

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное агентство по делам молодежи
Министерство промышленности и торговли Свердловской области
Уральское отделение Российской академии наук
Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук
Международный союз экономистов
Международная академия наук высшей школы
Евразийский экономический клуб ученых
АНО «Большой Евразийский университетский комплекс»



Уральский государственный экономический университет

VII Евразийский экономический форум молодежи

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

Материалы
XIX Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов

(Екатеринбург, 27–28 апреля 2016 г.)

Часть 5

Направления: 13. Формирование и развитие финансовой и налоговой политики региона; 14. Банки, фондовый рынок и коллективные инвестиции на территории региона; 15. Современный потребительский рынок и сфера услуг региона

Екатеринбург
Издательство Уральского государственного
экономического университета
2016

УДК 332.1
ББК 65.04
К64

Ответственные за выпуск:

доктор экономических наук, профессор,
ректор Уральского государственного экономического университета
Я. П. Силин

доктор экономических наук, профессор, проректор по научной работе
Уральского государственного экономического университета
Е. Б. Дворядкина

К64 Конкурентоспособность территорий [Текст] : материалы XIX Всерос. экон. форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 27–28 апреля 2016 г.) / [отв. за вып. Я. П. Силин, Е. Б. Дворядкина] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – Ч. 5 : Направления: 13. Формирование и развитие финансовой и налоговой политики региона; 14. Банки, фондовый рынок и коллективные инвестиции на территории региона; 15. Современный потребительский рынок и сфера услуг региона – 295 с.

Рассматриваются проблемы, тенденции и перспективы развития финансовой и налоговой политики регионов Российской Федерации; исследуются особенности деятельности банков, специфика отечественного фондового рынка, коллективного инвестирования, состояние современного потребительского рынка и сферы услуг в регионах.

Для студентов, участвующих в научно-исследовательской работе, магистрантов и аспирантов.

УДК 332.1
ББК 65.04

© Авторы, указанные в содержании, 2016
© Уральский государственный
экономический университет, 2016

Направление 13. Формирование и развитие финансовой и налоговой политики региона

П. Х. Амиров

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Проблемы и пути совершенствования налогообложения банковской сферы

Налогообложение выступает одним из факторов, влияющих на финансовые потоки банка. При разработке налоговой стратегии государство должно учитывать этот фактор для обеспечения устойчивого функционирования банковского сектора. Банки и иные кредитные учреждения по объему налоговых платежей в бюджет являются одними из крупных налогоплательщиков.

Актуальность данной темы очень высока, поскольку решение данной проблемы значительно улучшит всю налоговую систему РФ. Налоговая реформа в России без опоры на банки не возможна, как и интеграция страны в мировое хозяйство.

Проблемы реформирования налогообложения коммерческих банков в Российской Федерации являются очень актуальными в связи с наличием определенных проблем в данной сфере. Налоговый Кодекс, несмотря на всю его прогрессивность, по сравнению с ранее действовавшим налоговым законодательством, способен лишь частично решить комплекс проблем, связанных с налогообложением коммерческих банков и стимулированием кредитования коммерческими банками реального сектора экономики.

Характерными проблемами налогообложения в банковской сфере являются:

- 1) обилие нормативных актов, часто противоречащих друг другу;
- 2) нестабильность налогового законодательства РФ;
- 3) запутанность терминологии; несогласованность с другими нормами, регулирующими деятельность кредитных организаций;
- 4) перегруженность сложной (не всегда понятной даже опытному бухгалтеру) учетной терминологией.

Настоящий период характеризуется процессами трансформации некоторых крупных банков в банки-банкроты, появлением на рынке банковских услуг новых крупных банков, вырастающих из числа средних банков, прекращением деятельности целого ряда средних и мел-

ких банков, особенно в регионах. Современная банковская система оказалась неустойчивой, а целый ряд ее основных элементов – неэффективны с точки зрения управления и достижения финансовых результатов. Государство не смогло найти в банковской системе достойной опоры ни в вопросах собираемости налогов непосредственно от банковской деятельности, ни в вопросах обеспечения банками своевременных налоговых перечислений предприятий-клиентов в бюджеты различных уровней¹.

Банковская система, созданная в начале 1990-х гг., для России была практически новым сектором экономики. Поэтому законодательная база, в том числе по налогообложению кредитных учреждений, была очень неустойчива и не подготовлена к тем условиям, при которых существовали банки. Кроме того, налоговое законодательство строилось на основе производственного сектора. С целью как можно быстрее наполнить бюджет деньгами налоговому законодательству в сфере кредитных учреждений было отдано очень мало места, поэтому нормальных налоговых платежей в бюджет от этого сектора экономики не поступало².

Анализ монографической и периодической литературы позволяет сделать вывод о том, что и в настоящее время налогообложению кредитных организаций уделяется довольно незначительное внимание, которое главным образом направлено на освещение существующего законодательства, нежели на анализ проблем и нахождение путей выхода из них³.

Особое положение банков в налоговой системе обусловлено тем, что во взаимоотношениях с налоговыми органами банки выступают в трех действующих лицах:

- 1) непосредственно как самостоятельные налогоплательщики;
- 2) как посредник между государством и налогоплательщиками, через которого осуществляют финансово-хозяйственные операции другие налогоплательщики (предприятия, организации, граждане) и который в силу указанного может предоставить налоговым органам специфические услуги, в том числе необходимую информацию для проверки правильности исчисления и своевременности уплаты налогов в бюджетную систему;
- 3) как налоговые агенты (в части исчисления, удержания налогов из денежных средств, выплачиваемых налогоплательщикам).

¹ *Налоговый* Кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ. С. 70.

² Там же. С. 71.

³ Там же. С. 71.

В налоговых правоотношениях банки занимают особое положение, поскольку они одновременно обладают статусом налогоплательщиков и агентов государства, посредством которых производятся обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды. Банки обладают специальным налогово-правовым статусом [3, с. 55].

С помощью государственного регулирования налогообложения кредитных организаций, проявления стимулирующей функции налогов можно достичь значительных успехов в уменьшении финансового дисбаланса и стабилизации экономики. В целях стимулирования кредитования банками реального сектора предлагается:

1) предоставить предприятиям право относить на себестоимость комиссии, уплачиваемые банкам за поддержание лимита овердрафта и кредитной линии;

2) расширить перечень льгот предприятиям и банкам, участвующим в лизинговых операциях;

3) расширить перечень видов обеспечения, учитываемого в целях формирования резерва на возможные потери по ссудам, на гарантии и поручительства первоклассных российских банков и предприятий;

4) вернуться к льготированию ставки по налогу на прибыль для банков, доля предоставленных кредитов приоритетным отраслям экономики (сельскому хозяйству, автомобилестроительной отрасли, электронике и т.д.) для которых превышает определенный предел в составе суммарных активов;

5) освободить от обложения проценты, полученные по кредитам, выданным приоритетным отраслям;

6) предоставить предприятиям возможность относить проценты по кредитам в полном объеме на себестоимость (как текущие, так и просроченные) [1].

Считается, что проблему совершенствования системы налогообложения нужно решать на всех трех уровнях власти: федеральном, региональном и местном. На федеральном уровне необходимо выявить цели и задачи налогового регулирования и их методы. Если данные методы, цели и задачи будут применены на региональном и местном уровне исходя из интересов субъекта, то, вполне вероятно, что можно будет выявить конкретные проблемы и недоработки налогового регулирования данных территорий и с учетом этого, можно будет разработать специальные налоговые программы: например, различные налоговые льготы, которые будут развивать и оптимизировать экономику данных территорий, также налоговые поступления в бюджетную систему.

Данное решение проблемы касается и налогообложения в области банковского сектора.

В качестве конкретных направлений совершенствования действующего механизма налогового регулирования банковского сектора экономики предлагается осуществить на федеральном уровне:

а) расширение прав банков по созданию резервных фондов за счет себестоимости. Это позволит банкам более активно проникать на еще не освоенные рынки России (а впоследствии и зарубежные – особенно рынки развивающихся стран), принимать участие в кредитовании реального сектора экономики. В качестве конкретного примера можно привести резерв, формируемый под прочие активы банка, который формируется за счет чистой прибыли банка. Данный порядок не соответствует международной практике. В связи с этим предлагается либо формализовать порядок его создания, либо ужесточить контроль, с одновременным предоставлением разрешения относить расходы по его созданию в категорию расходов, учитываемых для формирования налоговой базы по налогу на прибыль;

б) ввести единый порядок учета для целей налогообложения процентов по привлеченным средствам – проценты по займам (в том числе и субординационного, являющегося источником увеличения собственного капитала банка) аналогично процентам по кредитам и депозитам должны уменьшать налоговую базу по налогу на прибыль [2, с. 651].

Ни для кого не секрет, что российские банки обладают низкой капитализацией. ЦБ России решает данную проблему тем, что повышает требования к минимальному размеру собственных средств. Но все мы понимаем, что такой метод решения данной проблемы ведет всего лишь к тому, что малые и средние банки могут исчезнуть. Поэтому предлагается снизить, а, может даже не взимать налог на прибыль с прибыли, которая направляется на капитализацию банков, то есть данная процедура могла бы повысить собственный капитал банка, тем самым обеспечить устойчивость и стабильность банковской системы на региональном и местном уровне.

Анализ налогообложения коммерческих банков и других кредитных учреждений в России позволяет сделать следующие выводы.

1. Существует необходимость детального изучения правовых основ банковской деятельности и налогового права за рубежом.

2. Банковский сектор не должен иметь каких-либо льгот и привилегий по линии налогообложения, но в то же время налоговые программы и ставки должны варьироваться с учетом проблем, потребностей региональных банков, для которых можно было бы создать специальные налоговые программы, которые оптимизировали налоговые поступления в бюджетную систему, а также стимулировали бы региональные банки к хорошему результату в своей работе. От развития ре-

гиональных банков зависит развитие региона в экономическом плане, что позитивно сказывается на экономике страны в целом.

3. Принципиальное значение для кредитных организаций имеет адекватное определение доходов и расходов, формирующих налогооблагаемую базу по налогу на прибыль.

4. Для стабилизации налоговых поступлений в бюджетную систему от банковского сектора нужно расширение прав банков по созданию резервных фондов за счет себестоимости, что позволит банкам более активно продвигаться на еще не освоенные рынки банковских услуг.

Проблема налогообложения банков является актуальной, так как банки выступают крупнейшими налогоплательщиками. Для стабильных и полноценных налоговых поступлений в бюджетную систему страны от банковской сферы требуется создание оптимальных условий в процессе налогообложения, способствующих стимулированию данной отрасли. Предлагается детально изучить и проанализировать направления использования налоговых стимулов для банков, дающих возможность провоцирования их развития и наращивания капитала без ущерба для бюджетных поступлений.

Библиографический список

1. *Клюкович С. В.* Налогообложение коммерческих банков в российской налоговой системе // RRA ECONOMICUS. 2011. Т. 9 № 1. Ч. 2.

2. *Омарова О. Ф.* Механизм налогового регулирования банковской деятельности в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2014. № 12. Ч. 2.

3. *Тосунян Г. А.* Актуальные проблемы банковского и смежного законодательства. Вып. 1. М.: Олимп-Бизнес, 2011.

Научный руководитель *М. М. Шадурская*

М. Архипова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Финансы, валюта и налоги Великобритании

Фунт стерлингов, широко известен просто как фунт, является официальной валютой Соединенного Королевства, Джерси, Гернси, острова Мэн, Южной Георгии, Южных Сандвичевых островов, Британской антарктической территорий и Тристан-да-Кунья. Она разделяется на 100 пенсов. В разное время, фунт стерлингов был товарной единицей или банкнотой состоящей из серебра или золота, но в настоящий момент это ассигнации, использующиеся только в районах экономики.

