс, данные которого Вы хотите собирать, автоматизирован.

3. Автоматизация анализа собранных данных. На этапе контроля производительности и оценки процессов происходит сбор показателей результативности процессов и анализ их отклонений от запланированных значений. Наиболее эффективным является организация контроля процессов с использованием информационных технологий, что позволяет собирать в автоматическом режиме большое число ключевых показателей результативности (КРІ) и использовать наиболее эффективные способы анализа [5].

Таким образом, перед началом проекта по автоматизации надо понять, на каком этапе развития находится Ваша компания и что предстоит автоматизировать: бизнес-процессы, сбор данных или их анализ.

Примеры положительной автоматизации бизнеса:

1. Компания «Старлюб», Москва, продажа смазочных моторных материалов. Результат: в первые месяцы использования программы объем продаж вырос на 30 %. Система «1С: Комплексная автоматизация 8» [3].

2. Компания «АртФлекс», Санкт-Петербург, типографские услуги. Результат: увеличилась точность и прозрачность расчета зарплаты продавца, снизились товарные остатки, контроль за дебиторской и кредиторской задолженностью, брака стало в два раза меньше, рост товарного выпуска на 43 %, рост объема продаж на 10 %. Система: «1С: Полиграфия» [4].

3. Компания «Jeans Symphony», Москва, продажа одежды и аксессуаров. Результат: ускорен документооборот в 2 раза и сокращено время составления бюджета в 2,5 раза. Система: «1С: Управление корпоративными финансами 8», «1С: Документооборот 8 КОРП» [6].

4. ООО «ДСД», г. Кривой Рог, Украина, завод буровой техники. Результат: себестоимость продукции снижена на 5,5%, а услуг - на 3,8%. Сроки выполнения заказов сократились на 20%. Оптимизирован документооборот предприятия, прибыль завода за девять месяцев 2013 г. увеличилась на 7% по сравнению с аналогичным периодом 2012 г. [6].

Нацеленность на результат – отличительная черта модернизации управления бизнес-процессами, причем эта нацеленность на результат должна подтверждаться соответствующими ресурсами и соответствующей системой мотивации персонала компании, а также согласованностью действий подразделений в рамках проходящих через них взаимосвязанных и взаимозависимых бизнес-процессов. Именно тогда компания будет двигаться к намеченной цели как единое целое.

### Список литературы

1. Бунова, Е. В. Оценка эффективности внедрения информационных систем / Е. В. Бунова, О. С. Буслаева // Вестник АГТУ. Сер: Управление, вычислительная техника и информатика. – 2012. – № 1. – С. 158 – 164
2. Кистенев, А. Четыре вопроса, на которые вам нужно ответить до автоматизации / Андрей Кистенев // Генеральный директор. – 2013. – № 5. Ст. 37
3. Курин, А. Как вырастет число клиентов, если автоматизировать работу склада и обработку заказов / Арсений Курин, Юлия Шевцова // Генеральный директор. – 2013. – № 11. – Ст 21.
4. Розанов, А. Автоматизация производства: советы директора, который лично участвовал в проекте / Аким Розанов // Генеральный директор. – 2013. – № 12. – Ст. 17
5. Хлевная, Е.А. Модернизация бизнес-процессов организации / Е. А. Хлевная, А. П. Гарнов // Мир (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2011. – № 6. – С. 4 - 11
6. Пресс – релизы. ООО «1С». Режим доступа: <http://v8.1c.ru/info/press/>

### СТРАХОВАНИЕ СМЕРТЕЛЬНО ОПАСНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ – СУЩНОСТЬ И ВОСТРЕБОВАННОСТЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ

Болязина А.С. – студент ФК-02, Ильиных Ю.М. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Данная тема является актуальной, потому что смертельно опасные заболевания — это страховой продукт, который развивается наиболее быстрыми темпами во всем мире, по сравнению с прочими видами страхования жизни.

Смертельно опасные болезни – это заболевания, значительно ухудшающие качество жизни застрахованного лица, приводящие к установлению инвалидности и характеризующиеся чрезвычайно высоким уровнем смертности.

Основной перечень заболеваний:

- злокачественная опухоль,
- инфаркт миокарда,
- инсульт,
- терминальная почечная недостаточность,
- паралич,
- операция аортокоронарного шунтирования (хирургическое вмешательство),
- трансплантация жизненно важных органов (хирургическое вмешательство).

Дополнительный перечень заболеваний:

- рассеянный склероз,
- потеря конечностей, зрения, слуха и речи,
- операцию на клапанах сердца,
- тяжелые ожоги,
- кома,
- молниеносный гепатит,
- ВИЧ-инфекция и СПИД,
- туберкулез,
- геморрагическая лихорадка [2], [4].

Впервые страхование от смертельно опасных заболеваний (СОЗ) было предложено кардиохирургом Мариусом Барнардом в Южной Африке в 1983 году.

Страхование на случай возникновения критических заболеваний может выступать в качестве выборной опции к полису страхования жизни, чтобы обеспечить страхователя

дополнительной суммой или авансированной долей страховой суммы, которая подлежит выплате после его смерти.

Стоимость полиса СОЗ зависит от таких факторов, как возраст, пол, стиль жизни, предшествующие медицинские показатели здоровья, срок страхования и страховая сумма.

К основным условиям страхования от критических заболеваний относятся:

1) обеспечение застрахованного определенной суммой денежных средств при установлении диагноза какого-либо заболевания из перечисленных в полисе. При этом застрахованный должен прожить не менее 30 дней с момента установления диагноза;

2) полученной денежной суммой застрахованный распоряжается по своему усмотрению;

3) базовое покрытие распространяется на такие заболевания, как инфаркт, инсульт, рак;

4) дополнительно в полис могут быть включены свыше 40 видов заболеваний;

5) в случае смерти страхователя уплаченные премии возвращаются;

6) полис страхования от критических заболеваний может выступать как отдельный страховой продукт, а также к нему могут добавляться в качестве опций любые полисы страхования жизни;

7) срок действия полиса варьируется в промежутке от 5 лет до достижения страхователем 65 лет [1].

К базовым исключениям относятся следующие формулировки:

– участие в авиационных полетах в качестве ином, чем пассажира;

– участие в преступной деятельности;

– злоупотребление наркотиками и алкоголем;

– несоблюдение медицинских предписаний;

– опасные виды спорта или способы проведения досуга;

– СПИД, ВИЧ;

– длительное проживание за границей;

– намеренное причинение себе вреда;

– война или гражданские волнения.

Для решения вопроса о страховой выплате, страховщику должны быть предоставлены следующие документы при наступлении страхового случая:

– заверенный работодателем листок нетрудоспособности из лечебного учреждения, проводившего лечение, обследование;

– выписку или надлежащим образом заверенную копию амбулаторной карты по месту жительства за последние 5 лет с указанием общего физического состояния, поставленных диагнозов и дат их постановки.

– документы лечебно-профилактического, клинического или иного лечебного учреждения, содержащие квалифицированное заключение, соответствующее диагнозу «критическое заболевание» [3].

Типы полисов СОЗ в зависимости от типа заболевания и комбинаций рисков: самый простой полис включает в себя сердечные приступы, инсульт, рак (т. е. наиболее распространенные критические заболевания); более сложный охватывает сердечнососудистую хирургию, рассеянный склероз, почечную недостаточность, паралич, слепоту, потерю слуха, утрату органов или их трансплантацию.

С 2010 по 2013 годы поступления по страхованию СОЗ выросли на 15 471 002 тыс. руб. (с 8 845 468 тыс. руб. до 25 316 470 тыс. руб.), а выплаты на 1 972 501 тыс. руб. (с 1 590 659 тыс. руб. до 3 563 160 тыс. руб.), в Алтайском крае эти показатели тоже увеличились на 101 091 тыс. руб. и 3 005 тыс. руб. соответственно. Такая тенденция объясняется повышенным интересом к данному виду страхования в связи с тем, что критические заболевания «молодеют», а их возникновение влечет за собой большие финансовые затраты как на лечение, так и на уход.

В ТОП-10 страховых компаний по концентрации страхового рынка поступлений от страхования СОЗ за IV квартал 2013 года вошли: РОСГОССТРАХ, ИНГОССТРАХ, РЕСО-

ГАРАНТИЯ, СОГАЗ, СОГЛАСИЕ, ВСК, АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ, АЛЬЯНС, ВТБ СТРАХОВАНИЕ, РЕНЕССАНС ЖИЗНЬ. В России и Алтайском крае РОСГОССТРАХ является лидером по поступлениям 5 882 617 тыс. руб. по РФ и 33 802 тыс. руб. по Алтайскому краю. По выплатам РОСГОССТРАХ также находится на первом месте в России 3 531 440 тыс. руб., а в Алтайском крае лидер ВТБ СТРАХОВАНИЕ 831 тыс. руб.[1]

#### Список литературы

1. ЗАО «Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс] : [офиц. сайт]. – Электрон. текст. дан. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/statistics/analytics/>. – Загл. с экрана.
2. Правила страхования от несчастных случаев и болезней // ВТБ Страхование [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2014. – Режим доступа: [http://www.vtb24.ru/personal/loans/personal/docs/Documents/vtb\\_ins\\_rules.pdf](http://www.vtb24.ru/personal/loans/personal/docs/Documents/vtb_ins_rules.pdf). – Загл. с экрана.
3. ПРАВИЛА страхования от несчастных случаев и болезней №2 // ООО СК «Согласие – Вита» [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2013. – Режим доступа: <http://www.soglasie-vita.ru/userfiles/Illnessrules.pdf>. – Загл. с экрана.
4. Страховая компания «МСК-Лайф» [Электронный ресурс] : [офиц. сайт]. – Электрон. текст. дан. – Режим доступа: [http://www.msk-life.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=59&Itemid=94](http://www.msk-life.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=94). – Загл. с экрана.

#### КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Карпова Е.В. – магистрант гр. 8Мбм-31, Щербакова Н.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В условиях бурного развития денежно-кредитного рынка и повышенной конкуренции в банковском секторе, банки всё больше обращают внимание на своих клиентов, осознавая, что будущая их деятельность будет зависеть от стратегических взаимоотношений с клиентами и от степени их удовлетворенности обслуживанием и работой банка в целом. Вследствие этого банками осуществляется переход от продуктовой стратегии к клиентоориентированной, этим обусловлена актуальность исследования нового вида приведенной стратегии. Банки «продуктовой» формации, как правило, ориентированы на внутренние цели и задачи, такие как, снижение издержек, достижение установленной производительности труда и пропускной способности, внедрение технологических инноваций, обеспечение определенного уровня продаж либо соблюдение корпоративной культуры. Банки, сосредоточенные на потребностях клиентов работают только на внешние ориентиры, т. е. на клиентов и рынок. В основу данного подхода закладывается установление внутренних стандартов, направленных на удовлетворение ожидаемых потребностей клиентов – вкладчиков и заемщиков. [3]

Банк, имеющий в основе своей деятельности клиентоориентированный подход, преследует цель не просто продать банковские продукты и услуги, но и наладить работу с клиентами для повышения их лояльности и формирования, безусловно, положительного впечатления от сотрудничества с ним. [2] Клиентоориентированность включает:

1. Индивидуальный подход – для того, чтобы банк мог проанализировать своего клиента, он должен создать видение о нем, основываясь на данных каналов маркетинга, события, историю обслуживания, вследствие этого появляются персонализированные предложения банка для клиента, в этом случае в большей степени детализируется клиентская база и удовлетворяется отдельный личный запрос клиента.

2. Удобство – для банка необходима общая платформа для взаимодействия с клиентами; система обслуживания клиентов должна учитывать все потребности и особенности как самого банка, так и клиента.

3. Лояльность – особенно важный фактор клиентоориентированности – привлечь клиента на повторное обращение и поднять уровень его удовлетворенности. Но, по мнению банковских аналитиков, применяемые во многих банках программы лояльности имеют определенные пробелы и особенности реализации, существенно снижающие их эффективность, и не дают возможности достичь поставленных целей, в частности: сосредоточение только на VIP-обслуживании состоятельных клиентов для получения большего дохода; отсутствие высоко инновационных и ориентированных на определенный сегмент клиентов банка, системных программ лояльности; ограниченность обратной связи с потребителем, невозможность получения информации о проблемах, пожеланиях, потребностях и интересах своих клиентов.

4. Эффективность – возрастает от процесса привлечения, удержания и обслуживания клиента, в котором задействованы все отделы и ресурсы банка.

5. Публичность – получение хорошего имиджа, репутации, доверия и авторитета на рынке возможна только через открытость – это определяющая тенденция на рынке банковских услуг. И, если в банке для коммуникации со своими клиентами не будет доступной и прозрачной связи, он не сможет организовать эффективную клиентоориентированную стратегию. [4]

Таким образом, клиентоориентированная стратегия развития банка – это объединение нескольких составляющих, обеспечивающих постоянное улучшение рыночных позиций банка, за счет создания взаимовыгодных и долгосрочных отношений с клиентами и повышения конкурентоспособности предлагаемых услуг.

Одним из таких популярных подходов к исследованию банков, реализующих на практике клиентоориентированную стратегию, является «Индекс впечатления клиентов», который публикуется американской компанией Senteo. На его основании экономист Е. Бахметьева осуществила систематизацию нескольких рейтингов, в том числе РБК рейтинга 100 банков по объему потребительским кредитов и 100 банков по размеру розничной сети, результаты приведены в таблице 1. [1]

Таблица 1 – Рейтинги банков, реализующих клиентоориентированную стратегию

Место в Индексе 2012	Наименование банка	Общий балл в Индексе 2012	Место в Индексе 2010	Рост/Снижение	Рейтинг банков по объему депозитов в физ. лиц	Рейтинг банков по объему потребительских кредитов	Рейтинг банков по размеру розничной сети
1	Альфа-Банк	4,10	1	-	10	4	8
2	Райффайзенбанк	4,02	4	↑2	4	16	27
3	Банк Хоум Кредит	3,84	22	↑19	11	3	4
4	ЮниКредит Банк	3,75	13	↑9	50	20	54
5	Промсвязьбанк	3,73	11	↑6	9	19	13
6	ВТБ24	3,71	5	↓-1	2	2	5
7	Ситибанк	3,69	2	↓-5	49	-	73
8	Номосбанк	3,68	14	↑6	22	38	55
9	Ренессанс Кредит	3,68	-	-	34	11	-
10	Сбербанк	3,47	19	↑9	1	1	1

В масштабе страны клиентоориентированная стратегия развития банков является шагом к инновационному росту, так как в современных условиях именно кредитные продукты банков обеспечивают перспективы развития экономики, инициируют и стимулируют инновационные проекты корпоративных клиентов. Банки должны создавать предпосылки к развитию бизнеса клиентов, не столько изучая по факту обращения в банк их потребности, а опережая и стимулируя потребности клиентов в модернизации производства, внедрении новых технологий в целях выпуска конкурентоспособной продукции.

Банки должны предлагать клиентам разработанные специально под их потребности кредитные продукты, имеющие комплексный характер, т. е. содержащие в себе функции управления рисками, привлечения ресурсов под проект, консультирования, сопровождения проектов. Такие кредитные продукты банков следует рассматривать как инвестиции в инновации, т. е. в развитие бизнеса их корпоративных клиентов и экономики в целом на основе научно-технических достижений, или как инновационные кредитные банковские продукты. [5]

Самой перспективной на сегодня является стратегия, реализующая концепции CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами). Внедрение принципов CRM предусматривает значительную перестройку всей деятельности банка, так как на основе клиентоориентированной стратегии формируется долгосрочная программа развития банка, направленная не только на получение прибыли, но и на наращивание стоимости банка за счет использования клиентских активов.

Бизнес-процессы в банке разбиваются на основные – удовлетворяющие потребности банковских клиентов путем предложения им соответствующих продуктов и услуг – и вспомогательные – поддерживающие деятельность банка путем обеспечения его необходимыми условиями. Таким образом, на стадии реализации стратегия приобретает форму конкретных мер банковской политики (Таблица 2). [1]

Таблица 2 – Обобщенная схема бизнес-процессов клиентоориентированного банка

БЛОК УПРАВЛЕНИЯ БАНКОМ	БЛОК РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ	БЛОК ИННОВАЦИЙ И РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТОВ	ОПЕРАЦИОННЫЙ БЛОК	БЛОК ПОДДЕРЖКИ ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЯ
<i>Общесанкционное управление</i>	<i>Управление отношениями с клиентами</i>	<i>Организационно-техническое развитие</i>	<i>Операции банка</i>	<i>Обеспечение деятельности банка</i>
Стратегическое управление	Определенные зоны потенциальных клиентов	Управление информацией о клиентах	Выполнение банковских операций	Управление трудовыми ресурсами
Сводное планирование		Идентификация клиентов		Управление продуктовой моделью
		Управление качеством		
Управление рисками	Привлечение клиентов	Управление материально-техническими ресурсами	Поддержка банковских операций	Управление внешними связями
Экономическое планирование и	Стабилизация клиентской базы	Реинжиниринг производственных бизнес-процессов		Генеральное администрирование

контроль				
Управление активами и пассивами				Обеспечение безопасности банковской жизнедеятельности
Внутренний контроль	Развитие клиентской базы	Управление организационным развитием		Прочие общепанковские службы
Управление корпоративными программами и проектами				

Таким образом, переход от продуктовой к клиентоориентированной стратегии развития банка означает формирование современной организационно-управленческой системы, направленной на реализацию качественно нового подхода к управлению, вместе с тем активная роль банков в стимулировании инноваций, основанная на понимании ими стратегических преимуществ от развития инновационных кредитных продуктов, обеспечит укрепление конкурентных позиций российской экономики.

#### Список литературы

1. Бахметьева Е.С. Повышение конкурентоспособности банков на основе клиентоориентированной стратегии: Автореф. дисс. ...канд. эк. н. Москва, 2014. 25 с.
2. Зверькова Т.Н. Клиентоориентированность как предпосылка совершенствования розничной банковской деятельности / Т.Н. Зверькова // Вестник ОГУ. 2012. № 13. С. 152-158.
3. Неретина Е.А. Клиентоориентированный подход к управлению коммерческим банком / Е.А. Неретина, Е.В. Солдатова // Финансы и кредит. 2012. № 7. С. 2-14.
4. Редька С.И. Клиентоориентированность, как главная составляющая современной инновационной стратегии коммерческого банка на рынке банковских услуг / С.И. Редька // Современные научные исследования и инновации. 2013. № 8. [Электронный ресурс]
5. Тихомирова Е.В. Клиентоориентированный подход банков как условие инновационного роста / Е.В. Тихомирова // Деньги и кредит. 2014. № 1. С. 51-56.

#### ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО ДЛЯ РОССИЙСКОГО СТРАХОВОГО РЫНКА: СТРАТЕГИЯ–2021

Криволапова О.В.- студент гр. ФК-01, Ильиных Ю.М. - к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

С 2011 г. и по настоящее время Утвержден Протокол от 16.12.2011 "О присоединении Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г." (далее - Протокол), и Россия приняла на себя часть обязательств в отношении членства в этой организации.

Основная идея работы ВТО - новые рынки, но вместе с тем страна теряет часть своего рынка [1].

Со вступлением России в ВТО были введены ограничения доступа иностранных страховщиков на российский страховой рынок по услугам страхования жизни.

Через девять лет после даты присоединения России к ВТО будет разрешено коммерческое присутствие в форме филиала иностранного страховщика в сфере страхования



при условии выполнения требований по лицензированию, обеспечению финансовой устойчивости и требований по гарантийному депозиту.

До открытия иностранный страховщик должен быть уполномоченным осуществлять операции по страхованию жизни в стране происхождения не менее восьми лет и удовлетворять следующим требованиям:

- иметь не менее пяти лет опыта работы через филиал на зарубежных рынках;
- иметь общие активы более 5 млрд. долл. на конец календарного года, предшествующего подаче заявки, и др [3].

Целесообразно будет выделить положительные и отрицательные последствия вступления России в ВТО для национальной страховой системы.

К плюсам можно отнести:

- повышение капитализации и емкости национальной страховой отрасли за счет средств иностранных инвесторов;
- привлечение иностранных инвестиций в развитие страховой инфраструктуры;
- использование передовых страховых технологий и ноу-хау;
- расширение структуры и повышение качества страховых услуг, снижение издержек на их предоставление;
- активизация конкуренции на внутреннем страховом рынке и интенсификация деятельности национальных операторов;

К минусам относятся такие стороны, как:

- снижение капитализации всей отрасли за счет "переключения" большей части финансовых потоков отрасли на зарубежное перестрахование;
- увод на международные финансовые рынки значительной доли внутренних инвестиционных ресурсов, аккумулированных через страхование;
- потеря национального контроля над страховыми резервами и инвестиционными средствами;
- повышенная подверженность колебаниям мирового финансового рынка, а также международным финансовым спекуляциям;
- сокращение занятости в страховой сфере, прежде всего высококвалифицированного и управленческого персонала [4].

В 2021 году свои филиалы на российском страховом рынке откроют лишь 10-20 иностранных страховых компаний.

Во-первых, большинство активных мировых игроков уже и так присутствуют в России.

Во-вторых, условия открытия филиалов будут достаточно жесткими, например: значительный опыт работы, совокупные активы не менее \$5 млрд. Такие требования потенциально смогут выполнить не более 150 страховых компаний в мире, в основном страховщики жизни.

Одновременно свои филиалы за рубежом смогут открыть лишь 3-5 российских страховщиков. Причины этого – значительные барьеры входа на рынок. Необходимость ведения учета в соответствии с законодательством принимающей страны будет означать высокие расходы, окупить которые возможно лишь при значительных объемах бизнеса. Поэтому российские страховщики скорее будут переоформлять дочерние компании за границей в филиалы, чем выходить на «пустое поле» [2].

Вступление в ВТО также скажется на сегменте страховых посредников, в первую очередь брокеров. Приходу иностранцев в этот сегмент будет способствовать отсутствие достаточного количества сильных национальных игроков, а также минимальные барьеры входа на рынок.

«Эксперт РА» (рейтинговое агентство) выделил три сценария развития российского страхового рынка до и после его либерализации в рамках ВТО:

- Сценарий 1

Формирование сильного страхового рынка до прихода филиалов иностранных компаний и внешняя экспансия национальных страховщиков (компаний с российскими

собственниками). В этом случае после либерализации рынка доля иностранцев (филиалов и дочерних компаний) в совокупных взносах стабилизируется на уровне 50%, а в десятке лидеров рынка будут присутствовать 5-6 национальных компаний.

- Сценарий 2

Постепенное выдавливание с рынка национальных игроков, не сумевших повысить собственную конкурентоспособность. По второму сценарию рыночная доля иностранцев будет колебаться от 60 до 70%, а в десятке лидеров страхового рынка будут преобладать иностранные компании.

- Сценарий 3

Переход страхового рынка под контроль иностранных структур. Этот сценарий маловероятен, так как за годы работы на российском страховом рынке сформировался целый ряд сильных национальных игроков. Сценарий возможен, если на законодательном уровне для иностранных компаний будут созданы существенные преференции.

В этом случае рыночная доля иностранцев может достигнуть 80%, а в топ-10 российского страхового рынка останутся лишь 2-3 национальные страховые компании [2].



*Источник: ФССН, ФСФР, прогноз «Эксперт РА»*

Рис 1 – Прогноз динамики рыночной доли компаний с иностранным участием на российском страховом рынке [5].

Вне зависимости от сценария развития наибольшую рыночную долю иностранные страховщики получают в сегменте страхования рисков иностранных компаний, работающих в России, а также на только формирующемся рынке страхования жизни.

В заключении можно сделать вывод, что итоговый знак суммарного эффекта от вступления России в ВТО будет зависеть от успеха действий национальных страховщиков по повышению своей конкурентоспособности.

Приход филиалов компаний-нерезидентов будет способствовать развитию конкуренции, внедрению новых технологий, снижению стоимости страхования для рисков, ранее в значительной мере перестраховывающихся за рубежом. Неконкурентные страховые компании, а также компании, занимающиеся фронтингом рисков за рубежом, со временем будут вынуждены покинуть рынок. Государство при этом может, как выиграть в результате развития российского страхового рынка и если в конкурентной борьбе победят национальные страховщики, так и проиграть, если резервы и прибыль будут уходить за рубеж, а страхование стратегически важных отраслей полностью перейдет под контроль иностранцев [2].

### Список литературы

- 1 Россия в ВТО. Страховой рынок. [Электронный ресурс]. - Электрон. текст. дан. - Режим доступа <http://www.forbes.ru/sobytiya-column/rynki/82906-rossiya-v-vto-strahovoi-rynok>
- 2 Комлева Н. Янин А. Последствия вступления в ВТО для Российского страхового рынка: Стратегия – 2021/ Эксперт Ра / М. – 2012
- 3 Андреева Е.В. Последствия вступления России в ВТО для страхового рынка / Е. В. Андреева, Е.М. Хитрова // Страховое дело. – 2013 - № 1.
- 4 Базанов А.Н. Некоторые актуальные проблемы развития страхового рынка России // Страховое дело. – 2012. - № 9.
- 5 Влияние вступления России в ВТО на развития страхового рынка [Электронный ресурс]. - Электрон. текст. дан. - Режим доступа <http://www.polisnn.ru/?id=28665>

### ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ОПАСНЫХ ОБЪЕКТОВ В РОССИИ: СУЩНОСТЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ

Алтухова М.- студентка группы ФК-02, Ильиных Ю. М. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Страхование ответственности владельцев опасных объектов производится с целью компенсации потерь от аварий на опасных объектах.

С 1 января 2012 года страхование опасных объектов в РФ стало обязательным. Процедура страхования опасных объектов регулируется ФЗ «Об обязательном страховании опасных объектов». Он был введен после аварии на Саяно – Сушенская ГЭС, в результате которой был причинен ущерб в размере более чем 40 млрд. руб. по оценкам «РусГидро».

Размер страховых выплат составил 6,2 млрд. руб.

За рубежом, как правило, нет специальных законов об обязательном страховании ОПО — этот вид страхования является добровольным. Например, в США учреждены специальные фонды, из которых покрываются расходы по возмещению вреда третьим лицам, причиненного в связи с авариями, а также на покрытие расходов по очистке свалок опасных отходов. Средства фондов формируются из штрафов предпринимателей, чьи предприятия наносят вред окружающей среде, и бюджетных денег. В Германии существует налог на вредные выбросы и опасные виды деятельности, поступления от которого также аккумулируются в специальном фонде.

Владельцем опасного объекта является юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, владеющие опасным объектом на праве собственности, праве хозяйственного ведения или праве оперативного управления либо на ином законном основании и осуществляющие эксплуатацию опасного объекта. [1]

Согласно ФЗ к опасным объектам относятся объекты, на которых: получают, используются, перерабатываются, образуются, хранятся, транспортируются, уничтожаются следующие опасные вещества: воспламеняющиеся вещества; окисляющие вещества; горючие вещества; взрывчатые вещества; токсичные вещества; высокотоксичные вещества; вещества, представляющие опасность для окружающей среды. [1]

Размеры страховых выплат:

1. 2000000 рублей - в части возмещения вреда лицам, понесшим ущерб в результате смерти каждого потерпевшего (кормильца);
2. Не более 25000 рублей - в счет возмещения расходов на погребение каждого потерпевшего;
3. Не более 2000000 рублей - в части возмещения вреда, причиненного здоровью каждого потерпевшего;
4. Не более 200000 рублей - в части возмещения вреда, причиненного в связи с нарушением условий жизнедеятельности каждого потерпевшего;

5. Не более 360000 рублей - в части возмещения вреда, причиненного имуществу каждого потерпевшего - физического лица, за исключением вреда, причиненного в связи с нарушением условий жизнедеятельности;

6. Не более 500000 рублей - в части возмещения вреда, причиненного имуществу каждого потерпевшего - юридического лица.

С 1 апреля 2012 года введены штрафы за отсутствие полиса обязательного страхования опасных объектов.

Юридические лица платят штраф за отсутствие полиса обязательного страхования опасных объектов в размере от 300 до 500 тыс. рублей; [1]

В России, по данным Росреестра, насчитывается более 350 000 опасных объектов различного типа и различной формы собственности, в том числе: 8000 взрывоопасных и пожароопасных объектов, 150 000 км магистральных газопроводов, 62 000 км нефтепроводов, 25 000 км продуктопроводов, 30 000 водохранилищ, 60 крупных водохранилищ емкостью более 1 млрд. куб. м, несколько сотен накопителей промышленных стоков и отходов.[2]

Таблица 1 – Рэнкинг по взносам по ОСОПО, 1-е полугодие 2013 г. [4]

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тыс. руб.	Уровень выплат, %	Темпы Прироста взносов, %
1	<u>СГ "Согаз"</u>	1 540 988	2,6	6,3
2	ОАО «Росгосстрах»	1 337 861	н.д.	-4,5
3	<u>СОАО "ВСК"</u>	873 985	1,3	2,0
4	<u>Группа "Ингосстрах"</u>	710 938	0,9	7,5
5	<u>Страховая группа "Альфастрахование"</u>	448 210	1,5	-15,2
6	<u>ОСАО "РЕСО-Гарантия"</u>	406 088	0,5	20,0
7	<u>ОАО "Страховая акционерная компания "Энергогарант"</u>	343 557	0,0	71,0
8	<u>ООО "СК "Согласие"</u>	299 148	1,2	-6,8
9	<u>Группа "Альянс"</u>	170 940	1,7	-30,5
10	<u>Страховая Группа "УралСиб"</u>	162 644	1,4	1,8

В таблице 1 представлен рэнкинг по обязательному страхованию ответственности владельцев опасных производственных объектов. Лидирующую позицию занимает СГ «Согаз», после него ОАО «Росгосстрах». Максимальный темп прироста взносов у ОАО «Страховая акционерная компания «Энергогарант», что свидетельствует о популярности этой страховой компании среди владельцев опасных объектов. Также по таблице можно увидеть, что популярность таких компаний как ОАО «Росгосстрах», страховая группа «Альфастрахование» резко снижается.

В 2013 году по России поступления от обязательного страхования опасных объектов составили 9 181 332 000 руб. Выплаты в 2013 г. по России составили 278 742 000 руб. Коэффициент выплат в 2013 г. по России составил 3,04 % [4]

В 2013 году по Алтайскому краю поступления от обязательного страхования опасных объектов составили 93 790 000 руб. Выплаты в 2013 г. по Алтайскому краю составили 78 000 руб. Коэффициент выплат в 2013 г. по Алтайскому краю составил 0,08 % .

Общее количество опасных объектов, в отношении которых были заключены договоры страхования, за год увеличилось более чем на 20 000, а это почти 10% от всех ОПО, застрахованных в 2012 г. Всего в прошлом году заключено 255 400 договоров ОС ОПО, что лишь на 13% больше, чем в 2012 г. (222 200). Лидерами рынка по сборам по-прежнему являются компании СГ «Согаз» (1,7 млрд. руб.), ОАО «Росгосстрах» (1,5 млрд. руб.), ВСК (1

млрд руб.), ОАО «Ингосстрах» (787 млн. руб.) и ОАО «АльфаСтрахование» (547 млн. руб.). На их долю приходится больше половины всего рынка ОС ОПО. [3]

Примером крупной аварии, произошедшей за последние годы является авария на АЭС «Фукусима – 1» произошедшая 11 марта 2011 года, в результате сильнейшего землетрясения и последовавшего за ним цунами.

Ущерб от аварии на АЭС "Фукусима-1" составил 5,691 триллиона иен (около 74 миллиардов долларов).

АЭС была застрахована на несколько десятков миллионов евро в Deutsche Kernreaktor-Versicherungsgemeinschaft, однако по условиям договора страхования ущерб, причинённый в результате землетрясения, цунами и извержения вулкана, не является страховым случаем.

Японское правительство обязало владельца АЭС — компанию ТЕРСО — выплатить компенсацию вынужденным переселенцам, численность которых составляет примерно 80 000 человек. По прогнозам банка Bank of America — Merrill Lynch общая сумма компенсационных выплат может превысить 130 млрд. долларов.

После этой аварии страховые компании отказались продлевать истекающую 15 января 2012 года страховку для аварийной АЭС "Фукусима-1", пострадавшей от землетрясения и цунами в марте 2011 года.

Причина, по которой страховщики были вынуждены отказать продлевать соглашение с компанией-оператором АЭС Токуо Electric Power (ТЕРСО), заключалась в том, что в связи с мартовскими событиями 2011 года и последовавшей за ними аварией на АЭС риски стали слишком высоки.

В настоящее время страхование ответственности владельцев опасных объектов приобретает все большую популярность. За последний год значительно увеличилось количество опасных объектов, в отношении которых были заключены договоры страхования опасных объектов (практически на 10%). Из таблицы 1 видно, что более крупные страховые компании теряют свою популярность, вследствие чего растет количество взносов у малоизвестных страховых компаниях.

#### Список литературы

1. Федеральный закон РФ от 27.07.10 № 225-ФЗ «Об обязательном страховании опасных объектов» (вступает в силу с 01.01.2012).
2. Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии [Электронный ресурс] / Росреестр. – Электрон. текст. дан. – М., 2005-2013. – Режим доступа: <https://rosreestr.ru/wps/portal/>. – Загл. с экрана.
3. Insur-info.ru [Электронный ресурс] / Медиа - Информационная Группа «Страхование сегодня» - Электрон. текст. дан. – М., 2003 – 2014.- Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/news/3515/> – Загл. с экрана.
4. Raexpert.ru [Электронный ресурс] / рейтинговое агентство «Рэксперт.Ру». - Электрон. текст. дан. – М., 1997 – 2014.- Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/project/opo/2013/analytics/> – Загл. с экрана.

### СУЩНОСТЬ НОВОГО НАЛОГА НА НЕДВИЖИМОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ВВЕДЕНИЯ

Исакова Ю.С. – студентка группы ЭК-01, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Согласно высказыванию Оливера Уэнделла Холмса-старшего, американского писателя и поэта, «налоги - это цена, которую мы платим за возможность жить в цивилизованном обществе» [2]. Действительно, под налогами понимается необходимая плата граждан своему государству за предоставление социальных благ. Однако для общества «самыми лучшими налогами являются наименьшие налоги» (Д. Рикардо) [2], поэтому оно не заинтересовано в

их увеличении. Тем не менее, изменения в налоговом законодательстве, как и в любом другом, обязательны для исполнения. Так, с 2014 г. запущен механизм введения нового налога на недвижимость, который по предварительным подсчетам Федеральной налоговой службы увеличит налоговую нагрузку на собственников в несколько раз. Проведем исследование, в ходе которого выясним:

- 1) что представляет собой новый налог,
- 2) какой эффект получит государство от введенного изменения,
- 3) что может сдерживать эффективность принятой схемы налогообложения.

Новый налог на недвижимость представляет собой объединение ранее отдельно выплачиваемых налогов на имущество и на землю, который будет рассчитываться исходя из рыночной цены объекта обложения. Прежде налог на имущество выплачивался исходя из инвентаризационной стоимости объекта, под которой понимается «восстановительная стоимость с учетом износа и динамики роста цен на строительную продукцию, работы и услуги» (инструкция МНС РФ от 02.11.1999 г. №54). Например, стоимость квартиры рассчитывалась на основе цен на дату постройки жилого дома, с учетом коэффициента пересчета и коэффициента износа, уменьшающего общую стоимость жилья и, следовательно, налогооблагаемую базу. Налог на земельный участок определялся на основании его средней кадастровой стоимости, установленной органами исполнительной власти субъектов РФ по муниципальному району (городскому округу). В силу того, что рыночная стоимость на объекты недвижимости обладает тенденцией к увеличению и существенно превосходит кадастровую стоимость, налогооблагаемая база значительно увеличивается.

Ставки налога на недвижимое имущество будут определяться местными органами власти, так как введенный налог станет пополнять бюджеты муниципальных образований. Министерство финансов РФ предлагает дифференцировать ставку налога и законодательно установить ее максимальные размеры (таблица 1), в пределах которых она может варьировать.

Таблица 1 – Ставки налога на недвижимое имущество [3], предлагаемые Минфином РФ

Общая стоимость имущества до 300 млн. руб.	
Объект обложения	Предельный размер ставки налога
Жилые помещения	0,1%
Нежилые помещения	0,5%
Земельные участки	0,3%
Стоимость имущества на одном собственнике свыше 300 млн. руб.	
Любой объект капитального строительства	0,5%
Земельные участки	1,5%

Закон предусматривает вычеты по жилой площади: первые 20 кв. метров помещения обычных собственников не облагаются налогом, для льготных категорий граждан налог не будет взиматься за первые 50 кв. метров.

Проведем вычисления суммы налога: предположим, что у семьи из 2-х человек в долевой собственности имеется двухкомнатная квартира общей площадью 60 кв. метров. Рассматриваемая квартира находится в жилом доме г. Барнаула в Центральном районе, где средняя рыночная цена 1 кв. метра по данным за январь 2014 г. составляет 56 тыс. рублей[1]. Тогда вычет по площади составляет 40 кв. метров, оставшиеся 20 кв. метров облагаются по ставке 0,1% от рыночной цены. Таким образом, сумма налога равна 1120 рублей (таблица 2).

Предположим, что инвентаризационная стоимость квартиры, рассчитанная БТИ, составляла 300 тыс. руб. В Барнауле, если суммарная стоимость имущества составляла не более 300 тыс. руб., применялась ставка налога в размере 0,095%[4]. Таким образом, сумма налога была равна 285 рублей (таблица 2).

Таблица 2 – Сравнение нового и прежнего способов расчета суммы налога на жилье

Новый способ расчета суммы налога (объект обложения - жилое помещение)	
Параметры	Расчет суммы налога
Площадь квартиры = 60 кв. метров	20 кв. метров*56 тыс. рублей*0,001 = 1120 рублей
Количество собственников = 2	
Вычет по площади на собственника = 20 кв. метров	
Налогооблагаемая база = 20 кв. метров	
Рыночная цена 1 кв. метра = 56 тыс. рублей	
Ставка налога = 0,1%	
Прежний способ расчета суммы налога	
Инвентаризационная стоимость квартиры = 300 тыс. рублей	300 тыс. руб.*0,00095 = 285 рублей
Ставка налога = 0,095%	

Очевидно, что новая сумма налога превышает старую почти в 4 раза.

Если в рассматриваемой квартире проживают все те же 2 человека, но она является собственностью только одного из них, не смотря на то, что оба проживающих имеют прописку, сумма налога удвоится и станет равной 2240 рублей. Таким образом, при расчете суммы налога, существенным становится факт владения данным объектом (право собственности).

Как уже было отмечено, одновременно с налогом на имущество станет выплачиваться и налог на землю. Последняя переоценка кадастровой стоимости земли в Алтайском крае была проведена в 2009 г., согласно которой определялась средняя стоимость 1 кв. метра земельного участка исходя из вида разрешенного пользования (участки под индивидуальными/многоквартирными домами, для автостоянок, промышленных объектов и так далее). Согласно постановлению Администрации края «Об утверждении результатов государственной кадастровой оценки земель населённых пунктов Алтайского края» № 546 стоимость 1 кв. метра земельного участка, занятого жилищным фондом, составляет 6597,73 рублей при ставке налога 0,1%. Таким образом, зная общую площадь земли, принадлежащую собственникам квартир жилого дома (к примеру, она составляет 4500 кв. метров) и общую площадь помещений в доме (например, 5300 кв. метров), можно рассчитать сумму налога для ранее рассматриваемых владельцев квартиры площадью 60 кв. метров. Налоговый платеж равен 336 рублей (таблица 3).

Согласно Федеральному законодательству, переоценка стоимости земель должна проводиться не реже, чем каждые 5 лет, поэтому ее новая волна начнется в текущем году. На данный момент средняя стоимость земельных участков под многоквартирными домами пока не установлена, но, если исходить из двукратного превышения стоимости 2009 г. над 2004 г., то ее величина в г. Барнауле составит около 13196 рублей. Таким образом, новая величина налога, которую, вероятно, заплатит рассматриваемая семья за принадлежащую ей земельную долю, составит 2017 рублей (таблица 3).

Таблица 3 - Сравнение нового и прежнего способов расчета суммы налога на землю

Новый способ расчета суммы налога (объект обложения - земельный участок)	
Параметры	Расчет суммы налога
Площадь квартиры = 60 кв. метров	(60 кв. метров/5300 кв. метров)*4500 кв. метров*6597,73 рублей*0,001 = 336 рублей
Общая площадь жилого дома = 5300 кв. метров	
Площадь земельного участка, принадлежащего ТСЖ = 4500 кв. метров	
Кадастровая стоимость 1 кв. метра земли, занятого жилищным фондом = 6597,73 рублей	
Ставка налога = 0,1%	
Прежний способ расчета суммы налога	

Показатели площадей неизменны	(60 кв. метров/5300 кв. метров)*4500 кв. метров*13196 рублей*0,003 =2017 рублей
Кадастровая стоимость 1 кв. метра земли, занятого жилищным фондом = 13196 рублей	
Ставка налога = 0,3%	

Общая сумма налога на недвижимое имущество для двух владельцев двухкомнатной квартиры в Центральном районе г. Барнаула превысит прежнюю в 5 раз.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, в 2013 г. доля налогов на имущество в общей суммарной величине налоговых поступлений составила всего 8% (рисунок 1).

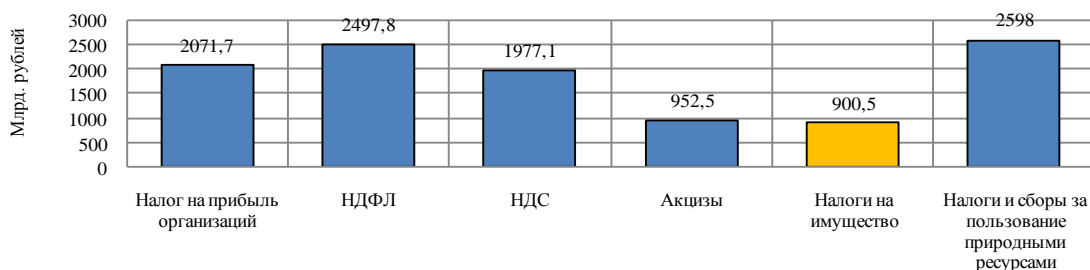


Рисунок 1 – Поступления налогов и сборов в бюджет РФ по видам, 2013 г.

В связи с появлением изменений в законодательстве ожидается, что величина поступлений налога на недвижимое имущество увеличится в разы.

Следует отметить, что введение нового налога сопровождается рядом проблем. Во-первых, факт увеличения размера налоговых отчислений станет очевидным для всех собственников недвижимого имущества. Рост рыночной стоимости объектов налогообложения приведет к тому, что сумма обязательных платежей будет увеличиваться ежегодно. Отсюда вытекает вторая проблема: как будет осуществляться пересчет рыночной стоимости, на величину которой влияет множество факторов. Например, собственники схожих по площади и году сдачи в эксплуатацию квартир, будут платить разные суммы налогов, так как, скажем, у одного владельца жилье находится в центре города, а у другого – на окраине. Отсюда следует вывод, что представители одного социального слоя получают разную налоговую нагрузку. Очевидно, для установления наиболее точной суммы налога потребуются ежегодно собирать, обрабатывать и анализировать колоссальные объемы информации, определиться с существенными критериями, по которым будет формироваться приблизительно однородный массив объектов недвижимости. В целом, реформа существенно затронет рядовых собственников больших площадей и инвесторов, вкладывающих капитал в недвижимость, что скажется на соответствующем рынке посредством падения спроса на жилые/нежилые помещения и земельные участки. Эксперты отмечают, что строительная отрасль на первоначальных этапах понесет потери по причине вероятного снижения цен на объекты недвижимости. Такое падение цен не будет критичным в силу роста ставки инфляции и количества населения, желающего приобрести новое комфортное жилье.