Фунт стерлингов является старейшей валютой в мире, которая до сих пор используется и которая была в непрерывном использовании с момента ее создания.

Стерлинг является четвертой обменной валютой на валютном рынке, после доллара США, евро и японской иены. В качестве центрального банка Соединенного Королевства, который был делегирован на власть правительством, Банк Англии устанавливает денежную политику для британского фунта, контролируя количество денег в обращении. Он обладает монополией на выдачу банкнот в Англии и Уэльсе, а также регулирует количество банкнот, выпущенных в семи уполномоченных банках в Шотландии и Северной Ирландии.

Фунт и евро колеблются в пределах стоимости по отношению друг к другу, хотя могут быть корреляции между движением соответствующих обменных курсов с другими валютами, такими как доллар США. Идея замены фунта на евро была спорной в британской общественности, отчасти из-за того, что фунт символ британского суверенитета и, по мнению критиков, приведет к неоптимальным процентным ставкам, нанося вред экономике Великобритании.

Среди множества экономических рычагов, при помощи которых государство воздействует на рыночную экономику, важное место занимают налоги. В условиях рыночных отношений, и особенно в переходный к рынку период, налоговая система является одним из важнейших экономических регуляторов, основой финансово-кредитного механизма государственного регулирования экономики. Государство широко использует налоговую политику в качестве определенного регулятора воздействия на негативные явления рынка. Основой налогового законодательства Великобритании служат законодательные акты о подоходном налоге с населения и корпораций, о налоге на добавленную стоимость.

Обязанность по уплате подоходного налога распространяется на все население Соединенного Королевства. Однако существуют различные подходы к налогообложению резидентов и нерезидентов. Доходы резидента подлежат обложению независимо от источника их возникновения. Нерезидент уплачивает налоги в Великобритании лишь с доходов, полученных на территории этой страны.

В настоящее время в составе государственных финансов Великобритании выделяют бюджет центрального правительства (государственный бюджет), специальные внебюджетные фонды, финансы местных органов власти, финансы государственных корпораций.

Ведущим звеном финансовой системы Великобритании является государственный бюджет, который в соответствии с ее государственным устройством делится на собственно госбюджет и многочисленные

местные бюджеты. Причем последние не входят своими доходами и расходами в государственный бюджет. В Англии, как и в других странах, бюджет является главным экономическим законом государства, ежегодно представляемым на обсуждение правительством.

Научный руководитель *И. Б. Дроздова*

Н. О. Бубеницкова, Е. А. Николишина
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Финансовая устойчивость как фактор обеспечения экономической безопасности региона

В общей структуре экономической безопасности государства экономическая безопасность региона занимает ведущее место, прежде всего по масштабности, объему экономического потенциала, влиянию на другие уровни экономической безопасности.

При изучении финансовой безопасности региона рассмотрим основные понятия с разных точек зрения. Прежде всего, раскроем понятие безопасность.

Под безопасностью понимают состояние защищенности жизненно важных интересов личности – ее прав и свобод, общества – его материальных и духовных ценностей и государства – его конституционного строя, суверенитета и территориальной целостности¹.

Серьезным недостатком ФЗ «О безопасности» № 390-ФЗ от 28.12.2010 г. является отсутствие понятийного аппарата. В частности, в отличие от ФЗ «О безопасности» от 05.03.1992 г. № 2446-I и Модельного закона стран СНГ «О безопасности» от 15.10.1999 г., отсутствует определение термина «безопасность». Данный недостаток является особенно заметным в силу того, что другие страны СНГ включили в базовый закон определение безопасности (ст. 1 Закона Азербайджанской Республики от 29.06.2004 г. «О национальной безопасности», ст. 1 Закона Украины от 19.06.2003 г. «Об основах национальной безопасности Украины», ст. 1 Закона Республики Казахстан от 26.06.1998 г. (в ред. от 14.10.2005 г.) «О национальной безопасности Республики Казахстан» и др.) [1, с. 48–51].

¹ *О безопасности*: федер. закон РФ от 05.03.1992 г. № 2446-I-ФЗ. Доступ из СПС «Консультант Плюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

В толковом словаре русского языка под понятием безопасность понимается состояние, при котором не угрожает опасность, есть защита от опасности [2].

В учебнике по региональному управлению Е. Г. Анимица под регионом подразумевает относительно целостное пространственное (территориальное) образование, зачастую значительное по размерам, но не обязательно являющаяся таксономической единицей административно-территориального деления, внутри которого взаимодействуют природно-географические, экономические, социальные, этнодемографические, технологические, информационные и иные процессы, способствующие формированию однородной (целостной) по избранному ряду критериев – определителей территории и дающие импульс для ее саморазвития [3].

Согласно Указу Президента РФ от 03.06.1996 г. № 803 «Об основных положениях региональной политики в Российской Федерации»: «...под регионом понимается часть территории Российской Федерации, обладающая общностью природных, социально-экономических, национально-культурных и иных условий. Регион может совпадать с границами территории субъекта Российской Федерации либо объединять территории нескольких субъектов Российской Федерации...»¹.

Под экономической безопасностью региона понимается совокупность состояния, условий и факторов, которые характеризуют стабильность, устойчивость и возможность последовательного развития экономики региона в рамках его интеграции с экономикой страны [4, с. 383–397].

Важной составляющей экономической безопасности региона является финансовая безопасность региона.

Финансовая безопасность (англ. *financial security*) – понятие, включающее комплекс мер, методов и средств по защите экономических интересов государства на макроуровне, корпоративных структур, финансовой деятельности хозяйствующих субъектов на микроуровне [5].

Финансовая безопасность региона – финансовая самостоятельность (автономия), которая в первую очередь проявляется в осуществлении контроля над ресурсами региона и определяется возможностями наиболее полно использовать конкурентные преимущества региона.

При определении финансовой устойчивости бюджетов субъектов РФ применена балльная оценка, позволяющая с помощью матрицы произвести позиционирование состояния бюджета.

¹ Об основных положениях региональной политики в Российской Федерации: Указ Президента РФ от 03.06.1996 г. № 803. Доступ из СПС «Консультант Плюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

Сущность методики заключается в классификации степени финансовой устойчивости и безопасности бюджета (на основе приведенных индикаторов) на три уровня:

опасное финансовое состояние бюджета,

неустойчивое (небезопасное)

устойчивое (безопасное) финансовое состояние бюджета (см. таблицу).

Балльная оценка финансовой безопасности региона

Индикатор	Опасное финансовое состояние	Неустойчивое (небезопасное) финансовое состояние	Устойчивое (безопасное) финансовое состояние
Соответствие текущих расходов бюджета объему доходов бюджета	Превышение объема текущих расходов над доходами бюджета	–	Превышение объема доходов над текущими расходами бюджета
Сбалансированность бюджета – соответствие расходов доходам бюджета	Превышение расходов бюджета над доходами – дефицит бюджета >15% объема доходов бюджета	Превышение расходов бюджета над доходами – дефицит бюджета	Равенство расходов и доходов, профицит бюджета
Объем государственного долга	Превышение объема государственного долга над доходами бюджета без учета финансовой помощи из федерального бюджета	–	Превышение доходов бюджета (без учета финансовой помощи из федерального бюджета) над объемом государственного долга
Удельный вес собственных доходов в структуре доходов бюджета, %	Пороговое значение, определенное эмпирическим путем	От порогового значения до границы рассчитанного интервала	Выше верхней границы предыдущего интервала
Собственные доходы бюджета на душу населения, р.	Пороговое значение, определенное эмпирическим путем	От порогового значения до границы рассчитанного интервала	Выше верхней границы предыдущего интервала
Исполнение бюджета по доходам, %	Пороговое значение, определенное эмпирическим путем	От порогового значения до 100%	≥100%
Бюджетная обеспеченность на 1 жителя по расходам на социально-культурные мероприятия, р.	Пороговое значение, определенное эмпирическим путем	От порогового значения до границы рассчитанного интервала	Выше верхней границы предыдущего интервала

Окончание таблицы

Индикатор	Опасное финансовое состояние	Неустойчивое (небезопасное) финансовое состояние	Устойчивое (безопасное) финансовое состояние
Удельный вес расходов на социально-культурные мероприятия в структуре бюджета	Пороговое значение, определенное эмпирическим путем	От порогового значения до границы рассчитанного интервала (77%)	Выше верхней границы предыдущего интервала
	Показателю присваивается «-1»	Показателю присваивается «0»	Показателю присваивается «1»
Границы степени безопасности бюджета	Общая балльная оценка менее 0	Общая балльная оценка равна 0	Общая балльная оценка более 0

Примечание. Составлено авторами по: [6; 7, с. 133–137].

Так, опасный уровень финансового состояния бюджета характеризуется, например, низким уровнем собственных источников формирования бюджета, его несбалансированностью, неспособностью собрать на территории субъекта утвержденные доходы и незначительной долей социально значимых расходов в общей величине расходов.

Неустойчивое (небезопасное) финансовое состояние бюджета предполагает недостаточность собственных доходов для устойчивого развития и низкоэластичный рост расходов на социально-культурные мероприятия в зависимости от роста доходов, что вероятнее всего указывает на их недостаточность.

Устойчивое (безопасное) финансовое состояние характеризуется достаточной величиной собственных источников доходов, сбалансированностью бюджета, приоритетностью финансирования социально-культурной сферы [9].

Таким образом, финансовая безопасность является важной составляющей экономической безопасности региона. Также на финансовую безопасность влияет множество факторов, таких как внешнеэкономическая стабильность, принятие определенных мер органами власти и прочие, влияние которых можно оценить с помощью предложенной методики.

Библиографический список

1. Мансуров Г. З. Новый закон о безопасности и старые проблемы законодательства о безопасности // Управленец. 2011. № 1/2. С. 48–51.
2. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. URL: <http://www.ozhegov.org>.
3. Анимича Е. Г. Региональное управление: курс лекций. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та. 2010.

4. Новикова Н. В., Алексеева Ю. В. Экономическая безопасность городского муниципального образования: подходы к исследованию и оценке. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та. 2013. С. 383–397.

5. Грязнова А. Г. Финансово-кредитный энциклопедический словарь: М.: Финансы и статистика. 2002.

6. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ (с изм. и доп.). Доступ из СПС «Консультант Плюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

7. Паникин В. Е. Финансовая устойчивость и безопасность местных бюджетов // Вестник Волгоградского государственного университета. 2009. № 2.

Научный руководитель *Н. В. Новикова*

Е. В. Буслова, В. И. Дьячкова

Уральский государственный экономический университет

(Екатеринбург)

Проблемы онлайн-страхования в России

Стремительный рост компьютерных технологий и повсеместное внедрение Интернета в ближайшее время кардинально изменит традиционные методы и стиль работы страховщиков, систему взаимоотношений всех участников страхового рынка. Однако на сегодняшний день национальный страховой рынок России, к сожалению, недостаточно развит в области высоких технологий по сравнению с западными странами.

Термин, о котором пойдет речь в статье, предстает как минимум в четырех вариантах написания: онлайн-страхование, директ-страхование, Интернет-страхование, прямое страхование. Все эти варианты между собой равнозначны и означают следующее: онлайн-страхование представляет собой простую модель покупки страхового полиса непосредственно через Интернет-сайт страховой компании и дальнейшего его обслуживания с помощью сети Интернет [1].