Введение нового налога увеличит пополняемость местного бюджета, что является плюсом реформы, так как полученные денежные средства будут направлены на благоустройство муниципалитетов и сокращение величины дотаций.

Прежде чем судить об успешности изменений, необходимо проанализировать ряд новых налоговых периодов и сопоставить их с дореформенными. Муниципалитетам разрешено определять ставки налога, льготные условия, рыночную стоимость объектов недвижимости с внесением ее в кадастр до 2018 г. Таким образом, на данном временном этапе остается



внимательно изучать новое законодательство и следить за решениями местных органов власти в целях контроля расходной статьи личного бюджета.

#### Список литературы

1. В Барнауле выросла стоимость одного квадратного метра жилья //News22.ru[Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – Барнаул, 2014. – Режим доступа: [http://news22.ru/news/jizn/v\\_barnaule\\_vyroslo\\_stoimost\\_odnogo\\_kvadratnogo\\_metra\\_zhilya/](http://news22.ru/news/jizn/v_barnaule_vyroslo_stoimost_odnogo_kvadratnogo_metra_zhilya/). – Загл. с экрана.
2. Высказывания великих людей о налогах // Audit-it.ru [Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – [Москва], 2014. – Режим доступа:<http://www.audit-it.ru/articles/account/otherbuh/a102/167094.html>. – Загл. с экрана.
3. Каким будет новый налог на недвижимость в 2014 году? // Деловая жизнь [Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – [Москва], [2014]. – Режим доступа: <http://bs-life.ru/makroekonomika/noviy-nalog-na-nedvizimost2013.html>. – Загл. с экрана.
4. Налог на имущество в Алтайском крае //Amic.ru[Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – Барнаул, 2010. – Режим доступа: <http://www.amic.ru/news/130999/>. – Загл. с экрана.

#### ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ С ДРАГОЦЕННЫМИ МЕТАЛЛАМИ

Демченко Ю.С. - магистрант группы 8МБм-21, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Инвестирование в драгоценные металлы с каждым годом приобретают все большую популярность. Важнейшим преимуществом является то, что данные инвестиции не имеют отношения ни к одной из мировых валют.

Федеральным законом от 10.12.2003 № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» определены принципы осуществления операций с валютой и валютными ценностями в России, права и обязанности юридических и физических лиц в отношении владения, пользования и распоряжения валютными ценностями, ответственность за нарушение валютного законодательства. Согласно данному закону к драгоценным металлам относятся - золото, серебро, платина и металлы платиновой группы (палладий, иридий, рутений и осмий) в любом виде и состоянии, за исключением ювелирных и других бытовых изделий, а также лома таких изделий [1].

Состав операций с драгоценными металлами и порядок их проведения, перечень допускаемых участников этих операций и сделок установлены Федеральным законом от 26.03.98 № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Закон отражает квалификацию действий, которые участники внутреннего российского рынка могут осуществлять в отношении драгоценных металлов и драгоценных камней, а также принципы учета этих действий.

Банковские операции с драгоценными металлами банки проводят при наличии специальной лицензии или разрешения (такие банки называются специально уполномоченные банки) и без такой лицензии. Согласно лицензии банки уполномочены проводить следующие операции и сделки с драгоценными металлами: 1) покупать и продавать их как за свой счет, так и за счет своих клиентов, действуя в качестве комиссионера или поверенного по договорам комиссии или поручения; 2) привлекать драгоценные металлы во вклады (до востребования и на определенный срок) от физических и юридических лиц; 3) размещать привлеченные и собственные драгоценные металлы от своего имени и за свой счет на депозитные счета в других банках, а так же предоставлять займы в драгоценных металлах; 4) предоставлять и получать рублевые и валютные кредиты под залог драгоценных металлов; 5) хранить и перевозить драгоценные металлы [3].

Актуальность инвестирования в драгоценные металлы возрастает в периоды роста неопределенности на валютном рынке, усиления инфляционного давления и рецессионных процессов. В то же время инвестиции в драгметаллы носят долгосрочный характер и не подходят для краткосрочных спекуляций в силу специфики драгоценных металлов. Резкий рост спроса на драгоценные металлы наблюдался в России в период девальвации рубля, а так же в результате сокращения их добычи. Это объясняется, прежде всего, тем, что в данных условиях, генерирующих высокие экономические риски, первоочередной задачей для инвесторов является не столько приумножение своего капитала, сколько стремление сохранить его.

В Российской Федерации к основным способам инвестирования средств в драгоценные металлы можно отнести: инвестиционные монеты, обезличенные металлические счета, слитки драгоценных металлов.

Самые популярные операции с драгметаллами с инвестиционной точки зрения – открытие металлических счетов и приобретение инвестиционных монет.

Обезличенные металлические счета (ОМС) являются оптимальным вариантом размещения свободных средств в случае, когда стабильно растет в цене тот или иной металл. Суть услуги в том, что клиент покупает металл, но получает на руки не сам слиток, а документ, подтверждающий право обладания им. Таким документом является сберегательная книжка, в которой фиксируется количество приобретенного металла в граммах.

Преимущества обезличенного металлического счёта: 1) возможность сохранения и приумножения денежных средств за счёт роста стоимости драгоценных металлов;

2) возможность диверсифицировать инвестиционный портфель вложениями в драгоценные металлы, тем самым снизить риски потерь, связанные с негативными изменениями на финансовых рынках; 3) доступность – бесплатное открытие и ведение счёта, минимальный размер первоначального и дополнительного взносов не ограничен; 4) высокая ликвидность – продажа металла со счёта в обезличенном виде осуществляется банком в день обращения клиента; 5) отсутствие НДС 18% при покупке и продаже драгоценных металлов в обезличенном виде; 6) стоимость обезличенного драгоценного металла не включает в себя издержки, связанные с изготовлением слитков, их хранением и транспортировкой;

7) возможность получения со счёта драгоценного металла в слитках.

Вместе с тем обезличенные металлические счета (ОМС) имеют ряд ограничений. ОМС не участвуют в системе страхования вкладов, поэтому для открытия обезличенного металлического счёта нужно выбирать надёжный банк. В случае банкротства банка или отзыва у него лицензии владелец ОМС теряет свой депозит. У ОМС достаточно широкий спред на покупку и продажу, устанавливаемый в банках по всем драгметаллам. Некоторые банки берут достаточно высокие комиссии при открытии ОМС, которые колеблются от 0,1% до 0,5% от суммы, на которую открывается депозит в драгметаллах;

Доходность обезличенного металлического счёта обеспечивается следующим образом:

1) металлические счета без начисления процентных доходов: доход владельцев таких ОМС формируются только за счёт роста стоимости драгоценных металлов на мировых рынках, если рост происходит; 2) металлические счета с начислением процентных доходов: процентные доходы начисляются только в том случае, если металлический счёт оформляется как депозитный вклад в драгоценных металлах с конкретным сроком хранения. Общий доход владельцев депозитных вкладов формируются за счёт процентов, начисляемых в драгметаллах (граммах) и прироста стоимости драгоценных металлов на мировых рынках за этот период.

Следующими по популярности является инвестирование в монеты из драгоценных металлов. Монеты из драгоценных металлов подразделяют на 2 группы: памятные и инвестиционные.

Памятные монеты – это монеты выполнены чеканкой высокого качества и высоким уровнем художественного оформления. Выпуск монет обычно посвящен памятным датам,

знаменательным событиям или актуальным событиям культуры, защиты окружающей среды. Эти монеты чаще всего приобретают для коллекционирования, в подарок. Это, например, такие монеты как «Лебеди», «Тайная вечеря», «Знаки зодиака» и др.

Инвестиционные монеты (тезаврационные, весовые) – монеты предназначены в основном для вложения свободных денег. Стоимость таких монет близка к стоимости драгоценных металлов, которые содержатся в них. Получение прибыли от таких инвестиций, как правило, возможно, только при долгосрочных вложениях. Популярным примером инвестиционной монеты является «Победоносец», «Червонец», «Соболь».

Преимущества приобретения инвестиционных монет: 1) назначение инвестиционных монет - вложение средств; 2) создание личного «золотого запаса»; 3) отсутствие НДС при покупке и продаже монет;

Преимущества памятных монет: 1) нумизматическая ценность; 2) тематическая направленность (природа и животный мир, знаки зодиака, памятники истории и архитектуры, спорт, география); 3) высокохудожественное оформление; 4) высокое качество чеканки; 5) ограниченный тираж выпуска; 6) отсутствие НДС при покупке и продаже монет.

Недостатки приобретения инвестиционных монет: НДС при покупке отсутствует, но есть банковский спрэд в виде разницы между ценой покупки и ценой продажи и, естественно, не в пользу вкладчика. Размер спрэда в некоторых банках просто огромен и исчисляется в десятках процентов от цены монеты. При продаже памятных монет спрэд еще выше.

Доходность инвестиционных монет складывается за счет разницы между ценой покупки и ценой продажи, которая обусловлена ростом цен на драгоценный металл монеты в период владения монетой. Динамика отпускных цен на инвестиционные монеты Центрального Банка идентична динамике цен на драгоценный металл монеты.

Слитки драгоценных металлов – это наиболее дорогой инструмент для инвестирования. Кроме того, слитки максимальной пробы пользуются спросом у ювелиров.

Слитки драгоценных металлов – это стандартные и мерные слитки, изготовленные на российских аффинажных заводах и соответствующие государственным и отраслевым стандартам РФ, а также слитки зарубежного производства, соответствующие международным стандартам качества, установленными Лондонской ассоциацией участников рынка драгоценных металлов (The London Bullion Market Association, LBMA) и участниками Лондонского рынка платины и палладия (The London Platinum and Palladium Market, LPPM).

Мерные слитки – это слитки российского производства с маркировкой производителя и содержанием чистого металла (пробы) не менее 99,99% и весом от 1 до 1000 грамм. Это основная масса мелковесных слитков, доступных для покупки через российские банки.

ГОСТы устанавливают не только требования к внешнему виду, массе, маркировке слитка, но и определяют предельное суммарное присутствие примесей для различных марок драгоценного металла, но не нормируя содержание отдельного компонента.

Стандартные слитки – это слитки драгоценных металлов, произведенные и маркированные российскими (ранее 1992 г. — советскими) аффинажными предприятиями в полном соответствии государственным и отраслевым стандартам в следующих соотношениях лигатурной массы и пробы слитка [5].

Неоспоримым преимуществом покупки драгоценного металла и наличия его – это независимость от обязательств банка (его банкротство не повлечёт негативных последствий, независимость от состояния финансовой системы).

Неудобство использования реальных слитков драгоценных металлов состоит в необходимости их надежного хранения, что порождает дополнительные затраты, снижающие прибыльность вложений. Кроме этого, в продажную цену слитков драгметаллов включается НДС.

Гражданин, желающий купить слиток драгметалла без уплаты НДС, передает покупку на хранение банку с оформлением металлического счета ответственного хранения, а последующая реализация слитка также может проводиться без его выноса из хранилища.

Металлические счета ответственного хранения - это счета клиентов для учета драгоценных металлов, переданных на ответственное хранение в банк с сохранением при этом их индивидуальных признаков (вид металла, количество, проба, производитель, серийный номер и др.) [3].

Операции с драгоценными металлами по итогам минувшего года эксперты справедливо называют одной из самых доходных инвестиций. По существу они уступают лишь инвестициям в недвижимость и ценные бумаги.

В настоящее время одним из самых привлекательных объектов инвестирования остаются драгметаллы. Для индивидуальных мелких инвесторов наиболее целесообразным способом инвестирования средств в драгоценные металлы являются обезличенные металлические счета и монеты из драгоценных металлов.

Изменение рыночной стоимости драгметалла будет влиять на доходность инвестиций во все рассматриваемые объекты, однако определяющими в уровне доходности инвестиций данные изменения стоимости драгметалла (доходности инвестиций) будут для ОМС, слитков драгоценных металлов и инвестиционных монет, в то время как для коллекционных монет основной прирост стоимости будет формировать их нумизматическая ценность.

#### Список литературы

1. О валютном регулировании: федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2003, № 50.
2. О драгоценных металлах и драгоценных камнях: федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1998, № 13.
3. Масленикова О.Ф. Активизация операций Сберегательного банка Российской Федерации с драгоценными металлами на основе интернет-магазина / О.Ф. Масленикова // Банковское дело. – 2011. – № 4. с.76-81.
4. Федорова Е.А. Инвестирование в драгоценные металлы : оценка внутренних спilloвер - эффектов / Е.А. Федорова, И.А. Ланец // Финансы и кредит. – 2013. – № 48 (576). с. 2-6.
5. Стандартные и мерные слитки банковского золота // in ZOLOTO [Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – М., 2014. Режим доступа: <http://inzoloto.ru/zolotyue-slitki/standartnye-i-mernye-slitki-bankovskogo-zolota> – Загл. с экрана.

#### ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ Г. БИЙСК)

Долматова Е.Д. - студентка гр. ФК-91, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В последние годы одной из наиболее актуальных проблем развития местного самоуправления в РФ является проблема обеспечения реальной бюджетной самостоятельности муниципальных образований. В течение времени острота этой проблемы не снижается, так как финансовая база местных бюджетов недостаточна, органы местного самоуправления не могут эффективно осуществлять свои делегированные полномочия. Местные бюджеты являются частью бюджетной системы России, а в ней система распределения доходов изначально устроена так, что на местный уровень идут не самые значительные объемы поступлений.

В то же время местные бюджеты имеют высокую значимость, потому что в них фокусируются социально-экономические процессы, происходящие в муниципальном образовании.

Экономическая сущность местных бюджетов проявляется в их назначении. Они выполняют следующие функции:

- формирование денежных фондов, являющихся финансовым обеспечением деятельности местных органов власти;
- распределение и использование этих фондов между отраслями народного хозяйства;
- контроль за финансово-хозяйственной деятельностью предприятий, организаций и учреждений, подведомственных этим органам власти.

На данный момент выделяют следующие основные проблемы большинства местных бюджетов в РФ:

- слабая собственная доходная база;
- несбалансированность местного бюджета;
- несоответствие объема полномочий органов местного самоуправления имеющимся в их распоряжении финансовым ресурсам;
- несовершенство действующего механизма формирования доходов и расходов бюджетов муниципальных образований.

Причиной низкой обеспеченности местных бюджетов собственными доходами служит неравномерное распределение производительных сил по территории страны. Отсюда и вытекает значительная асимметрия в развитии между муниципальными образованиями как внутри одного субъекта РФ, так и между разными регионами.

Согласно ст. 15 НК РФ всего 2 налога формируют финансовую базу местных бюджетов: земельный и налог на имущество физических лиц. Фактически доходы от них меньше ожидаемого, в связи с этим они не покрывают значительную часть расходных обязательств муниципальных образований. Ставки, порядок и сроки уплаты местных налогов при их введении устанавливают муниципальные органы власти, однако только в пределах НК РФ. Однако на федеральном уровне по данным налогам уже определены многочисленные льготы.

Кроме того порядок, направления и установления нормативов отчислений от федеральных и региональных налогов и сборов в местные бюджеты, предусмотренный ст.58 Бюджетным кодексом РФ, лишает местные органы власти гарантии на долгосрочной основе планировать увеличение налоговых доходов местных бюджетов. Согласно этой статье субъекты РФ имеют право, но не обязаны устанавливать нормативы отчислений данных налогов в местные бюджеты. На практике региональные власти не спешат воспользоваться этими полномочиями. Обязанность устанавливать нормативы отчислений в местные бюджеты предусмотрена только для налога на доходы физических лиц (п.3 ст. 58 БК РФ). Размеры нормативов таких отчислений БК РФ не устанавливается, органы государственной власти регионов на свое усмотрение определяют размеры отчислений, что также усиливает зависимость местного самоуправления от регионов.

Муниципальное образование г. Бийск не испытывает острой нехватки собственных финансовых ресурсов: удельный вес собственных налоговых и неналоговых поступлений в структуре доходов в 2011 - 2013 г.г. составлял около 50% [5, 6], такое соотношение собственных источников финансирования и безвозмездных поступлений является приемлемым для местных бюджетов. Однако существует проблема недоимки как налоговых, так и неналоговых поступлений. По состоянию на 01.01.2012 г. недоимка по налогам и сборам в бюджет города составляла 53,9 млн. руб., причем на протяжении 2011 - 2013 г. г. наблюдается устойчивая тенденция к ее увеличению. За 3 года она увеличилась на 10 млн. руб. и по состоянию на 01.01.2014 г. составила 64 млн. руб. Что касается неналоговых поступлений, что задолженность по ним на 01.01.2014 г. составила 163,5 млн. руб. [5, 6] Все это доказывает необходимость усиления администрирования в сфере налогообложения доходов физических и юридических лиц, ужесточения соответствующих законодательных

норм, а также усиления претензионно-исковой работы по взысканию задолженности по неналоговым доходам.

Проблемой многих муниципальных образований является наличие бесхозных земельных участков. Если не установлен собственник, то отсутствует плательщик земельного налога. В настоящее время в г. Бийске 128 земельных участков, по которым отсутствуют правообладатели (бесхозные) и 29 земельных участков, по которым в базе данных налогового органа отсутствует актуальная кадастровая стоимость. [6]. В масштабах данного муниципального образования количество бесхозных земельных участков невелико. Проведение мероприятий по выявлению собственников земельных участков, содействие в оформлении прав собственности на земельные участки будет способствовать привлечению собственников к налогообложению.

В условиях ограниченности финансовых ресурсов органы местного самоуправления испытывают дополнительные трудности, связанные с тем, что различными федеральными нормативными правовыми актами и нормативно-правовыми актами субъектов РФ они наделяются отдельными государственными полномочиями без передачи необходимых для их осуществления финансовых и материальных средств.

С середины 2000-х годов число федеральных полномочий, переданных органам местного самоуправления, возросло более чем вдвое. Так, если в 2005 г. муниципальными образованиями осуществлялось 8 федеральных полномочий, то в 2008 г. - уже 21. Тенденция увеличения передаваемых полномочий продолжилась и после 2008 г. [1].

Поэтому одной из причин ухудшения финансового положения муниципальных образований является закрепление за органами местного самоуправления дополнительных государственных полномочий без передачи местным бюджетам соответствующих доходных источников.

Обеспеченность муниципальных образований финансовыми ресурсами зависит от того насколько развитыми являются межбюджетные отношения, которые в настоящее время несовершенны и не решают многих текущих проблем местного значения. Централизация финансовых средств в федеральном бюджете и бюджетах субъектов РФ, наличие значительных встречных финансовых потоков между бюджетами всех уровней, также дефицит местных бюджетов - все это препятствует органам местного самоуправления в решении наиболее важных проблем местного значения.

Кроме вышеперечисленных проблем, еще одной проблемой формирования и исполнения местных бюджетов является то, что на данный момент не разработаны системы показателей региональной и муниципальной статистики, которые отвечали бы потребностям прогнозирования и планирования доходов местных бюджетов. В связи с этим органы государственной власти субъектов РФ не могут обеспечить в полном объеме распределение финансовой помощи местным бюджетам по объективным методикам и критериям [4].

Существующая в настоящее время практика формирования местных бюджетов состоит не в том, чтобы сбалансировать доходы и расходы, а в том, чтобы ограничить расходы рамками доходов, поэтому бюджетный процесс сводится к распределению средств по минимуму на самые неотложные нужды. Подобная ситуация наблюдается в муниципальном образовании г. Бийск. Органы местного самоуправления вынуждены проводить выборочную политику финансирования собственных обязательств.

В этих условиях пропадает сама возможность проведения ответственной бюджетной политики, повышения качества услуг, эффективного управления расходами и привлечения инвестиций в развитие муниципальных образований. Не зря, когда речь идет о местном самоуправлении, как правило, говорится о полномочиях местной власти и почти не упоминается, что местное самоуправление - это еще и ответственность этой власти перед своим населением. Но если почти все муниципальные образования являются дотационными, местные органы власти зависимы прежде всего от вышестоящих органов власти, а не от местных сообществ [2].

Подводя итог, нужно отметить, сегодня наиболее остро стоит вопрос недостаточного обеспечения финансово-экономической самостоятельности муниципальных образований. Проблема в том, что расходы значительно превышают доходы. И поэтому одной из задач государственной политики в области самоуправления является обеспечение устойчивого экономического роста местных бюджетов, а так же самостоятельность и сбалансированность местных бюджетов, которые составляют фундамент бюджетной системы страны.

#### Список литературы

1. Гаврилов, Е.В. О доходной базе местных бюджетов / Е.В. Гаврилов // Финансы и бюджет: проблемы и решения. - 2012. - № 9. - с. 23-26.
2. Маршалова, А.С. Местное самоуправление и особенности российского федерализма / А.С. Маршалова // Регион: Экономика и социология. - 2013. - № 1(77). - с.41-54.
3. Проблемы и перспективы формирования доходной базы бюджетов муниципальных образований (на примере Веселовского района Ростовской области) [электронный ресурс]: [официальный сайт] / Л.С. Николайчук // V Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум». - Электронные данные. - М., 2013. - Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/21/3315>. - Заглавие с экрана
4. Проблемы формирования и исполнения бюджетов муниципальных образований [электронный ресурс]: [официальный сайт] / О.И. Еремина, Н.Н. Бурнашкина // Экономика и социум: научно-практический электронный журнал. - Электронные данные. - М., 2013. - Режим доступа: [www.iurp.ru](http://www.iurp.ru). - Заглавие с экрана
5. «Об отчете об исполнении бюджета города за 2011 год»: решение Думы города Бийск от 24.05.2012 № 39
6. «Об отчете об исполнении бюджета города за 2012 год»: решение Думы города Бийск от 23.05.2012 № 213

### ПРОЕКТ УЛУЧШЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ ПАРКОВОЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ И РЕКОНСТРУКЦИИ ДВОРОВЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Грибцова Т., Грибцова Ю. - студенты гр. Эк-01, Ярышева Т.Н. - доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В России урбанизация становится все более выраженной с характерными всепоглощающими чертами. При росте населения в городах явно заметен рост всей городской инфраструктуры, что наиболее всего отражается на сегменте личного автотранспорта.

Рост автомобилизации в целом по Российской Федерации, по данным «Росстата», происходит непрерывно, начиная с 1980 года. Данная тенденция свойственна и Алтайскому краю (Таблица 1).

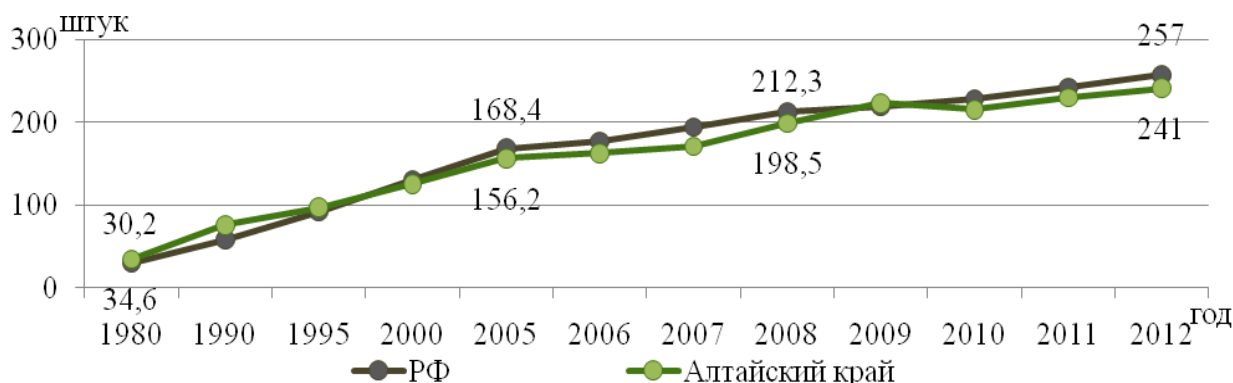


Рисунок 1 – Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек населения Российской Федерации и г. Барнаула, на конец года [4]

В связи с представленными данными проблема обустройства мест временного хранения транспортных средств в Алтайском крае, особенно в г. Барнауле, становится все более актуальной. Отсутствие организованных стоянок вынуждает водителей припарковывать автомобили в непредназначенных для этого местах, что в свою очередь, способствует образованию заторов на городских дорогах.

В регионах России проблему мест временного хранения транспортных средств пытаются организовано разрешить разными способами: организация платных парковок в центре города и ограничение въезда в него, расширение дорог, оптимизация парковочного пространства и прочее. Наиболее перспективным является строительство специализированных паркингов.

На данный момент автоматические паркинги в основном сосредоточены в Москве – около 30 паркингов разного размера, а также в городах миллионниках есть по 1-2 экземпляра. На данный момент в Барнауле нет ни одного автоматизированного паркинга. Нераспространенность такого типа автостоянок связана с дороговизной оборудования, отсутствием на российском рынке крупных управляющих компаний, которые имели бы опыт работы с подобного рода сегментом недвижимости, а также отсутствием статистики, без которой трудно спрогнозировать объем доходов, получаемый от такого бизнеса.

Различают несколько типов автостоянок: надземная автостоянка закрытого типа, автостоянка открытого типа, автостоянка с пандусами (рампами), механизированная автостоянка (МАС) [2]. Рассматриваемый Проект предусматривает строительство многоярусного автоматического паркинга башенного типа.

Данный тип паркинга обладает преимуществами механизированного паркинга, а также характеризуется дополнительными свойствами. Среди них можно отметить следующие:

1. Высокая оборачиваемость автомобилей в паркинге за счет применения беспаллетной технологии.
2. Удобен при парковке: водителю необходимо только заехать на платформу, затем он покидает автомобиль.
3. Персонализированный доступ к каждому машиноместу и как следствие – гарантия сохранности автомобиля и его содержимого.
4. Применение устройства безопасности, предотвращающее открытие дверей въезда/выезда до полной остановки движения паллеты.
5. Высокое качество и эксплуатационная надежность оборудования при низком уровне шума и вибраций.
6. Низкий уровень вредных выбросов [2].

Одним из самых важных достоинств такого паркинга является экономия площади на 35-50% и более, в зависимости от типа системы в сравнении с плоскостными парковками и традиционными паркингами (Таблица 2). Это является особенно актуальным при существующих в мегаполисах дефиците и чрезвычайной дороговизне свободных квадратных метров.

Таблица 2 – Сравнительные показатели для разных типов парковок [3]

Наименование показателя	Типы автостоянок		
	Плоскостная парковка	Многоуровневый полуавтоматический паркинг	Многоуровневый автоматический паркинг
Площадь парковки, м <sup>2</sup>	17000	6300	2200
Дополнительное место для маневра	Требуется	Требуется	Не требуется

В рамках проведенного исследования был разработан пилотный проект многоуровневого паркинга башенного типа на 30 машиномест. Среди земельных участков на территории г. Барнаула, свободных от застроек, был выбран один, удовлетворяющий его требованиям: наличие потребности в машиноместах со стороны населения и необходимой



площади земли под строительство паркинга. Данный земельный участок расположен по адресу ул. Сиреневая, 6 в зоне застройки многоэтажными домами, и находится в муниципальной собственности [1].

На основании анализа места застройки и предлагается строительство автостоянки башенного типа со средним фронтальным въездом. Особенности каркасного монтажа паркинга позволяют соединить три отдельных 6-уровневых паркинга (с учетом одного подземного уровня) в одно сооружение (Рисунок 2).

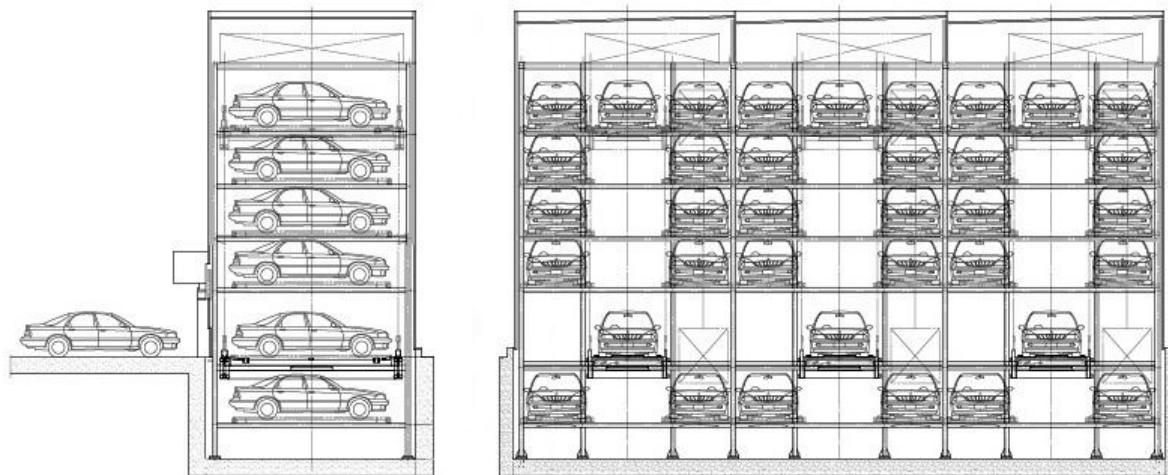


Рисунок 2 – Схема расположения машиномест в паркинге [5]

Такая конструкция паркинга позволит уменьшить количество уровней и увеличить число въездов, что в свою очередь сокращает время выдачи автомобиля: среднее время выдачи автомобиля – 30 секунд. Кроме этого применение скомбинированного модуля в паркинге позволяет осуществить бесперебойность работы при проведении ремонта и обслуживания.

В данной системе для вертикального перемещения автомобиля применяется новейшее высокоскоростное лифтовое устройство, слева и справа от которого располагаются машиноместа, а также поворотная парковочная платформа на уровне въезда/выезда, что позволит значительно упростить процесс выезда автомобиля из автоматизированного паркинга.

Общий объем инвестиций на строительство паркинга на 30 машиномест составляет около 10 млн. руб. (Таблица 3).

Таблица 3 – Инвестиционные затраты

№ п/п	Статья инвестиционных затрат	Стоимость этапа, руб.
1	Оборудование паркинга	9000000
2	Проектные и строительно-монтажные работы	1350000
3	Эксплуатация паркинга (в первый месяц реализации проекта)	18000
	Итого объем инвестиций	10368000

Выручка от реализации проекта будет формироваться за счет сдачи 80% машиномест (24 машиномест) в аренду, продажи 20% машиномест (6 машиномест) и доходов от реализации услуг по обслуживанию паркинга. В результате в первый год реализации Проекта предполагается получение выручки в размере около 4 млн. руб., а чистой прибыли в размере около 3 млн. руб. (Таблица 4).

Таблица 4 – Годовой доход от реализации инвестиционного проекта

Показатель	Сумма
Количество машиномест, сданных в аренду, шт.	24
Стоимость аренды машиноместа, руб.	4100
Количество проданных машиномест, шт.	6
Цена за машиноместо, руб.	450000
Стоимость обслуживания машиноместа, руб.	600
Выручка от реализации, руб.	4096800

Произведенный расчет таких показателей, как чистая приведенная стоимость, индекс доходности, внутренняя норма доходности и срок окупаемости позволяют говорить об эффективности Проекта (Таблица 5).

Таблица 5 – Показатели эффективности проекта

Наименование показателя	Значение
Чистая приведенная стоимость (NPV), тыс. руб.	357,34
Индекс доходности (PI), доли	1,04
Внутренняя норма доходности (IRR), %	10,7
Срок окупаемости (PP), лет	11

Показателей использования капитала также подтверждают целесообразность реализации Проекта (Таблица 6).

Таблица 6 – Показатели финансовой деятельности паркинга

Показатель	Значение, доли
Коэффициент рентабельности продаж (ROS)	0,72
Коэффициент рентабельности основной деятельности (NPM)	7,03
Коэффициент рентабельности активов (ROA)	0,33
Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE)	0,28

Результаты анализа следующие: при высокой величине чистой приведенной стоимости, индекса доходности и показателей рентабельности, срок окупаемости проекта составляет 11 лет.

При разработке проекта были рассмотрены четыре варианта финансирования проекта:

1. Собственные средства инициатора проекта или средства стороннего инвестора. Финансирование проекта на 100% за счет средств инициатора проекта или стороннего инвестора.

2. Соинвестирование. Предусматривает заключение договора соинвестирования в строительство нежилого здания с будущим владельцем машиноместа. Размер дополнительно привлеченных средств составит 2,7 млн. руб.

3. Муниципальная финансовая поддержка инвестиционной деятельности. Предусматривает получение Гранта администрации г. Барнаула в результате участия в ежегодном конкурсе в области разработки и внедрения инноваций в городское хозяйство. Размер дополнительно привлеченных средств составит 1 млн. руб.

4. Смешанное финансирование. Заключается в применении всех указанных выше способов финансирования проекта. Размер дополнительно привлеченных средств составит 3,7 млн. руб.

Подводя итог, отметим, что автоматический паркинг обладает безусловными преимуществами перед прочими вариантами размещения автотранспортного средства. Ожидаемые результаты от представленного инвестиционного проекта следующие:

1. Устранение ограничений развития города. Реализация Проекта позволит улучшить транспортные условия в городе Барнауле, что положительно скажется на условиях жизни и экономической активности города.

2. Социальный эффект. Создание сети автоматизированных паркингов позволит облегчить транспортную ситуацию в наиболее загруженных районах.

3. Развитие инноваций. Для возведения механизированной части паркинга предполагается использовать оборудование и технологии, соответствующие самым современным техническим стандартам и стандартам качества ЕС и РФ.

4. Тиражируемость Проекта / Равное благоприятие. Реализация Проекта создает новые условия для развития парковочного бизнеса в городе Барнауле. Проект предусматривает возможность участия разных инвесторов и не создает барьеров для других участников рынка.

Таким образом, строительство в г. Барнауле автоматического паркинга башенного типа позволит оптимизировать рациональное использование городского пространства, отведенного для паркинга, а также улучшить функциональность парковочных комплексов и реконструкцию дворовых территорий.

В целом, реализация инвестиционного проекта по строительству автоматизированного паркинга башенного типа в г. Барнауле возможна. Успешность реализации подтверждается опытом нескольких городов России в использовании подобного типа автостоянок.

#### Список литературы

1. Генеральный план городского округа – города Барнаула Алтайского края // Официальный сайт города Барнаула [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон. текст. дан. – Барнаул, 2013. – Режим доступа: [http://www.barnaul.org/strategy/proektgenplana\\_07\\_10\\_09/](http://www.barnaul.org/strategy/proektgenplana_07_10_09/). – Загл. с экрана.

2. Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ) // ЦДО МАДИ [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2011. – Режим доступа: <http://cdomadi.ru/amu/event11.pl?id=26>. – Загл. с экрана.

3. «Удобный город»: Парковки // M24.ru – Сетевое издание [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2013. – Режим доступа: <http://www.m24.ru/videos/358>. – Загл. с экрана.

4. Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек населения по субъектам Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2013. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b12\\_13/IssWWW.exe/Stg/d1/06-38.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/IssWWW.exe/Stg/d1/06-38.htm). – Загл. с экрана.

5. Эскиз автостоянки башенного типа с нижним фронтальным въездом // МастерПаркинг [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2013. – Режим доступа: [http://masterparking.ru/page/speedy\\_fmид.html](http://masterparking.ru/page/speedy_fmид.html). – Загл. с экрана.

#### БРЕНДЫ РОССИЙСКИХ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

Григорьева Е.С.- студент ФК-01, Ильиных Ю.М. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Сейчас страховщики начинают осознавать силу влияния бренда на спрос, и многие из них уже вкладывают значительные средства в развитие торговой марки. Тем самым страховые компании увеличивают собственную стоимость. Ведь бренд имеет определенное денежное выражение, равное затратам, которые бы понес новый игрок на рынке, создавая аналогично воспринимаемую торговую марку. Так затраченные трудовые и материальные ресурсы становятся инвестициями в стоимость самой компании[1].

Наиболее сильными и дорогими брендами на российском страховом рынке обладают компании: «Росгосстрах», «Ингосстрах» «РОСНО» (ныне Альянс). Стоимость бренда каждой из них оценивается экспертами не менее чем в \$100 млн. Эти страховщики несколько различаются подходами к формированию бренда. В случае Росгосстраха это позиционирование компании как ориентированной на широкие слои населения структуры с

государственной гарантией надежности. Компания «РОСНО» уделяет повышенное внимание заботе о клиентах и тратит значительные средства на рекламу. Ингосстрах предпочитает клиентов с высоким достатком и называет себя компанией с западным подходом к страхованию[4].

Состав тройки лидеров не меняется в течение последних лет. Об этом свидетельствуют результаты всероссийских опросов, организованных НАФИ еще в 2007 – 2012 годах (таблица1).

Таблица 1 – Рейтинг узнаваемости российских брендов по результатам опроса [2]

Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных ниже страховых компаний Вы знаете (слышали о них)?*, % от респондентов			
	2009 г.	2011 г.	2012 г.
Росгосстрах	62	86	91
Ингосстрах	43	50	52
Альянс (РОСНО)**	38	55	48
АльфаСтрахование	36	30	31
СОГАЗ	12	28	29
ВТБ Страхование	нет данных	нет данных	25
Ренессанс страхование	21	26	25
Уралсиб	14	27	24
РЕСО-Гарантия	13	15	17
Югория	5	16	16

\* Сумма ответов превышает 100%, т.к. вопрос предусматривал возможность множественного выбора.

\*\* С 2012 года РОСНО работает под новым брендом "Альянс". Несмотря на это, практически все респонденты, упоминавшие название данной компании, именуют ее РОСНО

"Росгосстрах" - бесспорный лидер рейтинга узнаваемости, отмечает агентство. Бренд этой компании знаком 91% россиян [3].

Центр стратегических исследований компании РОСГОССТРАХ провел очередной замер отношения потребителей к брендам страховщиков.

Исследование показало, что сегодня работой страховых компаний довольны 88% их клиентов (здесь и далее – от числа определившихся с ответом), процедурой и размером страхового возмещения удовлетворены 71% от тех, кто получал выплаты от страховщиков. Доля клиентов считающих своего страховщика надежной компанией, составляет 90%, а компанией, выполняющей принятые на себя обязательства – 85%. Сервис, представляемый в офисах страховщиков, считают качественным 91% клиентов. Доступной, располагающей широкой сетью представительств, считают своего страховщика 92% респондентов, его финансовые условия привлекательными находят 77% страхователей. Современной считают свою компанию 89% клиентов и 77% из них готовы рекомендовать ее друзьям и знакомым [3].

"Ингосстрах" с уровнем узнаваемости 52% снова занимает второе место. Компания РОСНО, поднявшаяся в прошлом году на вторую позицию, не удержала ее и замыкает тройку лидеров. Узнаваемость данной компании немного снизилась, что может объясняться

недавним ребрендингом - РОСНО ведет с 2012 года свою деятельность под новым именем "Альянс". Компании "АльфаСтрахование" и СОГАЗ знакомы пока не более трети россиян.

Примечательно, что 6 из 10 страховщиков, входящих в топ-10 рейтинга, демонстрировали до 2011 году динамичный рост уровня узнаваемости (рост составлял от 11 до 24 процентных пунктов в год). Узнаваемость страховщиков второй десятки рейтинга росла менее интенсивно (от 1 до 5 процентных пунктов в год).

Однако в 2012 году тенденция изменилась. Темп роста уровня узнаваемости лидеров рейтинга замедлился, а у компаний второй десятки - остался на прежнем уровне. В результате - максимальный прирост показателя узнаваемости составил 6 процентных пунктов, и продемонстрировала его страховая компания «Согласие», не вошедшая в десятку лидеров.

Инициативный всероссийский опрос НАФИ проводился в 2009-2012 годах. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России. Статистическая погрешность не превышает 3,4% [5].

#### Список литературы

1. Страховые бренды-теперь и в России - Электрон.текст. дан. 2014. - режим доступа:<http://www.ininfo.ru/mag/2006/2006-11/2006-11-009.html/> – Загл. с экрана.

2. НАФИ - Электрон.текст. дан. 2014. - режим доступа:<http://www.nacfin.ru/> – Загл. с экрана.

3. Оценка известности бренда финансовой организации - Электрон.текст. дан. 2014. - режим доступа:<http://www.nacfin.ru/> – Загл. с экрана.

4. "Росгосстрах", "Ингосстрах" и "Альянс" (РОСНО) – самые узнаваемые страховые бренды в России - Электрон.текст. дан. 2014. - режим доступа:<http://ins.lprime.ru/news/0/%7B2AEC6FD0-7EF3-466A-B588-EFDE3337710D%7D.uif/> – Загл. с экрана.

5. Рейтинг имеет значение - Электрон.текст. дан. 2014. - режим доступа:<http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10696.html/> – Загл. с экрана.

#### РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БАНКОВ РФ

Усольцева А., Хабарова Н., ст. гр. ФК-02, Щербакова Н.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Банковская реклама представляет собой целенаправленное информационное воздействие, в ходе которого потенциальные потребители информируются о наборе представляемых финансовых услуг, формируется и поддерживается репутация банка, создаются и поддерживаются взаимопонимание, распоряжение и сотрудничество между банком и контрагентами. [1]

Банковские услуги на российском рынке в настоящее время характеризуются достаточно динамичным развитием и высоким уровнем конкуренции. На 01.03.2014 г. число действующих банков в России составляет 992, в связи с этим ведется существенная борьба за привлечение клиента в свой банк. [6] Из-за достаточно высокой степени унифицированности портфеля банковских услуг и жесткого государственного регулирования банковской системы реклама становится практически единственным средством привлечения клиентов. Рекламировать банковские услуги гораздо сложнее, чем любой другой вид продукции, так как банковские операции в отличие от всех других не имеют материально-вещественного воплощения. Другой особенностью банковской рекламы является то, что банковские услуги не являются товаром первой необходимости, и потребитель вспоминает о рекламе только тогда, когда ему понадобится то или иное обслуживание в этой сфере. Следовательно, функциями банковской рекламы на рынке являются: завоевание доверия клиента к банку; информирование об

ассортименте услуг; убеждение в преимуществах рекламируемых услуг; побуждение клиента приобрести именно данную услугу и у данного банка. [3]

Исследование современной банковской рекламы в России позволяет выделить две основные рекламные стратегии «традиционная» и «новаторская». Традиционно большинство банков позиционируют себя прежде всего, как стабильные, акцентируют внимание на длительности присутствия банка на рынке. Типичные примеры традиционной банковской рекламы демонстрируют Сбербанк России, Промышленно-строительный банк и ряд других крупных банков.

Однако, в последнее время наметилась тенденция к смене базовой концепции банковской рекламы. Ряд российских банков в своей рекламе делают акцент на динамичное развитие и новые банковские технологии, формируя у потребителей образ банков нового поколения. Число банков, использующих рекламу данного типа, постоянно растет. Теперь "надежность" и "стабильность" стали своего рода необходимыми условиями банковской деятельности и воспринимаются, как нечто само собой разумеющееся.

Формы рекламы очень многообразны. Так, прямая включает в себя рекламу на телевидении, рекламу в печатных СМИ, рекламу на радио, рекламу в сети Интернет, наружную рекламу; косвенная реклама включает участие в выставках, семинарах, организация пресс-конференций, распространение пресс-релизов, заказное освещение деятельности банка в СМИ, спонсорство, упоминание в рейтингах. Наиболее ярко проявляет себя тенденция развития банковской рекламы в сети Интернет. Все без исключения банки имеют и поддерживают на высоком профессиональном уровне свои сайты, значительное внимание уделяют взаимодействию с поисковыми системами и тематическими порталами. [2]

Банковская реклама учитывает особенности рекламируемых объектов: реклама банковского продукта проводится с целью ознакомить клиентов с новыми услугами; реклама кредитного института направлена не на сбыт конкретной услуги, а на привлечение внимания потребителей к определенному кредитному институту; реклама потребности – призвана побудить или сформировать новые потребности клиента.

Усиление конкуренции приводит к постоянному увеличению рекламных бюджетов, что, в свою очередь, сказывается на финансовых результатах деятельности банка, уменьшая прибыль. Как показывает практика, в большинстве случаев российская банковская реклама не оправдывает этих затрат, потому что банки, как правило, тратят деньги на продвижение однородных продуктов, используя стандартные образы и носители рекламы. По данным ЦБ РФ известно, что за январь – май 2013 года без учета интернета банки России потратили на рекламу 5,1 млрд. рублей: [4]

1. Сбербанк (941,2 млн. руб.);
2. ВТБ (659,4 млн. руб.);
3. «Восточный экспресс» (312,3 млн. руб.);
4. ТКС (287,2 млн. руб.);
5. Россельхозбанк (160,7 млн. руб.).
6. «Райффайзен» (115,4 млн. руб.)
7. «Хоум кредит» (99 млн. руб.)
8. «Русский стандарт» (94,4 млн. руб.);
9. Бинбанк (93,8 млн. руб.)
10. Газпромбанк (86,9 млн. руб.)

Если рассмотреть структуру рекламных бюджетов по медиаканалам (без учета затрат на продвижение в интернете), то самым востребованным каналом коммуникации рекламодателей в этой категории было и остается телевидение, на него приходится 47% расходов на продвижение, на наружную рекламу приходится 31%, на прессу — 12%, на радио — 9%. [5]

В основном банковская система действует по сезонному спросу на банковские продукты. Поэтому годовое планирование рекламы происходит у большинства банков одинаково: весной начинают продвигать кредиты на отдых и ремонт, а осенью – вклады.

Для оценки эффективности применения различных подходов к организации рекламы существует несколько, которые представлены в таблице 1. [7]

Таблица 1 - Критерии эффективной коммуникации и их основные задачи

	Критерий эффективной коммуникации	Основная задача критерия
1	Точный фокус на марке и ее позиционировании	Запоминаемость, прежде всего, марки, а не рекламы
2	Значимость мотива выбора / потребления	Запоминаемость и потребление в связи с мотивом
3	Понятность и простота послания для потребителя	Адекватность понимания потребителем вкладываемой в рекламу идеи
4	Преемственность текущего сообщения предыдущему	Узнаваемость и постоянное накопление уровня и потенциала знания
5	Уникальность / яркость воплощения	Привлечение внимания потребителя к рекламе и марке в ней
Б 1	Нельзя обманывать	Сохранить отношения с потребителем и собственное «лицо»
Б 2	Чрезмерная новизна сообщения для потребителя воспринимается негативно и отвергается	Быть воспринятым и вызвать доверие потребителя

Точный фокус на марке и ее позиционировании. Это критерий без которого невозможно благоприятное действие рекламы на марку. Исключение составляют только лидеры рынка, которые могут себе позволить продвигать не себя конкретно, а всю товарную категорию, например Сбербанк России. Точный фокус на марке означает то, что реклама должна неразрывно восприниматься в связи с рекламируемой маркой. В качестве примера этого критерия можно взять рекламу Альфа – банка и Банка Москвы. В рекламе Альфа – банка сделан большой акцент на название своего банка, что нельзя сказать о рекламе Банка Москвы, так как этот критерий не соблюден – Рисунок 1.



Рисунок 1 - Реклама Альфа - Банка и Банка Москвы

Значимость мотива выбора потребления для целевой аудитории является также необходимым критерием для успеха коммуникации. Человек действует исходя из мотивов, установок и привычек. Без содержащегося в рекламе побудительного мотива невозможно достижение поставленных перед рекламой целей: запоминаемости (человек помнит только







Уникальность: яркость воплощения в рекламе часто считается самым значимым. Хотя реклама и происходит от греческого слова «кричать», но это не так. Последний критерий служит задаче первичного привлечения внимания потребителя и не делает успеха всей кампании. Избыточная креативность и яркость могут быть вредны, так как могут оттянуть на себя все внимания потребителя и оставят рекламируемую марку незамеченной им.

В последнее время для привлечения внимания банки привлекают известных людей. Самые высокие оценки завоевала реклама банка «Траст», знакомая нам по билбордам с героем «Крепкого орешка» Брюсом Уиллисом и слоганом «Траст – он как я, только банк» – Рисунок 4. Она была признана лучшей имиджевой рекламой не только в профессиональных кругах, согласно итогам Российского банковского фестиваля-2011, но и по результатам «народного голосования». В 2013 году банк «Траст» продолжит сотрудничество с Брюсом Уиллисом, которое, как заявляет руководство банка, повлияло на прирост клиентской базы.



Рисунок 4 – Реклама Банка Траст

Таким образом, для эффективной рекламы должны быть соблюдены все приведенные выше критерии. Банковская реклама признана быть действенным инструментом для привлечения клиентов, а сложившаяся конкурентная среда и качественные изменения, произошедшие на рекламном рынке, требуют более профессионального подхода к планированию кампаний. В целом отрасль банковской рекламы динамично развивается, поскольку конкуренция на рынке банковских услуг усиливается с каждым годом и банки вынуждены организовывать широкомасштабные мероприятия по привлечению новых клиентов. В таблице 2 приведен рейтинг топ 10 банков – рекламодателей по итогам 1 квартала 2013 года. Первую строчку рейтинга, составленного компанией TNS Россия, занял «Восточный Экспресс Банк». Удержать лидерские позиции ему удалось, несмотря на сокращение количества рекламных выходов на 18 тысяч. Такое возможно только при условии пассивности остальных участников.

Таблица 2 – Топ 10 банков - рекламодателей по итогам 1 квартала 2013 г., шт. [9]

	Рекламодатель	Количество рекламных выходов в 1 квартале 2013 г.	Количество рекламных выходов в 1 квартале 2012 г.	Изменение
1	Восточный Экспресс Банк	23 635	41 663	-18,028
2	Пробизнесбанк	22 413	33 119	-10,706
3	Югра	16 824	6 241	10 583
4	Совкомбанк	16 191	22 921	-6,730
5	Кредит Европа Банк	13 666	9 268	4 398
6	Сбербанк	12 511	27 429	-14,918
7	ВТБ	8 565	10 493	-1,928
8	Мастер Банк	7 027	3 695	3 332
9	Бин-Банк	5 720	4 999	721
10	Home Credit	5 189	3 708	1 481

Из-за особенностей банковских продуктов и неоднозначной степени воздействия на потенциальных клиентов можно говорить о разветвлении эффекта от банковской рекламы на прямой (экономический) и отложенный (психологический). Экономическая эффективность банковской рекламы оценивается по степени её влияния на финансовые показатели банка в краткосрочной перспективе. При этом, рекламное мероприятие считается эффективным, если полученный банком экономический эффект больше затраченных на него средств. Психологическая эффективность банковской рекламы оценивается через изменение представлений потенциальных клиентов о банке, приоритетность выбора данного банка в будущем при покупке рекламируемого продукта.

Оценка экономической эффективности позволяет определить наиболее действенные инструменты продвижения банковских продуктов, отдачу от 1 рубля затрат на продвижение, степень изменения стоимости продукта под воздействием данных затрат, наиболее эффективные носители рекламы, период сохранения эффекта от рекламы.

Оценка психологической эффективности инструментов продвижения банковских продуктов является одним из наименее изученных, но и, одновременно, перспективным способом комплексной оценки эффективности рекламных затрат банка. Несмотря на то, что психологическая эффективность связана с изменением экономических показателей опосредованно, именно формирование благоприятного имиджа банка, информирование потенциальных клиентов о продуктах, которые могут им потребоваться в будущем, оказывает существенное влияние на оптимизацию процесса продвижения банковских продуктов в долгосрочной перспективе.

Основным показателем оценки психологической эффективности можно назвать изменение под воздействием инструментов продвижения доли потенциальных клиентов, готовых обратиться в данный банк, когда у них появится такая потребность [8].

Таким образом, реклама была и есть «двигатель торговли», поэтому каждый банк стремится достаточно полно рассказать об уникальности и привлекательности именно своего продукта. Восприятие клиента складывается из двух составляющих: собственного убеждения и эмоционального отношения. То есть, когда человек выбирает себе банк, у него уже сформирован некий ряд характеристик, присущих хорошему банку, далее анализируя рекламную информацию, он обрабатывает все ее критерии и ранжирует банковские учреждения. Разумеется, не все критерии имеют для потребителя одинаковую ценность. Если крупные, «раскрученные» банки, имеющие многолетнюю историю могут рассчитывать на то, что клиент сам будет интересоваться новыми услугами или самостоятельно отдаст предпочтение именно им, потому что доверие клиентов к таким банкам больше, то банк небольшой или новый должен сначала заявить о самом своем существовании, и лишь во вторую очередь - о продукте.

#### Список литературы

1. Розничный банковский бизнес: Бизнес – энциклопедия. – М.: ЦИПСИР: Альпина Паблишерз, 2010
2. Bankir.ru [Электронный ресурс] / информационное агентство «Банкир.Ру». – Электрон. текст. дан. – М., 1999-2014. – Режим доступа: <http://bankir.ru>. – Косвенная реклама банковских услуг
3. Psyera.ru ru [Электронный ресурс] / гуманитарный портал. – Электрон. текст. дан. – М., 2011-2014. – Режим доступа: <http://psyera.ru>. – Коммуникационная политика банка
4. Cbr.ru ru [Электронный ресурс] / «Банк России». – Электрон. текст. дан. – М., 2000-2014. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>. – Бюджет рекламы
5. Izvestia.ru [Электронный ресурс] / «Известия». – Электрон. текст. дан. – М., 2012-2014. – Режим доступа: <http://izvestia.ru/news>
6. Cbr.ru ru [Электронный ресурс] / «Банк России». – Электрон. текст. дан. – М., 2000-2014. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>. – Информация о регистрации и лицензировании кредитных организаций в 2014 году

7. Завгородняя Т. Роль рекламы в развитии банковской деятельности/ Т. В. Завгородняя //Поволжский торгово – экономический журнал, 2013. - №3
8. Geum.ru ru [Электронный ресурс] / «Геум». – Электрон. текст. дан. – М., 2014. – Режим доступа: <http://geum.ru>. - Эффективность инструментов продвижения банковских продуктов
9. Rating.rbc.ru [Электронный ресурс] / «РосБизнесКонсалтинг». – Электрон. текст. дан. – М., 1995-2014. – Режим доступа: <http://rating.rbc.ru>. – Рейтинг банков рекламодателей

## ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА СТРАХОВАНИЯ ГРУЗОВ В РФ

Соколов И.В.- студент ФК-01, Ильиных Ю.М. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Страхование грузов - вид страхования, рассчитанный на собственников товаров и грузов, перевозимых различными видами транспорта, и позволяет компенсировать убытки, связанные с повреждением или утратой груза, независимо от наличия или отсутствия вины перевозчика.

Страхование грузов называется карго, а страхование средств транспорта – каско.

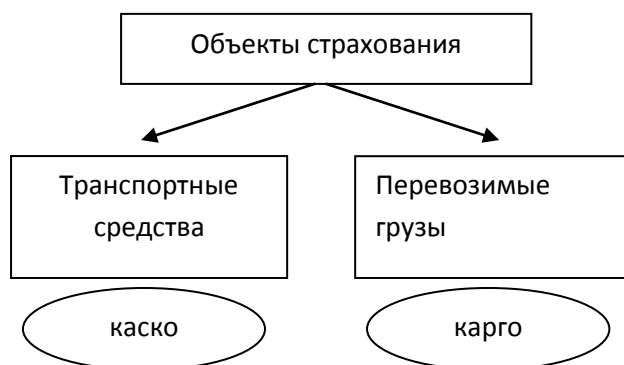


Рисунок 1 – Объекты страхования

Особенностью страхования средств транспорта является его краткосрочный характер. Обычно это годовое страхование при наличии франшизы и ограниченности ответственности. Например, при речном страховании судно не страхуется от пропажи без вести, за убытки, связанные с буксированием, а при страховании самолетов не страхуются опасность от обветшания, от полетов на приз, а также военные полеты.

Карго – страхование грузов от рисков потери, порчи или повреждения товара в пути следования. Объектом данного вида страхования являются имущественные интересы лица, в пользу которого был заключен договор страхования; страховой случай наступает в момент повреждения, уничтожения, пропажи грузов, потери ими своих качественных свойств и т. д. во время владения, пользования или распоряжения грузом стороной коммерческих отношений, на которой лежат вышеперечисленные виды рисков.

Страхование грузов имеет ряд особенностей:

- страховой полис может свободно передаваться друг другу сторонами коммерческих отношений, при этом не требуется никакого заявления, так как страхование совпадает с погрузкой;
- возможно страхование груза с покрытием выше его стоимости;
- существуют возможности страхования грузов по так называемому генеральному полису.

Генеральный полис представляет собой договор страхователя со страховщиком, в котором оговаривается страхование всех отправляемых грузов данного лица в течение

определенного периода времени. При наличии такого договора период страхования начинается с уведомления страховщика об отправке очередной партии груза. При этом страховщик экономит накладные расходы, связанные с оформлением договора страхования для каждой отдельной партии груза. При возникновении необходимости возможно прекращение действия генерального полиса до окончания срока его действия, но с предварительным заявлением.

Тарифная ставка при страховании груза устанавливается в процентах от страховой суммы и зависит от стоимости и вида груза, вида транспортного средства и факторов, характеризующих степень риска.

Как осуществляются страховка и выплаты в случае возникновения страхового случая?

Во время консультации со страховым специалистом заказчик выбирает оптимальный вид страхования. Затем происходит оценка груза. Для этого ориентируются на стоимость, которую сам заказчик указал в документах (инвойс, экспортно-импортная декларация). Но также специалисты страховой компании лично оценивают предназначенное для транспортировки имущество. Работа заказчика и страховщика основывается на взаимном доверии. И вместе с тем составляются все необходимые документы. В них прописываются права и финансовые, юридические обязательства сторон. А также методы и порядок разрешения спорных вопросов.

После согласования документы подписываются, и страховщики приступают к выполнению взятых на себя обязательств. В случае возникновения страхового случая клиент делает в страховую компанию запрос с требованием выплаты. Запрос как правило удовлетворяется в течение 1-3 недель. В некоторых случаях перед этим специалисты компании-страховщика лично осматривают груз и оценивают степень его повреждения.

На основании данных официального сайта Госкомстата была сформирована таблица 1, отражающая динамику развития транспорта в России в 2009-2013 годах.

За 5 лет было перевезено 38173,9 млн. т. груза, при чем наибольший объем грузов был перевезен в 2010 году и составил 8388,0 млн. т., а наименьший объем – в 2011 году в 6483,9 млн. т. Разница между наибольшим и наименьшим показателями составляет 1904,1 млн. т. или 22,7%. Резкий спад наблюдается после 2011 года и связан с мировым финансово-экономическим кризисом. Соответственно, кризис оставил свой след во всех видах транспорта.

Таблица 1 – Динамика развития транспорта в России за 2009-2013 гг.

Вид транспорта	Объем перевезенного груза, млн. т.				
	2009	2010	2011	2012	2013
1. Железнодорожный	1312,0	1345,0	1304,0	1109,0	1312,0
2. Автомобильный	6753,0	6861,0	6893,0	5240,0	5236,0
3. Морской	25,0	28,0	35,0	37,0	37,0
4. Внутренний водный	139,0	153,0	151,0	97,0	102,0
5. Воздушный	0,9	1,0	1,0	0,9	1,1
Общий объем перевозок	8229,9	8388,0	8384,0	6483,9	6688,1

Транспортная система России характеризуется развитой транспортной сетью, одной из наиболее обширных в мире и включающей в себя 87 тыс. км железных дорог, более 745 тыс. км автомобильных дорог с твердым покрытием, свыше 600 тыс. км воздушных линий, 70 тыс. км магистральных нефте- и продуктопроводов, свыше 140 тыс. км магистральных

газопроводов, 115 тыс. км речных судоходных путей и множество морских трасс. В ней занято свыше 3,2 млн. человек, что составляет 4,6% работающего населения.

В таблице 2 представлены наиболее крупные выплаты компании Росгосстрах за три года. Согласно данной таблице основную часть выплат составляет статья «Повреждение автомобилей в процессе морской перевозки». По ней выплатили 33,71% от общей суммы выплат. На втором месте – статья «Смывание контейнера за борт судна» - выплаты обошлись компании в 6,7 млн. руб. (18,82%). На третьем месте находится статья «Пропажа автомобилей с алкогольной продукцией (7 страховых случаев)». Выплаты составили 5,6 млн. руб.

Таблица 2 – Наиболее крупные выплаты компании РОСГОССТРАХ за 2011-2013 годы

Статьи выплат	Сумма выплат, млн. руб.	Удельный вес, %
Пропажа автомобилей с алкогольной продукцией (7 страховых случаев)	5,6	15,73
Повреждение автомобилей в процессе морской перевозки	12,0	33,71
Смывание контейнера за борт судна	6,7	18,82
Повреждение оборудования при перевозке	5,3	14,89
Недоставка части груза	3,4	9,55
Повреждение автомобилей при перевозке	1,4	3,93
Повреждение оборудования при выгрузке	1,2	3,37
Всего:	35,6	100,00

Средняя страховая сумма по международным перевозкам составляет \$500—600 тыс. на год и \$250—360 тыс. по отдельному случаю. По внутренним перевозкам — примерно в два раза ниже: \$200—250 тыс. в год и \$100—150 тыс. по отдельному случаю.

Опрошенные «Профилем» страховые компании по-разному оценивают долю страхования грузов и ответственности перевозчиков в своем портфеле. В «Ингосстрахе» сообщили, что страхование грузов составляет более 2,5% всего портфеля компании. «Доля грузоперевозок и ответственности грузоперевозчиков (исключая каско судов) в общем портфеле компании составляет примерно 5%», — рассказал Сергей Ивлев из «Группы Ренессанс Страхование». Лишь немногие заявили, что доля данного вида страхования у них превышает 7%. В основном это те игроки, которые выбрали данный вид страхования в качестве одного из основных направлений работы. В некоторых компаниях объемы сборов по данному виду страхования увеличились за прошлый год на несколько десятков процентов. Страховщики объясняют это ростом «страховой культуры» клиентов и увеличением объема международных перевозок. Также эксперты не исключают, что с активизацией работы в России иностранных игроков, которые входят в капиталы крупнейших российских компаний, вырастет активность продвижения услуг по страхованию грузов и ответственности перевозчиков на всем российском рынке.

#### Список литературы

1. Шахов В.В. Страхование: Учебник для вузов. — М.: ЮНИТИ, 2003. — 311 с.
2. Гвозденко А. А. Страхование: Учебник для вузов. — М. : Проспект, 2008
3. Альфа страхование. Страхование грузов – [Электрон. текст. дан. 2013]. - режим доступа: <http://www.alfastrah.ru/corporate/cargo/cargoes/>
4. Транс парк. Страхование грузов – [Электрон. текст. дан. 2014]. - режим доступа: [http://www.transpark.ru/info/strahovanie\\_gruzov/](http://www.transpark.ru/info/strahovanie_gruzov/)

5. Основные показатели транспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.askins.ru/index.php/page>

6. Основные показатели транспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ И ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ ПО ДОГОВОРАМ ОМС

Сбойков А.Е.- студент ФК-01, Ильиных Ю.М. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Обязательное медицинское страхование - вид обязательного социального страхования, представляющий собой систему создаваемых государством правовых, экономических и организационных мер, направленных на обеспечение при наступлении страхового случая гарантий бесплатного оказания застрахованному лицу медицинской помощи за счет средств обязательного медицинского страхования в пределах территориальной программы обязательного медицинского страхования и в установленных случаях в пределах базовой программы обязательного медицинского страхования [2].

Современную российскую систему здравоохранения не принято относить к прогрессивной (в сравнении с системами здравоохранения других стран), но на пути к этому статусу сделано уже немало шагов, и движение продолжается.

В сложившейся ситуации особенности организационно-экономических отношений в системе здравоохранения определяются существенным повышением роли страховых компаний на рынке медицинских услуг. Следовательно, возникает необходимость организации эффективного взаимодействия лечебно-профилактических учреждений и страховых компаний путём контроля качества предоставляемых услуг, и возможности оказывать застрахованным услуги консультационного характера, предоставляющие информацию о медицинских учреждениях, функционирующих на рынке.

Основная причина неэффективности существовавшей до 2011 года модели медицинского страхования заключалась в том, что законодательством не были созданы условия, при которых центральным элементом системы ОМС являлся бы пациент как застрахованный гражданин и его потребности. Действительно, до 2011 г. право выбора страховой медицинской организации было закреплено одновременно и за гражданином, и за страхователем (работодателем или соответствующим органом исполнительной власти). Фактически же это привело к устранению граждан от участия в выборе страховой медицинской организации.

Кроме того, отношения в системе строились по следующему принципу: больницы и поликлиники получали средства от страховых медицинских организаций не в качестве возмещения затрат на уже проведенное лечение, а качестве средств на предоставление медицинской помощи. То есть, по сути, применялся бюджетный (сметный) вариант финансирования, при котором лечебные учреждения не были заинтересованы в повышении качества оказываемых услуг.

На современном этапе развития общества намечено финансировать оказанную услугу, а не медучреждение. Закон расширяет возможности выбора для человека. Он имеет право выбрать страховую организацию, медицинское учреждение и врача. При этом медучреждение, включенное в реестр и заключившее договор на оказание услуг по программе ОМС, не вправе отказать застрахованному человеку в оказании помощи [3].

Непосредственным участником механизма взаимодействия являются страховые медицинские организации, в качестве которых могут выступать юридические лица, осуществляющие медицинское страхование и имеющие государственное разрешение (лицензию) на право заниматься медицинским страхованием. Задачи, функции, права и обязанности страховой медицинской организации, ее финансирование и финансовая

деятельность определена документом «Положение о страховых медицинских организациях, осуществляющих обязательное медицинское страхование», утвержденным постановлением Совета Министров – Правительства Российской Федерации от 11 октября 1993 г. №1018.

Страховая медицинская организация осуществляет следующие функции при взаимодействии:

- проводит расчеты и оплачивает медицинские услуги лечебно-профилактических учреждений,
- реализует непосредственный контроль за объемом и качеством медицинского обслуживания,
- защищает права и интересы своих клиентов,
- обеспечивает выдачу и учет страховых полисов.

Взаимоотношения организаций (ЛПУ и страховых компаний) реализуется через страховые взносы. По обязательному медицинскому страхованию они устанавливаются как ставки платежей в размерах, покрывающих затраты на выполнение программ ОМС и обеспечивающих рентабельную деятельность СМО.

Обязательное медицинское страхование строится на системе договоров между субъектами страхования, отражающих права, обязанности и ответственность сторон. Пациент получает возможность выбора независимого защитника своих интересов при получении медицинской помощи [6].

ЛПУ как участник взаимодействия опирается на некоторые группы принципов, гарантируя соблюдение морально-этических норм при медицинском обслуживании, своевременную и немедленную медицинскую помощь, а также при взаимодействии со страховыми компаниями гарантирует сохранение конфиденциальности сведений о состоянии здоровья застрахованных.

Каждому застрахованному или страхователю в порядке, установленном договором ОМС, страховой медицинской организацией выдается страховой медицинский полис обязательного медицинского страхования. На территории РФ действует страховой полис [2].

Как уже было сказано, деятельность страховых организаций представляет заключительный этап в реализации положений ОМС, цель которой - обеспечить оплату медицинской помощи, следить за полнотой и качеством предоставляемых медицинских услуг и защищать право застрахованных лиц.[8]

Существуют различные модели ОМС исходя из взаимодействия ЛПУ и страховых компаний:

Таблица 1 – Распределение территориальных моделей ОМС по роли страховых медицинских организаций в 2011-2013 гг.

Организации, выполняющие функции страховщиков в системе ОМС в субъекте РФ	Доля регионов, имеющих данную модель, %		
	2011	2012	2013
Территориальный фонды ОМС и его филиалы	24	10	5
Филиалы территориального фонда ОМС и страховые медицинские организации	27	36	18
Только страховые медицинские организации	49	53	77

Также в территориальных системах ОМС присутствует дифференциация тарифов, пока что используются довольно простые способы дифференциации: амбулаторно-поликлиническая помощь и помощь стационарная. Согласно данным за 2013 г. соотношения по различным регионам РФ составили: по клинически-статистическим группам: 1% и 8%, по

заболеваниям: 5% и 17%, по индивидуальным тарифам ЛПУ: 45% и 31%, по категориям ЛПУ: 49% и 53%, по другим основаниям: 29% и 31% соответственно [9].

Также помимо основных тарифов за счет средств ОМС возмещается ряд дополнительных затрат ЛПУ:

Таблица 2 – Виды затрат ЛПУ, возмещаемые из средств ОМС в 2011-2012 гг.

Виды затрат ЛПУ, возмещаемые из средств ОМС	Доля субъектов РФ, в которых из средств ОМС возмещается данный вид затрат	
	2011	2012
Оплата труда и начисления на оплату труда	99	100
Услуги связи, транспортные услуги	9	8
Коммунальные услуги	3	4
Приобретение прочих услуг	51	54
Увеличение стоимости основных средств	89	55
Увеличение стоимости нематериальных активов	8	7
Увеличение стоимости материальных запасов	98	97

Действующее законодательство финансово стимулирует страховые организации на проведение экспертиз оказанной медицинской помощи. Это выражается в том, что в собственность страховым организациям передается часть средств, удержанных по результатам экспертиз (п. 4 ст. 28 Закона № 326-ФЗ); устанавливаются плановые задания по объему экспертиз, невыполнение которых грозит им санкциями со стороны фондов ОМС (ст. 40 Закона № 326-ФЗ, разд. VI приказа ФФОМС от 01.12.2010 № 2301, приказ ФФОМС от 16.04.2012 № 732). Помимо этого основная доля финансирования здравоохранения приходится именно на фонды ОМС, что по данным на 2011-2013 гг. равно около 620 млрд. руб. [8].

#### Список литературы

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, № 7-ФКЗ) // Российская газета, № 7, 21.01.2009.
2. Федеральный закон от 29.11.2010 № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» // Российская газета, № 274, 03.12.2010.
3. Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ (ред. от 06.04.2011) «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» // Российская газета, № 168, 30.07.2010
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 21 октября 2011 г. № 856 г. Москва «О Программе государственных гарантий оказания гражданам Российской Федерации бесплатной медицинской помощи на 2012 год»
5. Шульман Л.С. Комментарий к Федеральному закону от 29.11.2010 № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» // Нормативные акты для бухгалтера. 2011. - № 2.
6. Михеева, Д.Г. Анализ системы управления политикой и нормативно-правовым регулированием в сфере здравоохранения // Проблемы современной экономики: Евразийский международный научно-аналитический журнал. – СПб.: 2010. – № 3 (35). – С. 370-374
7. Михеева, Д.Г. Проблемы реализации программы государственных гарантий оказания гражданам Российской Федерации бесплатной медицинской помощи/ Вестник ИНЖЭКОНА. Серия: Экономика – СПб.: 2010. - № 3 (38) – С.397-399.



8. Вещунова Н.Л. Бухгалтерский учет в страховых организациях: учебно-практическое пособие. – М.: 2013 г.

9. Росстат [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Москва, 2014. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>. – Загл. с экрана.

## ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦА ОПАСНОГО ОБЪЕКТА ЗА ПРИЧИНЕНИЕ ВРЕДА В РЕЗУЛЬТАТЕ АВАРИИ НА ОПАСНОМ ОБЪЕКТЕ В РОССИИ

Шарабанова М.С. – студент ФК-01, Ильиных Ю.М. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В целях обеспечения защиты населения от чрезвычайных ситуаций техногенного характера и возмещения вреда потерпевшим, в том числе работникам владельца опасного объекта, введено обязательное страхование гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте (ОСОПО), позволяющее стимулировать владельцев к содержанию объектов в должном техническом состоянии и принятию мер по снижению риска возникновения аварий (ФЗ № 225, вступивший в силу 1 янв. 2012 г.[1]).

С момента введения закона об ОСОПО все те, кто подвергается опасности в процессе обслуживания опасных объектов или пользования ими, получили гарантии возмещения возможного ущерба. Все свои обязательства по возмещению убытков владелец опасного объекта фактически перекладывает на плечи страховщика. Теперь компенсация ущерба здоровью, имуществу в результате аварии или другого происшествия происходит на профессиональном уровне.

ОСОПО – это тот продукт, в котором нуждаются все без исключения промышленные предприятия. Там, где есть производство, а значит оборудование, где есть контакты человека и машины, должно быть страхование подобных рисков. Для каждого руководителя вопросы безопасности производства и деятельности должны стать первостепенными, независимо от размера штрафов за неисполнение закона, и тогда вопрос об актуальности ОСОПО будет снят. Поэтому главным итогом действия закона я считаю повышение уровня социальной защищенности населения – самой главной стороны в отношениях между промышленниками и страховщиками.

За 2013 год было заключено 256 351 договоров страхования опасных объектов (ОСОПО). В 2012 году - 224 692 договоров, таким образом можно отметить 15%-ный прирост. Однако симметричного роста страховой премии за этот период не наблюдается. За 2013 год страховщики получили 9 млрд. 372 млн. 833 тыс. рублей страховой премии, что только на 2% выше показателя 2012 года.

Лидерами рынка по взносам по ОСОПО в 1-ом полугодии 2013 года стали компании СОГАЗ (рыночная доля 19,4%), Росгосстрах (15,1%), ВСК (11,0%), Ингосстрах (8,2%) и АльфаСтрахование (5,6%). Пятерка лидеров не изменилась по сравнению с 1-ым полугодием 2012 года и 2012 годом в целом. По числу заключенных договоров страхования первое место на рынке ОСОПО заняла компания Росгосстрах (36 213 договоров) [4].

Уровень концентрации рынка в 1-ом полугодии 2013 года по сравнению с 1-ым полугодием 2012 года вырос лишь незначительно (доля топ-5 увеличилась с 58,8 до 59,3%) (рисунок 1). При этом многие компании отмечают рост уровня конкуренции в этом сегменте страхового рынка. На это указывает также увеличение среднего уровня комиссий страховым посредникам (по официальным данным с 12,8% за 1-е полугодие 2012 года до 18,5% за 1-е полугодие 2013 года). Кроме того конкуренция на рынке ОСОПО происходит на уровне применения КУБ и идентификации опасных объектов[5].

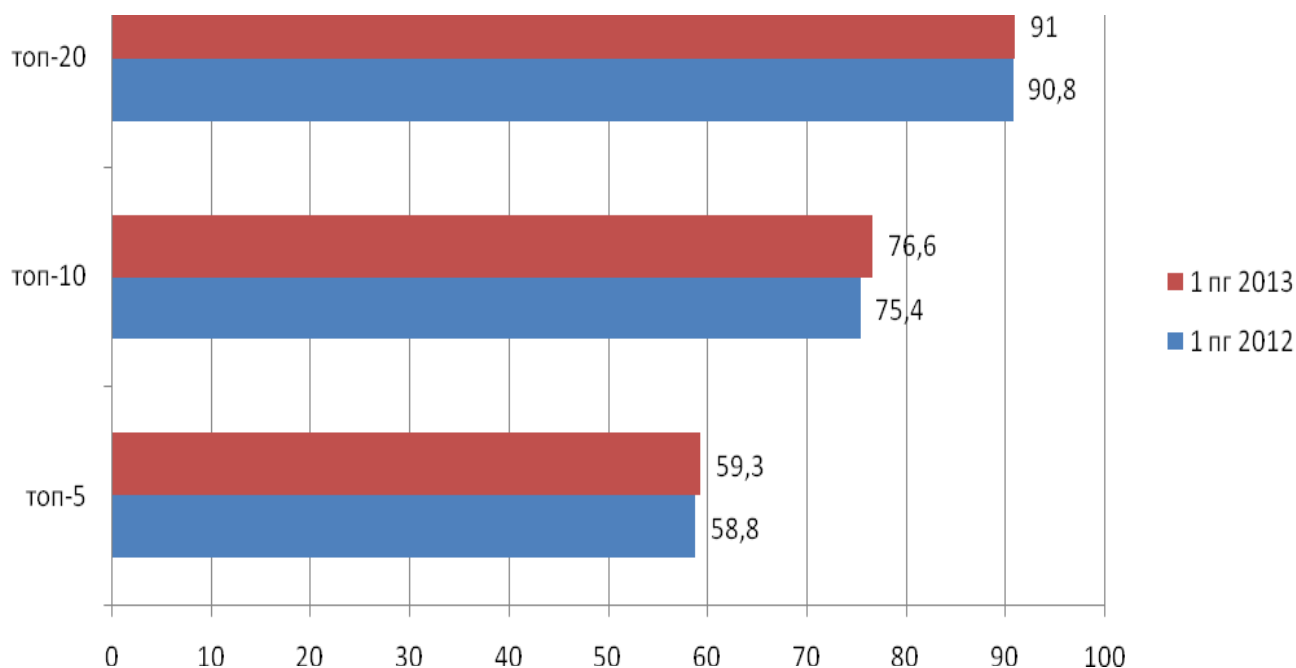


Рисунок 1 – Динамика уровня концентрации рынка ОСОПО за 2012-2013 гг.

Причинами наблюдаемой динамики можно рассматривать, прежде всего, появление множества грузоподъемных механизмов с маленькой средней премией по договору, изменение законодательства о промышленной безопасности, повлекшее перерегистрацию объектов с исключением большого количества объектов из реестра, а так же тот факт, что многие предприятия «творчески» подошли к перерегистрации опасных производственных объектов, что привело к их перемещению из одной категории в другую с уменьшением страховой суммы. Соответственно, средняя премия упала с 41 тысячи рублей в 2012 году до 36,6 тысяч рублей в 2013 году.

С начала страхования опасных объектов по настоящий момент страховщиками выплачено 984 млн. 967 тысяч рублей. Компенсации осуществлены по 454 страховым случаям, в результате 771 человек получил страховые выплаты и около 320 случаев находятся в процессе урегулирования. Конечно, это не так много, но следует помнить, что в первые годы действия нового вида страхования картина может казаться довольно благоприятной, пока не наступят крупные катастрофические убытки. А главное, это крайне малое число случаев по сравнению с тем количеством аварий, которые реально происходили в России в эти годы. Потерпевшие пока не обратились за страховыми или компенсационными выплатами в связи с тем, что пока мало кто знает о таком праве. Согласно данным информационной системы Национального союза страховщиков ответственности (НССО), примеры возмещений за нарушение условий жизнедеятельности в связи с аварией в ОСОПО есть, но они единичны. За ними пока обращается лишь один из каждых 20 тыс. потенциальных потерпевших. Поэтому НССО проводит информационную кампанию, в ходе которой распространяет с помощью всех медиа-носителей информацию о праве на компенсации [6].

Доведение информации до граждан об их правах по данному закону привело к росту обращений в 2013 году. В 2013 году были произведены выплаты по 432 авариям на опасных объектах. Выплаты получили 753 человека, еще 300 находятся в процедуре урегулирования убытка. Основная часть прироста уровня средней величины возмещений пришлась на случаи причинения вреда здоровью (+ 135% к средней выплате – со 112 тысяч рублей в 2012 году на человека до почти 270 тысяч в 2013 году). Это вызвано введением в действие таблицы выплат по жизни и здоровью, давшей возможность осуществлять страховые возмещения по фиксированной шкале, то есть проще, быстрее и в большем размере, чем это было в 2012 году. По-прежнему остается крайне незначительным число выплат по случаям нарушения условий жизнедеятельности людей, но они есть.

Согласно плану законопроектной деятельности правительства РФ на 2014 год, Минфин России подготовит поправки в закон «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» к декабрю 2014 года, и в марте 2015 года документ планируется внести в парламент [3].

Если говорить о прогнозах, то в 2014 году ожидается дальнейший лавинообразный рост обращений потерпевших за выплатами на фоне снижения сборов. По мнению экспертов, сборы по итогам 2014 года не превысят 6,5 млрд. рублей. Причин несколько:

- уменьшение значения поправочного коэффициента, зависящего от уровня безопасности с 0,9 до 0,7;
- уменьшение количества объектов в связи с исключением из реестра;
- снижение страховых сумм по ряду объектов при перерегистрации;
- отнесение объектов к другому типу со снижением тарифа [5].

Следует также понимать, что если тарифы будут снижены, то ситуация на рынке ОСОПО будет развиваться по негативному сценарию. Во-первых, через три-четыре года вырастет правовая грамотность населения, как это уже было с ОСАГО. И можно прогнозировать, что в 2014–2015 годах произойдет всплеск заявлений от третьих лиц, которые раньше не заявляли о компенсации вреда при авариях. Во-вторых, при снижении тарифов произойдет снижение наполняемости компенсационного фонда. Устойчивость всей системы по выплатам снизится, что в первую очередь скажется на клиентах. В-третьих, из-за отсутствия статистики по страховым событиям нет гарантии, что не произойдет страховой случай с катастрофическими последствиями, который исчерпает компенсационный фонд за одну или несколько выплат [2].

#### Список литературы

1. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2010 г. N 225-ФЗ
2. Варакина Н. Рынок страхования ответственности владельцев опасных объектов / Н.Варакина // Эксперт.- 2013. - №37 (867)
3. Госдума: обсуждать поправки в закон об ОСОПО начнем в 2015 году / МТК Эксперт [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [http://mtk-exp.ru/gosduma\\_obsuzhdad\\_popravki\\_v\\_zakon\\_ob\\_osopo\\_nachnem\\_v\\_2015\\_godu/](http://mtk-exp.ru/gosduma_obsuzhdad_popravki_v_zakon_ob_osopo_nachnem_v_2015_godu/)
4. Лидеры рынка и концентрация / Рейтинговое агентство «ЭКСПЕРТ РА» [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [http://raexpert.ru/researches/insurance/opo\\_ins\\_2013/](http://raexpert.ru/researches/insurance/opo_ins_2013/)
5. Страхование ОПО в России в 2013 году. В плену статистики / Рейтинговое агентство «ЭКСПЕРТ РА» [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [http://raexpert.ru/researches/insurance/opo\\_ins\\_2013/part5/](http://raexpert.ru/researches/insurance/opo_ins_2013/part5/)
6. Юрьев А.В. Страхование ОПО – стремительный рост выплат / ЗАО Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/comments/927/>

#### ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Дроздова А.Ф. – студент гр. 8Мбм-21, Шербакова Н.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г.Барнаул)

Специфика современной практики кредитования состоит в том, что российские банки не имеют единой нормативной и методической базы для организации кредитного процесса. Каждый коммерческий банк вырабатывает свои подходы к организации кредитного процесса, учитывая при этом общепринятые в зарубежных странах исходные положения и передовой отечественный опыт. Укрупненно этапы банковского кредитования физических лиц включают:

Первый этап - оценка макроэкономической ситуации в стране в целом, региона работы потенциальных заёмщиков в частности, анализа отраслевой динамики выбранных направлений кредитования, проверке готовности персонала банка-кредитора к работе с различными категориями ссудополучателей, принятие ряда внутрибанковских нормативных документов.

Второй этап кредитования - предоставление банковской ссуды.

В соответствии с разработанными и принятыми у каждого банка направлениями отбора сотрудники (инспекторы) кредитного подразделения осуществляют приём заявок на получение ссуды. В зависимости от видов кредитования к заявке на кредит идёт получение и подбор необходимой документации. Здесь сотрудник кредитного подразделения обязан провести экономический анализ представленной документации, сделать выводы о возможности и целесообразности предоставления заемщику кредитов, определения вероятности их своевременного возврата в соответствии с кредитным договором.

Важнейшей завершающей процедурой стадии предоставления кредита является подготовка и заключение кредитного договора.

Третий этап кредитного процесса - контроль за использованием кредита. Главная цель этой стадии кредитного процесса - обеспечение регулярной выплаты процентов по долгу и погашение ссуды.

Четвертая стадия кредитного процесса - возврат банковской ссуды.

Возврат ссуд означает обратный приток денежных средств в банки и уплату соответствующей суммы процентов. Возврат ссуд является венцом всей проведённой работы всего кредитного подразделения и ответом на вопрос, насколько качественно и профессионально поработали сотрудники на всех предшествующих стадиях кредитного процесса [1].

Таким образом, процесс кредитования является сложной процедурой, состоящей из нескольких взаимодополняемых стадий, пренебрежение каждой из которых чревато серьёзными ошибками и просчётами.

В настоящее время для зарубежных и российских банков стала острой проблема, таких ошибок и просчетов на втором этапе механизма кредитования, этапе «предоставление банковской ссуды». В результате некачественной оценки платежеспособности заемщиков, расчет просроченная задолженность. Достаточно обратиться к данным национальной службы взыскания (НСВ). В 2014 году коллекторы могут получить 510 млрд руб. просроченных долгов от банков. В 2013 году этот показатель достигал 400 млрд руб..

В НСВ полагают, что временные финансовые проблемы останутся основным поводом для прекращения выплаты кредита, хотя этот фактор может и стабилизироваться под влиянием охлаждения рынка кредитования. Интересно, что чаще всего задолженность образуется у клиентов, которые оформляют кредитные карты или же берут кредиты наличными (34% и 26%). Также часто должники появляются благодаря кредитам в магазинах (21%). Автокредиты и ипотека замыкают этот список (10% и 9%). Чаще всего в категорию должников попадают мужчины в возрасте от 22 до 35 лет и женщины в возрасте от 36 до 60 лет.[2]



Из данного графика мы четко видим, что просрочка банка растет быстрее розничного портфеля. [3] Большая часть просрочек по кредитам возникает из-за временных финансовых проблем заемщика. Кроме того, россияне не платят из-за сознательного отказа от обслуживания займа, забывчивости, запутанных условий кредитного договора, потери работы, а также из-за серьезных финансовых трудностей. У основных игроков рынка потребительского кредитования просрочка выше среднерыночной.



Каждый банк по-своему оценивает кредитоспособность своих клиентов и определяет понятие идеального заемщика. Кредитоспособность клиента – это его желание и возможность платить за кредит. Сегодня коммерческие банки используют в своей практической деятельности различные разработанные методики оценки кредитоспособности заемщиков, среди которых можно выделить следующие наиболее распространенные:

1. Системы оценки кредитоспособности клиентов, основанные на расчете платежеспособности заемщика исходя из среднемесячного дохода за последние 6 месяцев за вычетом всех обязательных платежей.