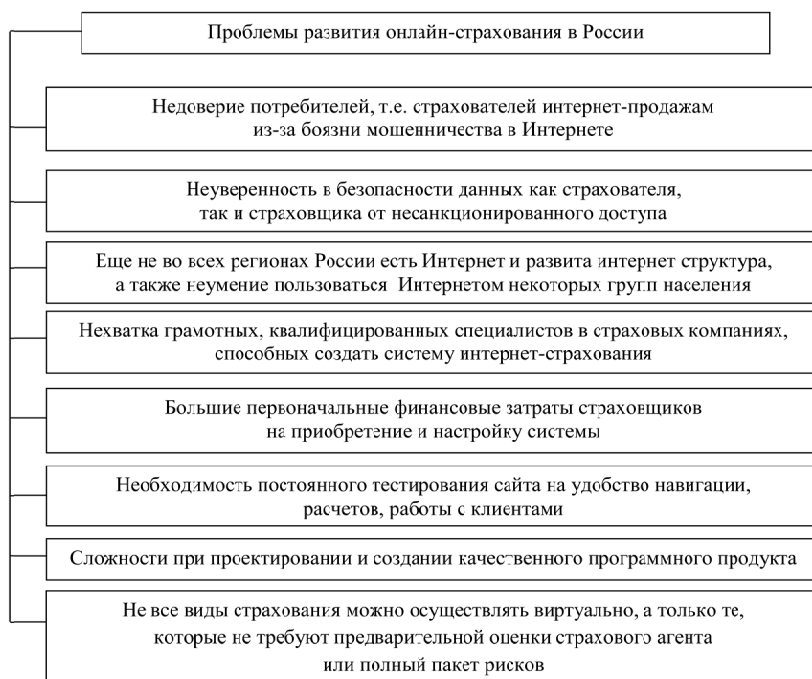
Уже сейчас с помощью онлайн-страхования можно получить ОСАГО, страхование выезжающих за рубеж, страхование путешественников по РФ, страхование имущества, страхование от несчастных случаев, страхование спортсменов.

Идея прямого страхования проста и понятна: все делается ради того, чтобы страховой продукт стоил как можно меньше за счет экономии на комиссии посреднику, подготовке документации, содержании дополнительных офисов, оплаты труда сотрудников.

Так как онлайн-страхование в России довольно молодая услуга, появившаяся недавно на рынке, оно имеет ряд еще нерешенных про-

блем, выявленных при его работе. Разберем причины медленного продвижения Интернет-страхования в нашей стране (см. рисунок).

Новое поколение страховщиков, работающих в Интернете и использующих преимущества электронной торговли, составит серьезную конкуренцию крупным «традиционным» компаниям. Интернет-страхование сильно сокращает географические рамки рынков, повышает интерес к страхованию инвесторов, делает страхование более доступным во всех регионах России. Развитие Интернета не только в крупных городах, но и во всех населенных пунктах, а также создание законодательства в области электронной коммерции могут значительно изменить структуру рынка страхования [1].



Проблемы развития онлайн-страхования в России на современном этапе [1]

От широкого развития рынка Интернет-страхования выигрывают как страхователи, так и страховщики. В случае онлайн-страхования клиенты страховой компании получают такие преимущества как [2]:

- 1) скорость: полис можно оформить в течение нескольких минут;

2) удобство: отсутствует необходимость ехать в офис компании или договариваться о встрече, стоять в очереди, лично общаться с агентом;

3) стоимость: низкая цена на полисы за счет снижения расходов компании.

Прямое страхование удобно и выгодно не только для покупателей страховых продуктов, но и для страховщиков [2].

1. Предлагая страховку онлайн, страховщики значительно экономят свои средства (как время, так и деньги) на подбор и обучение сотрудников, аренду офисных помещений и организацию рабочего процесса.

2. Выигрывая на скорости получения и обмена информацией, анализируя популярность того или иного страхового продукта или нововведения, страховщик оперативно оценивает эффективность различных продуктов страхования и эластичность спроса, что позволяет ему проявлять большую гибкость в ценовой политике, а это дает ему преимущество перед компаниями, предпочитающими вести бизнес «традиционно».

3. Накапливая данные по клиентам и заключенным договорам, страховая компания получает возможность повысить уровень сегментации клиентской базы и качество андеррайтинга.

Помимо преимуществ онлайн-страхование обладает и рядом недостатков, к которым относятся [2]:

1) специфика некоторых страховых продуктов такова, что не может, по крайней мере, на данном этапе быть перенесена полностью в Интернет. Пока что «удел» прямых продаж – это реализация стандартизированных страховок, рассчитанных на среднестатистического страхователя;

2) преимущество заключения договора в виртуальном пространстве оборачивается недостатком живого общения со страховым агентом. Страхователь принимает на себя груз ответственности за правильное понимание сути продукта и его особенностей. Впрочем, это может быть компенсировано общением с работником компании по телефону или с помощью мессенджера.

3) существуют некоторые законодательные ограничения для директ-страхования, которые тормозят его развитие и всеобщее распространение (вопросы, связанные с электронной цифровой подписью, с бланками строгой отчетности, и т.п.).

Для того чтобы оформить страховой полис онлайн, достаточно сделать всего несколько простых шагов. Сначала страхователь должен выбрать интересующий его страховой продукт на сайте страховой компании, заполнить поля для предварительного расчета и ознакомиться со стоимостью полиса. Далее клиенту надо всего лишь запол-

нить анкетные данные, необходимые для оформления полиса, и оплатить его удобным способом: это может быть банковская карта, электронные деньги, Интернет-банкинг, а страховой полис придет на указанный e-mail.

Особое внимание необходимо уделить такому виду обязательного страхования, как электронное ОСАГО, которое за последний год претерпело большие изменения и вышло на новый этап своего развития. С 01.07.2015 г. вступили в силу поправки в ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» № 40, которые дают водителям возможность оформить электронный полис ОСАГО на сайтах страховых компаний. Для успешного оформления электронного ОСАГО необходимо, чтобы в централизованных системах РСА (является оператором АИС ОСАГО) были данные о собственнике, автомобиле и водителях¹.

При этом страхователь подписывает заявление простой электронной подписью. Страховщик подписывается усиленной квалифицированной электронной подписью. Автовладелец должен распечатать е-полис на принтере и возить с собой распечатку, которую и следует показывать инспектору ГИБДД при проверке документов².

Один из популярных и часто задаваемых вопросов страхователей: чем отличается электронный полис от бумажного? Только удобством покупки и получения. Также электронный полис нельзя потерять, так как в любой момент страхователь может его распечатать. То есть электронный полис является полноценным документом.

Бесспорно, у Интернет-страхования большие перспективы. И с развитием Интернет-страхования российский страховой рынок находится в процессе перехода на качественно новый этап своего развития. Несмотря на то, что российское страхование имеет определенную специфику, его направление развития соответствует общемировым тенденциям. Однако онлайн-страхование в России имеет ряд проблем, которые необходимо решать как со стороны государства, так и страховых компаний.

Библиографический список

1. *Красильников О. Ю., Красильникова Е. В.* Теория и практика развития Интернет-страхования // Известия Саратовского университета. 2015. № 3. С. 243–248.

¹ *Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств: федер. закон РФ от 25.04.2002 г. № 40-ФЗ (с изм. и доп.).* Доступ из СПС «Консультант плюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

² Там же.

2. Тоторкулов И. И., Русецкая Э. А. Преимущества и недостатки online страхования // Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления в XXI веке. 2014. № 5. С. 40-43.

Научный руководитель *М. Н. Терентьева*

А. Н. Вискребенцева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Проблемы налогообложения доходов физических лиц

В настоящее время налоговая система РФ характеризуется нестабильностью и противоречивостью законов. Среди всех налогов, которые уплачивают физические лица, наибольшая доля приходится на НДФЛ, так как он является самым значимым по суммам поступлений в государственный бюджет.

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) – это прямой федеральный налог, который взимается с доходов граждан в денежном виде за отчетный период [4].

НДФЛ является одним из важных экономических рычагов регулирования. Но, к сожалению, на сегодняшний день налогообложение доходов физических лиц имеет ряд проблем, среди которых хочется выделить отсутствие системы контроля за крупными доходами физических лиц. Налоговые органы РФ не могут обеспечить стопроцентную собираемость налогов, так как сама налоговая система недостаточно развита и требует реформирования.

Большое количество социально-экономических процессов, протекающих в рамках рынка труда, способствует существованию различных форм занятости. Среди них выделяют вторичную занятость. Это обусловлено ее спецификой, и оказываемым воздействием на функционирование рынка труда. Под термином «вторичная занятость» понимается деятельность граждан, связанная с дополнительной работой, помимо основного места работы. Это может быть совместительство, работа по контракту, случайная, разовая работа и т.д. Не относят к такой работе на нескольких предприятиях, если это связано с основным местом работы, а так же выполнение работ на приусадебном участке, ремонт жилья, изготовление одежды или обуви для собственных нужд [2].

На сегодняшний день доля вторичной занятости в России выше, чем в большинстве развитых стран, за исключением Италии, где, по некоторым оценкам, до 30% валового внутреннего продукта произво-

дится в «неформальном» секторе. В России уровень вторичной занятости сопоставим с развивающимися странами, но в отличие от них в России неформально занятые могут получать высокие доходы. По оценкам социологов, численность неформально занятых в России составляет 25 млн чел. (более 30% экономически активного населения). Многие из них имеют официальное место работы. Причинами вторичной занятости населения, в основном, являются:

1) стремление повысить уровень своего дохода. Оно возникает в результате низкого уровня оплаты труда работника на его основном рабочем месте, не позволяющего удовлетворить его материальные и духовные потребности [3];

2) стремление населения к повышению собственной конкурентоспособности на внешнем рынке труда. Большинство людей, находящихся в секторе скрытой безработицы¹, не готовых к увольнению, в надежде на стабилизацию ситуации, ищут смежную, вторую работу, которая бы им помогла пережить тяжелое время.

3) недостаточное количество вакансий, предложенных на рынке труда, не позволяющая реализовать в полной мере творческий потенциал населения.

Стоит сказать, что вторичная занятость никак не облагается налогами и не регулируется законодательством. В налоговом кодексе Российской Федерации имели место быть статьи, осуществляющие контроль над расходами граждан (86.1, 86.2, 86.3), целью которых являлось установление соответствия крупных расходов физического лица его доходам. Контроль над расходами был введен в действие с 01.01.2000 г. К имуществу, расходы на приобретение которого контролируют налоговые органы, относились следующие объекты: недвижимое имущество, за исключением многолетних насаждений; механические транспортные средства, не относящиеся к недвижимому имуществу; акции открытых акционерных обществ, государственные и муниципальные ценные бумаги, а также сберегательные сертификаты; культурные ценности и золото в слитках. Налоговый контроль осуществлялся посредством получения информации от организаций или уполномоченных лиц, производящих регистрацию имущества, регистрацию сделок и прав на него. Однако, согласно Федеральному закону от 07.07.2003 г. № 104-ФЗ, данные статьи утратили силу. С такой законодательной инициативой выступило Правительство РФ.

По мнению кабинета министров, механизм государственного налогового контроля за расходами граждан фактически не работает, что

¹ Формально занятое население, рискующее в любой момент, по каким-либо причинам, остаться без работы [3].

обусловлено рядом причин. Например, при регистрации сделок купли-продажи недвижимости используется, как правило, инвентаризационная стоимость имущества, которая не отражает его реальную стоимость и в большинстве случаев занижена. Эта же стоимость, как правило, указывается в договоре купли-продажи жилья. В результате, получаемая налоговыми органами информация не позволяет им знать реальные затраты физического лица на приобретение недвижимого имущества, что свидетельствует о неэффективности подобного механизма контроля. Более того, проведение этих контрольных мероприятий приводит еще и к дополнительным затратам бюджета [1].

Учитывая такую ситуацию, Правительство предложило упразднить налоговый контроль за расходами физического лица по всем сделкам. В связи с этим ст. 86.1, 86.2, 86.3 Налогового кодекса РФ утратили силу. Авторы проекта хотели тем самым поддержать жилищное строительство и ипотечное кредитование в России. А на деле создали благоприятные условия для процветания неформальной занятости и лишили государственный бюджет части доходов.

Неформальная занятость является неотъемлемым элементом любого рынка труда и получает ту или иную распространенность в зависимости от общей социально-экономической ситуации в стране, уровня оплаты труда, законодательного регулирования занятости экономически активного населения. Роль неформальной занятости в России неоднозначна. Она в значительной степени сдерживает резкое падение уровня жизни населения и рост безработицы, лица, занятые в «неформальном» секторе, производят дешевые товары и услуги, имеют возможность выбрать удобный для себя режим работы. Развитие неформальной занятости является одним из элементов рыночного саморегулирования экономики.

Однако неформальная занятость порождает ряд социальных проблем. Она создает условия для криминализации общества. В «неформальном» секторе отсутствуют социальные гарантии, контроль за условиями труда, качеством товаров и услуг, неформально занятые нередко утрачивают квалификацию, профессиональные навыки. Государство не получает значительную часть средств в результате укрытия доходов от налогообложения.

И, в связи с этим, необходимо корректировать налогообложение доходов физических лиц, с учетом вторичной занятости. Для этого можно ориентироваться на опыт зарубежных стран.

Во Франции НДФЛ облагается не каждый человек в отдельности, а домохозяйство в целом. Законодательство Франции рассматривает несколько разных вариантов состава семьи:

1) семейные пары с детьми до 18 лет либо с детьми до 25 лет, если они являются студентами, либо с другими иждивенцами;

2) холостые / разведенные;

3) вдовы / вдовцы.

В качестве налоговой базы используется показатель среднедушевого дохода семьи. Женатые пары и семьи с детьми платят меньше чем холостые и незамужние.

Также налогооблагаемый доход уменьшается на следующие расходы:

1) оплата детского сада, обучения в школе;

2) перечисления во внебюджетные фонды;

3) инвестиции в предприятия;

4) оплата за членства в ассоциациях;

5) пожертвования в благотворительные организации;

6) выплаты в случае развода;

7) инвестиции в другие страны;

8) пожертвования на политические организации;

Шкала налога на доходы домохозяйств во Франции прогрессивная, это значит, чем выше доход, тем выше ставка налога. С 2013 г. учреждены особые ставки налогов для доходов свыше 250 000 евро в год.

1. С суммы среднедушевого дохода от 250 000 до 500 000 евро в год ставка 48%.

2. С суммы среднедушевого дохода свыше 500 000 € в год ставка 49%.

В таблице 1 представлен расчет НДФЛ, начисленный средней семье со средним доходом в России и во Франции. Рассмотрим семью из четырех человек: родители с двумя детьми (до 18 лет). Оба родителя работают и имеют общий доход на всю семью в месяц 80 000 р.

Следовательно, выходит, что налогообложение дохода средней семьи в РФ в 3 раза выше, чем аналогичной семьи во Франции. А, как известно, если дешевле платить налог, чем укрываться от него, то граждане, безусловно, будут платить налог.

Расчет НДФЛ в России и Франции

Показатель	Россия	Франция
Совокупный доход в год	$80\,000\text{ р.} \times 12 = 960\,000\text{ р.}$	$960\,000\text{ р.} = 24\,000\text{ евро}$
Вычеты	$1\,400 \times 2 \times 12 = 33\,600\text{ р.}$	Предположим даже, что их нет
Налогооблагаемый доход	$960\,000\text{ р.} - 33\,600\text{ р.} = 926\,400\text{ р.}$	$24\,000\text{ евро} / 3 = 8\,000\text{ евро}$
Сумма налога в год	$926\,400\text{ р.} \times 0,13 = 120\,432\text{ р.}$ (= 3 011 евро)	$5\,963\text{ евро} \times 0,0 + (80\,005\,963) \times 0,55 = 0 + 2037 \times 0,55 = 120\text{ евро}$

Рассмотрим немецкую систему налогообложения доходов физических лиц. В Германии действует прогрессивная шкала – от 14% до 45%, возможно одновременное налогообложение супругов. К доходу семьи относится все: зарплаты супругов, гонорары, прибыль от ценных бумаг, недвижимости и сделок, заработанное благодаря сельскому хозяйству и всевозможным промыслам.

Вычеты из налогооблагаемой базы, которые дают право семье понизить налоговое бремя:

- 1) медицинские страховки детей и неработающих супругов;
- 2) треть затрат на платное образование;
- 3) экстренные расходы, связанные с моральными травмами и потерями;
- 4) поддержание неимущих родственников;
- 5) затраты в связи с инвалидностью ребенка или самого налогоплательщика;
- 6) затраты на реставрацию и ремонт настоящего жилья, в случае, если это жилье располагается в доме-памятнике;
- 7) траты на благотворительность и просвещение.

В немецкой системе имеется 6 классов налогообложения. Сумма вычета, на который не может претендовать налогоплательщик, во многом зависит от семейного статуса.

К первому классу относятся одинокие и бездетные. Для них не облагаемый доход составляет 8 004 евро.

Второй класс – разведенные, вдовцы, матери/отцы-одиночки, их база может быть понижена на 9 012 евро в год.

Между последующими описаниями трех классов вправе выбирать женатые пары.

Третий и пятый классы идут «совместно»: они наиболее выгодны тем супругам, у коих большая разница в доходах. Тот супруг, чьи заработки больше, принимает для себя третий класс, таким образом, для него налоговая база уменьшается на 16 тыс. евро. Второй супруг, с наименьшим заработком, автоматически выбирает пятый класс и платит налоги как «одиночка».

Четвертый – это супруги, которые вносят налог на доход «каждый сам за себя». Его выбирают именно тогда, когда у супругов доход примерно одинаковый, по суммам получается то же самое, что для «одиночек».

Шестой класс для тех, кто трудится сразу в нескольких местах. На одной работе налогоплательщик может взять себе любой из пяти предыдущих описанных налоговых классов. Обычно, выбирают самую выгодную работу и третий класс. На остальных местах налогообложение автоматически идет по первому.

Рассмотрев систему налогообложения доходов физических лиц Франции и Германии, можно сказать, что, при переходе на прогрессивную шкалу налогообложения необходимо учитывать следующие факторы.

1. Повышение налогов может привести к сокрытию, утаиванию своих доходов.

2. Крупные налогоплательщики обычно получают доходы в более развитых краях страны, что приводит к еще большему неравенству субъектов федерации в случае, когда налоги остаются в этом «богатом» регионе. Преодоление данной проблемы возможно путем введения соответствующих законодательных установлений, позволяющих перераспределить денежные средства.

3. Прогрессивное налогообложение может восприниматься как наказание «богатых» налогоплательщиков. Так, развитие среднего класса в РФ только происходит, и повышение налогов не будет содействовать развитию этого слоя общества. Что же касается граждан с высокими доходами, то прогрессивная теория может рассматриваться с социальной ступени зрения, т.е. как поддержка малообеспеченных слоев населения. Следовательно, социальная роль бизнеса будет выражаться и в таком аспекте.

Если говорить о проблеме налогообложения вторичной занятости, то, необходимо опираться на опыт налогообложения доходов физических лиц Германии, где облагаются семьи в целом и к облагаемому доходу семьи относятся все доходы. Так же, необходимо адаптировать систему налогообложения доходов физических лиц Германии к российским условиям. Помимо этого, следует проработать систему организации налогового контроля, как за доходами, так и за крупными расходами физических лиц, а точнее за их соответствием полученным доходам. Следуя опыту зарубежных стран, в обязанности физических лиц можно вменить сдачу налоговых деклараций о приросте имущества с периодичностью один раз в пять лет. Такие декларации являются показательными при анализе обложенных налогом доходов и произведенных расходов.

Обобщая выше сказанное, следует отметить, что снижение налоговых ставок по налогу на доходы физических лиц, или введение прогрессивной шкалы с понижением нижнего предела, вкупе с усилением процедур налогового контроля и повышением размера налоговых санкций, приведет к положительным результатам.

Библиографический список

1. *Экономический словарь*. URL: <http://gufo.me>.

2. *Андреев С. В.* Кадровый потенциал и проблемы занятости в условиях перехода России к рыночным отношениям. М., 2012.

3. *Политика* доходов и заработной платы //Масштабы и роль неформальной занятости в России. URL: <http://bibliotekar.ru/dohody-zarplata/182.htm>.

4. *Официальный сайт* компании «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

Научный руководитель *М. М. Шадурская*

И. Губенко

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Проблемы финансирования системы образования в России

В современном обществе образование с каждым годом играет все более важную роль для человека, его уровень и направленность знаний может повлиять не только на его будущее место работы, но и на всю его жизнь. С каждым годом миру открываются все больше профессий, требующих высокого уровня образования и особых знаний в конкретной узкой или широкой сфере. Дальнейшее развитие общества невозможно без квалифицированных специалистов, талантливых ученых, без знаний и без качественного образования людей, являющихся, в свою очередь, источниками обеспечения высоких и устойчивых темпов экономического роста страны.

На сегодняшний день Российская Федерация подрастеряла возможности и успехи советской системы образования, которое вполне заслуженно считалось одним из лучших в мировом сообществе. Для сравнения, на сегодняшний день МГУ находится на 86 месте, а СПбГУ лишь в третьей сотне, тогда как в советские времена МГУ зачастую попадал в десятку лучших вузов. Безусловно, такое падение уровня и самой системы образования в РФ, как высшего, так и школьного имеет прямую зависимость от финансирования со стороны государства. Это проблема является комплексной и поэтому требует детального рассмотрения в теме данной научной статьи.

Текущее состояние образования в Российской Федерации обычно характеризуется, в первую очередь, с позиций недостаточности бюджетных средств, выделяемых для обеспечения функционирования данной сферы деятельности. В связи с этим, анализ динамики расходов на образование представляется весьма актуальным [1].

По отношению к объему ВВП расходы раздела «Образование» федерального бюджета (далее – ФБ) составляют в 2016 г. 0,7%. Доля

в общем объеме расходов федерального бюджета по сравнению с 2015 г. (4,1%) уменьшилась и составит 3,6%.

С учетом прогноза в реальном выражении сокращение расходов на государственную программу «Развитие образования» на 2013–2020 гг. в 2016 г. составит 10,3% по сравнению с 2015 г.

Бюджетные ассигнования в 2016 г. по разделу «Образование» запланированы в объеме 578 654,0 млн р.

Объем бюджетных ассигнований в 2016 году по сравнению с уровнем 2015 г. меньше на 53 381,3 млн р., в т.ч. за счет уменьшения бюджетных ассигнований на [1]:

осуществление бюджетных инвестиций в объекты капитального строительства на 2 303,4 млн р.;

мероприятия по модернизации региональных систем дошкольного образования в объеме 30 000,0 млн р. (в связи с завершением их реализации в 2015 г.);

мероприятия по созданию в общеобразовательных организациях, расположенных в сельской местности, условий для занятий физической культурой и спортом в объеме 1 620,0 млн р.

завершение реализации мероприятий государственной программы РФ «Доступная среда» на 2011–2015 гг. (3 079,8 млн р.).