2. Балльные системы оценки кредитоспособности клиентов (наиболее распространенной является система скоринга).

Платежеспособность клиента определяется по формуле исходя из среднемесячного заработка за последние шесть месяцев за вычетом всех обязательных платежей.

При оценке возможности платежеспособности заемщика огромную роль играет профессионализм служащих банка. Кредитный инспектор должен быть максимально объективным и не должен применять субъективные ценности или собственные пристрастия. Характер заемщика может быть определен из его кредитной истории и степени надежности, показываемой продолжительностью и постоянством работы (занятости),

продолжительностью и типом проживания, искренностью и другими факторами. Возраст клиента может быть рассмотрен как фактор, от которого зависят будущие доходы, он также определяет время, оставшееся до пенсии, и ожидаемую продолжительность жизни, что учитывается при определении срока кредита. [4]

Один из плюсов данной методики – применение специальных формул и корректирующих коэффициентов, которые позволяют упростить работу сотрудников кредитного департамента банка и рассчитать платежеспособность потенциального заемщика. Однако показатели для нее следует получать в каждой конкретной ситуации отдельно, а результат не рассматривать как нечто, свидетельствующее однозначно в пользу или против выдачи кредита. Ведь даже если на момент рассмотрения кредитной заявки финансовые показатели клиента находятся на приемлемом уровне, не стоит забывать, что риск невозврата кредита все равно остается, поскольку полностью устранить его в принципе невозможно. Показатели помогут лишь оценить степень кредитного риска и, к сожалению, данная методика не позволяет спрогнозировать положение заемщика в будущем. В настоящий момент в нашей стране наблюдается тенденция к тому, что традиционные методы принятия кредитных решений, которые в значительной степени основываются на индивидуальной оценке заемщика, заменяются методами, основанными на статистических моделях. Наиболее известной моделью оценки кредитоспособности индивидуального заемщика является кредитный скоринг.

Целью балльной методики «скоринг» является определение максимального лимита среднесрочного и долгосрочного кредитования, предоставляемого физическому лицу.

Методика является формализованной системой оценки платежеспособности потенциального заемщика – физического лица и универсальной при предоставлении физическим лицам всех видов среднесрочных и долгосрочных кредитных продуктов, включая кредитование на приобретение автомобилей, квартиры и иные кредитные продукты. При этом уровни максимальных лимитов кредитования по различным кредитным продуктам могут различаться в силу различий в обеспечении и сроках кредитования.

Каждый коммерческий банк самостоятельно подходит к разработке балльных методик, поэтому, в конечном итоге, оптимальный выбор количества анализируемых коэффициентов и методик зависит от квалификации кредитного работника конкретного банка. Кроме того, банк по возможности должен убедиться и в том, что заемщик захочет вернуть кредит и уплатить проценты по нему. Это также трудная задача, поскольку касается таких характеристик заемщика, как личные качества, моральный облик, репутация и т. д. [5] Здесь в первую очередь нужна информация. Обеспечить банки такой информацией, хотя бы частично, призваны кредитные бюро, которые создаются в России в соответствии с Законом № 218-ФЗ от 30.12.2004г. «О кредитных историях»

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что получить полностью достоверную характеристику кредитоспособности заемщика с обобщением цифровых и нецифровых данных коммерческими банками, использующими различные методики ее оценки, нельзя.

Так же стоит обратить внимание на недостатки в методологическом обеспечении оценки кредитоспособности, с которыми банки все чаще сталкиваются на практике.

1. Отсутствие тщательного анализа кредитных заявок. Многие банки до недавнего времени считали проведение максимально тщательного анализа кредитной заявки обременительной для себя занятием, что особенно характерно для «небольших» кредитов и кредитов «старым» заемщикам. Но в данном вопросе временные ограничения не допустимы, т.к. входят в противоречие с требованиями разумной осторожности.

2. Недостаточность информации и/или неспособность средств контроля банка выявить ложную информацию о заемщике.

3. Признание неплатежеспособного заемщика кредитоспособным при наличии надежного, по мнению банка, обеспечения. Это не правильно, т.к. решение о выдаче кредита должно приниматься в зависимости от способности заемщика самостоятельно погасить ссуду, без продажи своего залога и без помощи поручителей.

4. Недостаточная компетентность кредитных работников.

5. Нарушение принципов кредитования. Руководство банка по различным причинам может предоставить кредиты, связанные с чрезмерным риском, либо на неудовлетворительных условиях, отдавая себе отчет в том, что нарушаются общепризнанные принципы надежного кредитования.

6. Недостаточное качество внутренних документов (методик) банка, регламентирующих оценку кредитоспособности заемщиков. Это свойственно для небольших банков, уставной капитал которых недостаточен, чтобы кредитовать клиентов в значительных объемах. [6]

Для адекватной оценки кредитоспособности заемщика характерной проблемой для банков, в связи с вышеизложенным, является стремление отдельных банков улучшить оценку заемщика за счет «искусственных критериев», которые по своему содержанию не характеризуют способность заемщика возратить кредит в перспективе. Однако, Банк России осуществляет контроль над кредитными рисками коммерческих банков и размером создаваемых ими резервов. Для выполнения возложенного на Банк России контроля по обозначенному направлению им принят ряд нормативных документов. Так, инструкция ЦБР от 16 января 2004г. N 110-И «Об обязательных нормативах банков» устанавливает числовые значения и методику расчета некоторых обязательных нормативов банков. К числу основных нормативов Банк России относит достаточность собственных средств банка; ликвидность банка; максимальный размер риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков ряд других. Однако указанная инструкция не регламентирует вопросы, связанные с оценкой кредитоспособности потенциального заемщика.

Положение от 26 марта 2004 г. № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности» устанавливает порядок формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по кредитам и приравненной к ним задолженности на основе разработанной Банком России классификации. В то же время, рассмотрение Положения позволяет сделать вывод о том, что оценка кредитоспособности заемщика и определение размера резерва по займу должны осуществляться кредитными организациями самостоятельно на основе собственного опыта. Каждая кредитная организация может автономно определять методики оценки кредитоспособности заемщиков, перечень показателей, используемых для анализа финансового положения заемщика, и порядок их расчета.

Одним из направлений решения указанной группы проблем является выстраивание эффективных внутрибанковских механизмов контроля за уровнем кредитного риска и реальным качеством ссуд, а также создание адекватных механизмов контроля за данной сферой деятельности кредитных организаций со стороны Банка России. ЦБ РФ необходимо рекомендовать банкам наиболее эффективные методики определения кредитоспособности заемщиков, но не препятствовать в использовании ими дополнительно иных методик, так как различные способы оценки финансового состояния заемщиков, как правило, не исключают, а дополняют друг друга, что, несомненно, способствует получению более достоверной информации о кредитоспособности потенциального заемщика и снижению кредитных рисков.

Определенные Банком России коэффициенты и методики, впоследствии необходимо использовать территориальным учреждениям банка России при осуществлении контроля над кредитной деятельностью банков.

#### Список литературы

1. Порядок предоставления Сбербанком России и его филиалами, кредитов работникам предприятий и организаций – клиентов Сбербанка России (Редакция 3) №722-2-р от 28 марта 2012 г.

2. Селезнев М. Локальный дефолт: россияне не справляются с кредитами // РБК Личные финансы. - 2014. - №3 <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=6305897>

3. Эксперт. - №41 (871)

4. Филатов М.Н. Технология успехов. Банковский кредит. Возможности и проблемы // Финансы и статистика. – 2013. – №1. – с.12-13

5. Артемьев А.А. Проблемы определения кредитоспособности заемщиков // Российское предпринимательство. – 2008. - №7 Вып. 2 (115). – с.76-79

6. Афанасьев О.Н. Недостатки российской практики рейтинговой оценки кредитоспособности заемщика и пути их преодоления // Банковская деятельность: услуги. – 2013. - №9. – с. 16-21

## АНАЛИЗ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ ГРАЖДАН, ВЫЕЗЖАЮЩИХ ЗА РУБЕЖ

Акуленок К.Ю. – студент ФК-01, Ильиных Ю.М. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г.Барнаул)

Страхование граждан, выезжающих за рубеж – вид страхования, имеющий целью обеспечить страховой защитой граждан во время нахождения за границей, вне страны постоянного местонахождения.

Главной задачей данного вида страхования является компенсация медицинских расходов граждан во время нахождения за границей, которые могут возникнуть вследствие внезапного заболевания или несчастного случая. В отличие от медицинского страхования в обязательной или добровольной форме, которое действует на территории страны постоянного проживания, страхование медицинских расходов в рамках страхования граждан, выезжающих за рубеж, действует только во время нахождения за границей [1].

Организация страхования медицинских расходов возможна в двух формах:

- компенсационная;
- сервисная.

При компенсационной форме страхования застрахованный самостоятельно оплачивает медицинские услуги и берёт на себя заботы по её организации (выбор врача, выполнение прописанных врачом процедур, покупка и приём лекарств и др.). По возвращении домой застрахованный предъявляет страховой компании документы, подтверждающие наступление страхового случая и документы, подтверждающие расходы на лечение, и страховая компания на основании предъявленных документов, компенсирует расходы на лечение, которые были произведены за время нахождения за границей. Данная система не совсем удобна как страхователю, так и страховщику. Страховщик не всегда имеет возможность проверить достоверность представленных для оплаты расходов документов и контролировать процесс лечения. Застрахованному также не совсем удобно, так как он вынужден организовывать свое лечение в условиях иной языковой, культурной среды и должен иметь дополнительные денежные средства для оплаты лечения. По этим причинам такая форма страхования медицинских расходов за рубежом ограничивается определённой в договоре страхования суммой (обычно 200-400 долларов США) и применяется при амбулаторном лечении.

При сервисной форме страхования медицинских расходов страховая компания с помощью компании ассистанс берёт на себя организацию лечения в стране пребывания. В этом случае застрахованный при наступлении страхового случая (внезапное заболевание, несчастный случай) звонит по телефону в сервисный центр, который работает круглосуточно и обеспечивается оператором, говорящем на родном языке застрахованного. После звонка все заботы по организации лечения берёт на себя представитель компании ассистанс [2].

Компания ассистанс берет на себя заботу о больном, начиная от подыскивания лечебного учреждения, организации лечения вплоть до сопровождения заболевшего на родину.



Страховой тариф по страхованию граждан, выезжающих за рубеж, устанавливается в денежных единицах (чаще всего в долларах США или евро) в расчёте на один день пребывания за границей. На величину страхового тарифа влияют следующие факторы:

—возраст застрахованного лица. Обычно имеются скидки для детей 5-16 лет и увеличение тарифа для лиц пожилого возраста, так как вероятность их заболевания выше.

—страна поездки. Это связано со стоимостью медицинских услуг в тех или иных странах и с удалённостью и труднодоступностью территории.

—продолжительность поездки. При увеличении срока пребывания за границей размер страховой премии на один день немного снижается.

—цель поездки и образ жизни застрахованного. Минимальные тарифы действуют для обычных граждан (туристов, командированных) и повышенные – для спортсменов или туристов, занимающихся экстремальными видами спорта (например, горнолыжники, дайверы, спелеологи и других).

—с (лимит ответственности страховщика). Чем выше страховая сумма, в пределах которой страховщик компенсирует медицинские расходы, тем большая величина страхового тарифа в расчёте на один день.

—наличие франшизы. Страховка с франшизой (соучастием застрахованного в расходах на лечение) стоит дешевле, чем страховка без франшизы [3].

По рейтингу 2014 года, высокий уровень надёжности подтвердили такие компании, как: ООО«Росгосстрах», Страховое открытое акционерное общество «ВСК», ОАО «Росно-МС», ОАО «АльфаСтрахование», ООО «Группа Ренессанс Страхование», ОАО «САК Энергогарант», ОСАО «Ингосстрах», ЗАО «Страховая группа «Уралсиб», ОАО «РЕСО-Гарантия», ОАО «Согаз», ЗАО «Страховая компания Макс» [5].

По данным исследования РА Эксперт, выбор страховщика для зарубежной поездки определяется такими характеристиками, как репутация компании (35%), стоимость полиса (28%), наличие необходимого набора услуг (27%) и удобство расположения офиса (26%). Среди страховщиков респонденты чаще всего называли «Росгосстрах» и «Ингосстрах» (по 11%), по 8-10% – Allianz (Росно), «РЕСО» и «АльфаСтрахование».

79 % страховых случаев приходится на Египет, Турцию, Таиланд и Кипр [5].

Страхование выезжающих за рубеж развивается не только в рамках одной компании, но и в рамках рынка:

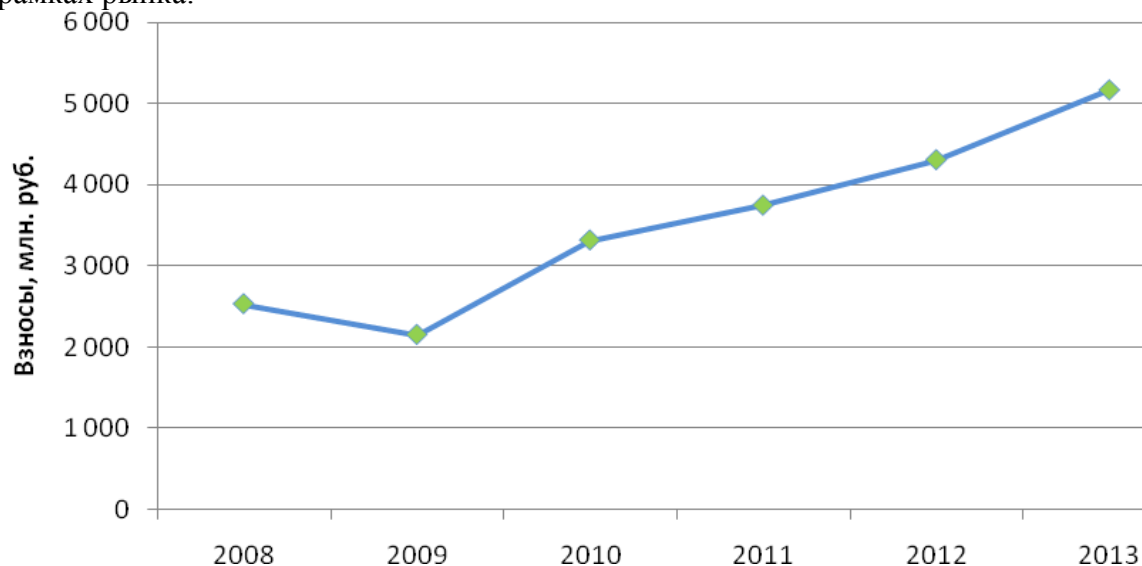


Рисунок 1 – Взносы по страхованию выезжающих за рубеж (млн.руб.)

Относительно динамики рынка можно сказать, что он показывает стабильный рост.

Потенциал развития данного сегмента страхования на сегодняшний день достаточно велик. Страховые компании предлагают своим клиентам все новые и новые продукты, как специализированные (например, специально для любителей спорта Ингосстрах в I полугодии 2012 года разработал и запустил новые страховые продукты для выезжающих за рубеж -

"Едем на футбол" и "Едем в Лондон", которые предлагались футбольным болельщикам накануне "Евро-2012" и российским болельщикам, отправляющимся на XXX Летние Олимпийские игры-2012 в Лондон), так и комплексные – покрывающие все большее количество непредвиденных рисков, которые могут возникнуть в ходе путешествия. Страховые продукты обычно различаются по размеру страховой суммы, виду покрываемых рисков, характера отдыха страхователя. Все это в свою очередь влияет на страховые тарифы, которые необходимо заплатить страхователю.

Таблица 1 – Базовые тарифы страхования выезжающих за рубеж,(евро).

Компания	Страны Восточной Европы	Египет, ОАЭ, Турция	Страны Западной Европы	Китай	США, Канада, Австралия
ВСК	0,5-1,0	0,5-1,0	0,79	0,5-1,0	1,34
"Ингосстрах"	0,34	0,34	0,54	0,34	0,75
Группа Ренессанс Страхование"	0,6-0,71	0,6-0,8	0,6-0,71	0,73-0,8	1,11-1,61
"РЕСО-Гарантия"	0,59	0,59	0,79	0,59	1,98

На основе проведенного анализа тарифной политики, можно говорить о том, что средний размер стоимости страхового полиса, покрывающего медицинские расходы, для путешествующих составляет от 0,5€ до 1,1€ в день.

Пожилым людям старше 65 лет страховка обходится дороже, так как повышается риск возникновения какого-либо заболевания. Для того, чтобы обезопасить себя, страховщики применяют повышающие коэффициенты при расчете стоимости страхового полиса для пожилых людей. Более того, в ряде компаний существуют ограничения по страхованию для лиц, старше 80 лет. Так же необходимо отметить, что стоимость страхового полиса (цена за один день поездки) увеличивается при уменьшении количества дней пребывания в поездке. Также размер страхового взноса может варьироваться в зависимости от возраста, профессии застрахованного, особых (дополнительных) условий турпоездки (например, тур, включающий активный отдых, спорт), а также от региона страхования [4].

Безусловно, тарифы непосредственно влияют на размер собранных страховых премий, однако тенденция последних лет такова, что стоимость страховых полисов из года в год меняется очень незначительно, в то время как размер полученных страховщиками взносов неуклонно растет. Это достигается за счет увеличения количества заключенных договоров и числа выезжающих за рубеж граждан.

#### Список литературы

1. Абрамов В.Ю. Страхование: теория и практика. - М.: Волтерс Клувер, 2008. – 512 с.
2. Грищенко Н.Б. Основы страховой деятельности: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2007. – 296 с.
3. Карпова О. Безопасность туриста // Туризм и отдых. -2002. - 5. -С. 173-174.
4. Ломидзе М. Страхование выезжающих за рубеж: как это должно происходить // Туринфо. -2009. - 6. -С. 12.
5. Базовые тарифы по страхованию выезжающих за рубеж: [Электронный ресурс] // Эксперт онлайн.М.,2014.URL: [http://expert.ru/ratings/table\\_48262/](http://expert.ru/ratings/table_48262/).

## АНАЛИЗ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В РФ

Шумилова М. - студент ФК-02, Ильиных Ю.М. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Страхование жизни — страхование, предусматривающее защиту имущественных интересов застрахованного лица, связанных с его жизнью и смертью. Страхование жизни обычно связано с долговременными интересами страхователя/застрахованного лица в силу того, что жизнь рассматривается как длительное состояние, и, соответственно, событие смерти видится непрогнозируемым и отдалённым.

В России страхование жизни появилось в 1863 году.

Накопительное страхование жизни это страхование, в котором присутствуют как минимум два инвариантных риска:

- дожитие;
- смерть.

Взносы, как правило, выплачиваются регулярно (например, ежемесячно) в течение накопительного периода (от момента заключения договора страхования до момента наступления страхового случая). Страховщик выплачивает страховое обеспечение в виде различных вариантов выплаты страховой суммы: в виде единовременной выплаты, в виде пожизненного аннуитета (пожизненной финансовой ренты).

Страхование жизни позволяет человеку решить целый комплекс социально-экономических проблем. Условно эти задачи можно объединить в две группы: социальные и финансовые.

Таблица 1 – Классификация договоров страхования жизни

Основные критерии	Виды договоров страхования жизни
По объекту страхования жизни	договоры в отношении собственной жизни, когда застрахованный и страхователь — одно лицо
	договоры в отношении жизни другого лица, когда застрахованный и страхователь — разные лица
	договоры совместного страхования жизни на основе принципа первой или второй смерти
По предмету страхования жизни	страхование на случай смерти
	страхование на дожитие
По порядку уплаты страховых премий	страховые договоры с единовременной (однократной) премией
	страховые договоры с периодическими премиями
По периоду действия страхового покрытия	пожизненное страхование (на всю жизнь)
	страхование жизни на определенный период времени
По форме страхового покрытия	страхование на твердо установленную страховую сумму
	страхование с убывающей страховой суммой
	страхование с возрастающей страховой суммой
	увеличение страховой суммы в соответствии с ростом индекса розничных цен
	увеличение страховой суммы за счет участия в прибыли страховщика
	увеличение страховой суммы за счет прямого инвестирования страховых премий в специализированные инвестиционные фонды
По виду страховых выплат	страхование жизни с единовременной выплатой страховой суммы
	страхование жизни с выплатой ренты (аннуитета)
	страхование жизни с выплатой пенсии

По способу заключения	индивидуальные
	коллективные

В практике страхования жизни принято выделять три базовых типа полисов, имеющих существенные различия по целой совокупности вышеприведенных критериев:

- срочное страхование жизни;
- пожизненное страхование;
- смешанное страхование жизни.

В России страхование жизни — один из самых быстрорастущих сегментов страхования (за 2011—2013 гг. прирост страховых премий при сравнении квартальных показателей каждого года к предыдущему составляет около 150 %), который, тем не менее, все еще очень заметно отстает по ключевым показателям (проникновение и плотность страхования) от экономически развитых стран Европы, Азии и Америки.

Таблица 2 - Сборы на рынке страхования жизни в России по данным ФСФР .

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Страхование жизни, всего (млн. руб.)	15 721	22 658	34 826	53 824
в том числе:				
на случай смерти, дожития до определенного возраста или срока либо наступления иного события	12 647	18 253	29 107	45 325
с условием периодических страховых выплат и (или) с участием страхователя в инвестиционном доходе страховщика	1 780	2 893	4 604	7 421
пенсионное страхование	1 294	1 368	1 011	1 077

Первая десятка самых крупных страховщиков жизни собрала в 2012 году 86% премий по этому виду страхования.

Таблица 3 - Топ-10 страховых компаний по объему собранных премий на рынке страхования жизни в 2013 году по данным ФСФР

№	Страховые компании	Сборы по страхованию жизни, млн. руб.	Доля рынка, %
2	Росгосстрах-Жизнь	6 700	12
3	Алико	6 292	12
4	Альфастрахование-Жизнь	6 024	11
5	Русский Стандарт страхование	5 908	11
6	СК Согаз-Жизнь	3 504	7
7	Альянс Росно Жизнь	3 442	6
8	Сожекап Страхование жизни	3 219	6
9	СИБ Лайф	2 279	4
1	Ренессанс Жизнь	1 407	13
10	Райффайзен Лайф	1 755	3

Согласно оценке ЦСИ "Росгосстраха", по состоянию на 2013 год застраховали свою жизнь 4% россиян, намерение приобрести страховой полис по страхованию жизни имеют еще 10% от намеренных застраховаться.

Основным каналом продаж полисов страхования жизни являются банки (кредитные организации). По данным ФСФР за 9 месяцев 2012 года 55% объема премий по договорам страхования жизни собрано через кредитные организации

Всего за 2013 год сборы страховщиков жизни в России выросли на 33,5%, сообщила Ассоциация страховщиков жизни. Из общего объема рынка в 98,9 млрд руб. на страхование жизни пришлось 80,9% от сборов (80,1 млрд руб.), остальное — по договорам иного, личного страхования (18,7 млрд руб.).

Общий размер страховых выплат в 2013 г. увеличился на 7,2% по сравнению с выплатами страховщиков по итогам 12 месяцев предыдущего года и составил 12,5 млрд руб. При этом выплаты по страхованию иному, чем жизнь, увеличились на 55,4% до 3,1 млрд руб., выплаты по страхованию жизни составили 9,4 млрд руб. (в 2012 г. — 9,7 млрд руб., т.е. сократились на 2,7%).

Несмотря на высокую динамику, уровень развития страхования жизни в России еще крайне низок. Услугами по страхованию жизни пользуется всего лишь 6% взрослого населения. Доля страхования жизни в ВВП составляет 0,05%, в то время как во Франции и Японии - 8%, а в Великобритании - 13%. В среднем по проникновению страхования жизни Россия отстает в 20 раз от стран с сопоставимым уровнем экономического развития. Показатель плотности (среднедушевой премии по страхованию жизни) в России едва превышает 8 долл. США, тогда как в Швейцарии, Великобритании, Японии находится на уровне 3500 долл. и даже в Индии в семь раз выше (56 долл.). Доля рынка страхования жизни в его общем объеме составляет: в Великобритании - 75% (или 350 млрд долл.), во Франции - 70% (или 187 млрд долл.), а в России едва превышает 5% (или 1,2 млрд долл.).

#### Список литературы

1. Vedomosti.ru [Электронный ресурс] / Электронное периодическое издание «Ведомости». – Электрон. текст. дан. – М., 1999-2014. – Режим доступа: <http://vedomosti.ru>. – Загл. с экрана.
2. Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – [М., 200-]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/>. – Загл. с экрана.
3. РБК. Рейтинг [Электронный ресурс] / РосБизнесКонсалтинг. – Электрон. текст. дан. – М., 1995-2012. – Режим доступа: <http://rating.rbc.ru/>. – Загл. с экрана.
4. Теория и практика страхования. Учебное пособие. - М.: Анкил, 2010. - 704 с.
5. Грищенко Н.Б. Основы страховой деятельности: Учеб. пособие. - М.: «Финансы и статистика», 2006. - 360 с.
6. Кузнецова И. А. Страхование жизни и имущества граждан/ И. А. Кузнецова . – 2011. – с.121-127.
7. Лельчук А.А. Страхование жизни / А.А. Лельчук. – 2010. - 450 с.

#### СТРАХОВАНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ РИСКОВ В РФ

Ткачёва С.Е – студент ФК-01, Ильиных Ю.М. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Роль страхования в обеспечении продовольственной безопасности России сложно переоценить, поскольку это мощный финансовый стабилизатор, позволяющий компенсировать убытки, возникающие вследствие наступления неблагоприятных событий техногенного и природного характера. В полной мере это относится к страхованию сельскохозяйственных рисков.

Сельскохозяйственное производство отличается высокой степенью рисков: колебания цен, урожайности, частичной или полной потери ресурсов и изменения государственной политики, приводящих к значительным колебаниям доходов. Российское законодательство в этом случае достаточно сурово, ведь риск случайной гибели или случайного повреждения имущества несет его собственник, если иное не предусмотрено законом или договором. Выходом из сложившейся ситуации может быть заключение договора страхования.

Тариф при страховании урожая сельхозкультур в 2013 г. для условий средней полосы составляет 5,9% страховой суммы, имущества – 1%, животных - до 3,5% страховой суммы [2].

В настоящее время не более 15% сельхозпроизводителей страхуют свои риски в растениеводстве. Минсельхоз России ставит задачу довести этот показатель до 60-70%.

Сельскохозяйственное страхование возможно классифицировать по различным признакам, в числе основных можно выделить классификацию по объекту страхования [1]:

- страхование урожая;
- страхование сельскохозяйственных культур;
- страхование многолетних насаждений;
- страхование животных.

Также страхование возможно на условиях предоставления государственной поддержки и без нее.

Договор страхования урожая сельскохозяйственных культур заключается страхователем со страховыми организациями, имеющими лицензию (аккредитацию) на проведение страхования урожая сельскохозяйственных культур. Порядок лицензирования (аккредитации) страховых организаций на проведение страхования урожая сельскохозяйственных культур утверждается Правительством Российской Федерации.

Страховать сельскохозяйственные риски с господдержкой смогут только компании – члены профессионального объединения страховщиков, в рамках которого формируется резервный фонд за счет отчислений страховщиков-участников объединения. Объединение страховщиков выполняет функции поддержания платежеспособности всей системы в случае банкротства одного из страховщиков за счет формирования фонда компенсационных выплат.

Сегодня такую функцию выполняет Национальный союз агростраховщиков [1].

Сам механизм получения господдержки на сельскохозяйственное страхование отличается от порядка, существовавшего раньше.

Новый закон продлил сроки заключения договора страхования: теперь договор должен быть заключен не позднее 15 дней после окончания сева (посадки), а в отношении многолетних насаждений – до момента прекращения их вегетации.

По закону под страховым случаем принимается определение «гибель урожая» – урожай считается погибшим, если его фактический объем на 30% и более процентов ниже запланированного. По многолетним насаждениям под утратой понимается потеря жизнеспособности более чем на 40% посадочных площадей.

Поменялась схема субсидирования агрострахования: раньше сельхозтоваропроизводитель должен был оплачивать 100% страховой премии самостоятельно, а потом мог рассчитывать на получение 50% компенсации от государства (на практике выплаты затягивались порой на несколько месяцев). Теперь сельхозтоваропроизводители оплачивают лишь 50% премии, и договор сельскохозяйственного страхования вступает в силу. Остальная сумма начисленной страховой премии на основании заявления сельскохозяйственного товаропроизводителя будут перечисляться с госбюджета на расчетный счет страховщика. Для получения страхового полиса от катастрофических рисков хозяйство должен заплатить единовременно лишь 50% страховой премии, на остальные 50% предоставляется отсрочка платежа по итогам субсидирования из федерального бюджета [1].

За 2013 г. площадь застрахованных с государственной поддержкой посевных площадей, по данным Минсельхоза, сократилась на 8,6% до 11,9 млн га (это 16% от посевных

площадей). Годом ранее с господдержкой было застраховано 12,9 млн га (19% от посевных площадей). Средний тариф за год прибавил 0,3 п. п., составив 5,9%, а средняя начисленная страховая премия (сумма, которую агропроизводитель платит страховой компании) на 1 га застрахованной площади выросла на 17,6 % — с 754 до 886 руб./га.

Животных, по данным министерства, в прошлом году страховали только 332 сельхозпроизводителя: по 772 договорам было застраховано 240 200 голов крупного рогатого скота, 126 400 голов овец и коз, 891 200 свиней и 18,9 млн поголовья птицы на общую сумму 23,7 млрд руб. Каждый из этих показателей на два порядка меньше общего поголовья в стране. Самым востребованным страхование было у свиноводов — они застраховали 4,35% от всего поголовья.

Страхование с господдержкой составляет основу всего рынка агрострахования: в 2013 г. члены Национального союза агростраховщиков (НСА) собрали 9,4 млрд. руб. страховых премий, 7,4 млрд. из которых пришлось на полисы с господдержкой, говорит представитель НСА со ссылкой на данные Центрального банка. Не входящие в НСА страховщики собрали премий по страхованию сельхозрисков еще на 4,8 млрд. руб., 4,6 млрд. из которых пришлось на страхование с господдержкой [3].

Причин плохого проникновения страхования в жизнь аграриев несколько: отсутствие прозрачных правил игры, отсутствие института агроэкспертизы, недостоверность данных по соблюдению агротехнологий. Все это дает и страховщику, и страхователю возможность трактовать ситуацию в свою пользу: либо находя основания для отказа в выплате возмещения, либо манипулируя обстоятельствами и увеличивая величину убытка.

Всего агрострахованием в прошлом году занимались 64 страховые компании, 42 из них заключали договоры с господдержкой.

Сейчас государство не требует от аграриев страховать посеы и скот. Но с 1 января 2012 г. субсидирует из федерального бюджета 50% страховых премий, которые сельхозкомпании выплачивают страховщикам. Эта мера, рассчитывали чиновники, должна стать одним из стимулов для агропроизводителей страховать свои посеы и животных.

Господдержка распространяется на страхование от воздействия опасных природных явлений (например, засухи, вымерзания, землетрясения, урагана и т. д.) и от массового распространения вредителей, а для культур, которые выращиваются в защищенном грунте или на мелиорируемых землях, — еще и от нарушения снабжения электричеством, водой, теплом из-за стихийных бедствий. В этом году субсидии на страхование растениеводства должны составить без малого 5 млрд руб.

До 1 января 2012 г. система агрострахования порождала серые или криминальные схемы.

Попытки неправомерно освоить средства господдержки, в агростраховании по-прежнему широко распространены. «Схемы пытаются запустить даже на страхование поголовья свиней от африканской чумы свиней. В регионах широко распространено фактическое субсидирование через страхование с господдержкой «своих» агропроизводителей» - подчеркивает первый зампред правления страховой компании «Согаз» Николай Галушин. Кроме того, в прошлом году около 600 млн руб., или 22% от заложенной в бюджете суммы на агрострахование с господдержкой, были вместо субсидирования страховой премии направлены на субсидирование процентной ставки по банковским кредитам на инвестпроекты [5].

#### Список литературы

1. ФЗ от 25.07.2011 № 260-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в ФЗ «О развитии сельского хозяйства»

2. Департамент экономики и государственной поддержки АПК. Агрострахование с господдержкой / Министерство сельского хозяйства РФ [Официальный сайт] // . – Режим доступа: <http://www.mcx.ru/news/news/show/19247.355.htm>

3. НСА подводит основные итоги агрострахования за 2013 год / Министерство сельского хозяйства РФ [Официальный сайт] // . – Режим доступа: [http://www.mcx.ru/news/news/v7\\_show\\_print/21325.78.htm](http://www.mcx.ru/news/news/v7_show_print/21325.78.htm)

4. Линин Ю.И. О страховании урожая сельскохозяйственных культур фермерами / Всероссийская политическая партия «Аграрная Партия России» [Электронный ресурс] // . – Режим доступа: <http://www.xn----7sbbk1a7aifeu8l.xn--p1ai/index.php/arhiv/651-17-02-2014-o-strakhovanii-urozhaya-selskokhozyajstvennykh-kultur-fermerami>

5. Нехайчук Ю. Аграрии не спешат за страховкой / Газета «Ведомости» [Электронный ресурс] // . - Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/companies/news/23542891/agrarii-ne-speshat-za-strahovkoj>

## МИРОВОЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ БАНКОВСКОГО НАДЗОРА

Цеберябова А.Ю. – студент гр. 8Мбм-31, Книга А.С. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В странах с рыночной экономикой банки играют ключевую роль в координации экономической деятельности, выступая в качестве институтов финансового посредничества в процессе реализации денежно-кредитной политики в стране. Поэтому деятельность банков необходимо подвергать регулированию для поддержания уверенности и доверия к банковской системе, путем разработки и установления минимальных стандартов, обеспечивающих безопасность и надежность всей финансовой системы страны. Эффективность организации банковского регулирования и надзора напрямую влияет на результативность функционирования банковской системы как таковой. В этой связи, проблема совершенствования системы банковского надзора, как во всем мировом сообществе, так и в России является весьма актуальной.

В данной статье сделана попытка систематизации зарубежного опыта в области банковского регулирования, классификации основных моделей банковского надзора, а также выявления их преимуществ и недостатков.

Применение опыта организации надзора в других странах является признанным и эффективным инструментом развития национальной методики и практики надзора. Примером этому могут послужить рекомендации и принципы, разработанные Базельским комитетом по банковскому надзору, являющиеся примером построения системы регулирования и надзора в какой-либо стране.

Несмотря на свое многообразие, многие модели банковского надзора имеют общие черты, и для их понимания, представляется возможной классификация моделей организации банковского надзора по субъектному составу и источникам информации. [1]

В зависимости от субъектного состава можно выделить следующие четыре основные модели организации банковского надзора:

1. Закрепление надзора за центральными банками;
2. Закрепление надзора за независимыми специализированными органами;
3. Смешанная
4. Закрепление надзора за мегарегулятором.

Первая модель основывается на законодательном закреплении за центральными банками исключительных полномочий в сфере регулирования и надзора банковской деятельности. Исторически эта модель была доминирующей, к настоящему времени она утратила свои позиции, однако по-прежнему является востребованной. Не только во многих развивающихся странах, но и в государствах со зрелой рыночной экономикой центральные банки продолжают выполнять функции регулятора банковской деятельности. К их числу можно отнести Испанию, Грецию и Португалию, а также Италию и Голландию. [4]

Согласно второй модели, надзор за банковской деятельностью осуществляется независимыми специализированными органами в тесном взаимодействии с министерством



финансов и при более или менее выраженном опосредованном участии центрального банка. К числу стран, используемых данную модель, в частности, относится Канада, которая наряду с Великобританией является страной, где роль центрального банка в регулировании и надзоре за банковской системой весьма ограничена. Помимо данных стран модель присуща банковским системам Австрии и Германии. Например, в Великобритании регулированием финансовых рынков занимается Управление финансовых услуг – независимая неправительственная организации. В отличие от Великобритании, в части организации банковского надзора, в Германии за центральным банком страны сохранено участие в надзорном процессе. А с 2002 г. основные функции по надзору за банками в Германии возложены на единый орган финансового надзора – Федеральное ведомство надзора за финансовыми услугами, которое осуществляет пруденциальный надзор за деятельностью коммерческих банков во взаимодействии с заключенным между ними договором о сферах деятельности и ответственности. [3]

Несомненным преимуществом данной модели организации банковского надзора над остальными является то, что надзор осуществляется независимым органом, на принятие решений которым достаточно сложно повлиять, в результате чего можно говорить об отсутствии такого явления как коррупция. К плюсам модели также можно отнести четкое разграничение полномочий всех органов, входящих в систему банковского надзора, что, например, вызывает ограниченность действий центрального банка при осуществлении своих интересов. Негативными моментами применения данной модели являются следующие: недостаточность внимания банкам уровня ниже федеральных и довольно сложная организационная структура органов надзора.

Третья модель, объединяющая в себе первые две и потому называемая «смешанной», представлена системами банковского регулирования тех стран, где функции надзора и контроля выполняются специализированными органами при непосредственном участии центрального банка и министерства финансов. Самым ярким примером здесь может служить организация банковского надзора в США, которая отличается от систем в других странах довольно сложной структурой. Банки и финансовые институты в США могут иметь статус федеральных органов или органов штатов.

К «смешанной модели» можно отнести организацию банковского надзора во Франции, где центральный банк страны – Банк Франции в завуалированном виде играет если не определяющую, то ведущую роль в надзоре за деятельностью кредитных учреждений. [2]

К достоинствам данной модели можно отнести учет интересов участников банковской деятельности на всех уровнях, а также недопущение чрезмерной централизации управления.

Недостатками модели, по мнению автора, являются сложная структура взаимосвязей между надзорными органами, а также риск проведения двойной работы, несмотря на соответствующие договоренности между органами.

Четвертая модель объединяет системы организации банковского надзора стран, которые приняли законодательные решения о создании мегарегулятора на рынке финансовых услуг. Создание единого регулятора финансовых рынков оправдывается единством предмета регулирования и контроля, тем, что в основании любой финансовой услуги и деятельности по ее оказанию лежат тождественные друг другу признаки, кем бы такая услуга ни оказывалась, и в чем бы она не заключалась. [5]

Первой институт мегарегулятора создала в 1986 г. Норвегия. За ней в 1988 г. последовали Исландия и Дания, в 1991 г. – Швеция. Согласно обзору Мирового банка, к концу 2012 г. 55 государств приняли модель единого или интегрированного надзора, либо путем организации мегарегулятора для всего финансового сектора, либо путем централизации в одном агентстве полномочий по надзору, по крайней мере, за двумя основными финансовыми посредниками.

К достоинствам данной модели организации банковского надзора следует отнести возможность осуществления надзора за финансовыми конгломератами на консолидированной основе; осуществление мониторинга всей финансовой системой в

целом, что позволит быстрому выявлению системных рисков; выработку унифицированного подхода к различным типам финансовых посредников для снижения возможности регулятивного арбитража; оптимизацию расходов на осуществление надзорных процессов.

Недостатками модели единого мегарегулятора являются: опасность снижения эффективности надзора из-за меньшего внимания к специфике отдельных секторов финансовой системы; бюрократизация принятия решений, результатом чего может быть «запаздывание обратной связи» между органами или подразделениями; потери эффективности надзора в переходный период.

Совсем недавно на модель единого регулирования перешла и Россия.

Актуальность внедрения данной модели в нашей стране подчеркивается современными тенденциями на финансовом рынке: они таковы, что и в страховании, и в управлении пенсионными средствами, и в работе профессиональных участников рынка ценных бумаг все большую активность проявляет банковский рынок. Крупнейшие финансовые конгломераты работают не на банковском или страховом рынке по отдельности, а комплексно. И если регулятор будет брать во внимание только один сектор, он не увидит всего риска. Риск в такой финансовой группе может проявляться в данном конкретном сегменте, тогда как в других областях будет все нормально.

С точки зрения используемых источников информации принято различать четыре модели банковского надзора:

#### 1. Анализ материалов внешнего аудита банка.

При таком надзоре от банков требуется проведение аудита один раз в полгода или раз в год. Представителями модели являются Великобритания и Германия. Великобритания вообще не имеет инспекторов, работающих на постоянной основе, однако Банк Англии обязательно проводит периодическое выездное инспектирование банков с целью оценить определенные сферы деятельности банка или возникшие проблемы. В Германии органы надзора уполномочены проводить выездное инспектирование банков, однако, работают в основном с материалами внешних аудиторов. Отличительными особенностями данной модели, которые, по мнению автора, можно отнести к сильным сторонам, являются возможность у надзорного органа влиять на выбор банком аудиторов, а также установленная законом периодичность проведения аудиторских проверок;

#### 2. Анализ материалов выездных проверок банков сотрудниками органов банковского надзора.

Выездную модель надзора используется в США, Италии, Франции и Японии. Инспекторы при проведении выездных проверок изучают банковскую документацию, проводят встречи с персоналом банка для того, чтобы получить более широкое представление о системе проведения операций и управления. Обобщая полученную информацию, они оценивают общее состояние объекта проверки. Преимуществом выездной модели является использование структурированной рейтинговой системы, ведущей к простоте интерпретации результатов проверок, однако их частота не установлена законодательно, что ведет к неоднородному обследованию банков на территории страны;

#### 3. Анализ материалов, как собственного выездного контроля, так и внешнего аудита.

Такая модель традиционно применяется в Канаде. Безусловным преимуществом, так называемой «смешанной» модели является то, что результаты анализа данных выездного контроля регулирующего органа и внешнего аудита, позволяют получить наиболее полную информацию о деятельности кредитного учреждения в сравнении с использованием одной из моделей;

#### 4. Анализ публикуемой отчетности при установлении жестких требований.

Модель впервые появилась в Новой Зеландии, ее предпосылкой стало повышение требований к транспарентности кредитных институтов и органов банковского надзора. Данная модель имеет два названия: «публичной отчетности» или «рыночной дисциплины», которые подразумевают жесткие требования к обязательному опубликованию определенной информации о работе банка.[2]

Особый интерес для РФ представляет собой модель, базирующаяся на анализе данных внешних аудиторов, поскольку ст. 73 Федерального закона «О Центральном банке РФ (Банке России)» предусмотрена возможность привлечения аудиторских организаций к проведению проверок. Однако, учитывая специфику российского банковского рынка, на взгляд автора, можно говорить об использовании двух моделей в совокупности. Подтверждением служит то, что в течение года в банках могут проводиться внешние аудиторские проверки, а к концу периода, согласно Указанию ЦБ РФ от 04.09.2013 № 3054-У «О порядке составления кредитными организациями годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности», банки обязаны предоставить отчеты о результатах своей деятельности в уполномоченный орган.

Результатом изучения мирового опыта организации банковского надзора является составленная автором матрица соотношения рассмотренных классификаций, иллюстрированная примерами стран, в которых применяется данное соотношение.

Таблица 1 – Соотношение моделей банковского надзора в разных странах

Страна		Классификация моделей банковского надзора по субъектному составу			
		Центральный банк	Независимые органы надзора	Смешанная	Мегарегулятор
Классификация моделей банковского надзора по источникам информации	Внешний аудит	РФ до 2013 г.	Великобритания, Германия с 2002г.	Германия до 2001 г.	Норвегия, Швеция
	Выездные проверки	Италия		США, Франция, Япония до 2003 г.	Япония с 2004 г.
	Внешний аудит и выездные проверки	Испания	Канада	Нидерланды	Дания
	Требования к отчетности банков	Новая Зеландия			РФ с 2014 г.

По результатам данных Таблицы 1, можно сказать, что каждая модель может быть применена на практике с учетом специфики экономической и политической действительности отдельного государства.

Исходя из проведенного анализа различных классификаций моделей банковского надзора, рассмотрения и выявления их достоинств, недостатков и условий применения следует сказать о том, что в России происходит сочетание двух моделей по разным критериям, однако оптимальной и наиболее эффективной модели организации банковского надзора еще не выявлено.

#### Список литературы

1. Банковский надзор: европейский опыт и российская практика// пособие подготовленное в рамках проекта «Обучение персонала Банка России. Этап III»/ под ред. М. Олсена, - ООО «Альфа и Омега», перевод на русский язык И. Зубанова, 2010 г.

2. Гаврилюк О.Ю. Банковский надзор в России: применение зарубежного опыта с целью повышения его эффективности / О.Ю. Гаврилюк // Аудит и финансовый анализ. – М. Финансы, 2010. – № 4.

3. Мурычев А.В. Банковский надзор : каким ему быть? / Подготовлено на основе материалов Ассоциации региональных банков России, представленных на обсуждение Комиссии по банкам и банковской деятельности Совета РСФСР по конкурентоспособности и отраслевым стратегиям // Деньги и кредит. – 2010 – № 4.

4. Поздышев В.А. Международная практика банковского надзора – курс на повышение эффективности // Аналитический банковский журнал. – 2009 – № 9.

5. Фетисова Г.Г. Организация деятельности центрального банка / 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 432 с.

## ЗАЁМНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ РОЛЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «АЛТАЙ-ЦИКЛОН»)

Котлярова А.А. – студент, Ореховский П.А. – д.э.н., профессор  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Многие современные предприятия финансируют свою деятельность как за счет собственных, так и за счет заемных средств. В условиях современного состояния российской экономики эффективная финансовая деятельность предприятия невозможна без постоянного привлечения заемных средств. Использование заемного капитала позволяет существенно расширить объем хозяйственной деятельности предприятия, обеспечить более эффективное использование собственного капитала, ускорить формирование различных целевых финансовых фондов, а, в конечном счете, - повысить рыночную стоимость предприятия.

Заёмные средства - это часть капитала предприятия, сформированного за счет заемных источников финансирования, который привлекается предприятием со стороны в виде кредитов, финансовой помощи, сумм, полученных под залог, и других внешних источников на конкретный срок, на определенных условиях под какие-либо гарантии [3].

Типография «Алтай-Циклон» является предприятием, действующим в области разработки и печати упаковки, этикетки и рекламно-акцидентной продукции на собственной производственной базе.

Структура выпускаемой продукции наглядно представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 - Структура выпускаемой продукции ООО «Алтай-Циклон»

Как видно из диаграммы, основным видом деятельности предприятия ООО «Алтай-Циклон» являются полиграфические услуги, а именно: офсетная печать, ризография, полноцветная цифровая печать, шелкография.

Штат сотрудников предприятия составляет 25 человек.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Наименование показателя	Нормативные значения	на конец 2011 г.	на конец 2012 г.	на конец 2013 г.
1.Среднемесячная выручка, руб.	-	986,78	2536,9	2942,63
2.Степень платежеспособности общая	$\leq 1,3$	1,69	1,08	0,93
3.Степень платежеспособности по текущим обязательствам	$\leq 3$	1,7	1,08	0,93
4.Коэффициент покрытия текущих обязательств оборотными активами	$1,3 \div 1,7$	2,8	1,87	1,88
5.Коэффициент автономии	$\geq 0,5$	0,88	0,82	0,82
6.Коэффициент обеспеченности оборотными средствами	$\leq 1,00$	4,75	2,02	1,75
7.Рентабельность продаж	$\geq 0,125$	2,52	1,96	2,3
8.Коэффициент инвестиционной активности	$0,18 \div 0,25$	0,012	-	-
9.Собственный капитал в обороте, руб.	$>0$	3013	2378	2410
10.Коэффициента текущей ликвидности	$>2$	3,96	2,4	2,44
11.Коэффициента обеспеченности собственными средствами	$>1$	0,64	0,46	0,47

В результате анализа коэффициентов предприятие можно охарактеризовать его как платежеспособное с высокой степенью финансовой устойчивости.

Задолженность предприятия достаточно низкая, наблюдается высокий уровень финансовой независимости. Рост такого показателя, как коэффициент покрытия текущих обязательств оборотными активами, выше рекомендуемых значений, свидетельствует об «излишнем» запасе оборотных средств. В совокупности с отсутствием инвестиционной активности, можно отметить, что предприятие терпит убытки, связанные с упущенной возможностью их выгодного вложения в качестве вкладов, инвестиций или в собственное развитие, для совершенствования его технологических и ассортиментных преимуществ.

На основании коэффициентов текущей ликвидности и обеспеченности собственными средствами можно принять решение о признании структуры баланса предприятия удовлетворительной, а предприятие платежеспособным. Можно свидетельствовать о наличии реальной возможности отвечать по своим обязательствам перед кредиторами.

Основным документом, применяемым при формировании себестоимости продукции на предприятии, является Положение по бухгалтерскому учёту «Расходы организации» [2], в соответствии с которым приведена типовая группировка затрат по статьям калькуляции, которая представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Структура затрат на производство продукции, рубли.

Наименование затрат	Затраты на 1 м <sup>2</sup>	Затраты в месяц	Затраты в год
Постоянные затраты			
Аренда помещения	10,6	89548,8	1074585,6
Затраты на электроэнергию	0,44	3717,12	44605,44
Затраты на заработную плату	4,6	38860,8	466329,6
Амортизация	1,38	11658,24	139898,88
Коммерческие расходы	3	25344	304128
Итого:	20,02	169128,96	2029547,52
Переменные затраты			
Рыночная стоимость сырья	326	2754048	33048576
Рыночная стоимость чернил	44	371712	4460544
Прочие затраты	117,3	990950,4	11891404,8
Итого:	487,3	4116710,4	49400524,8
Итого переменных и постоянных затрат:	507,32	4285839,36	51430072,3

На рисунке 2 вашему вниманию представлен график точки безубыточности. Объем заказов составляет ориентировочно 101376 м<sup>2</sup> в год.

Порог рентабельности находится в точке продаж 4013 м<sup>2</sup> фотопечатной продукции в год, на покрытие годовых затрат хватит 3984909 рублей.

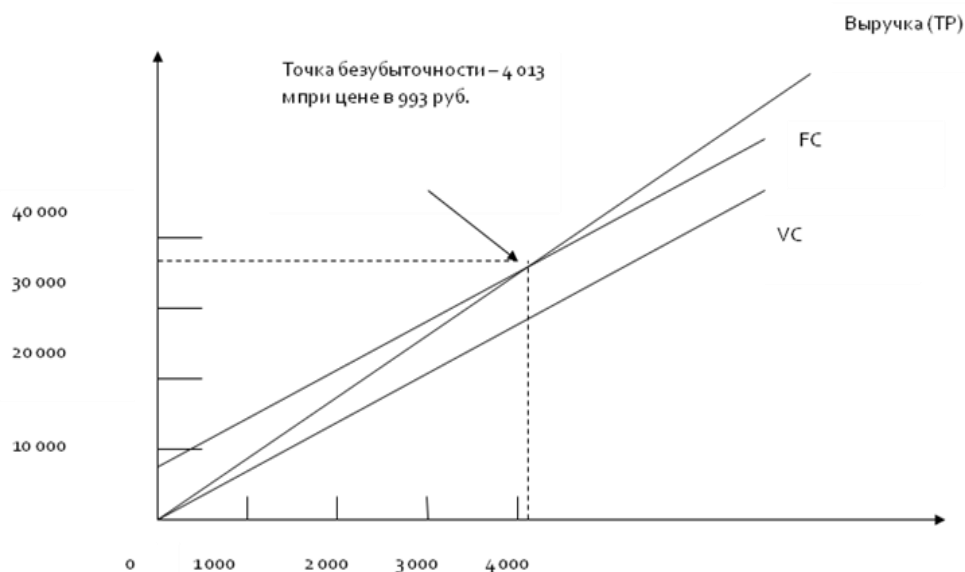


Рисунок 2 – График точки безубыточности

Для ОАО "Алтай-Циклон" основными целями привлечения средств должны являться:

- пополнение необходимого объема постоянной части оборотных активов, так как невозможно профинансировать оборотный капитал полностью за счет собственных средств.
- формирование недостающего объема инвестиционных ресурсов для реконструкции и модернизации существующего оборудования в цехах собственного производства, а также для закупки нового оборудования.

Предприятие не имеет задолженности перед кредитными учреждениями на данный момент, но планирует привлечение дополнительных средств для покупки оборудования.

Некоторую продукцию предприятие само не производит, а является посредником на рынке полиграфической продукции. Такими товарами, для перепродажи, являются

полиграфические продукты, производимые на машине для офсетной печати, которого в наличии у предприятия не имеется.

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что предприятию необходимо приобрести офсетную машину, чтобы не пользоваться услугами других предприятий.

Для покупки офсетной машины понадобится в среднем от 600 000 – 12000000 рублей.

Предприятие может использовать как собственные так и заемные средства.

Собственные финансовые средства хозяйствующего субъекта – чистая прибыль организации, нераспределенная прибыль, амортизационные отчисления, «излишки» оборотных активов.

Отмечу, что на конец 2013 года нераспределённая прибыль организации составляла 1 148 000 рублей. Чистая прибыль 300 000 рублей. Также в коэффициентном анализе был обнаружен излишек оборотных активов. Предприятие имеет низкую кредиторскую задолженностей, как показал коэффициентный анализ предприятия, но этих средств будет не достаточно для покрытия затрат покупки более дорогостоящей офсетной машины.

Предприятию необходимо использовать заемные средства коммерческих банков.

Предельный объем заемных средств на предприятии можно установить, рассчитав финансовый рычаг, так же с его помощью можно оценить степень эффективности использования заемных средств:

$$\text{ЭФР}_{2013} = (1 - 0,2) * (3,12 - 14,85) * (2743 / 12408) = -2,1 \%$$

Применение финансового рычага будет возможным в том случае, когда СРСП менее ЭР. Исходя из формулы экономического рычага ( $\text{ЭР} = \text{ПДПН} / \text{СК} - \text{ПДПН} * 100\%$ ) можно сделать вывод, что его увеличение следует за увеличение значения ПДПН. На конец 2013 г. это значение составляет 375000 рублей. Только в случае увеличения его до 1650000 рублей мы заметим положительный результат эффекта финансового рычага, а, следовательно, и возможность его применения

В этом случае ЭФР будет больше 0, а использование заемных средств будет приводить к улучшению финансового состояния.

Заёмные средства не следует привлекать в настоящее время для улучшения текущей хозяйственной деятельности, фирма не испытывает необходимости в дополнительных оборотных средствах. Следует учесть низкие постоянные затраты, низкую обеспеченность основным капиталом, так же «технологическую отсталость», что выражается в низкой рентабельности собственного капитала. Нужно реализовать высокорентабельные инвестиционные проекты, что позволит достичь фирме принципиально иного уровня ЭФР, нежели сейчас.

К преимуществам ООО "Алтай-Циклон" в выборе кредитной стратегии можно отнести следующее:

1. Нацеленность на выбор кредитных продуктов с относительно низкими ставками.
2. Расчет потребности в объемах заемных средств основывается на целях их использования в предстоящем периоде.
3. Платежеспособность предприятия высокая, следовательно, существует высокая возможность отвечать по своим обязательствам перед кредиторами.
4. ООО "Алтай-Циклон" учитывает перспективы развития хозяйственной деятельности предприятия и не планирует набирать кредитов сверх потребности.

Это, прежде всего, дает гарантии кредиторам ООО "Алтай-Циклон" и уверенность в том, что просрочки платежей по кредитам не будет.

Соотношение собственного и заемного капитала фирмы по годам представлен на слайде.

Стоимость предприятия, затратным подходом = 15102 – 2743 = 12359 тыс. рублей.

Сейчас существует противоречие между затратным и доходным подходом в оценке стоимости фирмы ООО «Алтай-Циклон» – при затратном подходе стоимость намного выше. Это свидетельствует о низкой рентабельности. В результате реализации перспективных инвестиционных проектов, предположительно, стоимость фирмы, рассчитанная доходным способом, вырастет.

Таким образом, в ходе проведения анализа внешних и внутренних источников информации о деятельности ООО «Алтай-Циклон», анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, рекомендованной Методологическими указаниями Федеральной службы РФ по финансовому оздоровлению и банкротству [1], были выявлены следующие проблемы:

- низкая инвестиционная активность;
- необходимость внедрение нового вида оборудования (офсетный принтер);
- необходимость получения кредита на производственные цели.

Путем решения выявленных проблем является получение кредита на производственные цели, для чего был проведена оценка кредитоспособности заемщика.

Следующим шагом следует провести рассмотрение вариантов расширения инвестиционной деятельности с помощью использования заёмных средств и оценка их влияние на стоимость фирмы.

#### Список литературы

1. О несостоятельности (банкротстве): федер. закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 06.12.2011) // Собрание законодательства РФ. – 2002. N 43. - Ст. 4190.
2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учёту «Расходы организации». ПБУ 10/99 [Электронный ресурс]: приказ Министерства финансов РФ от 06.05.1999 № 33н: [ред. от 27.04.2012]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Кадерова, Н.Н. Корпоративные финансы: Учебное пособие. / Н.Н. Кадерова. - Алматы: Экономика, 2010. - 376 с.

#### ИННОВАЦИОННЫЕ РИСКИ: СУЩНОСТЬ И СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ

Грибцова Ю. - студентка гр. Эк-01, Книга А.С. – к. э. н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

С развитием рыночных отношений в России инновационная деятельность стала одним из факторов, определяющих успех компаний независимо от формы собственности и сферы их деятельности. Внедрение научно-технических разработок и выпуск новой продукции помогают предприятиям сохранить свои позиции на рынке в условиях сильной конкуренции. При этом результативность инновационной деятельности прямо зависит от того, насколько точно произведена оценка и экспертиза риска, а также от того, насколько адекватно определены методы управления им.

Следует отметить, что инновационная деятельность происходит в условиях высокой неопределенности и связана с высокими рисками по сравнению с обычными процессами производственно-хозяйственной деятельности.

Под риском инновационной деятельности понимается многообразие ее промежуточных и окончательных результатов, которые имеют различную оценку в глазах инноваторов, инвесторов и других участников инновационных процессов [6].

Инновационный риск является результатом совокупного действия всех факторов, определяющих различные виды рисков: валютных, политических, предпринимательских, финансовых и др. Также инновационная и предпринимательская деятельность являются областью пересечения интересов различных сторон, преследующих противоречивые цели. В связи с этим трудно разработать единую систему классификации рисков.

Можно выделить несколько видов риска в зависимости от того, в какой сфере они проявляются:

1. Риски ошибочного выбора инновационных проектов. Причинами возникновения данного вида рисков может служить недостаточно обоснованный выбор приоритетов экономической и рыночной стратегии предприятия [6]. Это возможно, например, в случае преобладания краткосрочных интересов при принятии решений над долгосрочными. Могут



быть ошибочно оценены перспективы положения предприятия на рынке, его финансовая устойчивость. Кроме того, зачастую причиной возникновения риска служит ошибочная оценка рынка потребления.

Так, например, плееры Microsoft Zune, разработанные совместно с Toshiba, были ответом Microsoft плеерам iPod от Apple, которые пользовались огромным спросом. Но Zune не удалось занять достаточную долю рынка, так как iPod принадлежало около 65%. 3 октября 2011 года Microsoft объявила о прекращении производства и продажи Zune [1].

2. Риск необеспечения инновационного проекта достаточным уровнем финансирования. Включает в себя риск недополучения средств для разработки проекта (фирма не смогла привлечь инвесторов из-за некорректно составленного бизнес-плана проекта) и риск неправильного выбора источников финансирования (невозможность осуществления проекта за счет собственных средств, отсутствие доступных источников заемных средств и пр.) [3].

Одним из примеров таких инноваций в постсоветской России является закрытие проектов по созданию гидропланов в Центральном конструкторском бюро им. Ростислава Алексеева. Гидропланы – это полусамолеты-полукорабли, способные подниматься в воздух и садиться на водные поверхности, преодолевать без дозаправки расстояния в сотни километров (например, долететь из Балтики на Каспий). Разработки гениального изобретателя не нашли должной поддержки, в том числе финансовой [2].

3. Риск неисполнения хозяйственных договоров. Так же может быть нескольких видов: риск отказа партнера от заключения договора после проведения переговоров, риск заключения договоров с недееспособными (неплатежеспособными) партнерами, риск невыполнения партнерами договорных обязательств в срок и др. [8]. Такие риски преимущественно зависят от резких колебаний экономической конъюнктуры.

4. Маркетинговые риски текущего снабжения и сбыта. Эта группа достаточно обширна. В большинстве случаев определяется недостаточным уровнем профессионализма маркетинговых служб предприятия, либо вообще отсутствием таковых [8].

Показательным является пример неудачного выхода на рынок компании Coca-Cola («Кока-Кола») с концентрацией апельсинового сока. Идея продукта заключалась в возможности использования открытого продукта более месяца, каждый раз разбавляя лишь необходимое количество концентрата. Проведя два рыночных тестирования, компания приостановила производство нового товара ввиду его неконкурентоспособности. Причина негативной реакции рынка заключалась в том, что ни в рекламном ролике, ни на упаковке не было инструкции по способу использования продукта [5].

Другим примером может служить разработка наименования нового продукта. Здесь риски заключаются в том, что в случае неправильного выбора у потребителей сложатся неправильные ассоциации с продуктом, а значит, он не будет пользоваться спросом. Например, российская компания в 2004 г. выпустила молочную продукцию «Скелетоны». В качестве рекламного персонажа был выбран скелет. Маркетологи при разработке такого бренда ориентировались на детский интерес к различным страшилкам. Но родители проявили недовольство, аргументируя его тем, что у них складывались ассоциации этого продукта с отравой, а не с полезным молочным продуктом. После судебного разбирательства по этому поводу данная линейка товара прекратила свое существование [7].

5. Риск, связанный с обеспечением прав собственности. Проблема возникновения этого вида риска особенно актуальна для предприятий, производящих инновационную продукцию [8]. Основной причиной его возникновения у российских предприятий служит несовершенство патентного законодательства (получение патента (лицензии) с опозданием, короткий срок действия патента и пр.).

Среди предприятий, имеющих высокие инновационные риски, нужно отметить те, которые специализируются на разработке инноваций, а также их внедрении. Речь идет, в первую очередь, о малых инновационных предприятиях (МИП), выполняющих функцию апробации производства инновационной продукции и передачи этого опыта крупным предприятиям с сохранением авторских прав (патентов) на условиях лицензионного

договора [4]. Возможность создания при вузах МИП предоставляет ФЗ №217, принятый в августе 2009 г.

По данным комитета науки и инновационной политике администрации Томской области, Сибирский федеральный округ сегодня занимает второе место в стране по количеству МИПов (на первом – Центральный) [9]. Среди алтайских вузов лидером по количеству таких предприятий является Алтайский государственный технический университет. По состоянию на февраль 2014 года в АлтГТУ действует 31 малая инновационная компания с различными направлениями деятельности [10].

Рассмотрим несколько из приведенных выше рисков на примере малых инновационных предприятий:

1. Риски ошибочного выбора инновационных проектов. МИП разрабатывают новую продукцию и новые технологии оказания услуг в соответствии с текущим научно-техническим прогрессом и складывающимися потребностями рынка. Однако не все разработки имеют потенциал для того, чтобы стать полноценным коммерческим продуктом и конкурировать на рынке. Последствия такого риска усиливаются характерным для малых инновационных предприятий повышенным риском бизнеса, связанным с единичной или малой номенклатурой выпускаемых товаров (когда снижение спроса на один-два вида изделий на рынке ставит предприятие перед угрозой банкротства).

2. Риск необеспечения инновационного проекта достаточным уровнем финансирования. Проблема финансирования существует у многих МИП России. Данный риск снизится за счет осуществления государством поддержки через создание специализированной финансовой инфраструктуры, ядром которой выступает венчурный инновационный фонд, имеющий свои филиалы и отделения в регионах страны. Некоторые МИП получают финансовую поддержку в соответствии с целевыми программами финансового обеспечения инноваций. Так, например, в Омской области в рамках такой программы компании могут получать от 500 тыс. до 5 млн. руб. на развитие проекта, в зависимости от его масштаба и актуальности. Многие МИП АлтГТУ зародились благодаря финансовой поддержке фонда содействия развитию малых форм предпринимательства в научно-технической сфере по программе «Старт», в рамках которой можно получить финансирование в размере до 6 млн. руб. [9].

3. Риск, связанный с обеспечением прав собственности. Уровень данного риска на малых инновационных предприятиях России низкий, поскольку имеется необходимая правовая база. Согласно ФЗ №217 исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности принадлежат ВУЗам и НИИ, при которых они созданы. На правовую охрану разработок направляются, в том числе, доходы от деятельности малых и средних инновационных предприятий.

В заключение отметим, что в инновационной сфере малые предприятия имеют значительные преимущества и способны активно развивать инновационную экономику страны. При этом их деятельность, также как и деятельность других предприятий, занимающихся разработкой и внедрением инноваций, характеризуется высоким уровнем неопределенности динамики основных факторов, определяющих ее результаты. Поэтому, большинство компаний, приступая к реализации нововведений, стремятся просчитать свои риски и шансы, предусмотреть узкие места и попытаться снизить возможные негативные отклонения.

#### Список литературы

1. 30 самых провальных продуктов // DonON.ru [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – [Б.м.], 2013. – Режим доступа: <http://donon.ru/interesnoe/178-30-samykh-provalnykh-produktov>.

2. Барьеры на пути инноваций в России // Фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2014. – Режим доступа: <http://fom.ru/posts/10707>.

3. Инновационная деятельность предприятия (2 часть) // Большая библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – [Б.м.], 2011. – Режим доступа: <http://biglibrary.ru/category40/book138/part45/>.
4. Модернизация профессионального образования в Алтайском крае // Аккредитация в образовании [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Республика Марий Эл, 2014. – Режим доступа: [http://www.akvobr.ru/modernizacia\\_professionalnogo\\_obrazovania\\_altaiskogo\\_kraja.html](http://www.akvobr.ru/modernizacia_professionalnogo_obrazovania_altaiskogo_kraja.html).
5. Причины неуспеха новых товаров // Элитариум: Центр дистанционного образования [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Санкт-Петербург, 2014. – Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/2010/09/24/prichiny\\_neuspekha\\_novykh\\_tovarov.html](http://www.elitarium.ru/2010/09/24/prichiny_neuspekha_novykh_tovarov.html).
6. Риски в инновационной деятельности // Креативная экономика [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2014. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/3128/>.
7. Самые неудачные бренды в России // Dela.biz: бизнес дела в России и СНГ [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – [Б.м.], 2013. – Режим доступа: <http://dela.biz/brendy/174-samye-neudachnye-brendy-v-rossii.html>.
8. Управление рисками в инновационной деятельности // Российский информационно-образовательный портал Veni Vidi Vici [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – [Б.м.], 2014. – Режим доступа: <http://www.vevivi.ru/best/Upravlenie-riskami-v-innovatsionnoi-deyatelnosti-ref159194.html>.
9. Цепная реакция. Малые предприятия при вузах успешно встраиваются в экономику регионов // Российская газета [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2014. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/02/09/reg-sibfo/mip.html>.
10. Юбилей Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере // АлтГТУ им. И.И.Ползунова газета [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Барнаул, 2014. – Режим доступа: <http://www.altstu.ru/structure/unit/oso/news/6522/>.

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНОГО ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Даурбекова Д.Х - группа 8МБм-21, Ганжа С.В. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время обеспечение населения доступным жильем является актуальной проблемой, особенно остро этот вопрос стоит в субъектах РФ. Приобрести недвижимость за собственные средства может ограниченное количество граждан, поэтому для жителей встает вопрос о привлечении заемных средств. Как показывает мировая практика, наиболее существенным инструментом финансирования является жилищное ипотечное кредитование.

Спрос на ипотечные кредиты растет, благодаря большому количеству целевых программ, условия которых постоянно совершенствуются. С появлением государственного субсидирования жилищное ипотечное кредитование получило дополнительный импульс.

С каждым годом в стране растет объем выданных ипотечных кредитов. Вместе с тем, остается проблема просроченной задолженности. Как следует из таблицы 1, на 01.01.2014 г. объем просроченной задолженности по жилищным ипотечным кредитам в РФ составил около 28 млрд. рублей; на 01.01.2013 г. объем такой задолженности составил 31 млрд. рублей, увеличившись по сравнению с аналогичным показателем на ту же дату 2012 года на 7 процентных пунктов (1,9 млрд. рублей) [1].

В Алтайском крае также видна тенденция увеличения выданных ипотечных кредитов: за 2011 год банки выдали в Алтайском крае 9340 ипотечных кредита на сумму 8,5 млрд. рублей, следует из итогового отчета ЦБ. Это на 26% больше, чем в 2010 году, когда было выдано 7362 кредита (без учета валютных). Из таблицы 1 также следует, что общая сумма

выданных жилищных ипотечных кредитов выросла на 46 % — в 2010 года объем выдачи составил 5,8 млрд. рублей [1].

Таблица 1- Показатели ипотечного кредитования в РФ и Алтайском крае, млн.руб.

Дата	Объем				
	Объем ипотечных жилищных кредитов	задолженность по ипотечным кредитам	в том числе просроченной задолженности	досрочно погашенных ипотечных кредитов	средств, взысканных с заемщиков в результате реализации заложенного имущества
<b>Российская Федерация</b>					
на 01.01.2012	716 944	1 448522	29313	31395	4 509
на 01.01.2013	1054073	1992388	31213	51354	4229
на 01.01.2014	1385364	2 536 444	27783	77546	3313
<b>Алтайский край</b>					
на 01.01.2012	8448	17455	518	434	73
на 01.01.2013	12888	23645	413	261	26
на 01.01.2014	18125	30 895	260	597	46

На наш взгляд, развитие жилищного ипотечного кредитования в регионе находится на начальном этапе. Основная причина такого состояния, по-нашему мнению, заключается не только в низких доходах населения, но и в небольшом количестве банков, предлагающих жилищное ипотечное кредитования. Меньшая доля просроченной задолженности объясняется тем, что кризис на рынке недвижимости в регионе проявился незначительно.

Сумма задолженности по ипотечным кредитам в России и Алтайском крае возрастает прямо пропорционально. Ежегодно она увеличивается в 1,5-2 раза, что вызвано увеличением спроса на данный кредитный продукт. Таким образом, число граждан, получивших ипотеку, с каждым годом больше, чем число погасивших такие кредиты.

Как показал анализ, в 2011-2012 гг. средний срок кредитования в крае составил 187,1 месяцев - по РФ 178,9, разница составила 8,2 месяцев. Средневзвешенная процентная ставка по жилищным ипотечным кредитам в регионе составила 12,1% , по РФ 11,9% [1].

Это было вызвано различными факторами. В частности тем, что финансовые ресурсы банковского сектора региона ограничены, поэтому банки вынуждены сокращать сроки и увеличивать ставки по кредитам. Проблема состоит также в том, что уровень доходов в Алтайском крае гораздо ниже, чем в среднем по России( в 2013г. уровень средней заработной платы в АК составил 18008 руб., а по России в целом – 27339 руб.), большинство заемщиков имеет зрелый возраст, что сокращает срок их кредитования [2].

В целом спрос на ипотечное кредитование в крае возрастает с каждым годом, это видно из табл.1. Тем не менее, имеется спектр проблем, замедляющих эффективное развитие ипотеки. Доступность такого вида кредита определяется, прежде всего, его стоимостью, которая на сегодняшний день достаточно высока. Например, в Барнауле платежи по ипотечному кредиту на срок 15 лет при стоимости квартиры 2 000 000 руб., первоначальный взнос 200 000 руб., процентная ставка 12,75% составят 22 479,07 руб. Такой кредит не по силам среднестатистическому жителю города[3].

Не мало важным показателем является коэффициент доступности жилья, который определяется по формуле:  $k=V/I$ , где V-средняя стоимость квартиры; I- совокупный годовой доход семьи [4]. Среднестатистическая семья в РФ состоит из трех человек: муж, жена и ребенок.

Таблица 2- Коэффициент доступности жилья в Алтайском крае.

Год	Средняя стоимость кв.метра, руб.	Средняя стоимость квартиры 50кв.м.,руб.	Средняя заработная плата в крае, руб.	Совокупный годовой доход семьи, руб.	Коэффициент доступности жилья
2012	29250	1 462 000	15 590	374 160	3,9
2013	29 550	1 477 500	18 008	432 192	3,41
2014	32 585	1 629 250	17 809	427 416	3,81

Как показал анализ, среднестатистической семье в крае понадобится около 4х лет, чтобы накопить средства на приобретение собственной квартиры, при этом откладывать собственные средства полностью. Поскольку такой метод невозможен, большинству жителей края, желающих приобрести жилье, приходится обращаться в банк за жилищным ипотечным кредитом.

На протяжении длительного периода бесспорным лидером на рынке ипотечного кредитования является Сбербанк РФ, у которого сравнительно низкие процентные ставки, что является определяющим критерием при выборе источника финансирования.

Сбербанк предлагает несколько жилищных программ, имеющих ряд преимуществ. Например, первоначальный взнос в оплату жилья может составлять 10%, а при наличии у семьи материнского капитала взнос может быть подтвержден им, т.е. существует возможность приобрести жилье, не имея собственных денежных средств. Также заемщик может оформить страхование титула и страхование от несчастного случая. Отказ от страховки не влияет ни на процентную ставку, ни на одобрение банка, в то время как другие коммерческие банки повышают процентную ставку по кредиту без оформления страхования.

В Алтайском крае Сбербанк РФ осуществляет жилищное кредитование по следующим направлениям: приобретение готового жилья, приобретение строящегося жилья, строительство жилого дома, ипотека плюс материнский капитал, военная ипотека, жилищный кредит на рефинансирование, загородная недвижимость, гараж. Последнее из которых, является совершенно новым направлением на ипотечном рынке. Сбербанк РФ является основным участником государственных жилищных программ.

В Алтайском крае реализуется ряд жилищных программ государственной поддержки, направленных на оказание помощи гражданам при покупке или строительстве жилья: «Новостройка»; «Стандарт»; «Материнский капитал»; «Ипотека молодых учителей» и т.д. [3].

Срок жилищного ипотечного кредитования ограничен наступлением пенсионного возраста заемщика, поэтому получить кредит на 30 лет, чтобы уменьшить ежемесячный платеж, рассчитанный в примере, может далеко не каждый желающий.

Однако, стоит отметить, что с увеличением срока кредитования возрастает и процентная ставка по ипотеке, кроме того у заемщика возникают дополнительные расходы на страхование объекта недвижимости, которые составляют 0,1% от стоимости жилья и осуществляется в течении всего срока кредитования.

Основной риск при оформлении ипотеки- возможная потеря предмета залога, в результате дефолта заемщика. В настоящее время банки прибегают к достаточно жестким мерам при возникновении просроченной задолженности, немедленно реализуя предмет залога. Часто продажа недвижимости происходит по заниженным ценам, не покрывающим кредитное обязательство заемщика перед банком. В этом случае, заемщик остается без жилья и имеет задолженность перед банком.

Перечисленные проблемы подтверждают низкую эффективность развития рынка ипотеки, особенно остро это проявляется в регионах страны.

Возможно, что для решения данных проблем можно прибегнуть к следующим решениям:

1) Снизить минимальный возраст заемщиков до 18 лет (сейчас он составляет 21 год). Благодаря этому возможно расширить круг заемщиков;

2) Снизить первоначальный взнос по всем ипотечным кредитам до 10%, так для многих граждан взнос 15-20% является значительным. Именно отсутствие собственных средств является препятствием для получения кредита;

3) Расширить сотрудничество банков и строительных фирм с ориентацией на целевые группы граждан. Например, для категории заемщиков, впервые приобретающих жилье строить малогабаритные квартиры, стоимость которых не превышала бы 1000 000 руб.;

4) Снизить процентные ставки по ипотеке хотя бы до 8-9% (в Европе на сегодняшний день этот показатель балансирует на 3-5%). Эта проблема очень остро стоит в России, и решать ее надо комплексно, как со стороны государственного контроля (например, софинансирование, субсидирование), так и со стороны банковского сектора (частично банки могут взять нагрузку на себя, компенсируя снижение прибыли по ипотечным кредитам за счет других доходов);

5) Сегментировать кредитные продукты для разных возрастных категорий, наряду с молодыми семьями выделить молодых людей, не имеющих семью, также людей среднего возраста, а так же пенсионеров.

Ипотечное кредитование предполагает взаимодействие кредитора, заемщика, строительных организаций, государственных органов, поэтому повышение доступности жилья может быть решено комплексно: улучшить условия кредитования со стороны банков, предложения на рынке жилья, индексацию заработной платы со стороны государства, а также повышение ответственности и оценку своих материальных возможностей со стороны заемщика. Следовательно, когда рынок жилья будет ориентирован на потребности среднего класса, тогда будет расширена аудитория потенциальных заемщиков, а это в свою очередь позволит создать благоприятные условия, как для банков, так и для строительных компаний за счет увеличения спроса. Увеличится число людей, желающих участвовать в долевом строительстве, а не только приобретать жилье на первичном и вторичном рынках. На сегодняшний день вложение средств в строящийся объект - большой риск.

Обеспеченность жильем населения отражает развитие государства в целом, поэтому необходимо наладить взаимодействие всех структур ипотечного кредитования в целях соблюдения интересов каждого участника.

#### Список литературы

1. Сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс] : [официальный сайт]. - Электрон. текст. дан. - М., 2014
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : [официальный сайт]. - Электрон. текст. дан. - М., 2014.
3. Сбербанк России [Электронный ресурс] : [официальный сайт]. - Электрон. текст. дан. - М., 2014
4. Стерник Г.М., Краснопольская А.Н. Определение коэффициента доступности жилья для населения. - Журнал «Национальные приоритетные проекты», февраль 2006.

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ ФИРМЫ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, СПОСОБЫ СНИЖЕНИЯ

Гайманов А.Ю. – студент гр. ЭК-21, Кузьмичева Е.В. – доцент,

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

*«Кто уклоняется от риска – тот уклоняется от успеха»*

*Заповедь американских менеджеров*

Сегодня большинство стран мира живут в условиях рыночной экономики, основой которой является активная предпринимательская деятельность. Все фирмы, в пределах одного государства, по закону имеют равные права и равную, ограниченную этими же законами, экономическую свободу. Но сами фирмы всегда различны. Их отличия могут состоять в размерах, стратегиях, методах работы, выпускаемых продуктах, оказываемых услугах и прочем. Конечно, интересы многих из них пересекаются. Это порождает конкуренцию. Каждая фирма, разумеется, стремится к максимизации своей прибыли и, в условиях конкуренции, достигает этого самыми разными путями. Именно здесь, на реализации этих путей, и кроются всевозможные неопределённости и риски. Фирма должна суметь реализовать свои цели, пройдя через все риски с наименьшими потерями, а в лучшем случае, обернув эти риски себе в прибыль.

Разнообразие рискованных ситуаций невероятно велико, многие из них незаметны, и увидеть их можно, только если целенаправленно искать. А потери фирмы, в случае неблагоприятного исхода от упущенного риска, разумеется, не входят в планы руководства.

Отсюда закономерно исходит неопровержимый факт актуальности изучения всех рисков, которые могут встать на пути фирмы. Знания о рисках и умение их практически применять, во-первых, дают в руки фирмы важнейший инструмент достижения стабильности и, во-вторых, возможность предвидеть перспективы развития и самой фирмы, и фирм-конкурентов, что вкупе с оценкой политических, социальных и иных факторов, влияющих на рыночную ситуацию, позволяет выработать наиболее устойчивую, взвешенную и, в конечном итоге, успешную стратегию развития фирмы на период обозримого будущего.

Любое принятое решение может увеличить доходы фирмы, а может принести значительные убытки. Такая неопределённость результата и является риском. Вариативность рисков очень велика. Каждая фирма имеет свои, абсолютно индивидуальные риски, которые для другой фирмы просто не существуют. Однако можно выделить некоторый перечень основных рисков, которые должны учитывать практически все фирмы. Данный список можно условно разделить на две части: чистые и спекулятивные риски. Первые, как правило, не зависят от управленческих и производственных активностей фирмы и несут только возможность потерь. К ним можно отнести риски стихийных бедствий, внезапной недееспособности руководителей и др. Вторую группу формируют риски, на которые фирма идёт осознанно, с целью получения прибыли. Ясно, что само по себе предпринимательство, в любой из своих форм, уже неразрывно связано с понятием риска, который ложится на плечи собственников фирмы с момента принятия решения о создании бизнеса. Таким образом, можно заключить, что некоторый стандартный уровень риска изначально присущ любой фирме.

Было бы наивностью считать, что фирмы стремятся только лишь к снижению этого уровня, с целью снижения возможных потерь. Существует фундаментальная взаимосвязь риска с прибылью, которая и определяет саму причину возникновения риска в практике фирм. Связь проста: чем выше риск - тем выше возможная прибыль и, разумеется, ниже шанс её получения. Ординарность на современном рынке не даёт фирме конкурентных преимуществ, в то время как смелые решения могут за короткое время принести огромную прибыль. Чем смелее решения - тем выше прибыль. Разумеется, нельзя наращивать риски до бесконечности. Для каждой фирмы существует свой разумный предел, который необходимо уметь творчески определить. В данной формулировке слово «предел» носит стоимостное выражение - это сумма средств, которые фирма потеряет в случае неблагоприятного исхода

рисковой ситуации. Можно выделить допустимый, критический и максимальный уровни рисков.

Допустимый уровень риска несут все фирмы как необходимый аспект предпринимательской деятельности. Критический уровень риска определяется каждой фирмой индивидуально, с тем, чтобы определить порог, переступить который в принятии рискованных решений уже нецелесообразно. Максимальный уровень риска, в случае неудачи, ведёт фирму к банкротству.

В большинстве случаев, фирмы предпочитают сохранять некоторую устойчивость, а не балансировать на лезвии, вследствие чего, риски не доводят до максимального уровня. Совокупный уровень риска, в зависимости от специализации фирмы, устанавливается между допустимым и критическим.

Естественным образом возникает потребность в создании механизма анализа всех рисков. Таким механизмом является процесс управления риском (риск-менеджмент). В сущности, этот процесс представляет собой определение риска, его оценку, разработку и внедрение стратегии по минимизации возможных потерь и привлечению дополнительной прибыли.

Риск-менеджмент изучает каждый из рисков фирмы в отдельности, определяет перечень тех рисков, которые ведут к чистым потерям и не несут никаких дополнительных возможностей привлечения прибыли, и разрабатывает меры, которые либо исключают данные риски, либо в максимальной степени нивелируют их возможные последствия для фирмы.

Оставшиеся риски, которые фирма принимает сознательно, надеясь привлечь дополнительную прибыль, так же подвергаются анализу, по итогам которого и определяются их допустимые, критические и максимальные уровни. В сумме уровни отдельных рисков образуют общие для фирмы допустимый, критический и максимальный уровни риска.

Однако риск-менеджмент не сводится к одной лишь аналитике. Существуют специальные методы управления рисками, которые позволяют фирме ощутимо снизить уровень возможных нежелательных последствий от неудач. Такими методами могут выступать распределение риска, компенсация риска (хеджирование), перевод риска и др.

Распределение риска - это разделение всего риска на доли, для ограничения воздействия негативных последствий рисковой ситуации. Доли могут распределяться на различной основе: по видам сделок, географически, по времени, по участвующим лицам и др.

Компенсация риска (хеджирование) - создание обратной позиции на рынке. При неудаче по основной сделке, потери можно компенсировать за счёт другой.

Перевод риска - риск, в какой-то мере, принимает на себя другой хозяйственный субъект.

Особыми методами снижения рисков являются: диверсификация производства (увеличение разнообразия ассортимента производимых товаров или услуг) и страхование рисков.

Управление рисками является специфической деятельностью по снижению рискованных издержек фирмы. Это отдельная область менеджмента, и работа в ней требует широкого круга знаний теоретического и, что наиболее важно, практического характера, применимых к конкретным ситуациям. Грамотное функционирование риск-менеджмента защищает прибыль фирмы и способствует решению основной задачи управления: в зависимости от сложившейся ситуации выбрать из имеющихся проектов оптимальный, с учётом того, что чем выше его предполагаемая прибыльность, тем выше риски. Качественное управление риском повышает шансы фирмы на успех в долгосрочном периоде и уменьшает опасность ухудшения её финансового положения.

Рациональным дополнением к управлению рисками будет являться и постоянное слежение за ситуацией, связанной с рисками. Своевременная корректировка ранее принятых решений и действий в ключевой момент может значительно увеличить прибыль или снизить итоговые потери, ведь фирма существует не в статичной атмосфере, а план управления



рисками рассчитывается на долгосрочный период, в течение которого может в корне измениться любой из рисков факторов.

Необходимость в постоянном контроле над рисками побуждает фирму к найму специалистов риск-менеджеров, работа которых заключается в составлении политики риска и внедрении её в деятельность предприятия. Политика риска - это комплекс самых различных мероприятий по снижению опасности ошибочного принятия решения. Иными словами, политика риска включает в себя управление рисками и постоянный контроль над рациональностью принимаемых рискованных решений в сам момент их принятия.

Стоит отметить, что не всем фирмам целесообразно выделять в своей структуре отдельных специалистов риск-менеджеров. Во-первых, многие фирмы достаточно малы, и постоянные издержки на оплату квалифицированных услуг риск-менеджера могут превысить прибыль от этих услуг. В такой ситуации риск-менеджментом должно заниматься руководство фирмы. Во-вторых (вновь применимо к небольшим фирмам), анализ рисков можно провести разово, воспользовавшись услугами консалтинговых фирм, специализирующихся на такой практике. То, насколько долго результаты этого анализа будут актуальны, зависит от специфики деятельности фирмы и особенностей функционирования конкретного рынка.

Таким образом, следует заключить, что создание собственного подразделения, занимающегося риск-менеджментом, выгодно крупным фирмам, для которых важен постоянный учёт динамически изменяющихся рисков и своевременно реагирующая на эти изменения гибкая стратегия, позволяющая успешно конкурировать на рынке и получать ощутимую отдачу от функционирования риск-менеджмента.

Кроме прочего, необходимо понимать, что никто не способен выявлять внутренние риски фирмы лучше, чем специалисты, работающие непосредственно в самой области риска. Таким образом, можно в разы увеличить эффективность анализа рисков, если эту функцию частично возьмут на себя все сотрудники фирмы, реализуя её в соответствии со своей специальностью, так как не каждый, даже самый профессиональный, риск-менеджер сможет оценить всё разнообразие рисков, заключённых в тонкостях работы каждого специалиста фирмы.