Анализ расходов консолидированного бюджета показал, что в целом объемы бюджетных расходов на систему образования в структуре консолидированного бюджета Российской Федерации с учетом реализуемых социальных проектов и программ увеличились за период 2006–2015 гг. в 3,8 раза. Процент расходов на образование в расходах консолидированного бюджета Российской Федерации ежегодно составляет около 11% (табл. 1). Несмотря на рост государственных (муниципальных) расходов на образование за последние десять лет расходы на образование по отношению к ВВП, в странах Организаций экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) оказались выше (среднее значение – 6,3%).

Если же провести параллели с ведущими мировыми державами, то по затратам на образование Россия выглядит не слишком презентабельно. Например в США, которая тратит на образование больше всех расходы на него больше российских почти в 10 раз (820 млрд дол. против 89 млрд дол) [2].

Таблица 1

**Динамика расходов консолидированного бюджета РФ
на образование**

Год	Расходы консолидированного бюджета РФ – всего, млрд р.	Расходы консолидированного бюджета Российской Федерации на образование	
		всего, млрд р.	в% к расходам консолидированного бюджета РФ
2006	8 375,2	1 036,4	12,4
2007	11 378,6	1 343	11,8
2008	14 157	1 664,2	11,8
2009	16 048,3	1 783,5	11,1
2010	17 616,7	1 893,9	10,8
2011	19 994,6	2 231,8	11,2
2012	23 147,7	2 558,4	11
2013	24 931,1	2 888,8	11,6
2014	27 216	3 037,3	11,2
2015	28 615,2	3 317	11,3

Если же подвергать анализу расходы, предварительно разбив образование на дошкольное, общее, профессиональное и высшее, то можно прийти к очевидному умозаключению – на общее образование тратится больше всего средств. Это, впрочем, неудивительно, ведь в этой доли образования находится наибольшее количество учащихся и на его получение требуется больше всего времени (табл. 2).

Таблица 2

**Динамика расходов консолидированного бюджета РФ
на образование по уровням, в млрд р. [3]**

Вид образования	2013	2014	2015
Дошкольное	598,1	658,1	706,3
Общее	1 329,2	1 414,7	1498,2
Профессиональное	197,4	201,8	203,4
Высшее	512,5	519,7	521,4

Следующая тенденция, которую определенно стоит отметить, это неуклонное снижение количества образовательных учреждений в РФ. Анализ показал, что количество образовательных организаций в целом снизилось на 21,7%, численность обучающихся (воспитанников) – на 10,5%. Это происходит во всех отраслях образования, как дошкольных учреждениях, так и образовательных организациях высшего образования.

Например, с 2007 к 2015 г. количество вузов сократилось более чем на 100. Это является одной из причин снижения общего количества учащихся. Такой рост количественного снижения можно было бы

увязать с демографическими проблемами, но количество населения в РФ не только не падает, но и медленно возрастает. Кроме того, при увеличении воспитанников дошкольных образовательных организаций идет не увеличение, а снижение количества дошкольных учреждений (с 46,5 тыс. до 43 тыс.), что вызывает сильный недостаток мест и как следствие, не все дети смогут его получить.

В последнее время получила усиление практика сокращения доступности высшего образования, путем сокращения числа бюджетных мест в вузах и увеличение конкурса на эти места. Как следствие, идет постепенное переложения всех затрат на обучение нового поколения на кошельки их родителей. В этом изменении образовательных услуг и заложена главная опасность превращения образовательной услуги в чисто рыночную услугу, что требует изменений подходов к контролю качества образования.

Еще один процесс, требующий рассмотрения – объединение вузов. В настоящем в РФ вполне может выйти так, что можно поступить в один вуз, поучиться во втором, а закончить в третьем без всяких переводов. Сокращение числа вузов идет и за счет объединения, из самых громких стоит вспомнить объединение УрГУ и УрФУ. 20% российских вузов подлежат объединению, то есть каждое пятое высшее учреждение страны потерпит или уже потерпело реорганизацию. По факту слияние вузов, прежде всего, приводит к сокращению бюджетных мест, лишнему беспокойству учеников и массовым увольнениям преподавателей. Иногда процесс проходит более гладко, но без потерь все же не обходится никогда.

Библиографический список

1. Южакова Т. А., Каракчиева И. В. Финансирование системы образования России (динамика расходов на образование: российский и международный опыт) Управление научно-исследовательских работ Федерального государственного учреждения «Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

2. Агранович М. Л., Озерова Н. Б., Беляков С. А. Система финансирования образования. Анализ эффективности М.: Технопечать, 2003.

3. Заключение национального исследовательского университета ВШЭ на проект закона о федеральном бюджете на 2016 год. URL: <https://www.hse.ru>.

Научный руководитель Т. Д. Одинокова

Г. А. Дьяченко
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Актуальные проблемы развития налоговой системы России

Успешность проведения налоговой политики страны зависит от разумного налогового законодательства, а также от эффективности организации контроля за его выполнением. Нестабильность и несовершенство налогового законодательства, порождающих неприятие налоговой системы, «правовой нигилизм» налогоплательщиков – все это отражается на качестве правовой налоговой базы.

Экономика подвержена циклическим изменениям, от которых может зависеть экономическое положение страны. Поэтому необходимо быть всегда готовыми к таким изменениям, и, несмотря на экономические катаклизмы, необходимо достигать экономического роста. Основными условиями достижения такого эффекта является повышение предпринимательской инвестиционной активности, развитие рыночной экономики, а также интегрирование экономики страны в мировую. Для этого необходимо построение справедливой, эффективной и стабильной налоговой системы.

Актуальность данной темы состоит в том, что выбранные Правительством РФ направления налоговой политики тормозят и не дают развиваться рыночным отношениям. Налоги – это важный источник пополнения бюджетов всех уровней, зависящий от успешного развития как общества, так и отдельного гражданина. Действующая налоговая система России нуждается в серьезном реформировании.

Существует ряд недостатков в действующей налоговой системе, способствующих ухудшению экономического развития и благосостояния страны. Основным недостатком является, применение сложных методик исчисления основных крупных налогов, множество бюрократических операций, несовершенство организации налогового контроля – все это приводит к повышению трудоемкости налогового учета, а также налогового инспектирования. Для этого необходимо стимулировать влияние налогообложения на экономическую деятельность предприятий, развивать производственную и экономическую деятельность страны.

Существует еще одна проблема, связанная с тем, что представительные органы РФ, субъектов Федерации, а также органы местного самоуправления не изучают научные выводы специалистов в области налогов и налогообложения государства, что негативно сказывается на принятии решений.

Налоговое законодательство должно постоянно совершенствоваться с учетом потребностей экономики, налоговая система главным образом должна быть тесно взаимосвязана со стратегией экономических реформ, а также должна способствовать достижению поставленных перед страной целей и реализацией задач, касающихся социально-экономической и финансово-бюджетной политики государства.

Если говорить о налоговой концепции РФ, то стоит отметить такую проблему как налоговое администрирование. Дело в том, что на сегодня налоговая система, по-прежнему, остается громоздкой, неэкономичной и непродуктивной. Принятые и используемые налоговые федеральные законы, законы и нормативно-правовые акты не соответствуют в полном объеме конституционным нормам. Для разрешения данной проблемы необходимо провести анализ по согласованию норм РФ и налогового регулирования и наметить пути их решения.

Налоги должны быть распределены равномерно между федеральным центром и регионами России. В основном самые собираемые налоги (НДС, акцизы) уходят в Москву.

Еще одним недостатком налоговой системы РФ является нестабильность налогового законодательства: в НК РФ часто вносятся поправки и эта частота превышает допустимый уровень. К тому же данный документ принимается поспешно, что отражается на противоречивости и неоднозначности формулировок, наличии различных терминологических и лекционных ошибок, что позволяет злостным налогоплательщикам манипулировать по своему усмотрению нормами налогового кодекса РФ.

Проблематичным вопросом является неравномерность распределения налогов между категориями налогоплательщиков: практически не предусмотрена градация и соответствие уровня налоговых отчислений в зависимости от уровня доходности плательщиков. Весь упор налоговой службы направлен на тех налогоплательщиков, которых легче всего проверить – это касается мелких и средних предпринимателей, в то время как основная часть уходит от уплаты налогов, как на законных, так и на незаконных основаниях.

Отметим также следующие недостатки действующей системы налогов: НДС не содействует смягчению неравенства в распределении доходов и фактически превратился в косвенный налог на заработную плату, вызывающий инфляционный эффект от включения налога в издержки производства; налог на прибыль и налог на имущество тормозят производственный рост; НДС «штрафует» ввоз новой техники и современных технологий, лишая страну обновлению производственного потенциала. Поэтому Правительство РФ должно совершенство-

вать элементы налогов и сборов с учетом происходящих изменений в социально-экономическом развитии страны.

Следует отметить негативный социально-экономический эффект от применения некоторых налогов в России. В основном, налоги устанавливались и вводились в действие в условиях промышленного капитализма, в то время, когда движение денежных средств уравнивалось с объемом материальных ценностей. Однако сегодня в условиях финансового капитализма, когда движение финансового потока в сотни раз превышает движение реальных товаров, когда основная масса денежных средств формируется за счет сферы услуг, финансовых операций, такие виды налогов оказываются неэффективными для улавливания значительной части реализуемых доходов.

Несмотря на необходимость реформирования налоговой системы, ее кардинальная ломка привела бы к отрицательным последствиям. Налоговые реформы будут проводиться исходя из того, что действующие налоги, механизмы их исчисления и контроля не должны существенно измениться. Уже сейчас наблюдается тенденция к снижению налоговых ставок и снижению налогового бремени.

Для эффективного развития налоговой системы в РФ необходимо рассмотреть следующие пути по ее совершенствованию:

наделить финансовые органы РФ возможностью дополнительно издавать нормативно-правовые акты с целью конкретизации и детализации, в случае, если той информации, которая содержится в других нормативных документах недостаточно;

предусмотреть применение специального налогового режима, сохраняющего в себе льготный режим для налогообложения организаций, осуществляющие инновационную деятельность в сфере высоких технологий.

Необходимо также пересмотреть некоторые положения налогового кодекса РФ.

1. В соответствии с п. 6 ст. 108 НК РФ говорится, что абсолютно любой налогоплательщик считается невиновным в совершении своего налогового правонарушения, пока его виновность не будет доказана в предусмотренном порядке в соответствии с законодательством в области налогов и налогообложения и непосредственно не установлена судом принятием соответствующего решения. Однако абзац 2 п. 1 ст. 104 НК РФ утверждает законность добровольной уплаты налогоплательщиком налоговой санкции во внесудебном порядке. Получается, что плательщик, уплативший налоговую санкцию, привлекается к ответственности при всем том, что он как бы не виновен в совершении данного налогового правонарушения.

2. В абз. 2 п. 3 ст. 94 НК РФ говорится, что должностное лицо налогового органа при осуществлении выемки документов имеет такую обязанность разъяснить присутствующим лицам их права и обязанности. Однако в Кодексе не определяется, что именно это за права и обязанности.

3. В соответствии с п. 5 ст. 101 НК РФ определяются основания, действующие для отмены решения налогового органа через суд. Данная формулировка статьи является некорректной, так как суд общей юрисдикции или арбитражный суд может признать недействительным решение налогового органа, но никак не отменить решение, которое было принято налоговым органом.

4. В п. 6 ст. 94 НК РФ употребляются такие понятия как «выемка» и «изъятие», при этом точного разграничения между этими двумя понятиями нет.