#### Список литературы

1. Обзор основных аспектов риск-менеджмента.: [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://www.cfin.ru/finanalysis/risk/main\\_meths.shtml](http://www.cfin.ru/finanalysis/risk/main_meths.shtml)
2. Каждый думает о рисках.: [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.cfin.ru/finanalysis/risk/each.shtml>
3. Управление рисками при принятии решений.: [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.cfin.ru/finanalysis/risk/decision.shtml>

### ТАРГЕТ-КОСТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Житникова Т.А.- студент гр. ФК-91, Кузьмичева Е.В. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В современных условиях развития рынка, возрастает роль конкурентной борьбы в развитии тех или иных отраслей, совершенствовании производства, разработки новейших идей, изделий, понижение издержек, а с ними, соответственно, и цен. Чтобы динамично развиваться, предприятия должны производить конкурентоспособные товары. При этом нужно учитывать, что для потребителя привлекательны не просто качественные вещи. Зачастую при покупке того или иного товара решающую роль играет цена. Чаще всего предприятия оптимизируют прибыль, за счет снижения расходов на производство и реализацию продукции. При этом не учитываются расходы на производство новых видов

продукции. Как правило, производители заранее знают, по какой цене они смогут реализовать свой товар. Поэтому первостепенной задачей становится разработка товара, себестоимость которого будет достаточной низкой для обеспечения запланированного уровня прибыли. Может помочь в достижении поставленной цели внедрение на предприятии концепции таргет-костинга (target costing) [4].

Первым, кто употребил современную формулировку - "таргет-костинг" был Тоширо Хиромото, опубликовавший в 1988 г. одну из самых цитируемых в последующие годы статей «Скрытый клинок: японский управленческий учет», посвященных достижениям японского управленческого учёта. Ранее термин "таргет-костинг" в англоязычной деловых и профессиональных изданиях не употреблялся.

Целевое управление затратами (таргет-костинг) - это инструмент стратегического контроллинга, поддерживающий стратегию целенаправленного понижения издержек, обеспечивающего реализацию функций:

- планирования производства новейших товаров;
- превентивного контроля издержек;
- калькулирования целевой себестоимости в согласовании с рыночными реалиями.

При этом следует особо отметить, что метод исчисления целевых затрат нельзя рассматривать как автономный, самостоятельный элемент системы управленческого учета. По сути, таргет-костинг можно сравнить с пустым сосудом, который необходимо наполнить содержимым. Определение целевых затрат, генерируемых рынком, - это лишь отправная точка всех дальнейших расчетов. Какие методы калькулирования должны быть использованы в процессе расчета целевых затрат: директ-костинг (Direct Costing), метод исчисления полных производственных затрат (Absorption Costing) или метод исчисления полной плановой себестоимости? Как в последних двух случаях должны распределяться целевые косвенные затраты? Можно ли в принципе делить целевые затраты на переменные и постоянные (какая группировка целевых затрат должна быть доминирующей)? Ответы на эти вопросы должны дать менеджеры, которым предоставляется информация о затратах и результатах [1].

Главный принцип, заложенный в основу концепции таргет-костинга (target costing) следующий: если для успешного развития бизнеса необходимо продавать товар по цене, не превышающей рыночную, то определение себестоимости будущей продукции начинают с определения её цены. То есть традиционный метод ценообразования вывернут «наизнанку».

Себестоимость + Прибыль = Цена,

которая в концепции таргет-костинг трансформировалась в следующее равенство

Цена - Прибыль = Себестоимость

Это простое решение позволило получить прекрасный инструмент превентивного контроля и экономии затрат ещё на стадии проектирования. Идея очень простая, но достаточно революционная. Таким образом, сначала определяется рыночная цена на данный вид продукции, затем устанавливается желаемый размер прибыли, и далее рассчитывается максимально возможный размер себестоимости. Рыночная цена в данном методе называется целевой ценой (target price), желаемая разница между продажной ценой и себестоимостью называется целевой прибылью (target profit), а себестоимость по которой продукт должен быть изготовлен, называется целевой себестоимостью (target cost). Процесс установления цены предусматривает использование трехуровневого анализа «качество продукта – набор функциональных характеристик продукта – цена продукта», где цена задается как рынком в целом, так и возможным потребителем. Эта цена определяется с помощью маркетинговых исследований, т.е. фактически является ожидаемой рыночной ценой продукта или услуги.

Понятие «целевая себестоимость» отличается от понятия «плановая себестоимость», которое применяется в отечественной хозяйственной практике. Главное отличие заключается в том, что расчет плановой себестоимости основан на нормах и нормативах, существующих на конкретном предприятии. При этом целевая себестоимость представляет собой значение себестоимости, максимально приемлемое рыночными условиями [2].

Система таргет-костинг ориентирует предприятие на рыночные условия и выполняется задача определения такой себестоимости продукции, которая при цене, жестко установленной рынком, позволит предприятию получить желаемую прибыль. При этом качественные характеристики разрабатываемого продукта должны соответствовать требованиям рынка. Для более точного позиционирования нового продукта на рынке, необходимо получить подробную информацию о желаниях и требованиях покупателей к данному изделию, а также установить цены, по которым возможно будет осуществлять его реализацию.

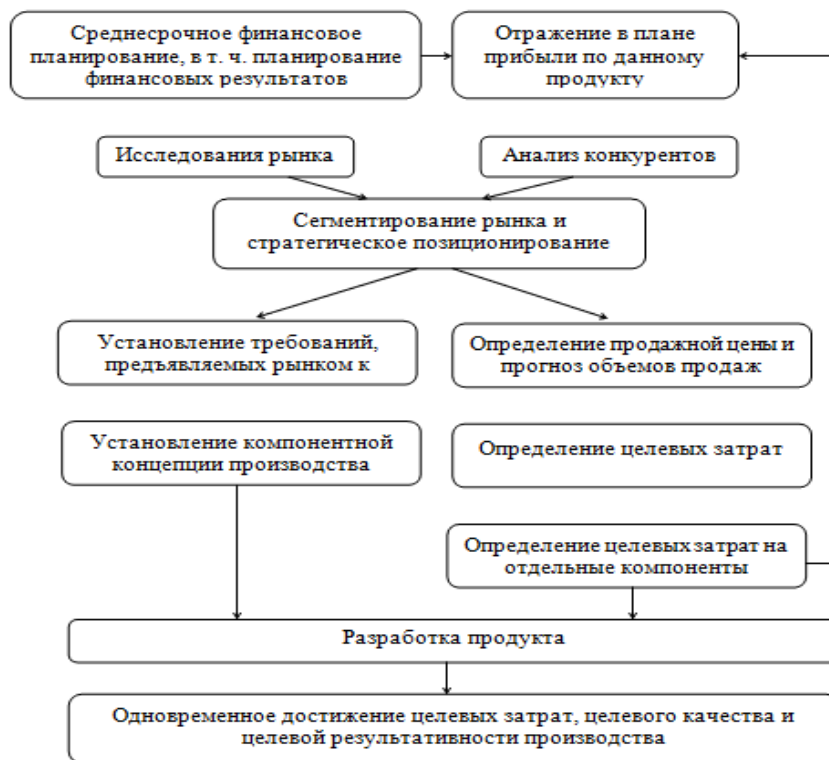


Рисунок 1 - Процесс управления затратами посредством системы таргет-костинг

Таким образом, в основу системы таргет-костинг положены следующие принципы [3]:

- постоянная ориентация на требования рынка и клиентов;
- калькуляция целевых затрат для новых продуктов, а также их составных частей, позволяющих достичь желаемой, заранее заданной прибыли при существующих рыночных условиях;
- учет влияния на себестоимость продукции требований потребителей к качеству и срокам изготовления продукции;
- использование концепции жизненного цикла продукта.

Практика развития таргет-костинга свидетельствует, что в большинстве случаев он используется с элементами функционально-стоимостного анализа, это связано с ориентацией таргет-костинга на потребителей. В этом случае обязательно нужно выделить функции продукта и определить их значимость. Таким образом, необходимо определить все функции, которые оцениваются с их значением для потребителя. Далее нужно определить какая часть полезности продукта приходится на каждую функцию. Это очень важный показатель, так как доля издержек на каждую функцию, обязана соответствовать ее значимости. Если уровень затрат выше, чем уровень значимости, то необходимо изыскивать возможности для снижения затрат. Если наоборот уровень значимости выше уровня затрат, то это говорит об отлично реализованной функции.

Процесс управления затратами при использовании системы «таргет-костинг» представлен на рисунке 1.

Метод ТС имеет как положительные, так и отрицательные стороны.

Достоинства метода ТС таковы:

- 1) совершенствование системы бюджетирования предприятия;
- 2) создание эффективной проективной (упреждающей) стратегии управления затратами и результатами деятельности: заранее известны ожидания потребителей продукта, следовательно, известны функциональные возможности продукта, которые удовлетворяют эти ожидания, следовательно, известны затраты на создание устройств и механизмов продукта, обеспечивающих выполнение указанных функций продукта;
- 3) создание основы для мотивации персонала (работчие осознают причинно-следственную связь «затраты на создание продукта - потребности покупателей - конкурентное преимущество на рынке»);
- 4) сокращение затрат на создание устройств и механизмов (компонентов) продукта, которые обеспечивают выполнение второстепенных, с точки зрения потребителей, функций; снижение бизнес-операций, не добавляющих ценность;
- 5) совершенствование системы нормативного учета затрат;
- 6) создание новой концепции калькуляционного учета с акцентом на стадии разработки и проектирования продукта, ориентация на потребителя. Как результат - снижение времени выхода продукта на рынок.

Вместе с тем следует помнить о следующих недостатках метода ТС:

- 1) сложности с определением целевых доходов;
- 2) эффективность разработанных и успешно выполненных мероприятий по сокращению затрат на будущий продукт может быть существенно снижена в результате незапланированного роста стоимости ресурсов;
- 3) чем больше времени проходит от стадии проектирования до стадии производства, тем сложнее определить целевые затраты;
- 4) проблема возможного снижения качества вследствие выбора наименее затратного варианта производства продукта;
- 5) условности при распределении целевых затрат между компонентами продукта;
- 6) сложности при определении целевых затрат на уникальные продукты;
- 7) трудоемкость процесса формирования целевых затрат на продукт.

Несмотря на недостатки, метод ТС является эффективным инструментом управленческой бухгалтерии. Он позволяет сформировать информацию о затратах, в т.ч. стратегического характера для целей управления организацией.

#### Список литературы

1 Соколов, А. Ю. Современные подходы к исчислению целевой себестоимости продукта: методологические аспекты / А. Ю. Соколов // Управленческий учет, 2013. - № 8. - С. 32 - 38.

2 Бутрина И. Л. Система целевого управления затратами предприятия / Бутрина И. Л.- Режим доступа: [http://nsuem.ru/science/publications/science\\_notes/issue.php?ELEMENT\\_ID=1624](http://nsuem.ru/science/publications/science_notes/issue.php?ELEMENT_ID=1624)

3 Пузыня Т.А. Таргет-костинг и кайзен-костинг – инновационные концепции отечественного бухгалтерского учета // Научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации». — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://web.snauka.ru/>

4 Редченко К.В. Таргет-костинг // Корпоративный менеджмент. — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.cfin.ru/ias/target\\_costing.shtml](http://www.cfin.ru/ias/target_costing.shtml)

## АНАЛИЗ РЫНКА POS-КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Капчикаева А. – магистрант 8Мбм-31, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Потребительское кредитование в современных условиях занимает важное место в деятельности коммерческих банков и торговых организаций. Данный вид кредита стимулирует сбыт товаров и услуг, экономит издержки обращения, приносит кредиторам существенные доходы и прибыль. В свою очередь, население получает возможность приобретать необходимую вещь в момент ее наивысшей актуальности для потребителя. Кроме потребительского кредитования, существуют такие виды кредита как ипотечный, автокредитование, кредитные карты, банковский кредит юридическим лицам, лизинг. Особенностью потребительского кредитования является продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера. Существуют различные виды потребительского кредитования. POS – кредитование является его разновидностью, суть его заключается в том, что кредиты выдаются на товары не посредственно в торговой организации.

Аббревиатура POS расшифровывается как «point of sales» - точка продаж. POS-кредитование — направление розничного бизнеса банков, предусматривающее выдачу кредитов на определенные товары непосредственно в торговых точках. Кредитование в местах продаж имеет ряд отличительных характеристик:

1. Принятие решения о кредитовании происходит в течение 2-5 минут на основании экспресс-оценки потенциального заемщика.
2. Выдача кредитов осуществляется без наличия поручителя и без залога.
3. Выдается на покупку определенного товара. При этом расчеты с магазином банк производит самостоятельно безналичным путем – клиент денег на руки не получает.
4. Для оформления кредита необходимо иметь при себе только паспорт.
5. Сумма кредита от 2000 до 300 000 рублей.
6. Возможность полного досрочного погашения кредита без дополнительных комиссий.
7. Размер процентной ставки фиксируется на момент заключения кредитного договора и не подлежит пересмотру.

Упрощенная процедура получения кредита не может обеспечить надежную защиту банку от неплатежеспособных клиентов, поэтому POS-кредитование является одним из наиболее высокорисковых видов розничного банковского бизнеса, что компенсируется довольно высокими ставками. Реализуя проекты POS-кредитования, банки рассчитывают на доходность за счет высокого потребительского спроса. Благодаря высокой стоимости кредита, один «хороший» заемщик платит за двух «плохих», поэтому традиционно просроченная задолженность по данному виду кредитования является наиболее высокой в сегменте потребительского кредитования.

Основным правовым актом, регулирующим POS-кредитование, является Федеральный Закон «О потребительском кредите (займе)» от 21 декабря 2013 г. № 353-ФЗ. Данный закон устанавливает:

- 1) состав, порядок и сроки предоставления информации при заключении и в течение срока действия договора потребительского кредита;
- 2) требования к договору потребительского кредита и сопутствующим договорам;
- 3) дополнительные права и обязанности сторон по договору потребительского кредита;
- 4) дополнительные меры по защите прав и законных интересов потребителей и кредиторов и ответственность за их нарушение;
- 5) меры по обеспечению возвратности потребительского кредита;
- 6) особенности взаимодействия кредиторов, потребителей и иных лиц при потребительском кредитовании;

7) меры государственного контроля и надзора в сфере потребительского кредитования.

Принятый федеральный закон регулирует отношения, возникающие в связи с предоставлением потребительских кредитов (займов) физическим лицам в целях, не связанных с предпринимательской деятельностью.

По данным компании Analytic Research Group на протяжении последних нескольких лет сегмент POS-кредитования развивается в русле тенденций рынка потребительского кредитования и также находится под влиянием макроэкономических факторов.

По данным, опубликованным в газете Коммерсантъ, в 2013 году объем карточных кредитов в РФ увеличился на 44,2% до 1,14 трлн. руб., кредиты наличными — на 27,5% до 4,99 трлн. руб., в то время как POS-кредиты почти в два раза замедлили темпы и выросли всего на 11,3% до 265 млрд. руб. В 2013 году объем рынка POS-кредитования составил 265,0 млрд. руб. Рост POS-кредитования сдерживает привязка к приобретению конкретных продуктов, в то время как граждане все больше предпочитают универсальные кредиты.

По прогнозам компании AnalyticResearchGroup, в течение 2014—2017 годов объем рынка POS-кредитования в РФ будет колебаться от 207,6 до 249,3 млрд. руб. В 2017 году данный показатель составит 215,0 млрд. руб. Агентство Frank Research Group подвело итоги рынка экспресс-кредитования в торговых сетях (POS-кредитование) за 2013 год. За прошлый год суммарный объем POS-кредитов увеличился на 11,3%, до 265 млрд. руб., в то время как в 2012 году рост составлял 18,1%, а в 2011-м — 21,6%. Среди банков, активно работающих на рынке POS-кредитования, можно выделить Альфа-Банк, «Русский Стандарт», ХКФ Банк, ОТП Банк, Русфинанс Банк, СовкомБанк. Так же на рынок POS-кредитования вышел Сбербанк под логотипом Сетелем Банк, который имеет 70 % акций Сбербанка. Стремление такого консервативного игрока освоить рынок, где риски очень высоки, эксперты объясняли тем, что Сбербанк хочет увеличить свое присутствие в сегменте розничного кредитования. «Лето Банк» — новый российский банк международной финансовой группы ВТБ, специализирующийся на потребительском кредитовании в сети отделений и торговых точках партнеров. Новый банк создан «с нуля» в конце 2012 года как органичное дополнение розничного бизнеса группы ВТБ для долгосрочной и успешной работы на финансовом рынке России.

Таблица 1 - Доля банков на рынке POS-кредитования в общем портфеле выданных кредитов, %

Банк	2008	2009	2010	2011	2012	2013
«Хоум кредит»	22,1	24,2	27,2	24,4	22,3	26,4
ОТП Банк	10,2	12,8	18,2	20,8	22,2	19,8
Русский стандарт	24,9	20,1	7,8	8,2	8,2	11,0
Альфа Банк	4,7	13,9	10,2	15	16,5	15,7
Сетелем Банк	-	-	-	-	0,3	3,9
Лето Банк	-	-	-	-	0,1	1,1

Таким образом, из таблицы 1 видно, что по итогам на 2011 год лидировавший до кризиса банк «Русский стандарт» выпал из тройки крупнейших игроков, сейчас в нее входят ХКФ Банк, ОТП Банк и Альфа-банк. Бизнес-модель специализированных банков «Русский стандарт», до кризиса бывший неоспоримым лидером этого рынка, продолжил терять позиции и уступил третье место Альфа-банку.

Согласно исследованию Frank Research Group (Frank RG), общий портфель выданных по итогам 2011 года POS-кредитов составил 189 млрд рублей. Это самый маленький розничный банковский сегмент в стране. После кризиса банки проявляют повышенный интерес к POS-кредитам — это самый доходный вид кредитования, ставки по ним доходят до 40-60%. В прошлом году рост розничных портфелей показали лишь банки, сделавшие ставку на этот

сегмент бизнеса. За кризис доля универсального ОТП Банка на рынке POS-кредитования выросла практически вдвое. Альфа-банк увеличил долю более чем в два раза, до кризиса она составляла 4,7%. Доля таких банков, как Сетелем и Лето Банк растет.

Таблица 3 – Сравнительная характеристика банков по условиям POS-кредитования

Критерии	Сетелем	Хоум Кредит	Русский Стандарт	Альфа Банк	ОТП Банк	Лето Банк
Срок кредитования, месяц	3-36	3-36	3-36	3-24	3-36	3-48
Сумма кредита, руб.	3000 - 400000	2500 - 500000	3000 - 100000	4000 - 84000	2000 - 300000	3000-300000
Возраст заявителя, лет	21 - 65	18 - 70	Жен. 18 - 65, муж. 20 - 65	22 - 65	21 - 69	Муж. 21-65, жен. 18-70
Процентные ставки, %	26-75	19,1- 75	20-55	20,6-55	16-97	10,5-55,9

Таким образом, исходя из выше приведенных данных видно, что срок кредитования составляет в среднем от 3 месяцев до 3 лет, однако Альфа Банк кредитует до 2 лет, а Лето Банк до 4 лет. Несмотря на это все банки ориентируют клиента на год или полтора, то есть на 12 или 18 месяцев.

Минимальная сумма кредита, которая может пойти в кредит это 2000 руб. у ОТП Банка. Хоум Кредит, Сетелем Банка, Лето Банк, могут оформить кредит, минимальная сумма, которого будет равна 3000 рублей, а у Альфа-Банка 4000 рублей. Самая большая минимальная сумма, которая может пойти в кредит это – 5000 рублей, у банка Русский Стандарт

Требования к возрасту заявителя у всех банков почти одинаков, то есть равен от 21 до 65 лет. Однако по данному требованию Хоум Кредит Банк более конкурентоспособен, так как требования к возрасту в данном банке равны от 18 до 70 лет. Так же ОТП Банк кредитует с 21 до 69 лет. У Лето Банка, Русский стандарт банка, Альфа банка данное требование дифференцировано, то есть мужчины могут кредитоваться от 21 до 65 лет, а женщины от 18 до 70 лет (Лето банк); мужчины с 20 до 65, женины с 18 до 65 (Русский стандарт), женщины с 19 до 65, мужчины с 20 до 65 лет (Альфа Банк).

Существуют различные каналы погашения кредита, таких как, оплата через систему Интернет-обслуживания (Сбербанк Онлайн), банковский перевод через коммерческий банк, сеть платежей терминалов «QIWI», сеть терминалов моментальной оплаты «Элекснет», отделения ФГУП «Почта России», «Оплати по пути», Платежная система «Кассира.нет, через бухгалтерию предприятия, в салонах связи «Евросеть», «Связной», «Альттелеком», Билайн, Мегафон, через Интернет систему Яндекс.Деньги, клиентские Центры Банка, банкоматы, М.Видео, Техносила, 5 Элемент. Все банки имеют широкий перечень мест погашения кредита, однако оплата без комиссии присутствует не во всех банках. Так, в банке Сетелем оплата без комиссии производится только через Сбербанк-Онлайн. Платежи без комиссии в «Лето» Банке производится в клиентских центрах. В Банке Хоум Кредит оплата по погашению кредита без комиссии также производится в клиентских центрах. ОТП Банк не имеет места погашения кредита без комиссии. Альфа Банк и Совком Банк выдает дебетовые карты для погашения кредита в соответствующих банкоматах.

Итак, POS кредитование является высокодоходным бизнесом, но высокорискованным. До кризиса 2008 года лидирующую позицию занимал банк Русский Стандарт, после же кризиса лидером стал Банк Хоум Кредит, ОТП Банк, Альфа Банк. Так же на рынок POS –

кредитования вышли такие банки как Сбербанк и ВТБ Банк, что говорит о привлекательности данного вида банковского бизнеса. Каждый Банк имеет свои плюсы и минусы. Данный вид кредитования является особенным, так как кредит выдается на определенный товар, то есть использование данного вида кредита ограничено. Но данный вид банковского бизнеса является востребованным, так как приносит больший доход, чем иное кредитование. Однако предоставление POS - кредитов несет очень большой риск, поскольку оценка кредитоспособности заемщика проводится несколько минут вероятность невозвратности его очень высока. Оценка платежеспособности клиента осуществляется по паспорту и внешнему виду клиента. Таким образом, POS-кредитование является высокодоходным бизнесом, но и высокорискованным, поэтому на данном рынке появляются все больше новых банков

#### Список литературы

1. Федеральный Закон «О потребительском кредите (займе)» от 21 декабря 2013 года № 353-ФЗ
2. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 30.09.2013) "О банках и банковской деятельности" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2014)
3. Даниленко С.А., Коммисарова М.В. Банковское потребительское кредитование. Даниленко С.А., Коммисарова М.В. – М.:Юстицинформ. 2011. – 384 С.
4. Лаврушина О.И., Банковское дело. Лаврушина. О.И. - М.: Финансы и. статистика, 2005. - 672 С.
5. Сарнаков И.В. Потребительское кредитование в России: теория, практика, законодательство. М.: Юриспруденция, 2010. 232 с.
6. Береговая Г., Доронкин М., Волков С. Обзор «Потребительское кредитование в России: технологии против рисков». Эксперт – Ра, 2011 г. 24 С.
7. POS-кредитование Банк.ру [Электронный ресурс]. – Электрон. Дан. - URL: <http://www.banki.ru/wikibank/pos-kreditovanie>, свободный
8. Деньги, кредит, банки: Е.Ф. Жуков, Н.М. Зеленкова, Л.Т. Литвиненко / Под ред. проф. Е.Ф. Жукова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 703 с.
9. Иода Е.В., Мешкова Л.Л., Болотина Е.Н. Классификация банковских рисков и их оптимизация. - Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2002. - 120 с.
10. Деньги, кредит, банки: Учебник / Под ред. О.И. Лаврушина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 464 с.
11. Деньги, кредит, банки: Опорный конспект лекций / Никитин В.М., Юдина И.Н. - Барнаул: Изд-во "Азбука", 2004. - 120 с.
12. Аметистова Л.М., Полищук А.И. Роль банковской системы в экономике: Учебное пособие по курсу "Банковское дело". - М.: МЭИ, 1999. - 39 с.
13. Обзор ситуации на рынке POS-кредитования: [Электронный ресурс]. – Электрон. Дан. <http://www.analyticgroup.ru/news/?id=147>, свободный
14. Крупнейшие игроки рынка POS-кредитования от 01.10.2013 [Электронный ресурс]. – Электрон. Дан. - URL: [http://www.frankrg.com/index.php?new\\_div\\_id=34&NUM\\_OF\\_PAGE](http://www.frankrg.com/index.php?new_div_id=34&NUM_OF_PAGE), свободный

#### КЭПТИВНОЕ СТРАХОВАНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Мартынова В.В. – студент гр. ФК-01, Ильиных Ю.М. – к. э. н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

На современном этапе развития мировой экономической системы как никогда актуальными становятся вопросы обеспечения устойчивости операций и стабилизации денежных потоков компаний за счет правильной организации финансирования рисков. В зарубежной практике для этого используется немало традиционных и новых механизмов, в



частности, страховых. Страховые механизмы традиционно включали прямое страхование, сострахование и взаимное страхование. Однако с 50-х годов большое распространение получило также использование кэптивных страховых компаний.

Кэптивное страхование - учреждение перестраховочной компании в рамках финансовой группы для управления рисками, присущими исключительно данной группе хозяйственных организаций. Недостатками его являются, прежде всего, высокие первоначальные затраты, связанные с учреждением и финансированием деятельности кэптивного страховщика, возможные неблагоприятные изменения налогового законодательства, недооценка потенциальных рисков и опасностей, присущих основному бизнесу финансово-промышленной группы.[1]

Цель создания кэптивных компаний — сокращение расходов на страхование с помощью заниженных ставок премии, ликвидации посредников (брокеров) и экономия на брокерской комиссии (доходит до 25-30%), а также минимизация налогов, при использовании преимуществ оффшорной зоны, где предоставляются льготы по налогообложению.[2]

Основные преимущества кэптивного страхования:

- получить все преимущества техники контроля над рисками группы, принимая страховые премии, основанные на своем собственном опыте;
- страхование по более низким ценам;
- не выплачивать накладные расходы прямого страховщика;
- получить более низкий общий уровень страховых премий, увеличивая как страховщик число договоров перестрахования и, значит, оформляя их по более низкой цене, чем потребовал бы обычный или прямой страховщик;
- создать кэптивные фирмы в местах с благоприятным режимом налогообложения;
- кэптив может предоставлять страхование своему родителю по цене, установленной на уровне необходимых затрат, исключив указанные выше надбавки, выплачиваемые обычному коммерческому страховщику. Тем самым цена, а значит и расходы материнской компании по страхованию могут быть значительно снижены;
- учредив кэптив, материнская компания может получить прямой доступ к рынку перестрахования, устранив лишнее звено — традиционного страховщика, и тем самым значительно снизить расходы на страховое покрытие, невозможность получить необходимое страховое покрытие на традиционном рынке страхования;
- включение кэптивной страховой компании в состав группы может расширить возможности материнской компании по управлению денежными ресурсами группы, превратить страхование из источника ежегодных расходов в источник прибыли и в конечном итоге способствовать выходу группы на рынок как профессионального коммерческого страховщика, страхующего как риски группы, так и риски третьих лиц;
- используя кэптив, предприятие получает возможность строить свою страховую программу в соответствии с его конкретными нуждами, возможность накопления денежных ресурсов через кэптив наиболее эффективным путем;
- в ряде стран страховые премии, уплачиваемые предприятием страховой компании, относятся к затратам и вычитаются из налогооблагаемой базы. В этих случаях кэптив может стать наиболее эффективным методом для финансирования той части страхового покрытия, которое предприятие оставляет на собственном удержании, и накопления страховых резервов;
- если кэптив учрежден в стране с благоприятным налоговым режимом (например, в оффшорной юрисдикции), то он может быть освобожден от уплаты налогов на прибыль или доходы.[6]

Существует несколько видов кэптивных компаний, а именно:

- чисто кэптивные страховые компании, которые имеют во главе одного владельца (компанию), риски которого они как раз и покрывают. При этом деятельность основной компании никак не связана со страхованием;

- кэптивные ассоциации, которыми владеют целые группы компаний или физических лиц, риски которых они покрывают;
- кэптивное агентство – компания, учрежденная брокерами и страховыми агентами с целью перестрахования собственных рисков;
- открытые кэптивные компании. Такие компании, помимо рисков своих владельцев и их компаний, занимаются страхованием рисков третьих лиц (как физических, так и юридических). Это страхования кэптивная компания на прокат для тех, кто не имеет возможности открыть подобную своими силами.[1]

Большое количество кэптивных страховых компаний регистрируются в оффшорных центрах. Среди главных причин можно назвать дружелюбную законодательную базу в их отношении, отсутствие валютного контроля, значительные налоговые льготы.[2]

Обычно кэптивный страховщик не лицензируется, не получает допуска к ведению страхового бизнеса на территории которых сосредоточены риски убытков материнской компании. Получение лицензии — достаточно длительный и дорогостоящий процесс. В этой связи большинство кэптивных страховых компаний принимает риски на перестрахование у лицензированной страховой компании, выдающей страховые полисы материнской компании и ее филиалам.

Лицензированная страховая компания обычно не оставляет у себя каких-либо рисков и, таким образом, в сущности осуществляет «фронтирование» в интересах страхового кэптива в обмен на плату. Лицензированная страховая компания называется фронтирующей компанией. В действительности кэптивный страховщик просто арендует лицензию фронтирующей компании.[5]

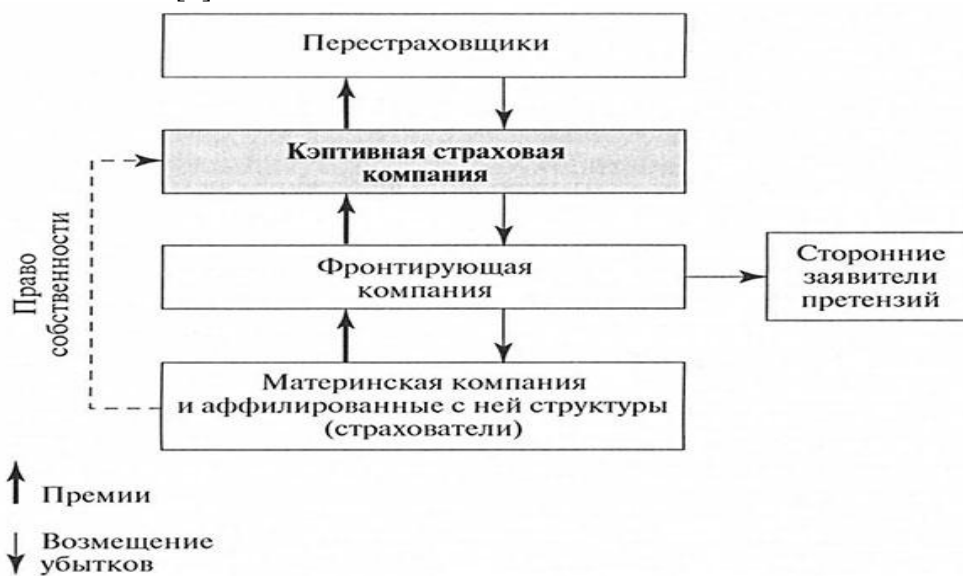


Рисунок 1 – Типовой план кэптивного страхования

Страховые премии оплачиваются материнской компанией кэптива и аффилированными с ней структурами (страхователь) фронтирующей компании. Фронтирующая компания, в свою очередь, удерживая из полученной суммы комиссионное вознаграждение, передает на баланс кэптивному страховщику страховую премию и ответственность по рискам убытков.

Кэптивный страховщик в данном случае действует как перестраховщик. Кэптивная страховая компания передает некоторые из своих рисков перестраховщикам — путем передачи доли премии и риска убытков. Ввиду того, что страховой полис выдает фронтирующая компания, она же несет ответственность за возмещение как прямых убытков материнской компании и аффилированных с ней структур, так и ущерба, причиненного третьим лицам других заявителей. Фронтирующая компания получает возмещение от кэптивной страховой компании, которая, в свою очередь, для перестрахования части рисков обращается за возмещением к перестраховщикам.[3]

В российском страховании кэптивы занимают ведущие позиции с первых лет его новейшей истории, охватывая более 70% страхового рынка. В этом состоит их принципиальное отличие от зарубежной страховой практики. За рубежом кэптивное страхование возникло в 20 - 30-е гг. прошлого века благодаря распространению обществ по совместному страхованию.

В России отсутствуют законодательные ограничения на деятельность кэптивных компаний, и это понятие отсутствует в страховом законодательстве. Более того, кэптивные страховщики пользуются государственной поддержкой. Задолго до внесения изменений в налоговое законодательство, позволяющих относить на издержки производства страховые взносы на добровольное страхование имущества (ст. 263 Налогового кодекса РФ), кэптивные страховщики получили это право на основе специальных постановлений Правительства РФ.

В 1993 г. вышло Постановление Правительства РФ, которое разрешало РАО "ЕЭС России" и акционерным обществам, созданным на базе производственных объединений энергетики, включать в состав себестоимости продукции расходы на страхование. Спустя год вышло аналогичное Постановление "Об изменении состава затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) предприятий газовой промышленности". В соответствии с ним на себестоимость можно было относить затраты на страхование имущества и на страхование жизни работников.[4]

Особое значение кэптивов на страховом рынке объясняется особенностями формирования и структурой всей рыночной экономики России, где изначально доминируют крупные картелеподобные структуры. Они формируют под свои потребности систему страхования и полностью контролируют ее развитие.

По итогам 1 полугодия 2010 г. кэптивный бизнес составляет 20% от объёма страхового рынка, кроме ОМС и страхования жизни. При этом 96% кэптивной премии приходится на долю 10 крупных кэптивных страховщиков:

- СГ СОГАЗ (дочерняя компания Газпрома);
- СК ЖАСО (кэптивная компания РЖД);
- СК «Согласие» (кэптивная компания группы ОНЭКСИМ);
- ООО СК «ВТБ Страхование» (входит в группу компаний ВТБ);
- ЗАО «СК „Транснефть“» (дочерняя компания Транснефть).

Прирост объёма премии кэптивных страховщиков из ТОП-200 российских страховых компаний составил по итогам 1 п/г 2010 г. 17,5% по сравнению с 1 п/г 2009 г. Динамика премии в 2010-2011-2012 гг. составило, соответственно, 7,7%, 10,7% и 15%. Основной вклад в существенную в сегодняшней рыночной ситуации динамику страховой премии вносят крупные кэптивы, а это означает, что их бизнес устойчив к кризису и растет не только быстрее бизнеса небольших кэптивов, но и быстрее всего страхового рынка.

Но количество кэптивных страховщиков неуклонно снижается за счет процессов укрупнения и консолидации. При этом основными "поглотителями" мелких кэптивных страховщиков являются не крупные кэптивы, а универсальные страховщики.

Исторически так сложилось, что основу бизнеса кэптивных страховщиков составляют огневое страхование, ДМС, авиа- и технические риски. При этом сам рынок ограничивает экстенсивное развитие кэптивного страховщика в традиционных для него видах страхования:

- в огневом страховании: тарифная политика конкурентов - универсальных страховщиков является более гибкой, их бизнес-процессы по рыночному страхованию отлажены и значительно ускорены;

- в ДМС: в отношении "выгодных" корпоративных клиентов присутствует сильная конкуренция и давление по тарифам. Выход в розничный сегмент ДМС требует значительных вложений в инфраструктуру, например, строительство/приобретение современного медицинского центра. Кроме того, обеспечение загрузки собственной медицинской сети становится стратегическим проектом страховщика;

- в авиационном страховании: все крупные и перспективные клиенты уже имеют свои страховые программы на несколько лет вперед (под обновление авиапарка). В авиаотрасли грядут изменения (новые регламенты, требования к технике, правила наземного обслуживания и т.д.);
- в страховании СМР и технических рисков: высокий уровень коррупции в строительном секторе предъявляет "соответствующие" требования к страховщикам. Лучшими клиентами являются иностранные компании, но их число ограничено.

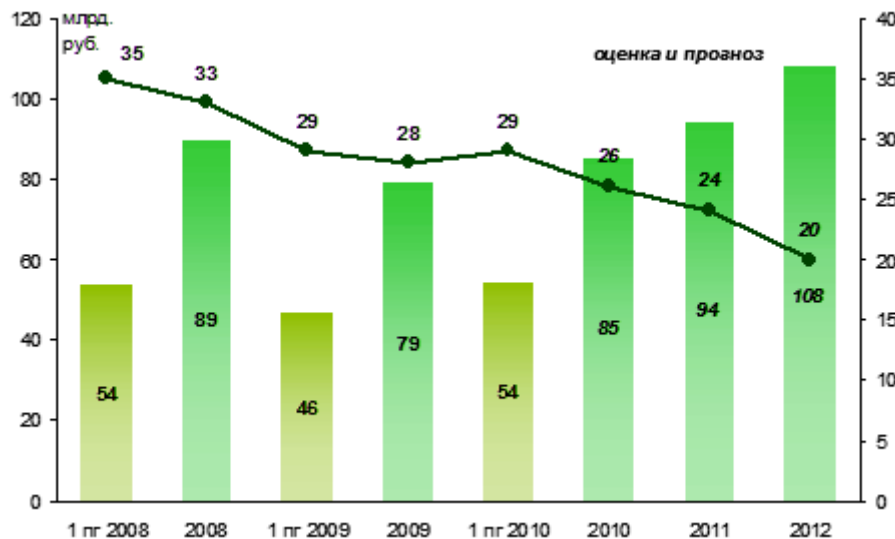


Рисунок 2 - Премии и количество кэптивных страховщиков в ТОП-200

В силу вышесказанного крупные кэптивные страховщики диверсифицируют свой бизнес, развивают рыночное страхование, а ряд небольших кэптивных страховщиков планируют увеличение уставного капитала под новые стратегии и развитие новых и перспективных страховых сегментов. И тем, и другим, и главное, их собственникам, ближе идея получения синергетического эффекта от существования кэптивного страховщика, с одной стороны, как инструмента для увеличения возможностей страховой защиты интересов собственника и всех предприятий, входящих в группу компаний собственника, и, с другой стороны, для придания собственнику известности и приобретения им лояльности частных клиентов и физических лиц среди клиентов страховщика, которыми могут быть, в том числе, любые граждане России.

#### Список литературы

1. Ермасов СВ., Ермасова Н.Б. Страхование: Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - С.77.
2. Брызгалов Д.// "Компания", деловой еженедельник, N328 от 30.08.2004. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.ko.ru/document.php?id=10166>
3. Журавин С.Г. Мировой рынок кэптивных страховых компаний. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.allinsurance.ru/bis-er.nsf/AllDocs/EFIA-6LSEJF-07-02-06>
4. Русецкая Э. А. Тенденции и перспективы развития страхового рынка в Российской Федерации / Э. А. Русецкая // Финансы и кредит. - 2011. - № 11. - С. 6-9. - Библиогр.: с. 9.
5. Щербаков В. А. Страхование : электрон. учеб. / В. А. Щербаков; Е. В. Костяева. - Электрон. текстовые дан. - М. : КНОРУС, 2008. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM).
6. Страхование. Серия «Высшее образование». Москва: Национальный институт бизнеса. Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 2003. – 608 с.

## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРАХОВЫХ АГЕНТОВ И БРОКЕРОВ В РФ

Усатый А.Е. – студент гр. ФК-01, Ильиных Ю.М. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Рациональная организация продаж страховых услуг - одна из важнейших проблем, с которой сталкиваются практически все страховые организации. Поэтому выявить и проанализировать определенные ее закономерности полезно и интересно.

Продажа страховых услуг осуществляется либо методом прямых продаж, либо через посредников.

Российские страховые организации уделяют в сравнении с западными большее внимание методу прямых продаж. Некоторые из них даже делают ставку именно на него. Причины таких предпочтений следующие:

- Страховщики рассчитывают на сокращение расходов;
- Процент пролонгированных договоров страхования при таком подходе обычно выше, чем при продажах через посредников;
- Страховщик не попадает в зависимость от страховых посредников;
- У руководителей страховых организаций и их филиалов появляется выгодный им способ перевода значительных сумм в необлагаемые налогом на прибыль наличные средства.

Второй метод предполагает участие страховых посредников, что позволяет охватить более широкий круг потенциальных клиентов, а также быстрее выйти на новые рынки.

По данным исследования, проведенного VIPAR (Европейская ассоциация страховых посредников) в 20 странах Евросоюза, страховыми посредниками в 2008 г. было собрано более 80% общего объема страховых премий, оплаченных в этих странах.[1]

Традиционно выделяют две группы страховых посредников: страховые агенты и страховые брокеры.

Политика российских страховщиков по отношению к страховым агентам претерпевает в последние годы существенные изменения. Четко прослеживается тенденция к расширению круга обязанностей и усечению прав страховых агентов при одновременном расширении прав страховых организаций и отсутствии каких-либо существенных обязанностей у них.

На практике в современной России многие штатные сотрудники страховых организаций, получая небольшую зарплату, основной источник доходов имеют в виде комиссионного вознаграждения от собранных при их личном участии страховых взносов. Такие лица, формально не являясь страховыми агентами, по сути ими являются. Этот подход позволяет материально стимулировать штатных сотрудников к более активному поиску новых клиентов, но в то же время имеет очевидные недостатки. Прежде всего, это опасность создания нездоровой атмосферы в коллективе.

Доля продаж страховых услуг, осуществляемых при посредничестве страховых агентов - юридических лиц, постоянно растет; при том что доля тех, для кого страхование являлось бы основным источником дохода, в России очень мала, в то время как за рубежом, в экономически развитых странах, такая форма организации страховых агентов весьма распространена.

В Европе страховые агенты в большинстве случаев представляют одну страховую организацию. Объясняется это, прежде всего, тем, что различия в условиях страхования и тарифах различных страховщиков в отличие от России минимальны. В США страховой агент обычно одновременно представляет несколько страховых организаций, приближаясь тем самым по технике работы к страховому брокеру. В России можно встретить обе формы. Однако наиболее квалифицированные и успешные страховые агенты обычно сотрудничают с двумя и более страховщиками.[2]

Страховщики используют различные формы взаимодействия со страховыми агентами. Во многих страховых организациях созданы специальные отделы по работе со страховыми посредниками. Каждый агент имеет куратора - сотрудника данного отдела. Куратор доводит

до агента необходимую для работы информацию, консультирует его по возникающим у него вопросам. Слабость подобной организации взаимодействия между страховщиком и страховым агентом заключается в том, что во многих случаях квалификация агента оказывается выше, чем квалификация его куратора. В такой ситуации агент вынужден переходить на общение с вышестоящими сотрудниками страховой организации, которым не всегда удобно и выгодно консультировать агента.

В некоторых странах, в частности во Франции и Италии, получила широкое развитие система генеральных агентов, или агентств. Генеральный страховой агент представляет интересы и действует от имени определенного страховщика на согласованной сторонами территории. Другие агенты данного страховщика на этой территории не работают. Размер комиссионного вознаграждения генерального страхового агента зависит от степени его ответственности перед страховщиком. Ответственность же генерального страхового агента связана с тем, что страховщик доверяет ему в пределах установленного лимита самостоятельно решать вопрос о признании того или иного случая страховым и о размере страхового возмещения.