5. Статья 125 НК РФ устанавливает, что нарушение порядка владения, пользования и распоряжения имуществом, находящегося под арестом, влечет за собой взыскание штрафа в размере 30 тыс. р. Но правомочие владения никоим образом не зависит от решения налогового и таможенного органа и может быть прекращено лишь в прекращении права собственности. Так как нарушить порядок владения никак не возможно, то соответственно нельзя и привлечь к ответственности налогоплательщика;

6. В подп. 1 п. 7 ст. 95 НК РФ говорится о том, что у проверяемого лица есть право заявить отвод эксперту, однако не поясняет оснований, по которым такой отвод возможно заявить, и не описывает последствия такого отвода;

7. В соответствии с п. 1 ст. 112 и п. 3 ст. 114 НК РФ налоговые органы могут расширить перечень обстоятельств, смягчающие ответственность и уменьшающие объем налоговых санкций. В большей мере это направлено не на защиту прав налогоплательщика, а на использование этих мер должностными лицами налоговых органов в своих корыстных целях.

Итак, на сегодня остается ряд недостатков налоговой системы, способствующие ухудшению экономического развития и благосостояния страны. Для разрешения данной проблемы необходимо вести правильную налоговую политику, позволяющую вводить эффективные налоговые механизмы. Все это позволит придать эффективность и преобразовать налоговую систему. Такие изменения позволят стимулировать инвестиции в развитии малонаселенных регионов, способствовать совершенствованию в отрасли высокоразвитых производств, мотивировать НИОКР, а также создавать благоприятные условия для развития малого и среднего бизнеса страны.

Научный руководитель *М. М. Шадурская*

Пути повышения налогового контроля при взыскании налогов с физических лиц

Налоговый контроль, является неотъемной частью налогового законодательства. В последнее время налоговые органы, особое внимание уделяют взысканию задолженности по налогам с физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями.

В соответствии с действующим налоговым законодательством физические лица, не являющиеся индивидуальными предпринимателями, уплачивают следующие налоги, при условии, что они являются собственниками объектов налогообложения:

транспортный налог (гл. 28 Налогового кодекса РФ);

земельный налог (гл. 31 Налогового кодекса РФ);

налог на имущество физических лиц (гл. 32 Налогового кодекса РФ).

Также физические лица, не являющихся индивидуальными предпринимателями, уплачивают налог на доходы физических лиц в случаях предусмотренных гл. 23 Налогового кодекса РФ.

Задолженность по указанным налогам увеличивается ежегодно. В таблице приведены данные по начислениям и поступлениям в бюджетную систему РФ транспортного налога за 2012–2015 гг., а на рис. 1 динамика роста задолженности по транспортному налогу с 01.01.2014 г. по 01.01.2016 г.¹

**Данные по начислениям и поступлениям в бюджетную систему РФ
транспортного налога за 2012–2015 гг.**

Год	Начислено, тыс. р.	Поступило, тыс. р.	Удельный вес поступившей суммы, %	Задолженность, тыс. р.
2012	88 771 382	67 284 200	75,79	21 487 182
2013	97 782 205	81 327 632	83,17	16 454 573
2014	110 029 578	90 299 068	82,07	19 730 510
2015	126 516 184	109 789 135	86,78	16 727 049

Приведенные аналитические данные свидетельствуют, что начисления по транспортному налогу, при снижении налоговых ставок, ежегодно увеличиваются. При увеличении начислений увеличивается доля поступивших сумм.

¹ *Официальный сайт Федеральной Налоговой службы. URL: <http://www.nalog.ru>.*

Сумма задолженности по транспортному налогу в течение налогового периода в 2015 г. в сравнении с 2014 г. снизилась, что свидетельствует о повышении эффективности работы налоговых органов по взысканию задолженности с физических лиц по транспортному налогу.

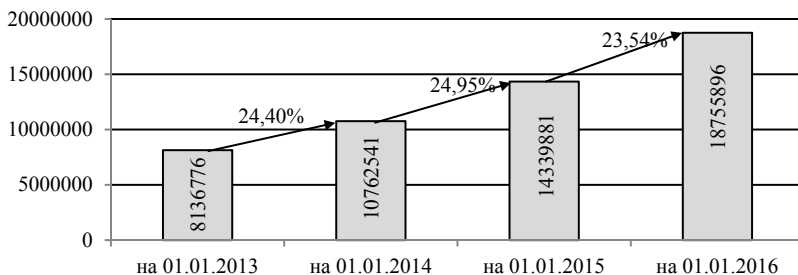


Рис. 1. Динамика роста задолженности по транспортному налогу с 01.01.2013 г. по 01.01.2016 г.

Общая сумма задолженности физических лиц по транспортному налогу ежегодно увеличивается более чем на 20%. В 2015 г. в сравнении с 2014 г. наблюдается снижение роста задолженности на 1,41 процентных пункта.

Данный факт свидетельствует о повышении эффективности применения налоговыми органами мер по взысканию доначисленных платежей по транспортному налогу в отношении физических лиц.

При снижении динамики задолженности по транспортному налогу, уплачиваемому физическими лицами в настоящее время необходимо продолжить работу по повышению эффективности взыскания задолженности по транспортному налогу.

Взыскание имущественных налогов с физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями, осуществляется в соответствии со ст. 48 Налогового кодекса РФ.

Согласно указанной статье, в случае неисполнения налогоплательщиком – физическим лицом, не являющимся индивидуальным предпринимателем, в установленный срок обязанности по уплате налога, сбора, пеней, штрафов налоговый орган, направивший требование об уплате налога, сбора, пеней, штрафов (налоговый орган по месту жительства физического лица в случае снятия этого лица с учета в налоговом органе, направившем требование об уплате налога, сбора, пеней, штрафов), вправе обратиться в суд с заявлением о взыскании налога, сбора, пеней, штрафов за счет имущества, в том числе денежных средств на счетах в банке, электронных денежных средств, переводы которых осуществляются с использованием персонифицирован-

ных электронных средств платежа, и наличных денежных средств, данного физического лица в пределах сумм, указанных в требовании об уплате налога, сбора, пеней, штрафов, с учетом особенностей, установленных настоящей статьёй.

Заявление о взыскании налога, сбора, пеней, штрафов за счет имущества физического лица (далее в настоящей статье – заявление о взыскании) подается в отношении всех требований об уплате налога, сбора, пеней, штрафов, по которым истек срок исполнения и которые не исполнены этим физическим лицом на дату подачи налоговым органом (таможенным органом) заявления о взыскании в суд.

Указанное заявление о взыскании подается налоговым органом (таможенным органом) в суд, если общая сумма налога, сбора, пеней, штрафов, подлежащая взысканию с физического лица, превышает 3 000 р.

Данное заявление подается в судебные органы в бумажном виде. И в дальнейшем весь документооборот между всеми государственными органами осуществляется в бумажном виде, что формирует финансовые расходы бюджетной системы.

В целях повышения эффективности налогового контроля за уплатой и взыскание задолженности с физических лиц не являющимся индивидуальными предпринимателями и оптимизации расходов бюджета предлагается создать единый сервер Федеральной налоговой службы, судов общей юрисдикции, Федеральной службы судебных приставов и Федеральной таможенной службы – «Взыскание задолженности с физических лиц». Для реализации и успешной работы указанного электронного сервиса потребуется создание единой базы данных приведенных выше исполнительных и судебных органов власти.

Механизм взаимодействия между органами власти представлен на рис. 2. Все этапы взаимодействия осуществляются по электронным каналам связи.

Для реализации данного механизма потребуется внесение изменений в отдельные законодательные акты: Налоговый кодекс РФ, Гражданский процессуальный кодекс РФ, Федеральный закон от 02.10.2007 г. № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве», Федеральный закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации».

Реализация возможностей указанного выше электронного сервиса позволит налогоплательщикам получать информацию о принятых налоговыми органами мерах по взысканию задолженности по налогам, пеням и штрафам и в случае наличия разногласий оперативно не посещая налоговые и судебные органы представлять возражения на судебные приказы. В случае если налогоплательщик подключен к элек-

тронному сервису «Личный кабинет налогоплательщика – физического лица» направление документов органами власти возможно без использования услуг почтовой связи.

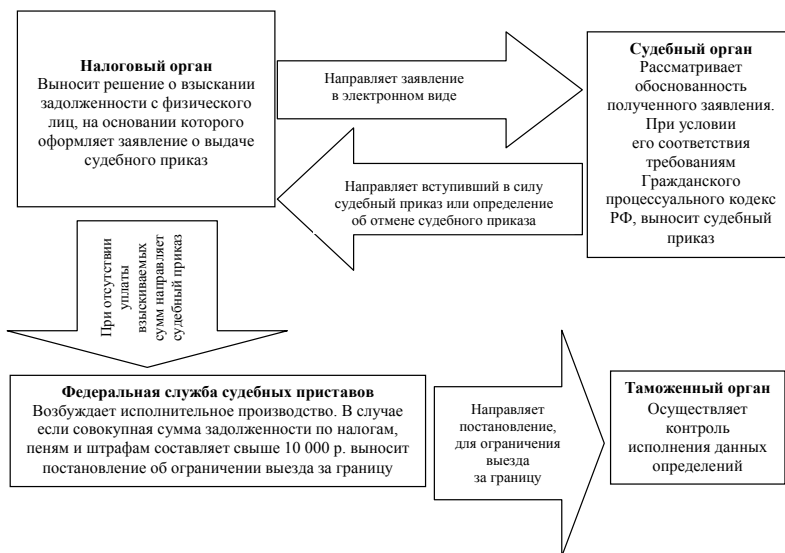


Рис. 2. Механизм взаимодействия между органами власти по взысканию задолженности с физических лиц по налогам, пеням и штрафам

В предложенном направлении совершенствования налогового контроля за уплатой налогов физическими лицами можно выделить следующие преимуществами для налоговых органов: снижение материальных, финансовых и трудовых затрат, увеличение оперативности процедуры взыскания, увеличение доходов консолидированного бюджета субъекта Российской Федерации и повышение эффективности налогового контроля.

Научный руководитель *Г. Г. Безруков*

Организация финансирования медицинской помощи мигрантам

Иммиграция в Россию – это въезд иностранных граждан на территорию РФ. Основными причинами приезда в Россию являются: на заработки, переезд на постоянное проживание, потому что нравится страна, для получения новых ощущений. Выделяют следующие типы миграции.

1. Безвозвратный вид (или переселение) может быть назван миграцией населения в строгом значении слова, т.е. перемещение населения, которое ведет к его территориальному перераспределению. Безвозвратная миграция одновременно отвечает двум условиям: *во-первых*, население перемещается из одних населенных пунктов в другие, *во-вторых*, перемещения сопровождаются сменой постоянного места жительства.

2. Сезонные миграции населения – это перемещения главным образом трудоспособного населения к местам временной работы и жительства, обычно на срок в несколько месяцев, с сохранением возможности возвращения в место постоянного жительства. Они в большинстве своем имеют целью удовлетворить потребности в рабочей силе отраслей с сезонным характером производства.

3. Маятниковые миграции представляют ежедневные или еженедельные поездки населения от мест жительства до мест работы (и обратно), расположенных в разных населенных пунктах, и их нельзя рассматривать как миграции населения в чистом виде. Статистика ООН признает мигрантами лиц, проживающих на новом месте более 6 мес. Иногда к миграциям населения относят туризм, курортные поездки, паломничество и др., что, однако, неправильно, ибо здесь нет смены места жительства.

Российское законодательство регулирует все процессы иммиграции, но зачастую она все-таки оказывается нелегальной. Незаконный въезд для иностранцев грозит административным штрафом или лишением права въезда на территорию РФ сроком до 5 лет. ФМС РФ занимается вопросами, связанными с регистрацией, выдачей паспортов, а также вопросами иммиграции, эмиграции, а так же депортации из страны.

В настоящее время здравоохранения и миграции очень связаны, так как мигранты, которые, приезжают в нашу страну очень не приспособлены к нашим условиям и в период акклиматизации у них воз-

никают проблемы со здоровьем. В такие периоды им необходима медицинская помощь и желательно бесплатная. Именно здесь мы и видим влияние ОМС на ФСР и здравоохранение РФ, а точнее важность получения медицинской страховки для иностранных граждан.

В России важную роль в здравоохранении играет Министерство финансов, поскольку именно от него зависит финансирование здравоохранения. Тем не менее, средства государственного бюджета (в отличие от собираемых местными властями налогов) составляют лишь малую часть общего бюджета здравоохранения. Министерство финансов по-прежнему определяет федеральный бюджет и сообщает местным властям, сколько они должны потратить на здравоохранение.

Необходимо отметить постоянное снижение доли ОМС в финансовом обеспечении программы государственных гарантий, при этом страхование неработающего населения осуществлялось в отсутствии единых принципов формирования страховых платежей, а остальные источники формирования системы ОМС носили налоговый, а не страховой характер. Это произошло за счет увеличения бюджетного финансирования в рамках приоритетного национального проекта в сфере здравоохранения.

Финансовое обеспечение за счет средств ОМС поэтапно будут включены:

- скорая медицинская помощь, за исключением санитарной авиации;
- высокотехнологичная специализированная медицинская помощь;
- лекарственное обеспечение граждан в амбулаторных условиях;
- бюджетные инвестиции.

Лекарственное обеспечение граждан РФ в амбулаторных условиях очень важно для людей, которые не в силах оплатить лечение сами. И это должно стать одной из государственных гарантий бесплатной медицинской помощи, ибо это может нас спасти от чрезмерной смертности. Для реализации программы лекарственного страхования должны привлекаться медицинские страховые организации с возложением на них соответствующих функций по управлению финансовыми обязательствами, контролю и экспертизе качества оказания медицинской помощи в амбулаторно-поликлинических условиях, формированию информационных потоков и отчетности.

В настоящее время на публику выходят такие проблемы гражданских исков, связанных с качеством оказания медицинской помощи. В связи с этим, на втором этапе правового обеспечения реализации поставленных задач по развитию здравоохранения, в целях создания правовых и финансовых основ для урегулирования вопросов, связанных с качеством оказания медицинской помощи, должны быть приняты федеральные законы «О защите прав пациента» и «Об обязатель-

ном страховании профессиональной ответственности медицинских работников».

Основными принципами программы лекарственного страхования, реализуемого через систему обязательного медицинского страхования (ОМС), являются:

всеобщность – программа охватывает всех граждан Российской Федерации, застрахованных в системе ОМС;

обязательность – участие в программе носит обязательный характер, граждане Российской Федерации не вправе отказаться от участия в ней;

целевая ориентация на сохранение здоровья трудового потенциала населения Российской Федерации: центральным элементом программы является обеспечение условий повышения качества медицинской помощи, оказываемой застрахованным по ОМС гражданам, не утрачившим трудовую функцию, за счет повышения доступности современной высокоэффективной лекарственной терапии;

инкорпорирование программы лекарственного страхования в систему обязательного медицинского страхования как одного из разделов государственного медицинского страхования и неотъемлемой части программы государственных гарантий;

принцип солидарного участия, основанный на софинансировании гражданами стоимости фактически отпущенных им лекарственных средств;

принцип отделения социальной составляющей, предполагающий обеспечение равных условий доступа к лекарственной помощи, оказываемой в рамках программы, вне зависимости от социального статуса застрахованного гражданина.

Эти принципы помогут нам улучшить системы оказания медицинской помощи.

Кроме ОМС существует добровольное медицинское страхование (ДМС) – современный способ получить качественную многопрофильную медицинскую помощь взрослым и детям. В связи с изменениями в миграционном законодательстве в 2015 г., с 1 января иностранные граждане, при подаче документов на оформление патента на работу, должны будут кроме прочих документов предоставить в УФМС полис добровольного медицинского страхования.

Договор ДМС должен быть заключен со страховой организацией на 1 год и должен обеспечивать оказание иностранному гражданину первичной медико-санитарной помощи и специализированной медицинской помощи в неотложной форме.

Кроме требований ФМС, страховой полис ДМС обеспечивает иностранному гражданину предоставление ему, при несчастном случае,

срочной медицинской помощи бесплатно, тогда как при отсутствии страховки все медицинские услуги оказываются исключительно на платной основе. Заключенный договор ДМС действует по всей России.

Движущие силы рынка способствовали повышению экономической эффективности, качества и равенства медицинского обслуживания, производителей и покупателей медицинских услуг следовало разделить, что и сделала система медицинского страхования. Необходимо также отметить, что помимо дефицита территориальных программ государственных гарантий существует еще существенная дифференциация их обеспеченности по субъектам Российской Федерации, которая приводит к разнице в доступности и качестве оказываемой медицинской помощи.

В заключении, я бы хотела сказать, что влияние ОМС на здравоохранение очень полезно и очень хорошо для людей, которые не имеют средства для лечения, но очень больны. Они получают шанс на бесплатную помощь. Это положительно воздействует для мигрантов, которые приехали в Россию. Также следует отметить и то, что повышение эффективности здравоохранения на современном этапе развития РФ является одним из наиболее приоритетных направлений государственной социально-экономической политики. Несмотря на всю значимость этого направления для современной системы государственного управления здравоохранением, его теоретические и практические аспекты находятся в стадии разработки и становления.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

Е. Н. Лобанова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Российский финансовый рынок и направления его развития

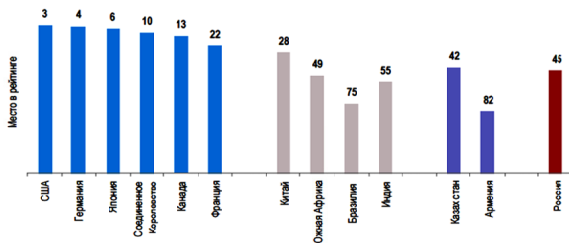
Развитие финансового рынка Российской Федерации является одним из приоритетных направлений деятельности, так как его эффективная работа способствует экономическому росту страны и повышению качества жизни граждан.

Банк России выделяет три приоритетные цели развития российского финансового рынка, учитывающие текущие экономические и геополитические условия:

повышение уровня и качества жизни граждан Российской Федерации за счет использования инструментов финансового рынка;

содействие экономическому росту за счет предоставления конкурентного доступа субъектам российской экономики к долговому и долевым финансированию, инструментам страхования рисков; создание условий для роста финансовой индустрии.

Развитие финансового рынка Российской Федерации на протяжении последнего десятилетия осуществляется в условиях глобализации, роста интернационализации рынков ценных бумаг, увеличения объема трансграничных инвестиционных сделок и усиления конкуренции мировых финансовых центров. В процессе становления и развития российскому финансовому рынку удалось достигнуть определенных результатов, однако в контексте глобальной конкуренции он находится на невысоких позициях. Так, в соответствии с индексом глобальной конкурентоспособности, ежегодно рассчитываемым в рамках Отчета о глобальной конкурентоспособности за 2015–2016 гг., Россия занимает 45-ю позицию из 140 возможных. Такое положение сопоставимо с положением стран БРИКС и Казахстана, но существенно уступает показателям других стран «Группы двадцати» (см. рисунок).



Индекс глобальной конкурентоспособности в 2015–2016 гг. по странам¹

По сравнению с результатами предыдущих отчетов наблюдается существенное повышение позиции России в индексе: 64-я позиция из 148 стран по данным за 2012–2013 гг., 67-я позиция из 144 стран по данным за 2013–2014 гг., 53-я позиция из 144 стран по данным за 2014–2015 годы и 45-я позиция из 140 стран по данным за 2015–2016 гг.

Однако по фактору «развитие финансового рынка» – одному из 12 составных факторов индекса глобальной конкурентоспособности – Россия находится на 95-й позиции из 140 возможных и существенно отстает от ведущих стран «Группы двадцати» (по данным Отчета о глобальной конкурентоспособности за 2015–2016 годы). Низкие показатели наблюдаются по следующим элементам данного фактора: устойчивость банков – 115, регулирование фондовых бирж – 97, финансирование через локальный фондовый рынок – 88, индекс закон-

¹ *Официальный сайт* Центрального Банка России. URL: <http://www.cbr.ru>.

ных прав – 80, доступность финансовых услуг – 67. Тем не менее, по сравнению с результатами, достигнутыми Россией в период с 2012 г. по 2015 г, индикаторы фактора «развитие финансового рынка» значительно улучшились.

Основной слабой стороной российского финансового рынка, выявленной разработчиками индекса финансового развития, является незначительная доля активов некредитных финансовых организаций при доминировании банковской системы, которая, однако, не может обеспечить достаточный уровень внутреннего кредитования. Важной задачей развития российского финансового рынка в контексте глобальной конкурентоспособности остается формирование в Российской Федерации международного финансового центра (далее – МФЦ). Необходимость развития МФЦ была сформулирована в 2008 г., когда глобальный экономический финансовый кризис выявил острую потребность в диверсификации российской экономики. В настоящее время продолжается реализация разработанных планов мероприятий в этом направлении.

Характерной чертой российской финансовой системы является существенное доминирование кредитных организаций.

В 2012–2015 гг. российский финансовый сектор развивался весьма динамично. Отношение активов банковского сектора к ВВП выросло с 79,6% на конец 2012 г. до 101,1% в середине 2015 г., кредитов экономике к ВВП – с 41,6 до 55,2%, капитала к ВВП – с 9,4 до 11,2%. Среди активов небанковских посредников наибольший прирост показали активы пенсионных фондов, увеличившись с 5,2% ВВП на конец 2012 г. до 6,5% ВВП на конец первого полугодия 2015 г.

Особенности сложившейся в России структуры финансовой системы связаны с действием ряда факторов, в том числе с достаточно низкой активностью населения на финансовом рынке, сдвигом предпочтений населения в сторону обслуживания в кредитных организациях, которые предоставляют не только банковские услуги, но и услуги на фондовом рынке, а также с невысоким уровнем доверия к небанковским финансовым посредникам (из-за высокого уровня злоупотреблений в отрасли при недостаточной интенсивности надзорной деятельности и отсутствии механизмов воздействия на недобросовестных участников). Однако ключевую роль играет чрезвычайно высокая востребованность населением банковских вкладов, характеристики которых сочетают в себе высокие процентные ставки, льготный режим налогообложения процентного дохода и курсовых разниц (для вкладов в иностранной валюте), высокий уровень надежности вкладов благодаря системе их страхования, обеспеченной Банком России, а также простоту, привычность и доступность этого продукта. Рынок акций в России, сформировавшийся в значительной степени благодаря при-

ватизации государственных предприятий, не смог стать источником массового привлечения капитала в силу слабости корпоративного управления в российских акционерных обществах. Рынок облигаций из-за отсутствия потенциала внутреннего инвестора и высокой инфляции сформировался преимущественно в форме рынка еврооблигаций, номинированных в иностранной валюте, и на этом рынке проявляют активность главным образом иностранные инвесторы.

Сдерживающее влияние на развитие финансового рынка оказывают низкий уровень накопленных сбережений граждан. Среди развивающихся стран Россия находится в средней группе по уровню располагаемого дохода на душу населения. Среднемесячные среднедушевые доходы населения в 2015 г. достигли 27,3 тыс. р. (в 2014 г. они составили 27,8 тыс. р.).