В России подобная система взаимодействия между страховщиком и страховым агентом не применяется, потому что, прежде всего, в отличие от многих европейских стран условия страхования по одному и тому же виду страхования у российских страховщиков существенно разнятся. Никакому страховому агенту продавать услуги одной страховой организации в таких условиях не выгодно. [3]

Одним из последних вариантов построения агентских сетей, в том числе в страховании, стал метод сетевого или многоуровневого маркетинга. Разработанный в США метод MultiLevelMarketing (MLM). Этот метод называется еще и «продажей по рекомендации».

Подобный метод продаж часто вызывает сомнение в его законности. Дело в том, что сетевой маркетинг путают с так называемой финансовой пирамидой, трактуемой законодательством многих стран как мошенничество. Сходство, конечно, есть: используется такой же метод «цепной реакции», но на этом сходство заканчивается.

Успехи в сфере продаж услуг накопительного страхования жизни и пенсионного страхования, которых достигли в 90-е годы прошлого столетия компания «Save-Invest» и ей подобные в России, стали причиной того, что весьма многие даже крупнейшие российские страховщики обратились к многоуровнему маркетингу. Значительное число крупных московских страховых компаний организовали сначала продажу полисов накопительного страхования с использованием данного метода, а позднее и продажу полисов рискованного страхования, например страхования от несчастного случая. Однако в дальнейшем особых успехов российские страховщики тут не достигли. Причины в том, что российские граждане и сегодня не испытывают особого доверия к отечественным компаниям, а потому отдавать им сравнительно большие деньги на длительный срок (обычно от 10 до 25 лет) считают неразумным. Вторая причина в том, что построить дееспособные агентские сети российским страховщикам пока не удалось. У профессиональных страховых агентов чаще всего есть возможность продавать страховые полисы помимо подобных сетей. А случайно втянутые в сеть лица, как правило, не имеют навыков продажи страховых услуг.[1]

Деятельность страховых брокеров во многом схожа с работой страховых агентов. Однако есть и довольно существенные различия.

Брокер в отличие от страхового агента не может быть согласно законодательству просто физическим лицом, он должен быть индивидуальным предпринимателем, или юридическим лицом. Страховой агент осуществляет свою деятельность от имени страховщика, а страховой брокер - от своего имени. И наконец, страховой брокер действует на основании поручения страхователя и, следовательно, если придерживаться логики органов государственного регулирования, должен представлять интересы последнего, и только при заключении договора перестрахования страховой брокер является представителем интересов прямого страховщика. [4]

Одним из методов работы брокеров является проведение среди страховщиков тендеров, целью которых как раз и является выбор наилучших условий страхования. Страховые брокеры организуют также заключение большинства договоров, построенных по системе сострахования, что позволяет страхователю диверсифицировать свои риски, а страховщикам — уменьшить долю передаваемой в перестрахование ответственности. Только страховые брокеры могут предложить нетипичные схемы страхования, позволяющие сэкономить на них существенные средства.

Очень важным преимуществом страхового брокера для страхователя является знание им страхового рынка, информация о тех или иных страховщиках, методах и традициях их работы, многолетнее знакомство с конкретными руководителями и сотрудниками страховых организаций. Такой информацией о страховом рынке не владеет никто другой.[1]

В современной России создалась ситуация, при которой законодательство, регламентирующее деятельность страховых посредников, во-первых, не соответствует сложившейся практике, а во-вторых, просто не исполняется.

Одним из возможных путей совершенствования законодательства в данной сфере деятельности является приведение его в соответствие с основными нормами регулирования деятельности страховых посредников в Евросоюзе, сформулированными в принятой 9 декабря 2002 г. Директиве о страховом посредничестве (№2002/92/ ЕС) и в проекте «Посредники» Международной ассоциации страховых надзоров. [4]

Подводя итог сказанному, можно сделать вывод о том, что наиболее перспективной моделью продаж страховых услуг страховой организацией на сегодня является разумное сочетание разных способов, включающих и прямые продажи, в том числе интернет-продажи, и продажи через страховых посредников, как крупных, так средних и мелких, отказ от услуг которых неизбежно приведет в самом ближайшем будущем к большим проблемам.

#### Список литературы

1. Базанов А. Н. Некоторые проблемы организации продаж страховых услуг/ А. Н. Базанов //Финансы: ежемесячный теоретический и научно-практический журнал/ учредители: М-во финансов РФ, Коллектив ред.. -М.: Финансы и статистика, 2013. - № 6. - С. 50-54
2. Романова М. В. Тонкая грань между страховым агентом и страховым брокером/ М. В. Романова //Финансы: ежемесячный теоретический и научно-практический журнал/ учредители: М-во финансов РФ, Коллектив ред..- М.: Финансы и статистика, 2011. - № 11. – С. 42-46
3. Бреннер В. В. Договорные отношения страховых посредников со страхователями и страховщиками в современных российских условиях/В. В. Бреннер //Закон и право:Юнити, 2011. - № 4.- С. 49-52
4. Антипов А. В. О суждении представительских правомочий страховых агентов/ А. В. Антипов //»Черные дыры» в российском законодательстве: юрид. журн/ ООО «К-Прес». – М., 2010. - №6. – С. 61-64

#### КОРПОРАТИВНОЕ СТРАХОВАНИЕ В РОССИИ

Липа А., Ключев А., - группа ФК-01, Ильиных Ю.М. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Развитие финансовых отношений на рынке корпоративного страхования — объективный процесс, требующий достаточного времени.

Целью такого взаимодействия является создание эффективной системы корпоративного страхования. Его основные задачи:

– реальная компенсация убытков (ущерба, последствий аварий, вреда), причиненных в результате непредвиденных природных явлений, техногенных аварий и катастроф,

негативных социальных обстоятельств, за счет резервов страховых организаций при снижении нагрузки на бюджет;

- формирование необходимой для экономического роста надежной и устойчивой хозяйственной среды;

- максимальное использование страхования как источника инвестиционных ресурсов.

В рыночной экономике хозяйствующие субъекты обеспечивают финансовую стабильность самостоятельно. Предприятия ведут предпринимательскую деятельность на свой страх и риск потерять имущество, не получить прибыль и т. д. Проявление сил природы, пожары, техногенные аварии, невыполнение обязательств контрагентами и другие события для предприятий являются объективными явлениями. Статистика свидетельствует, что каждые 10 лет предприятие терпит крупный убыток. Поэтому предприятие должно учитывать этот фактор и всегда быть готовым к возможным случайностям, возмещению потерь, возникающих у экономического субъекта в процессе его деятельности.[1] Компенсация обозначенных потерь обеспечивается институтом страхования. Кроме того, через страхование решаются вопросы социального обеспечения персонала. Таким образом, у предприятий объективно возникает потребность в страховой защите своего имущества, иных имущественных интересов и социальном обеспечении персонала.

В зависимости от полноты обеспечения экономического субъекта страховой и социальной защитой и других форм реализации страховых отношений корпоративное страхование рассматривается в узком и широком смысле слова.

В узком смысле слова корпоративное страхование подразумевает страхование единичных или нескольких рисков экономического субъекта. Корпоративное страхование в широком смысле слова — это многорисковое, комбинированное, долгосрочное страхование имущественных и иных интересов предприятия. Данное корпоративное страхование является всеобъемлющим страхованием, которое включает также страхование катастрофических рисков и рисков, не страхуемых классическим страхованием (риски колебания валютного курса и цен на товары, деловые и политические риски и др.). Корпоративное страхование в широком смысле слова помимо всеобъемлющей страховой защиты экономического субъекта и социального обеспечения его персонала способствует оптимизации финансовых потоков предприятия, снижению себестоимости товаров, работ и услуг и увеличению его капитализации.

Оптимизация денежных потоков корпоративного клиента обеспечивается путем выработки наиболее удобных схем уплаты страховых взносов и выплаты страховок. Кроме того, оптимизация финансовых потоков страхователя обеспечивается через прямое или косвенное участие его в уставном капитале страховщика, благодаря чему у корпоративного клиента появляется возможность управления финансовыми потоками, в том числе размещением финансовых ресурсов страховой организации. Оптимизация финансовых потоков предприятия обеспечивается также использованием страхования для налогового планирования.[2]

Примером наиболее продвинутой формы корпоративного страхования, связанного с оптимизацией финансовых потоков предприятия, являются тесные взаимоотношения банков и страховых организаций, которые проявляются помимо обозначенных форм в консолидированной деятельности отмеченных финансовых институтов как по привлечению, так и инвестированию денежных ресурсов.

Снижение себестоимости товаров, работ и услуг страхователя при проведении всеобъемлющего корпоративного страхования обеспечивается следующим образом. Во-первых, при долгосрочном комплексном корпоративном страховании происходит комбинирование страховых рисков и их распределение во времени. В комбинированном страховании учитываются взаимосвязи страховых событий, когда, например, наступление одного события исключает наступление другого. В результате комбинированное корпоративное страхование позволяет уменьшить избыточное страхование.



Во-вторых, снижение цены комплексного корпоративного страхования достигается в случаях, когда тарифная ставка строится таким образом, что корпоративный клиент платит за сглаживание ежегодных убытков и покрытие ущербов от катастрофических рисков. В данном случае существенно возрастает значение фонда самострахования страхователя, с помощью которого корпоративный клиент оперативно преодолевает временные затруднения, связанные с осуществлением хозяйственной деятельности.

В-третьих, всеобъемлющее корпоративное страхование позволяет реализовать принцип взаимности на микроуровне, когда с учетом многолетней статистики страховые взносы корпоративных клиентов коррелируют с их среднегодовыми убытками. При такой форме организации страховых отношений на предприятии формируется действенный экономический механизм, стимулирующий корпоративных страхователей снижать затраты на страхование. В результате у корпоративного клиента появляется мощная мотивация уменьшения степени риска, сокращения затрат на страхование и, таким образом, повышается эффективность бизнеса экономического субъекта.

В-четвертых, снижение расходов у корпоративного страхователя достигается минимизацией затрат по обслуживанию договоров страхования, что обеспечивается как совокупным уменьшением расходов на ведение дела страховщика при комплексном страховании, так и долгосрочным страхованием.

Корпоративное всеобъемлющее страхование позволяет также увеличить капитализацию предприятия, так как соответствующее страхование обеспечивает стабильность финансового результата деятельности экономического субъекта.

Сформулированные критерии всеобъемлющего корпоративного страхования по существу отражают принципы его организации — комплексности, комбинирования и долгосрочности.[3]

Принцип комплексности означает учет всей системы рисков корпоративного клиента.

Принцип комбинирования страховых рисков обеспечивает учет возможной взаимосвязи рисков. Данный принцип снижает избыточное страхование. Эффект комбинированного страхования реализуется при проведении комплексного страхования у одного страховщика или в рамках страхового пула.

Принцип долгосрочности означает организацию страховых отношений страховщика с корпоративным клиентом на долгосрочной основе, что обеспечивает реализацию убыточного подхода к регулированию претензий страхователя, оптимизацию его финансовых потоков и реальное финансирование страховщиком мероприятий, направленных на уменьшение вероятности наступления страховых случаев и возможного ущерба и у предприятия.

Практика корпоративного страхования в Российской Федерации преимущественно ограничена страхованием отдельных или группы рисков корпоративных клиентов. Корпоративное страхование широко проявляется в обслуживании финансовых потоков экономических субъектов и направлено на минимизацию их налогообложения. Данная форма страхового обслуживания предприятий обеспечивается различными видами зарплатного страхования жизни. Такое страхование жизни является не вполне легитимным и с развитием и совершенствованием налогового и страхового законодательства будет минимизировано.

Объективность корпоративного страхования обусловлена потребностью в страховой защите имущественных интересов предприятий и различных форм социального обеспечения их персонала, формирование которых находится в зависимости от ряда факторов, в том числе состояния экономики, финансового положения хозяйствующего субъекта страховой культуры и т. д. Потребности в корпоративном страховании имеют не только непосредственно страховое содержание. Страхование используется экономическими субъектами для оптимизации финансовых потоков предприятия, легализации и извлечения доходов.[4] Потребности в страховании реализуются в страховые отношения при заключении соответствующих договоров страхования. Потенциально осознанные страховые

потребности остаются нереализованными, если предприятия испытывают финансовые трудности, страховщики завышают страховые тарифы, предприятия не доверяют страховым организациям, страховые продукты не соответствуют реальному спросу и т. д.

Потребности в корпоративном страховании и факторы, сдерживающие их удовлетворение, являются эластичными категориями. Они обладают свойствами изменчивости как в силу своего внутреннего содержания, так и в силу воздействия внешней среды. Поэтому изучение потребностей в страховании и условий их удовлетворения является необходимым в деятельности страховых организаций при разработке стратегии и тактики страховщика. Это необходимо для формирования национальной страховой политики.[5] Изучение потребностей в страховании важно для корпоративного клиента для определения их цены и места в системе методов управления рисками.

Помимо специальных программ корпоративного страхования в России развивается интернет-страхование, но менее динамично, однако сейчас не осталось ни одной серьезной страховой компании, которая не предлагала бы своим корпоративным клиентам услуги по страхованию через Интернет.

К примеру, корпоративные клиенты страховой компании «Ренессанс Страхование» по системе on-line могут купить бизнес-карту – годовой полис страхования выезжающих за рубеж, что очень удобно для руководителей и для тех, чья работа связана с частыми поездками, в том числе и за границу. Компания «Стандарт Резерв» через Интернет предлагает свои услуги по страхованию грузов и гражданской ответственности организаций, имеющих опасные производства. Управление по работе с корпоративными клиентами компании «Центр Брокер» разрабатывает для предприятий и организаций специальные страховые программы, в том числе по добровольному медицинскому страхованию сотрудников, страхованию имущества, грузоперевозок и отдельно для автодилеров – по их комплексному страхованию.

Основными видами страхования на рынке корпоративного страхования России являются имущественное страхование и личное страхование кроме жизни:

- добровольное медицинское страхование;
- коллективное страхование от несчастных случаев и болезней (рисунок 1).

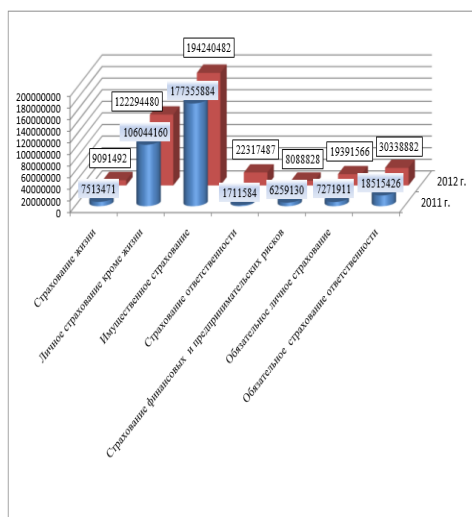


Рисунок 1 – Структура собранных платежей в 2011 – 2012 гг. на рынке корпоративного страхования в России, тыс. руб.<sup>4</sup>

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Мир страхования в 2012 году [Электрон. ресурс]. – Саранск, 2013. – Режим доступа [http://media.swissre.com/documents/sigma3\\_2013\\_en.pdf](http://media.swissre.com/documents/sigma3_2013_en.pdf)– Загл. с экрана.
2. Новейшие тенденции развития мирового страхового рынка / В.Д. Базилевич // Страховое дело. - №1 - 2008. - С. 26-37.

Рисунок 1 – Структура собранных платежей в 2011–2012 гг. на рынке корпоративного страхования в России, тыс.руб.

Введение обязательного страхования ответственности опасных производственных объектов увеличило объем премий по страхованию ответственности, но фундаментально ситуацию не изменило. Российские страховщики разработали множество продуктов по добровольному страхованию ответственности предпринимателей, тем не менее, основная доля страховых платежей по страхованию ответственности предприятий и организаций собирается по договорам, заключенным в силу закона.

В настоящее время у российских предпринимателей существует достаточно большая потребность в страховании финансовых рисков, т.е. рисков, связанных с процессом получения дохода или прибыли. Однако существует мнение, что насколько страхованием финансовых рисков на фоне мирового финансового кризиса начинают интересоваться потенциальные страхователи, настолько же неинтересным оно делается для страховщиков, так как в данных условиях финансовые риски становятся практически неуправляемыми и могут принести страховым компаниям большие убытки.

На российском рынке корпоративного страхования мало страхуется долгосрочных рисков. Групповые договоры страхования жизни представляют собой сравнительно неразвитый сегмент страхового рынка. Другие же экономически развитые страны Европы практикуют корпоративное страхование жизни как эффективный инструмент удерживания персонала, который является обязательным пунктом предлагаемого сотрудникам социального пакета. В целях активизации деятельности российских страховщиков корпоративного сектора на рынке страхования жизни необходимо, прежде всего, внести изменения в страховое законодательство и предпринять ряд мер, направленных на повышение доверия к страховщикам и увеличение ценности страхования жизни среди руководителей российских предприятий. Требуется внедрение новых и расширение существующих налоговых льгот и субсидий, создание гарантийного фонда, обязательное использование специализированного депозитария для повышения контроля над активами страхователей.

Помимо вышеуказанных мер, для развития рынка корпоративного страхования в целом необходимым является повышение финансовой устойчивости и платежеспособности страховых компаний, создание новых страховых продуктов и услуг, совершенствование правовых и организационных основ обязательного страхования, создание и развитие современной инфраструктуры страхового рынка.[6]

Мир становится все более рискованным. Поэтому очевидно, что рациональный подход к цивилизованному ведению бизнеса заключается не в том, чтобы экономить на страховой премии, а в том, чтобы компенсировать убытки, которые могут оказать значительно большее влияние на экономику предприятия, чем затраты по уплате страховых взносов.

#### Список литературы

1. Петров А.А. Страхование право: Учебное пособие. – СПб.: Знание, СПбВЭСЭП, 2012. – 139 с.
2. Шахов В.В. Страхование. Учебник для вузов. –М.: Страховой полис, ЮНИТИ, 2012. – 311 с.
3. Гвозденко А.А. Основы страхования: Учебник.– М.: Финансы и статистика, 2010. – 304 с.
4. Денисова И.П. Страхование. - М.: ИКЦ "МарТ"; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2011;
5. Скамай Л.Г. Страхование: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2012;
6. Крутик А.Б., Никитина Т.В. Организация страхового дела: Учебное пособие – Спб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2011. – 334 с.

## ИПОТЕЧНОЕ СТРАХОВАНИЕ В РОССИИ

Подольская И. – студент гр. ФК-01, Ильиных Ю.М. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Ипотечное страхование – это особый вид страхования, который необходим людям приобретающим ипотеку. Страхование является обязательным условием при покупке недвижимости в ипотеку.[5]

Программа ипотечного страхования разрабатывается в соответствии с требованиями кредиторов и финансовыми возможностями заемщиков. Цель формирования программы - обеспечение максимальной защиты имущественных интересов заемщика и кредитора от рисков, связанных с ипотечной деятельностью.

В настоящее время программы ипотечного страхования, разработанные страховщиками, как правило, включают в себя три базовых страховых продукта:

- 1) страхование недвижимого имущества, поименованного в договоре об ипотеке, от рисков утраты и повреждения;
- 2) страхование на случай утраты недвижимого имущества, поименованного в договоре об ипотеке, в результате прекращения права собственности (титульное страхование);
- 3) страхование на случай смерти и потери трудоспособности заемщика ипотечного кредита.[2]

Российские страховые компании, работающие на рынке ипотечного страхования, предлагают банкам-партнерам в качестве одного из инструментов снижения кредитного риска специальные программы комплексного ипотечного страхования заемщиков и заложенного имущества. В зависимости от типа ипотечного кредита эти программы могут включать в себя до трех видов страхования - имущественное, личное, титульное. При этом страхователем является заемщик, а выгодоприобретателем - банк-кредитор.[1]

Стоимость комплексного ипотечного страхования (трех видов) в настоящее время колеблется от 0,9 до 1,1% от страховой суммы. Порядок расчета страховой суммы, как правило, определяет банк.[3]

Срок действия договора комплексного ипотечного страхования должен быть не менее срока кредитования либо заключаться на срок не менее 12 месяцев с последующим ежегодным продлением.

Банку следует осуществлять контроль за исполнением заемщиком обязательств по выплате страховых премий по договору комплексного ипотечного страхования.

Договор комплексного ипотечного страхования должен быть заключен до предоставления ипотечного жилищного кредита, а страховая премия может быть уплачена заемщиком одновременно с получением кредита безналичным путем со счета, открытого в банке-кредиторе.[5]

Страхование ответственности заемщика имеет ряд законодательных ограничений в соответствии с ФЗ "Об ипотеке (залоге недвижимости)" от 16.07.1998 N 102-ФЗ: страховая сумма ограничена величиной 20 % от стоимости заложенного имущества, а страховой премия должна быть уплачена единовременно, сразу за весь срок договора.[4]

Ипотечное страхование (страхование ответственности заемщика) в России не заменяет, а дополняет уже существующие на рынке виды страховой защиты, предоставляемой при ипотечном кредитовании, - страхование имущества, жизни и здоровья, титула. При этом договор страхования ответственности заемщику нужно будет заключить, только если он берет в банке ипотечный кредит с низким первоначальным взносом (меньше 20-30 %).

Компания Profi Online Research огласила, результаты проводимого исследования, в итоге которого стало известно, что на первый квартал 2013 года 6% из 7100 опрошенных обладали полисами ипотечного страхования. При этом многие из них застраховались в одной из самых известных и крупнейших компаний России - Росгосстрах, а выдает кредиты для россиян больше всего самый крупный банк России - Сбербанк.[3]

Желающий взять кредит может сам выбрать страховую компанию, но многие банки настойчиво предлагают сотрудничество со строго определенными организациями.[5]

Важно отметить, что большее предпочтение Сбербанку отдают женщины (33%), чем мужчины (27%). Банк ВТБ 24 выбирают 11% и мужчин, и женщин. Женщины (9%) чаще выбирают Альфа-Банк, чем мужчины (5%), а банку "Уралсиб" свои предпочтения отдали 2% женщин и 6% мужчин.

Получив ипотечный кредит можно не только расширить свои возможности, но и получить серьезные финансовые обязательства. При заключении страхового договора свое предпочтение 22,4% отдают Российской государственной страховой компании.

Объем рынка ипотечного страхования составляет, по экспертным оценкам, чуть более 1 млрд. долларов. Поскольку развитие данного сегмента почти полностью определяется развитием ипотеки, которая сейчас переживает бурный рост, в ближайшем будущем можно ожидать не только увеличения объемов страхования, но и ускорения темпов его роста. По расчетам аналитиков, годовой рост должен составить около 40%.

Сейчас среди безусловных лидеров в данном сегменте рынка можно назвать крупные универсальные страховые компании, такие как "Ингосстрах", "Росгосстрах", Страховой дом ВСК, РОСНО, "Ренессанс страхование" и "Спасские ворота".

Сегодня большинство кредиторов старается не выходить за рамки "классической" трюичной схемы. Они предписывают своим клиентам страховать саму квартиру, жизнь и трудоспособность, а также титул. В среднем договор "три в одном" обходится в 0,8-1% от страховой суммы (точнее, величине задолженности по договору ипотечного кредитования) в год. Но это при условии, что заемщик находится в расцвете сил, а приобретаемый объект имеет более или менее понятную историю. В противном случае цена полиса может увеличиться в разы.

Некоторые кредитные организации сокращают свои требования. Так, при получении кредита в одном из банков - партнеров "Санкт-Петербургского ипотечного агентства" (региональный оператор Агентства по ипотечному жилищному кредитованию) сегодня не требуется страховать титул. За счет этого страховой тариф снижается на 0,2-0,4%.

Особняком на рынке ипотеки стоит Сбербанк России. Он предписывает заемщику страховать только сам объект залога (в полном соответствии с законом об ипотеке). В результате полис обходится всего в 0,15-0,35% от страховой суммы в год.[3]

В России до сих пор не выработана программа жилищного кредитования, которая была бы доступна большинству граждан. Реальность такова, что, приобретая квартиру в кредит, заемщик выплачивает банку за 10-15 лет такие проценты по кредиту, которые в сумме в 2-3 раза превышают стоимость квартиры на момент заключения кредитного договора. В эту сумму входят и страховые премии по комплексному ипотечному страхованию, размер которых в разных страховых компаниях составляет от 0,8 до 1,2% от страховой суммы. Если предположить, что банк выдает ипотечный кредит в размере 1 млн руб., то в первый год заемщик должен уплатить страховую премию страховщику в размере 10 тыс. руб. В следующие годы по мере уменьшения суммы задолженности по кредиту размер страховых премий будет уменьшаться. Низкий уровень доступности ипотечных кредитов тормозит развитие комплексного ипотечного страхования.

Другая актуальная проблема - это необоснованное занижение страховых тарифов, которое происходит на фоне высокой конкуренции. Кредитные организации, заключая соглашения, отдают предпочтение тем страховщикам, которые предоставят наиболее выгодные условия страхования для заемщиков. Благодаря такой политике банки делают свои ипотечные продукты наиболее привлекательными. Но страхование по экономически необоснованным тарифам может привести к снижению финансовой устойчивости страховой компании и как следствие к возможному невыполнению обязательств при наступлении страховых случаев.

Таким образом, сложившаяся на сегодня в России система ипотечного страхования динамично развивается, однако существует множество противоречий и проблем, требующих

решений, в частности о дальнейшем направлении развития системы (добровольно-принудительный или рыночный путь), унификации форм договоров страхования и разработки единого полиса.

Большую часть рисков в ипотечной деятельности можно застраховать, но при этом цена ипотечного кредита значительно возрастает. Среди возможных страховых рисков кредиторы, как правило, выбирают три наиболее необходимых: имущественное страхование предмета ипотеки, титульное страхование и страхование жизни и утраты трудоспособности заемщика. [6]

#### Список литературы

1. Архипов А.П. О страховании рисков ипотеки / А.П. Архипов, Ю.Т. Ахвледиани // Финансы. - №3, 2010г. с.40-44
2. Козлова Елена Антоновна. Система комплексной страховой защиты от рисков ипотечного жилищного кредитования / Е.А. Козлова // Страховое дело. - №2, 2009г. с.32-36
3. Корниенко Д.Г. Тенденции развития рынка ипотечного страхования / Д.Г. Корниенко // Финансы и кредит. - №30, 2010г. с.71-73
4. Д.Н. Овчинников. Азы ипотечного кредитования, или об ипотеке по-русски. - М.: Экономика, 2010. - 125 с.
5. Основы страхования: учебник/ А.А. Гвозденко. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 320с.
6. Медведев М.10 претензий к современной ипотеке / М. Медведев // Вопросы социального обеспечения. - №2, 2012г. с.28-30
7. Перспективы развития национальной системы страхования в России/ Ю.Т. Ахаледиани // Закон - №5, 2012г. с.35-48

#### КРЕДИТОВАНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОТРАСЛИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Зорина Д.Е. – студент 8 Мбм-21, Ганжа С.В. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

С начала 2013 года в России наблюдалось замедление экономического роста, связанное с уменьшением экспорта, падением уровня инвестиций, замедлением покупательского спроса населения. Из этого следует, что существующая структура производства и потребления исчерпала возможности для динамического роста. Для решения проблем, связанных с замедлением социально-экономического развития страны, необходимо проведение модернизации народного хозяйства – требуется технологическое обновление отсталой материально-технической базы многих отраслей, перестройка структуры экономики, при условии повышения значимости производства готовой продукции с повышенной добавленной стоимостью, особенно высокотехнологичных и инновационных отраслей [3].

Данные направления развития, в свою очередь, потребуют повышения нормы инвестиций в 1,5-1,7 раза, то есть с 12,5 трлн. руб. применительно к 2013 году до 20 трлн. руб. в текущем году. При этом наиболее эффективной формой инвестиций выступают самокупаемые инвестиционные кредиты. Данный факт многократно повышает роль российской банковской системы в обеспечении модернизации и развития экономики страны и обуславливает актуальность глубокого исследования проблем инвестиционного кредитования.

В настоящее время одним из основных направлений инвестиционного процесса, требующим активных капиталовложений, должен стать агропромышленный комплекс (далее-АПК). В многоотраслевой экономике Алтайского края наиболее крупным является именно аграрный сектор. Так, на протяжении ряда лет доля сельского хозяйства в структуре валового регионального продукта стабильно превышает 18%. Отличительной особенностью

Алтайского края является высокая доля сельского населения – 44,5%. По данным 2013 года производством сельскохозяйственной продукции в крае занимаются: 675 сельскохозяйственных организаций, около 4,6 тыс. крестьянских (фермерских) хозяйств (далее-КФХ), включая индивидуальных предпринимателей, порядка 452,3 тыс. личных подсобных хозяйств (далее – ЛПХ).

По итогам 2013 года в Алтайском крае регистрируется превышение уровня сельхозпроизводства аналогичного периода прошлого года (в 2013 году индекс производства сельскохозяйственной продукции составил 124% по отношению к уровню 2012 года), в основном, за счет роста производства растениеводческой продукции (151,2%).

Дальнейшее наращивание и эффективная реализация имеющегося в Алтайском крае потенциала сельскохозяйственного производства, усиление конкурентоспособности региона в значительной мере будет определяться темпами внедрения новейших научно-технических решений и эффективностью инновационных процессов в реальном секторе экономики. Это, в свою очередь, потребует дополнительных финансовых вливаний в аграрный сектор. При этом основными источниками инвестиций в развитие сельского хозяйства для предприятий края являются: собственные средства предприятий (прибыль, амортизация), заемные средства в виде банковский кредитов, а также лизинг, бюджетное финансирование, целевые государственные программы.

В последнее время для предприятий сельского хозяйства характерна тенденция превышения доли заемных средств над собственными источниками при финансировании инвестиций. Пополнение оборотных и внеоборотных активов за счет собственных средств становится проблематично для предприятий АПК в основном из-за специфики данной отрасли, которая характеризуется низкой рентабельностью и сильными природно-климатическими рисками. Поэтому для успешного развития сельскохозяйственные предприятия края привлекают заемные средства в виде кредитов банков, динамика получения которых представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика кредитования сельскохозяйственных предприятий Алтайского края в 2011-2013 гг.

Показатели	2011 год	2012 год	2013 год
Займы и кредиты, всего, млн.руб.	26068,1	31575,6	38860,6
Долгосрочные, млн.руб.	16343,9	18432,7	23627,8
В том числе привлеченные в текущем году, млн.руб.	5591,4	6117,4	7800,3
Краткосрочные, млн.руб.	9724,2	13142,9	15232,8
В том числе привлеченные в текущем году, млн.руб.	10704,4	13163,0	13332,7

Как показывает таблица 1 объемы кредитования предприятий АПК имеют устойчивый повышающийся тренд: за анализируемый период общая величина общая величина обязательств (нарастающим итогом) увеличилась с 26,1 млрд. руб. до 38,9 млрд.руб. С каждым годом растет объем привлеченных долгосрочных кредитов: за 2011-2013 гг. с 16,3 млрд.руб. до 23,6 млрд.руб. Рост потребности в оборотных средствах в связи с интенсификацией сельскохозяйственного производства привел к усилению зависимости предприятий агробизнеса от краткосрочных заемных средств. Так, общий объем краткосрочных кредитов и займов нарастающим итогом к концу 2013 года превышает 15,0 млрд. рублей, как показано в таблице 1.

Однако указанные данные носят ограниченный характер, так как в таблице 1 приведены данные только по сельскохозяйственным предприятиям. Сельское хозяйство, в свою очередь, представлено не только организациями, но и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами (КФХ) и хозяйствами населения.

Таблица 2 – Динамика кредитования малых форм хозяйствования в сельском хозяйстве Алтайского края в 2011-2013 гг.

Категория	2011 год		2012 год		2013 год		Итого за 2011-2013 гг.	
	Кол-во договоров	Сумма, млн.руб	Кол-во договоров	Сумма, млн.руб	Кол-во договоров	Сумма, млн.руб	Кол-во договоров	Сумма, млн.руб
ЛПХ	8136	907,7	10284	1390,0	7327	1202,5	25747	3500,2
КФХ	568	938,4	831	1575,7	654	1258,4	2053	3772,5
Итого	8704	1846,1	11115	2965,7	7981	2461,0	27800	7272,7

Как показано в таблице 2, в целом, за 2011 - 2013 гг. личными подсобными хозяйствами привлечено более 25 тыс. кредитов на сумму около 3,5 млрд. руб., фермерскими хозяйствами – более 2 тыс. кредитов в объеме около 3,7 млрд. руб. За последние три года малым формам агробизнеса предоставлено более 27 тыс. кредитов на сумму свыше 7 млрд. руб.

Анализ таблицы 2 позволяет говорить о росте темпов кредитования в малых форм хозяйствования в 2012 году по сравнению с предыдущим годом (так кредитный портфель ЛПХ увеличился с 907,7 млн.руб. до 1390,0 млн.руб., а портфель кредитов КФХ – с 938,4 млн.руб. до 1575,5 млн.руб.). В 2013 году наблюдался спад: объем выданных кредитов ЛПХ уменьшился до 1202,5 млн.руб., КФХ – до 1258,4 млн.руб.

Снижение темпов кредитования малых форм хозяйствования является следствием ряда проблем, препятствующих росту использования банковских кредитов всеми категориями хозяйств, занимающихся сельскохозяйственной деятельностью.

1. Слабое развитие банковской инфраструктуры в сельской местности и удаленность кредиторов. В настоящее время одной кредитной организации приходится обслуживать несколько сельских поселений. Помимо этого, сельские территории не располагают в большинстве своем крупными или средними кредитоспособными предприятиями, что не позволяет им привлечь финансовые ресурсы на социально-экономическое развитие.

Кредитование сельхозпроизводителей сегодня сосредоточено в двух банках: ОАО «Сбербанк» и ОАО «Россельхозбанк», что говорит о высокой концентрации кредитного портфеля для сельского хозяйства. В настоящее время на них приходится более 80% кредитов, выданных организациям и хозяйствам рассматриваемого сектора. Данное обстоятельство обуславливает высокую локализацию отраслевых кредитных рисков и одновременно существенную уязвимость банков-кредиторов сельского хозяйства к этим рискам.

2. Территориальная рассредоточенность заемщиков.

3. Сложность получения кредита для потенциальных заемщиков, обусловленная необходимостью предоставления большого пакета документов в банк для рассмотрения кредитной заявки.

4. Дефицит кредитных продуктов, удовлетворяющих потребности сельскохозяйственного производства. Со стороны кредитных организаций существуют свои дополнительные ограничения для развития системы кредитования. В первую очередь отмечается низкая рентабельность отрасли и большие риски получения убытков, из-за чего многие кредитные организации не рассматривают сельхозпроизводителей как объект кредитования.

5. Дефицит или отсутствие залоговой базы, иного обеспечения кредита. Особенно эта проблема касается новых предприятий, где материально-техническая база еще не сформирована. Однако и действующие предприниматели могут столкнуться с данной проблемой в силу изношенности основных средств или наличия залога на них по уже взятым кредитам.



Таким образом, существует множество ограничений по развитию эффективного кредитования сельского хозяйства. Самым тяжелым и имеющим долгосрочный отрицательный эффект является сокращение инвестиций в основной капитал сельского хозяйства, что связано с низкой инвестиционной привлекательностью из-за низкой доходности отрасли. Поэтому в настоящее время субъектом, обеспечивающим осуществление инвестиций и стимулирующим их, является государство [5].

Государственная поддержка сферы АПК Алтайского края выражает в разработке и реализации различных федеральных и региональных целевых программ. Основным механизмом предоставления государственной поддержки по данным программам выражается в возмещении части процентов по ссудам, получаемым сельскохозяйственными товаропроизводителями на приобретение оборотных активов, сельскохозяйственной техники, оборудования, на закупку российского сельскохозяйственного сырья и на многие другие цели, за счет средств федерального и краевого бюджетов.

В 2013 году кредитование на условиях субсидирования процентной ставки предлагали 18 банков. В реализации Государственной программы принимают участие Алтайское отделение №8644 Сбербанка России, Алтайский региональный филиал ОАО «Российского сельскохозяйственного банка» (далее-Россельхозбанк), «СИБСОЦБАНК» ООО, АКБ «Зернобанк» (ЗАО). Основным объемом кредитов для нужд сельского хозяйства в Алтайском крае выдан филиалами Россельхозбанка и Сбербанка России. Кредитование хозяйствующих субъектов АПК осуществляется как по специализированным программам, так и на условиях, определенных для всех заемщиков. Программы различаются не только направленностью вложений, но и сроками, процентными ставками, подходами к обеспечению.

Основные направления государственной поддержки сельского хозяйства в Алтайском крае: создание общих условий функционирования сельского хозяйства; развитие приоритетных подотраслей сельского хозяйства (племенное животноводство, овцеводство, элитное семеноводство и др.); снижение рисков в сельском хозяйстве; достижение финансовой устойчивости сельского хозяйства и повышение доступности кредитов; поддержка начинающих фермеров в 2012-2014 гг.; развитие семейных животноводческих ферм на базе КФХ на 2012-2014 гг.

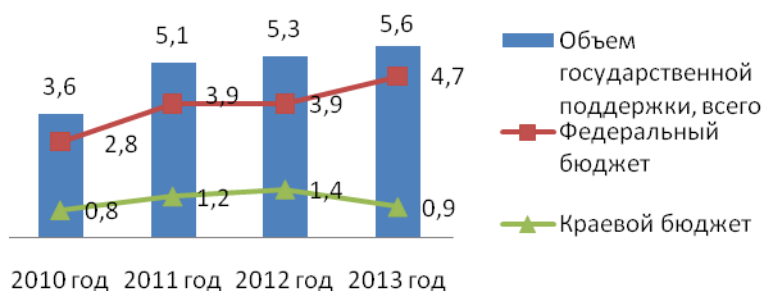


Рисунок 1 – Динамика оказания государственной поддержки на развитие сельского хозяйства в Алтайском крае, млрд. руб.

Рисунок 1 наглядно демонстрирует ежегодный рост финансовой поддержки государства на развитие сельского хозяйства Алтайского края, что способствует наращиванию объемов производства в аграрном секторе [2].

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития

Алтайского края до 2025 года (далее – Стратегия) был выбран инновационный сценарий развития региона. Одним из драйверов данного пути развития края должен стать АПК. В перспективе предполагается, что реализация конкурентных преимуществ в аграрном секторе края, формирование мощного агропромышленного кластера, привлечение крупных производителей, развитие технологий, селекции и генетики, создание ряда краевых брендов экологически чистых продуктов позволит краю стать одним из ведущих в России поставщиков на отечественный и зарубежный рынки сельскохозяйственной продукции.

Таким образом, основными тенденциями сельскохозяйственного сектора края, которые должны способствовать преодолению факторов, препятствующих интенсивному инновационному развитию отрасли, являются:

- увеличение инвестиционных вложений на повышение плодородия и развитие мелиорации сельскохозяйственных земель;
- ускоренное развитие животноводства, включающее техническое и технологическое совершенствование производства, повышение продуктивности и воспроизводительных качеств животных и птицы, развитие кормовой базы;
- создание условия для наращивания производства и импортозамещения мясных и молочных продуктов;
- рост эффективности сельскохозяйственного производства за счет технического переоснащения, повышения производительности труда, использования современных технологий производства, создания зональных технологий сельхозпроизводства;
- обеспечение финансовой устойчивости сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- экологизация и биологизация агропромышленного производства на основе применения новых технологий в растениеводстве, животноводстве, пищевой промышленности в целях сохранения природного потенциала, повышения качества и безопасности пищевых продуктов [4].

Основными финансовыми механизмами реализации направлений Стратегии будут федеральные целевые программы, Федеральная адресная инвестиционная программа, приоритетные национальные проекты, региональные целевые программы. В качестве самостоятельного направления деятельности по привлечению инвестиций предполагается осуществлять взаимодействие Алтайского края с российскими и иностранными кредитными организациями.

#### Список литературы

1. Авис, О.У. Проблемы современного аграрного кредитования в России//Деньги и кредит. – 2012. - №4.- с.48-51.
2. Главное управление экономики и инвестиций Алтайского края <http://www.econom22.ru>
3. Воронин, Д.В. Тенденции развития экономики и банковского сектора России в 2013 г.//Банковское дело. – 2013. - №10. – с. 19-23.
4. Строкин, И.С., Злочевский, А.Л. Кредитование сельхозпроизводителей в России: проблемы и инновационные решения//Банковское дело. – 2012. - №5. – с. 35-41.

## БИЗНЕС-МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Нефедова Н. А. – студент Эк-01, Книга А. С. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

В условиях развития международной интеграции хозяйственной деятельности появление на отечественном рынке новых игроков, иностранных компаний, которые меняют правила игры, используя новые стратегии и бизнес-модели инновационной деятельности осложняет решение задач по развитию инноваций в российских компаниях. Они вынуждены искать новые меры защиты, которые обеспечат гибкость и устойчивость внедряемых ими инноваций и позволят быстро реагировать на новые вызовы. Для российских компаний и, в том числе компаний Алтайского края, данные меры защиты являются одним из ключевых элементов поддержания их конкурентоспособности. В этих условиях особую актуальность приобретает осознанный выбор такой бизнес-модели инновационной деятельности, которая обеспечит наиболее эффективный выход на рынок, сохранение и расширение рынков сбыта в дальнейшем как важный фактор устойчивости в условиях изменчивой конъюнктуры.

Задача данного исследования – рассмотреть основные бизнес-модели инновационной деятельности, особенности их применения на примере предприятий Алтайского края и оценить влияние, которое данные бизнес модели оказывают на продвижение инноваций в тех или иных условиях функционирования предприятий.

Говоря про инновационные бизнес модели, мы имеем в виду способ соединения факторов бизнеса (капитал, труд, материальные ресурсы) в цепочку создания стоимости нового продукта и компании как таковой. Принято выделять следующие бизнес-модели: «интегратор», «организатор», «лицензиар».

Тип и формат бизнес-моделей инновационной деятельности предопределяется:

- Принципами построения бизнес-модели;
- Правильным выбором инновационной стратегии (строгое следование сущности своего бизнеса – тому, от чего отказаться нельзя ни при каких обстоятельствах);
- Наличием защищенной интеллектуальной собственности (ключевые компетенции);
- Обеспеченностью людскими, материальными и финансовыми ресурсами (актуальные активы);
- Возможностью вхождения в рынок и привлекательностью для потребителей и контрагентов (актуальная инфраструктура);
- Продвижением по кривой накопленного опыта и масштабами компании [1].

Интеграционная модель предполагает единоличное осуществление инновационного процесса при условии, что компания является единоличным владельцем созданных инноваций, а значит, становится и основным, если не единственным получателем всех благ и преимуществ, которые приносят инновации.

Этот подход обладает ярко выраженными преимуществами в некоторых ситуациях:

1. Компания выбирает интеграцию, полагая, что именно эта модель предоставит ей возможность установить более тщательный контроль над затратами и сроками, поскольку в данном случае только ей самой предстоит отвечать за управление собственными операциями и собственными инвестициями.

2. Компания уверена, что сможет успешнее управлять коммерциализацией и реализацией идеи, как собственной, так и полученной извне, действуя самостоятельно.

3. Риск поддается управлению и компания готова нести его самостоятельно в полной мере;

4. Только данный вариант защиты интеллектуальной собственности оптимален;

5. Нет другого выбора.

Среди зарубежных компаний к «интеграторам» могут быть отнесены ECCO, Nokia, BMW.

Путь «организатора» – выбор, продиктованный в ситуации, когда руководство пришло к противоположному выводу и сочло, что компания сможет добиться большего в области инноваций, если станет действовать не самостоятельно, а в сотрудничестве с одним или несколькими партнерами. Компания предпочитает задействовать собственные ресурсы в той области, в которой наиболее сильна, и ищет сторонних исполнителей, обладающих ресурсами и возможностями, которых у нее самой нет вовсе или которых ей не хватает.

В итоге организатор осуществляет сведение в единое эффективно функционирующее целое ряда материальных и нематериальных элементов – навыков по проектированию продукта, производственных мощностей, персонала, бренда, системы дистрибуции – и последующее управление им [3].

Данную модель целесообразно применять в следующих условиях:

1. Компания недостаточно обеспечена людскими, материальными или финансовыми ресурсами (актуальные активы) для самостоятельной реализации проекта;

2. Компания не имеет опыта реализации проектов на данной территории или в данной отрасли;

3. Компания не хочет вкладывать средства в развитие возможностей компании в данном направлении;

4. Компания доверяет своим партнерам;

5. Компания хочет разделить риск с компаниями-партнерами.

Существует довольно большое количество компаний, которые используют данную модель, например Sony Ericsson, Apple, Microsoft.

Применение бизнес-модели инновационной деятельности «лицензиар» подразумевает гораздо меньший риск и требует гораздо меньших инвестиций финансового и человеческого капитала. И денежные средства зачастую начинают поступать в компанию гораздо быстрее, чем это произошло бы, если бы она попыталась коммерциализировать и реализовать новый продукт самостоятельно. Данную модель следует использовать в случаях:

1. Компания не имеет достаточных средств на коммерциализацию;

2. Изобретение может создать критическую массу или способствовать принятию выгодного для компании стандарта;

3. Возможность использования лицензии как инструмента конкурентной борьбы;

4. Возможно преобразование идей университетов в коммерческий результат;

5. Геополитические интересы конкурентов могут помешать разместить бизнес с наиболее перспективными рынками.

Данная модель особенно используется такими компаниями, как P&G, Bosch, Dolby.

Среди алтайских предприятий получил определенное распространение интеграционный тип бизнес-моделей инновационной деятельности. У данного выбора есть определенные основания, которые можно продемонстрировать на примере предприятий фармацевтической отрасли Алтайского края: ЗАО «Эвалар» и ЗАО «Алтайвитамины». Предприятия занимаются самостоятельной разработкой, производством и реализацией натуральных лекарственных препаратов и биологически активных добавок к пище [2]. Основное преимущество данной модели для алтайских предприятий состоит в обеспечении максимальной защиты интеллектуальных активов. Несовершенство российского законодательства в данной области снижает эффективность применения лицензий и патентов и повышает вероятность того, что идеи с незначительными изменениями в кратчайшие сроки будут применены конкурентами. Также, как уже было сказано выше, именно эта модель предоставляет им возможность установить более тщательный контроль над затратами и сроками, что весьма актуально для предприятий, не только занимающихся реализацией, но и разработкой лекарственных препаратов.

Тем не менее, применение данной модели имеет и негативные последствия. Так, ввиду наличия большого количества как отечественных, так и зарубежных компаний-конкурентов, производящих аналогичную продукцию и особенностей функционирования российской экономики в целом, очень велик уровень риска, который с учетом того, что сырьем для данных препаратов выступают лекарственные растения, в основном включает в себя систематические риски и плохо поддается управлению.

При условии, что компании имеют ограниченные материальные и финансовые ресурсы, необходимые для разработки и внедрения инноваций, данным компаниям необходимо развивать партнерские отношения и уделить большее внимание обоснованности выбора бизнес-модели инновационной деятельности. Как вариант ими может быть рассмотрен переход к модели «организатор», которая позволила бы, при соответствующем распределении деятельности по разработке, производству и реализации фармацевтических и парафармацевтических препаратов, добиться в данной области значительных результатов. На данный момент основным препятствием к применению данной модели выступает недостаточный уровень доверия между компаниями, основанный на желании защитить свою интеллектуальную собственность.

К «лицензиарам» на территории Алтайского края относятся преимущественно малые инновационные предприятия, которые занимаются преобразованием идей университетов в коммерческий результат при отсутствии достаточных средств на коммерциализацию,

например, ООО «СХМ», занимающееся научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельностью, связанной с разработкой машин и оборудования сельскохозяйственного назначения, ООО «Формат», разрабатывающее фильера для производства макаронных изделий и другие. В то же время в силу ряда факторов, ограничивающих возможности применения данной модели, часть компаний не имеет возможности использовать данную модель и реализует инновационные проекты самостоятельно.

Таким образом, все рассмотренные модели обладают характерными особенностями, которые в определенных условиях могут превратиться как в преимущества, так и в недостатки. На сегодняшний день, решающим фактором при выборе модели служит необходимость защиты интеллектуальных прав собственности и отсутствие доверия к другим компаниям. Расширение партнерских отношений, использование всего спектра юридических инструментов защиты прав интеллектуальной собственности – вот то, что может послужить основанием для получения предприятиями серьезных конкурентных преимуществ.

#### Список литературы

1. Антропов, М. С. Современные инновационные стратегии и бизнес-модели компаний [Электронный ресурс] / М. С. Антропов, В. Г. Белолипецкий, И. И. Коростылева // Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Электронные текстовые данные. - Москва, 2012. – Режим доступа: [http://www.msu.ru/projects/amv/doc/h6\\_1\\_6\\_1\\_nom4\\_2.pdf](http://www.msu.ru/projects/amv/doc/h6_1_6_1_nom4_2.pdf). – Заглавие с экрана.
2. Инновационная инфраструктура [Электронный ресурс]// Инновации в России. – Электронные текстовые данные. - Москва, [2013]. – Режим доступа: <http://innovation.gov.ru/page/383> – Заглавие с экрана.
3. Маркова, В. Д. К разработке программы долгосрочного социально-экономического развития России. Проблемы перехода к инновационной экономике [Текст]/ В. Д. Маркова // Проблемы современной экономики. – 2010. – №2 (34) – С. 71-75.

#### БИЗНЕС-АНГЕЛЬСКОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ

Залетова М.Ю. – студент ФК-01, Книга А.С. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Термин «бизнес-ангел» пришёл из американского шоу-бизнеса. «Ангелами» называли спонсоров, которые финансировали проект на безвозвратной основе. Но в сфере инвестиций бизнес-ангел не является благотворителем, а наоборот, как инвестор вкладывает средства в проект с целью получения прибыли. Таким образом, бизнес-ангел это инвестор – физическое или юридическое лицо, которое инвестирует средства в высокорисковые, обычно инновационные проекты ранних стадий развития. В обмен на финансирование бизнес-ангел получает определённую долю в компании (30%-50%). Главной целью бизнес-ангелов является получение прибыли на «выходе». Это означает, что примерно через 3-7 лет он продаст свою долю за цену намного дороже предыдущему вложению. Бизнес-ангельское инвестирование можно выделить в отдельный сегмент инвестирования в инновации, отличающийся по некоторым параметрам от венчурного инвестирования. Главное отличие состоит в том, что бизнес-ангелы рискуют лишь своим капиталом и они абсолютно свободны в своих действиях, а для венчурного фонда существуют формальные требования на прибыльность и риск проектов, которые управляющие компании вынуждены выполнять для привлечения капиталов широкого круга инвесторов: банков, крупных корпораций, пенсионных и страховых фондов. Бизнес-ангелы принимают участие на самой ранней стадии («посевной»), когда проект требует небольших инвестиций, а венчурные фонды берут «старт-апы», когда существует бизнес и продукт. Средняя доходность выигрышных бизнес-

ангельских проектов составляет 80-100%, а венчурных 50-70%. Обычно бизнес-ангелы это обеспеченные люди, бизнесмены или топ-менеджеры крупных корпораций. Примером получения бизнес-ангелом сверх прибыли в России стала поисковая система "Апорт". В 1998 г. систему "Апорт" приобрел за 45 тысяч долларов израильский бизнес-ангел Дж. Авчук, в дальнейшем пакет его акций компания GoldenTelecom купила за 25 млн долл.

В настоящее время в России сектор бизнес-ангелов только формируется. Главной проблемой бизнес-ангельского развития в России является наличие более привлекательных объектов для вложения, которые быстрее становятся более доходными и также проще осуществлять вложения, чем финансировать в инновационные компании. К таким объектам относятся недвижимость, акции сырьевых компаний, потребительского и финансового сектора. В 2007 году по инициативе Российской ассоциации прямого и венчурного инвестирования (РАВИ) и Торгово-промышленной палаты РФ было создано Национальное содружество бизнес-ангелов России (НСБАР). Содружество выполняет функции как бизнес-ангельского объединения, так и представительного органа бизнес-ангельского движения России [3].

Одной из наиболее серьезных проблем бизнес-ангельского инвестирования является недостаток информации заинтересованных сторон друг о друге и недоверие друг к другу. Бизнес-ангелы нуждаются в доступе к хорошим проектам, а предприниматели – к бизнес-ангелам, способным их проекты проинвестировать [2]. Для того чтобы частный инвестор заинтересовался проектом, требуется проработанный, детальный бизнес-план, который должен содержать информацию о годовом рынке, темпах его роста, о необходимых инвестициях, конкурентах и их преимуществах, долях инвестора в компании, запланированном возврате инвестиций, управляющей команде проекта. В результате, многие идеи остаются нереализованными, так как у их разработчиков, с одной стороны, недостаточно предпринимательского опыта для составления грамотного бизнес-плана и, с другой стороны, нет намерения уступать бизнес-ангелу менеджерские позиции. Рост уровня бизнес-ангельских инвестиций замедляется из-за недоверия, малой информированности. Инноваторы не склонны рассказывать, что у них происходит, ни другим бизнес-ангелам, ни представителям инвестиционных фондов. Выбор проекта происходит на основе личных предпочтений инвестора и в зависимости от того, насколько он компетентен в условиях работы на том или ином рынке. Подавляющему числу бизнес-ангелов было бы интересно взаимодействовать с неким «промежуточным звеном» между инвестором и финансируемой им компанией – с субъектами, которым они доверяют и которые взяли бы на себя повседневную работу с проектом, оставляя за бизнес-ангелом стратегическое влияние. Но сегодня квалифицированных менеджеров, способных создавать по-настоящему прибыльные коммерческие модели, у нас в стране не хватает [1].

Эффективное решение проблемы недостатка информации – учреждение сети или ассоциаций бизнес-ангелов. Это посреднические организации, которые осуществляют поиск коммерческих проектов и проводят их предварительную экспертизу и отбор, помогают начинающим предпринимателям их доработать, а потом подыскивают им частного инвестора. Они также организуют презентации проектов, проведение переговоров между инвесторами и предпринимателями. Сети и ассоциации помогут предпринимателям представить свои проекты сразу большому числу ангелов, а инвесторам изучить значительное число проектов, сохраняя при этом анонимность до тех пор, пока они не будут готовы к переговорам с конкретными предпринимателями. Сети бизнес-ангелов широко распространены в США и Великобритании и в большинстве стран Европы [2].

В данной статье я ссылаюсь на ежегодные исследования рынка ангельских инвестиций. О развитии движения бизнес-ангелов в России свидетельствует тот факт, что в последние годы в стране стали активно создаваться сети бизнес-ангелов. Например, успешно работают Московская сеть бизнес-ангелов ([www.business-angels.ru](http://www.business-angels.ru)), Национальная сеть бизнес-ангелов «Частный капитал» ([www.private-capital.ru](http://www.private-capital.ru)). Количество таких сетей в России за последний год выросло в три раза. В то же время исследования ключевых трендов на рынке инвестиций

ранней стадии в 2012 году показали, что российские ассоциации бизнес-ангелов пока не смогли найти наиболее эффективную модель работы: собственную роль на рынке инвестиций, видение перспектив дальнейшего развития. По результатам исследования по сравнению с предыдущим 2012 годом, в 2013 году активность ассоциаций увеличилась по ряду направлений. Средний размер инвестиций бизнес-ангелов на одну сделку составил 232 тыс.долл. Увеличился суммарный объем сделок. По данным опрошенных ассоциаций в 2013 году составил 928 тыс. долл., что на 63% больше, чем в 2012 году. Отмечена высокая востребованность презентационных сессий, организуемых ассоциациями бизнес-ангелов. За последний год активность бизнес-ангелов возросла. В 2013 году увеличилось как среднее количество компаний, в которые вложил свои средства опрошенный бизнес-ангел (+65%), а так же объемы инвестиций (+70%). В результате данных тенденций средний объем инвестиций опрошенных бизнес-ангелов по сравнению с 2012 годом увеличился на 65% и превысил 265 тыс. долл. Общая сумма инвестиций в проекты ранней стадии с участием российских бизнес-ангелов за 2013 год составила 116,575 млн. долл., что почти в 4,5 раза больше, чем в 2012 году. Всего за 2013 год было профинансировано 96 проектов, из них 4 на сумму 10 млн. долл. и более. Количество проектов, финансируемых бизнес-ангелами выросло в 2,7 раза по сравнению с предыдущим 2012 годом [4].

Можно сделать вывод о том, что активность бизнес-ангелов возрастает. Значимую роль в этом сыграли действия ассоциаций бизнес-ангелов. Для увеличения их активности необходима организация мероприятий между участниками рынка, повышение информированности о методах работы успешных бизнес-ангелов.

#### Список литературы

1 Бизнес-ангелы как источник финансирования проектов – Электрон. текст. дан. 2012. – режим доступа: [http://novybusiness.ru/articles\\_26.html/](http://novybusiness.ru/articles_26.html/) Загл. с экрана.

2 Авдеев К.К. Чем сети бизнес – ангелов будут полезны венчурной отрасли/ К.К. Авдеев// Современные проблемы науки и образования. – 2011. - №6. – С. 57-58

3 Бизнес – ангельское инвестирование – перспективный источник получения высоких доходов – Электрон. текст. дан. 2007. – режим доступа: <http://www.rcb.ru/rcb/2007-02/8125/> Загл. с экрана.

4 Ежегодное исследование рынка ангельских инвестиций: результаты, динамика и новые вызовы – 2013.

#### ОСОБЕННОСТИ НОВОЙ МОДЕЛИ ГОСПОДДРЖКИ СЕЛЬТСКОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В ВТО

Низамутдинова М. Р. - студент, группа 2111. Тихомирова Ю.А. - к.э.н., доцент  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ  
Алтайский филиал

К числу важнейших аспектов вхождения России в ВТО относятся вопросы влияния данного процесса на аграрный сектор экономики страны, а также происходящих в этой связи изменений в способах и механизме господдержки сельского хозяйства.

Как известно, в рамках ВТО вопросы сельского хозяйства рассматриваются в двух соглашениях: Соглашении по сельскому хозяйству и Соглашении по субсидиям и компенсационным мерам.

Соглашение по сельскому хозяйству, в первую очередь, регулирует предоставление мер, направленных на поддержку сельского хозяйства. Сами меры мер такой поддержки в соответствии с классификацией Соглашения по сельскому хозяйству ВТО подразделяются на три основных блока: первый – это внутренняя поддержка, второй - доступ на рынок; третий - экспортные субсидии.

В свою очередь, внутренняя поддержка в рамках ВТО классифицируется по трем основным типам, называемым корзинами, с присвоением им разных цветов: зеленого, желтого и голубого. Основной принцип распределения мер по корзинам – это то, оказывают ли меры искажающее воздействие на торговлю, либо не оказывают.

«Зеленая корзина» – это те меры поддержки, которые не оказывают искажающего влияния на торговлю, и могут применяться без ограничений. Это так называемая разрешенная поддержка. В качестве примера можно привести меры, направленные на поддержание и создание инфраструктуры, на компенсацию потерь в случае каких-то стихийных бедствий, на страхование доходов сельхозпроизводителей, на поддержку сельскохозяйственной науки и образования и т.д.

Меры «желтой корзины» стимулируют производство и торговлю посредством ценовой поддержки, субсидирования процентных ставок по кредитам, компенсаций затрат на ГСМ, электричество и т.д. Такие меры ограничены в объемах и должны сокращаться. Обязательства по объемам желтой корзины фиксируются для каждого члена ВТО в виде агрегированных мер поддержки (далее – АМП).

Третья, «голубая корзина» включает меры для ограничения производства с целью повышения цен на рынке до выгодных производителям. Такие меры, в основном, используются в Европейском союзе. В России в настоящее время подобные меры не применяются.

Следует подчеркнуть, что для сложившейся к настоящему времени в России системы регулирования АПК характерно преобладание именно тех форм и методов, применение которых ограничивается или запрещается правилами ВТО. Речь идет о «желтой корзине». Что касается «зеленой корзины», то она также существовала до вступления России в ВТО, но в весьма ограниченном масштабе.

В результате переговоров по сельскому хозяйству Россия в рамках ВТО приняла обязательства по максимальному размеру агрегированных мер поддержки («желтая корзина») на уровне 9 млрд. долл. США на период до 2013 г. с дальнейшим поэтапным его снижением до фиксированного (связанного) уровня в 4,4 млрд. долл. США к началу 2018 года.

В этой связи заметим, что уровень поддержки, предусмотренный обязательствами на 2018 год, соответствует среднему уровню субсидирования российского сельского хозяйства в 2006-2008 гг. Другими словами, хотя Россия и взяла на себя обязательства в 2 раза снизить общий размер субсидий сельхозпредприятиям, фактически разрешенная поддержка отрасли не должна уменьшиться. Впервые годы переходного адаптационного периода она может даже увеличиться. Следовательно, с позиции объемов прямой государственной поддержки каких-либо оснований говорить об ущемлении российского аграрного сектора со стороны ВТО в среднесрочной перспективе, нет.

Само же требование жесткой фиксации для каждой страны-члена ВТО объемов «желтой корзины», как нам представляется, может и должно позитивно отразиться на дальнейшей судьбе российского аграрного сектора. Введение лимитирования по АМП обуславливает в первую очередь необходимость смены приоритетов в реальных инструментах господдержки сельского хозяйства, в частности, о переориентации аграрной политики государства в пользу использования мер «зеленой корзины».

Именно на меры «зеленой корзины» делают сегодня основной упор развитые страны. В настоящее время фермеры Евросоюза и США получают в рамках данной корзины до 90% от общего объема внутренней поддержки отрасли.

Таким образом, в современных условиях огромное значение приобретает способность российского правительства выделить наиболее эффективные меры поддержки, которые позволят АПК лучше реагировать на сигналы рынка, максимизируют темпы роста сельхозпроизводства и минимизируют искажения рыночных индикаторов. Очевидно, что для решения указанных задач более всего подходят меры «зеленой корзины». На их максимальное использование нацелена, в частности, принятая правительством России



Государственная программа «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы» (далее Госпрограмма) [2].

Согласно Госпрограмме в период с 2013 по 2020 годы из федерального бюджета РФ на нужды Агропрома поступит более 1,5 триллиона рублей, т.е. по 190 млрд. в год, что эквивалентно 6,3 млрд. долларов. Плюс к этой сумме еще 770 млрд. рублей должны выделить регионы в порядке софинансирования. При этом в рамках Госпрограммы планируется увеличение доли господдержки в формате «зеленой корзины». Так, к 2020 г. ее удельный вес в общем объеме господдержки должен вырасти до 57,4% против 47,3% в 2013г. Следует также отметить, что Госпрограмма содержит ряд новаций по сравнению с программой поддержки сельского хозяйства, завершившейся в 2012 году. Так, в соответствии с Госпрограммой часть действующих прямых мер по поддержке растениеводства трансформируется в субсидии на поддержку доходности на 1 га пашни. Свои правила выдачи субсидий приняты и для производителей молока: поддержка по молоку будет производиться в расчете на один литр произведенного молока соответствующего качества. Все это потребует от крестьян больше внимания уделять вопросам качества и доходности.

Кроме того, в целях адаптации сельского хозяйства к условиям членства России в ВТО в настоящее время разработан и подписан Президентом РФ Федеральный закон №236-ФЗ «О внесении изменений в статью 7 Федерального закона «О развитии сельского хозяйства», предусматривающий еще одно новое направление господдержки производства сельскохозяйственной продукции и устойчивого развития сельских территорий. Речь идет о поддержке сельскохозяйственных товаропроизводителей, осуществляющих деятельность в неблагоприятных для ведения сельского хозяйства регионах [1]. Дело в том, что согласно правилам ВТО, правительство имеет право оказывать неограниченную поддержку регионам, признанным неблагоприятными для ведения сельского хозяйства, - эти меры относятся к «зеленой корзине» и потому не подлежат сокращению.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что соотношение издержек и выгод от членства России в ВТО во многом будет зависеть от того, насколько грамотно государство будет использовать те преимущества, которые дает ему это членство. Применительно к сельскому хозяйству речь должна идти о переориентации государственного субсидирования в направлении максимального задействования мер «зеленой корзины». При соблюдении данного условия процесс присоединения России к ВТО может стать катализатором инновационных процессов, способных обеспечить высокую конкурентоспособность и эффективность сельскохозяйственного производства.

#### Список литературы

1. Внесены изменения в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» [Электронный ресурс] URL: <http://www.mcx.ru/news/news/show/14146.355.html> (дата обращения: 29.10.2013).

2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг. [Электронный ресурс]. URL: <http://mcx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm>

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Миланенко Е.В. - студент группы 2121, Фасенко Т.Е. - к.э.н., доцент  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте  
РФ Алтайский филиал

Финансово-экономический кризис обострил весь спектр проблем российской экономики, в том числе недостаточный уровень профессионализма и компетентности кадров, необходимые для деятельности в условиях инновационной экономики. В частности, это относится к кадрам предпринимателей, прежде всего потому, что в их составе мало молодёжи, обладающей большим инновационным потенциалом.

Одна из последних тенденций современной экономики – развитие молодёжного предпринимательства. Молодёжь – активная часть общества, способная с наибольшей отдачей участвовать в жизни страны и края, помимо этого, молодёжь – это та часть населения, которая с лёгкостью воспринимает всё новое и в большей степени готова брать на себя риски.

Предпринимательство для способной, социально ориентированной молодёжи - база для реализации деловой активности, основа для формирования и расширения среднего, уверенно «стоящего на ногах», класса, а значит, для устойчивого развития в стране массового социально и экономически здорового слоя, заинтересованного в стабильности общества и развитии демократических основ.

Малый и средний бизнес способен обеспечивать быструю генерацию новых рабочих мест, высокую эффективность капиталовложений и, как следствие, увеличивать налоговые поступления в бюджеты всех уровней.

В связи с этим, формирование экономического мышления, выявление и развитие способностей к предпринимательской деятельности особенно актуально для молодых людей, и, прежде всего, выпускников средних и высших учебных заведений, которые стоят перед выбором своего личного и профессионального пути.

Ведь именно молодёжное предпринимательство является стратегическим ресурсом и основной движущей силой малого и среднего бизнеса, в том числе инновационного, и играет главную роль в решении социально-экономических проблем.

Исследования российского предпринимательства показывают, что молодёжное предпринимательство имеет ряд проблем:

- ежегодный отток активной молодёжи из России в возрасте от 20 до 24 лет;
- отсутствие федеральной законодательной базы, регулирующей молодёжное предпринимательство;
- слабо развита система государственной поддержки молодёжного предпринимательства, включая финансовые элементы;
- неэффективная работа инфраструктуры поддержки и развития молодёжного предпринимательства;
- слабая информационная поддержка молодёжного предпринимательства;
- сильное налоговое бремя;
- недостаточный уровень защиты интеллектуальной собственности;
- отсутствие знаний основ предпринимательства и отсутствие института менторства в бизнес-среде.

Согласно Стратегии развития молодёжи Российской Федерации на период до 2025 года создание условий, стимулирующих молодёжь к созданию собственного дела, является неотъемлемой частью социально-экономической системы и модернизации страны, и обеспечивает[3]:

- стабильность рыночных отношений, т.к. значительная часть населения втягивается в эту систему отношений;

- быструю адаптацию и необходимую мобильность в условиях рынка, создают глубокую специализацию и разветвлённую кооперацию производства, без которых немислима его высокая эффективность;
- гибкость управления и оперативность в выполнении принимаемых решений;
- создание новых и относительно недорогих рабочих мест;
- гибкость внутренних коммуникаций, а также возможность молодого человека реализовать свои идеи, проявить свои способности, высокий уровень мотивации;
- более низкую потребность в первоначальном капитале и способствует быстро вносить в продукцию, технологию процесса производства в ответ на требования рынков (региональных и местных);
- более высокую оборачиваемость собственного капитала.

Существует еще один фактор, который делает активность малых предприятий особенно актуальной. Современные рыночные процессы характеризуются высокой степенью сегментации. Эпоха массовых рынков безвозвратно уходит. Сегодня разнообразие и изменчивость потребительских предпочтений становятся факторами, определяющими тенденции в бизнесе. Возникают рынки новых товаров и услуг, емкость которых весьма незначительна.[1,2]

Малые предприятия, создаваемые молодыми людьми, способны особенно быстро реагировать на потребительские запросы, осваивая выпуск мелкосерийной, уникальной продукции или специфических услуг для отдельных рыночных сегментов.

Актуальность проблемы развития молодёжного предпринимательства осознаётся во многих регионах, в том числе и в Алтайском крае, как в регионе, обладающем значительным потенциалом, но ещё вполне не реализованным. Свидетельством злободневности темы молодёжного предпринимательства и его государственной поддержки является наличие федеральных и региональных программ. В частности, в Алтайском крае проводятся и реализуются различного рода программы по развитию молодёжного предпринимательства:

Наиболее важная программа, проводимая в нашем регионе – это программа «О государственной поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае 2011-2013 гг.»[4]. Источники финансирования программы приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Источники финансирования программы государственной поддержки и развития малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае

Источник финансирования	2011 (тыс. руб.)	2012 (тыс. руб.)	2013 (тыс. руб.)	Итого (за 3 года) (тыс. руб.)
Краевой бюджет	61619	100660	100559	262838
Федеральный бюджет	152400	318400	320000	790800
Итого	214019	419060	420559	1050138

Отдельной статьёй расходов в программе значится «Содействие развитию молодёжного предпринимательства». Источники финансирования представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Источники финансирования расходов по статье «Содействие развитию молодёжного предпринимательства»

Источник финансирования	2011 (тыс. руб.)	2012 (тыс. руб.)	2013 (тыс. руб.)	Итого (за 3 года) (тыс. руб.)
Краевой бюджет	8700	8700	8700	26100
Федеральный бюджет	34800	34800	34800	104400
Итого	43500	43500	43500	130500

Как видно, средства, выделяемые на развитие молодёжного предпринимательства в нашем регионе, довольно значительные. И данная программа помогает современной молодёжи в том, чтобы создать первичный капитал для того, чтобы начать свой бизнес. Ведь не каждая идея, не каждый бизнес-план может найти свою поддержку у частных инвесторов а кто если не государство поможет осуществить и воплотить идеи, бизнес-планы в реальность. К тому же данная программа частично помогает в том, чтобы молодые люди оставались в селе, а не ехали в город, как говорится «где родился там и пригодился». В связи со спецификой нашего региона именно в сёлах находит своё отражение аграрный бизнес и сельский туризм и ремесла.

За счёт средств выделенных на содействие развитию молодёжного предпринимательства финансировались такие мероприятия как *международный молодёжный управленческий форум «АТР»*, *всероссийский слет сельской молодёжи*, *«Ты-предприниматель»*. Главным плюсом данных мероприятий можно назвать то, что они помогают получить необходимые знания и навыки как правильно подойти к созданию собственного бизнеса, как получить и эффективно использовать ресурсы бюджетной поддержки.

Ещё не менее значимой является предоставления управлением Алтайского края по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры государственной услуги «Предоставление начинающим субъектам малого предпринимательства целевых грантов (на создание собственного бизнеса)» - грант в размере не превышающим 300 тыс. рублей. Это федеральный проект по стимулированию молодёжного, в том числе и инновационного, предпринимательства в Алтайском крае в 2011-2012 гг. При реализации проекта используются средства гранта Фонда подготовки кадрового резерва «Государственный клуб».

За период с 2011-2013 гг. управлением в рамках реализации программ государственная финансовая поддержка оказана более 600 начинающих субъектов малого предпринимательства, которые получили гранты на создание собственного бизнеса, из них примерно половина осуществляют деятельность в сельских территориях края.

В итоге можно выявить следующие направления (выводы) в работе по развитию молодёжного предпринимательства в Алтайском крае:

- формирование и продвижение позитивного образа предпринимателя, популяризация предпринимательской деятельности как эффективной жизненной позиции;
- массовое вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность, отбор молодых людей, имеющих способности к занятию предпринимательской деятельностью;
- реализация программ специализированного обучения и развития профессионально значимых качеств предпринимателя;
- помощь в регистрации предприятия и организации собственного дела, поддержка и сопровождение молодых предпринимателей.

#### Список литературы

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]: Документ опубликован не был . Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

2. Концепция Стратегии развития молодёжного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.ccitula.ru/userfiles/file/MSB/проект\\_20\\_05\\_2012.doc](http://www.ccitula.ru/userfiles/file/MSB/проект_20_05_2012.doc)

3. Стратегия развития молодежи Российской Федерации на период до 2025 года.[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vmo.rgub.ru/files/project-937-2.pdf>

4. Долгосрочная целевая программа "О государственной поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае" на 2011-2013 годы". [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.i-regions.org/upload/1.%20PostAK\\_2010\\_11\\_13\\_511.PDF](http://www.i-regions.org/upload/1.%20PostAK_2010_11_13_511.PDF)

## РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РЕАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ С УЧАСТИЕМ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Шишкина С.И. – студент группы 8мбм-31, Книга А.С. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время для решения задач устойчивого социально-экономического развития территорий, повышения инновационной и предпринимательской активности, развития инфраструктуры городского хозяйства необходимо активное взаимодействие частного сектора и государства. Одним из новых подходов организации такой взаимосвязи является государственно-частное партнерство (ГЧП).

В вопросе определения «государственно-частного партнерства» экономисты выдвигают противоречивые трактовки природы и целей функционирования ГЧП. Так, ряд экономистов под государственно-частным партнерством понимают особую форму приватизации, в соответствии с которой возрастает участие частных компаний в финансировании, проектировании, строительстве, владении и эксплуатации государственных предприятий. Другие эксперты утверждают, что партнерства создаются и действуют на границе государственного и частного секторов хозяйства, не являясь вместе с тем ни национализированными, ни приватизированными.

В.Г. Варнавский в своем исследовании государственно-частного партнерства отмечает, что ГЧП - это полуприватизационная форма, т.е. государство, передавая права владения распоряжения объектами инфраструктуры частному сектору, остается собственником этих объектов. В таком определении, автор акцентировал внимание на том, что государство в одностороннем порядке выполняет свои основополагающие функции жизнеобеспечения населения и предприятия, остается ответственным перед обществом за функционирование инфраструктур. Так, понимание сути ГЧП неоднозначно и противоречиво [1].

В рамках данной статьи будем рассматривать ГЧП как форму привлечения внебюджетных инвестиций в развитие различных партнерств бизнеса, государства и банков, способное обеспечить снижение нагрузки на бюджет за счет привлечения частных средств и переложения части затрат на пользователей.

Механизм государственно-частного партнерства содержит ряд преимуществ, как для государственного сектора (публичного партнера), так и для бизнеса (частного партнера), а именно: повышение доступности, улучшение качества работ и услуг; развитие частной инициативы; применение новейших технологий; снижение коррупции; создание гибких (компромиссных) моделей реализации проектов. Для органов власти целью применения ГЧП является создание эффективной системы производства общественных благ/услуг, а не традиционное финансирование инвестиционных потребностей. А частный сектор, в свою очередь, получает доходный долгосрочный бизнес [2].

Содержание и цели ГЧП обусловили следующие отраслевые направления его применения: транспорт (автодороги, железные дороги, аэропорты, порты, трубопроводный транспорт), социальная инфраструктура (здравоохранение, образование, развлечение, туризм), ЖКХ (водоснабжение, электроснабжение, очистка воды, газоснабжение) [4].

В настоящее время нет единой формы реализации государственно-частного партнерства. К нормативной базе, устанавливающей формы реализации ГЧП в России, следует отнести: Федеральный закон № 115-ФЗ от 21.07.2005 «О концессионных соглашениях»; Постановления Правительства РФ, устанавливающие типовые формы концессионных соглашений в отношении объектов по отраслям: объектов железнодорожного транспорта, автомобильных дорог и инженерных сооружений транспортной инфраструктуры, морских и речных судов; морских и речных портов; метрополитена и другого транспорта общего пользования, и других объектов; проект ФЗ «Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации», а также региональные законы развития государственно-частного партнерства. На основе изученных правовых источников принято выделять следующие договорно-правовые формы ГЧП:

- концессионные соглашения в соответствии с законом о концессиях;
- соглашения о государственно-частном партнерстве в рамках законодательства о ГЧП;
- неконцессионные договорные формы, предусмотренные ГК РФ, с учетом обязательных норм применимого федерального законодательства [2].

Особыми участниками проектов ГЧП являются субъекты, осуществляющие его финансирование: кредиторы – коммерческие банки, банки развития, различные финансовые организации, и стратегические инвесторы – непосредственные участники предприятий или финансовые институты.

Основная задача участия банков в проектах государственно-частного партнерства – кредитование деятельности субъектов ГЧП реального сектора экономики. Участие коммерческих банков в ГЧП подразумевает, что они будут проводниками как государственных средств в инвестиционные проекты, так и собственных вложений. Однако в настоящее время участие коммерческих банков в государственно-частном партнерстве проходит преимущественно в форме вливания государственных средств для поддержки ликвидности кредитных организаций. Государственно-частное партнерство является привлекательным и для кредитных организаций: повышает уверенность банка в успешной реализации проекта за счет положительного отношения проекта администраций регионов в отношении проекта. Государственные гарантии являются дополнительным плюсом для кредитных организаций.

Способы участия коммерческих банков в реализации проектов ГЧП можно разделить следующим образом: банк может осуществлять роль посредника, в форме кредитования частного партнера для реализации проектов, а также банк может выступать непосредственно прямым инициатором проекта с участием публичного партнера. Так, примером прямого участия коммерческих банков в реализации проектов ГЧП может являться участие коммерческого банка в реализации федеральной целевой программы «Накопительная ипотека», принятая в Краснодарском крае РФ 29 июля 2011. В роли публичного партнера в программе выступила Администрация Краснодарского края, в роли частного партнера – прошедший конкурс «ОАО Сбербанк», предложивший наименьшую ипотечную ставку. Проект является пилотным на территории России. Суть проекта заключается в накоплении в течение нескольких лет (от 3 до 5) ежемесячно от 3 до 10 тысяч рублей. На сумму накоплений государство начисляет социальную выплату в размере 30% от суммы внесенных денег. Далее, накопив сумму на первоначальный взнос, гражданин может оформить в «Сбербанке России» льготный ипотечный кредит без залога с процентной ставкой 6% годовых [2].

Другой способ участия коммерческих банков при реализации государственно-частного партнерства заключается в опосредованном участии, например, его участие в качестве кредитора субъектов ГЧП. Примером проекта государственно-частного партнерства, где банк осуществляет посредническую функцию, выступая в роли кредитора, является проект строительства платной дороги Москва – Санкт-Петербург, где размер кредитной линии составил около 30 млрд. руб.

Однако способы участия коммерческих банков в проектах ГЧП не ограничиваются приведенными примерами. Так, в таблице 1 приведен расширенный перечень способов участия коммерческих банков в проектах ГЧП.

Таблица 1 - Способы участия банков в реализации проектов ГЧП

Направления участия банков в проектах ГЧП	Операции банков
Посреднические услуги – осуществление расчетов между участниками проектов	Расчетно-кассовые операции
Кредитование участников проекта	Кредитные операции
Участие в размещении ценных бумаг участников проекта	Инвестиционные банковские услуги. Организатор эмиссии ценных бумаг

Инвестиции в ценные бумаги участников проекта	Инвестиционные банковские услуги
Непосредственное участие банков в проекте	Проектное финансирование

Опорным институтом развития ГЧП в России стал банк развития – Государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)». Использование инструментов ГЧП стало одним из приоритетных направлений его деятельности. Внешэкономбанк сотрудничает с другими финансово-кредитными учреждениями с целью совместного финансирования инвестиционно-инновационных проектов как в форме кредитования и предоставления гарантий, так и инвестиций в капитал. Стоит отметить, что ВЭБ берет на финансирование только долгосрочные и крупные проекты, которые будут слишком болезненны для коммерческих банков. Во Внешэкономбанке создан Центр государственно-частного партнерства, задачей которого является подготовка проектов ГЧП [3].

Примером ГЧП с участием Внешэкономбанка может являться масштабный проект ГЧП в сфере социальной инфраструктуры России - проект строительства школы и детского сада в Ханты-Мансийском автономном округе.

Таким образом, государственно-частное партнерство можно характеризовать как важный альянс государства и бизнеса, целью которого является эффективная реализация общественно значимых проектов и программ в широком спектре – от экономики, инфраструктуры, науки и образования до здравоохранения и культуры, способных придать развитию России инновационные качества. Участие коммерческих банков в реализации проектов ГЧП является перспективным направлением развития. Такое участие не сводится только к осуществлению платежей и расчетов между партнерами ГЧП, банки мобилизуют свои финансовые ресурсы в основном в форме инвестиционного кредитования, либо участвуя в заимствованиях участников на рынке капитала.

#### Список литературы

- 1) Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство: теория и практика. - Институт государственного и муниципального управления Государственного университета – Высшей школы экономики. - М.: Высшая школа экономики, 2010. - 228с.
- 2) Портал «ГЧП в России» - Электронный ресурс - <http://www.pppinrussia.ru>
- 3) ГЧП как экономическая концепция. Доклад Центра ГЧП Внешэкономбанка России. Москва. – 2009.
- 4) The World Bank Group. Private Participation in infrastructure Projects Database (пер. с англ. автора), 2009 – Электронный ресурс: [http://ppi.worldbank.org/explore/ppi\\_exploreSector.aspx?sectorID=3](http://ppi.worldbank.org/explore/ppi_exploreSector.aspx?sectorID=3)

#### ИЗМЕНЕНИЯ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В СВЯЗИ С ВВЕДЕНИЕМ В ДЕЙСТВИЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА № 44

Паутова М. – студент ФК-02, Книга А.С. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Многие люди даже не задумываются о том, откуда берутся еда и медикаменты в больницах, из каких продуктов кормят детей в школах. На самом деле, в наше время, это происходит с помощью государственных закупок.

Проблема покупки товаров государственными субъектами существует много лет. Раньше данную проблему регулировал Федеральный Закон № 94, но с 01.01.2014 его заменил Федеральный Закон № 44. Данный закон внес некоторые изменения в жизни поставщиков, подрядчиков, заказчиков и исполнителей. [2]

Проанализировав законы, мы выявили отличия:

1) Внесены поправки в единую информационную систему: [3]

Были внесены поправки на официальный сайт Государственных закупок в сети Интернет. На сайте ([www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru)) будут размещаться не только заказы всех государственных органов (включая муниципалитеты), но и полная информация об их исполнении. Предполагается, что следить за ходом закупок через интернет сможет любой желающий.

В Алтайском крае существует свой портал государственных закупок Алтайского края [www.gzalt.ru](http://www.gzalt.ru).

2) Исправлены и внесены новые правила в обеспечении заявки и контракта. Вновь введенные ограничения, связанные с обязательным обеспечением заявок и контрактов, без сомнения, приведут к сокращению числа возможных поставщиков на российском рынке.

3) Внесены изменения в реестре банковских гарантий.

Банковская гарантия – письменное обязательство банка или других кредитных организаций по выплате денежной суммы по контракту, если заказчик предъявит такое требование в письменной форме.

Заключая государственный контракт, поставщик товаров и услуг должен предоставить подтверждение своей финансовой ответственности за взятые обязательства. Если такого подтверждения в течение трех дней после подписания не будет, то это может повлечь негативные последствия. Поэтому срок действия банковской гарантии, представленной в качестве обеспечения заявки должен составлять не менее чем два месяца с даты окончания срока подачи заявок.

4) Определены конкурентные способы определения поставщиков (подрядчиков и исполнителей). К ним относятся – открытый конкурс; конкурс с ограниченным участием; двухэтапный конкурс; закрытый конкурс; закрытый конкурс с ограниченным участием; закрытый двухэтапный конкурс.

Конкурс – способ определения поставщика, при котором победителем признается участник закупки, предложивший лучшие условия для исполнения контракта.

5) Введены антидемпинговые меры, а именно – установление обязанности участника размещения заказа при представлении заявки, содержащей предложение о цене контракта на 25 или более процентов ниже начальной (максимальной) цены контракта, представить расчет предлагаемой цены контракта и ее обоснование.

б) Приобрели особую важность и условия для участия закупок в Контрактной системе – активное участие в тендерах, квалификация участника, опыт работы, деловая репутация.

При изучении поставленной задачи был сделан вывод, что Законом предусмотрены существенные изменения правил осуществления госзакупок. Изменения затронули как деятельность государственных и муниципальных заказчиков по организации и проведению закупок, так и деятельность поставщиков и иных участников государственных закупок.

В дополнение к старым способам определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) Законом ввелись новые: конкурс с ограниченным участием, двухэтапный конкурс и запрос предложений.

Изменились правила определения начальной цены государственного контракта, правила оценки заявок на участие в государственных закупках, правила изменения и расторжения государственного контракта, правила надзора за деятельностью государственных и муниципальных заказчиков. Законом установлены особенности исполнения уже заключенных контрактов.

Главной проблемой является то, что, Федеральный закон № 44-ФЗ по существу не решает вопрос об обеспечении качества закупаемых товаров, работ и услуг. Именно этот вопрос в последние годы был основным в споре сторонников и противников расширения номенклатуры закупок с помощью электронных аукционов. Аргументы противников и сторонников электронных аукционов достаточно часто озвучивались в прессе и на профильных мероприятиях, поэтому не стану здесь на них останавливаться. Новый



закон видится неким компромиссом между двумя полярными точками зрения, не меняющим существующую ситуацию в принципе. [4]

В связи с переходом на новый федеральный закон усовершенствованная система госзакупок стала намного понятней и удобней в работе. Все эти изменения положительно сказывается на функционировании системы государственных закупок.

#### Список литературы

1. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд [Текст] : федеральный закон от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2005. – № 30, ч. 1. – Ст. 3105.

2. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд [Текст] : федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2013. – № 14. – Ст. 1652.

3. Светличная, Л. А. Сравнительная характеристика ФЗ № 44 и ФЗ № 94 / Л. А. Светличная // Единый центр консультаций по госзакупкам [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Ростов на Дону, 2010-2014. – Режим доступа: <http://ecgz.ru/sravnitelnaya-harakteristika-fz-44-fz-94.htm>. – Загл с экрана.

4. Семенихин, В. В. Государственный контракт на поставку товаров / В. В. Семенихин. – [Москва] : РОСБУХ, 2011. – С. 81-85. – Электрон. версия печ. публ. – Режим доступа: <http://zakon.znate.ru/download/docs-18933/18933.doc>. – Загл с экрана.