Вместе с тем удельный вес сбережений в общей структуре использования денежных доходов населения остается в России достаточно низким – несмотря на рост нормы сбережения до 13,6% в первом полугодии 2015 г., в среднем за последние три года значение данного показателя составило лишь 9,5%.

Объем пенсионных сбережений населения России по состоянию на конец 2015 г. составил 4,6 трлн р. (6,2% ВВП), что сопоставимо с данным показателем во многих европейских государствах. Пенсионные сбережения россиян по-прежнему не являются значимым источником предложения долгосрочного фондирования для субъектов экономики. Невысокий удельный вес пенсионных активов на рынке капитала не позволяет говорить о том, что в краткосрочном периоде они станут основой внутреннего инвестиционного спроса, создающего условия для привлечения международных инвесторов и стабилизирующего финансовый рынок в периоды волатильности.

В России, несмотря на наблюдавшиеся в последнее время опережавшие рынок темпы роста взносов по страхованию жизни, доля данного сегмента в совокупных страховых взносах остается незначительной – 10,3% в первом полугодии 2015 г., в то время как во многих странах с развитой рыночной экономикой этот показатель превышает 50%. Отношение премий по страхованию жизни к ВВП в развивающихся странах колеблется в диапазоне от 1 до 15%, в то время как в России этот показатель близок к нулю.

Складывающиеся на финансовом рынке тенденции отражаются на характере заимствований. Дефицит относительно дешевого долгосрочного фондирования приводит к тому, что российские компании вынуждены при финансировании инвестиций полагаться на такие финансовые ресурсы, как нераспределенная прибыль организаций, средства государственных и муниципальных бюджетов и финансирование,

полученное от контролирующих лиц, а также на иностранные заимствования, доступность которых существенно снизилась.

По сравнению с организациями в сопоставимых странах Восточной Европы и Центральной Азии, а также организациями из стран с близким средним уровнем дохода российские компании в целом гораздо меньше привлекают внешнее финансирование, в частности в виде заемных средств кредитных организаций. За счет кредитов, полученных от кредитных организаций, в России финансируется только 9% инвестиций в основной капитал. При этом для российской финансовой системы характерно преобладание кредитования как традиционно лидирующего источника заимствования российских предприятий. В 2015 г. корпоративный кредитный портфель достиг 29,4 трлн р., отношение объема корпоративных кредитов к ВВП составило 40,1%, что является достаточно небольшой величиной.

Несмотря на относительно юный возраст российского финансового рынка, он уже успел пережить множество взлетов и падений. Тем не менее, при реализации последовательной государственной политики в области развития финансового рынка он имеет высокий потенциал роста.

Научный руководитель *В. М. Гаянова*

К. Ю. Межекова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Инвестиционный налоговый кредит в России и за рубежом

В настоящее время экономика России испытывает трудности, которые требуют определенных решений и действий. В частности, кризисные явления проявляются в сокращении экономического роста, высокой инфляции, снижении реального дохода населения. Любой кризис является результатом неэффективности функционирования существующей модели развития. Поэтому необходимо развивать то, чему раньше уделялось меньше внимания. Этому процессу может способствовать государство через стимулирование инвестиционной и инновационной деятельности. Инвестиции помогают перераспределять денежные средства в те отрасли, которые нуждаются в них.

Действенным методом стимулирования инвестиционной деятельности является налоговая политика государства в виде предоставления льгот и преференций. Основным инструментом, способствующим развитию инвестиционной и инновационной деятельности, является инвестиционный налоговый кредит.

Проблему предоставления инвестиционных налоговых кредитов можно рассматривать с двух сторон. *Во-первых*, в ситуации, когда государство недополучает доходы, оно стремится снизить расходы путем уменьшения обязательств по предоставлению налоговых льгот и преференций. *Во-вторых*, именно инвестиции и инновации являются драйвером экономического роста экономики. Поэтому отмена налоговых льгот во время кризиса может не только уменьшить поступления в бюджет, но и привести к усугублению кризиса.

В современном мире понятие «инвестиционного налогового кредита» трактуется в двух значениях: первый – всякий вычтенный у источника дохода налог, который может быть зачтен в счет выполнения налоговых обязательств плательщика; второй – значение англоязычного термина «tax credit» может означать любой вычет из суммы задолженности, налоговую скидку [2].

В то время как в российском налоговом законодательстве трактуется как предоставление финансовых средств на условиях возвратности, платности и срочности. В зарубежной практике налоговый кредит подразумевает уменьшение суммы налогового обязательства налогоплательщика на сумму понесенных им расходов. Большинство стран предоставляют налоговый кредит исходя из общей величины расходов на НИОКР. Некоторые государства используют приростной налоговый кредит, то есть исходя из приращения расходов на НИОКР за определенный период. С точки зрения эффективности применения того или иного подхода важно рассмотреть опыт Ирландии, применявшей сначала приростной налоговый кредит, а затем возмещаемый.

Основной целью введения налогового кредита в Ирландии стало стимулирование расходов на НИОКР. Так, 2003 г. был установлен в качестве базового, т.е. для исчисления кредита в текущем году расходы на НИОКР уменьшались на расходы 2003 г. Такой порядок расчета стал стимулом для увеличения расходов на НИОКР. С 2015 г. налоговый кредит предоставляется в размере 25% от затрат на исследования и разработки по отношению корпоративного налога на прибыль. На кредит можно претендовать в течение 12 месяцев после отчетного периода осуществления таких расходов [2].

Во Франции компаниям предоставляют исследовательский налоговый кредит, введенный еще в 1983 г., и составляет 30% для первых 100 млн евро расходов и 5% сумм свыше 100 млн евро. Также кредит может быть предоставлен в виде денежных скидок, если компания в течение трех лет не получила кредита из облагаемого дохода. В дополнении во Франции действует инновационный налоговый кредит, который составляет 20% в пределах 400 тыс. евро. При этом компания

должна производить новый продукт, который недоступен на рынке и отличается эффективной производительностью [2].

В России предоставляется инвестиционный налоговый кредит как форма изменения срока исполнения налогового обязательства. Согласно Налоговому Кодексу РФ он предполагает изменение срока уплаты налога, при котором организации при наличии оснований предоставляется возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшать свои платежи по налогу с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов. В Налоговом Кодексе перечислены шесть оснований, которые стимулируют инновационную и инвестиционную деятельность¹. При этом возникают некоторые трудности в трактовке: какие услуги можно назвать особо важными для населения. Основными причинами, ограничивающими более широкое распространение, являются: малый срок предоставления, отсутствие четких понятий в нормативно-правовых актах, недоработка оснований предоставления кредита, отсутствие законодательно закрепления ответственности органов государственной власти [1].

При применении инвестиционного налогового кредита компания имеет право уменьшить свои платежи по налогу (не более 50% суммы налога) в течение определенного срока (от года до десяти лет) при условии последующей поэтапной уплаты суммы кредита и начисленных процентов². Таким образом, принципы платности, срочности и возвратности в предоставлении кредита в России являются главным отличием от налогового кредита в зарубежных странах.

По сравнению с кредитом в банке инвестиционный налоговый кредит позволяет привлекать денежные средства по более низкой ставке. Однако в связи с большим перечнем документов и недоработками в нормативно-правовых актах существенного тормозят практику его применения.

Зарубежная практика налогового стимулирования расходов на инвестиции проверена временем и довольно многообразна. И может быть полезна при развитии данного направления в России.

Библиографический список

1. *Абакарова Р. Ш.* Применение инвестиционного налогового кредита в России // Теория и практика общественного развития. 2014. № 9.

2. *Королева Л. П., Кандрашкина М. А.* Налоговый кредит как инструмент стимулирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок: зарубежный и отечественный опыт // Бухгалтер и закон. 2015. № 4.

Научный руководитель *Е. А. Смородина*

¹ *Налоговый кодекс РФ.* Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

² Там же.

Инвестиционная деятельность страховых компаний в условиях кризиса

Страховые компании выполняют ряд важнейших функций в экономике – защитная, аккумулирующая, предупредительная, сберегательная, контрольная и инвестиционная. Каждая функция чрезвычайно важна для экономики в целом. В настоящее время именно инвестиционная функция наиболее актуальна, так как отсутствует доступ к иностранному капиталу, и все участники страховых отношений стремятся к наращению денежных фондов за счет инвестиционной деятельности. Страховщик и страхователь стремятся максимизировать прибыль, а государство заинтересовано в финансовой устойчивости субъектов экономики и увеличении налоговых поступлений в бюджет.

Однако существуют определенные ограничения со стороны государства в области инвестиционной деятельности, что обусловлено необходимостью выполнения обязательств перед страхователями. Ограничения закреплены в федеральном законе № 4015-1 от 27.11.1992 г. «Об организации страхового дела в Российской Федерации» и указание Банка России от 16.11.2014 г. № 3444-У «О порядке инвестирования средств страховых резервов и перечне разрешенных для инвестирования активов». Данные нормативно-правовые акты определяют условия и принципы инвестирования. Условия инвестирования включают в себя перечень объектов и основные требования к ним. К основным принципам инвестиционной деятельности относятся диверсификация, возвратность, ликвидность, доходность.

В условиях кризиса страховые компании сталкиваются с определенными трудностями, которые, с одной стороны, связаны формированием денежных ресурсов, с другой стороны, то, в каких условиях они вынуждены приумножать финансовые ресурсы. Страховые компании испытывают недостаток денежных ресурсов в связи со снижением реальных доходов населения; снижение объема продаж машин, квартир и т.д.; недоверие населения к страховым компаниям и низкий уровень финансовой грамотности. Также существуют внешние факторы – требования государства к инвестиционной деятельности, повышение рисков на рынке ценных бумаг и валютном рынке, сокращение темпов роста ВВП, повышение процентных ставок по кредиту, высокий уровень инфляции, отсутствие возможности привлечения иностранного капитала.

Рассматривая структуру инвестиций, важно отметить, что преобладают высоколиквидные активы – более 60%. При этом более 30% приходится на банковские вклады, более 20% на денежные средства, более 10% на облигации. Во-вторых, доля самого крупного объекта вложений в среднем составляет 32%. В-третьих, данная структура практически не изменилась за последние 5 лет [1]. Все это приводит к выводу о том, что принцип ликвидности и возвратности являются приоритетными для страховых компаний. И это понятно, так как в условиях кризиса появляется потребность в надежности вложений, что обеспечивает принцип возвратности. Страховые резервы формируются за счет страховых взносов. В случае наступления страхового случая страховая компания обязана выполнить обязательства перед страхователем, что обеспечивает принцип ликвидности.

По данным обзора страхового рынка России, проведенного международной консалтинговой компанией KPMG, все компании в 2015 г. принимали меры по снижению операционных расходов, 67% принимали меры по снижению расходов на персонал, 50% на изменение тарифной политики, также по сравнению с 2014 г. появился новый пункт – изменения профиля портфеля в сторону менее убыточных продуктов (33%) и изменение структуры активов (17%) [2]. Таким образом, для сохранения рентабельности бизнеса в текущих макроэкономических условиях руководители страховых компаний планируют продолжить сокращение основных статей расходов.

Также по данным опроса, можно сделать вывод, что наиболее приоритетными задачами являются увеличение рентабельности (75% респондентов) и повышение уровня удержания клиентов (75%). Страховые компании обратили внимание и на другие задачи, такие как повышение уровня удержания клиентов путем диверсификации предлагаемой продуктовой линейки и оптимизации андеррайтинговых стратегий. Большинство игроков не старается наращивать свои портфели, а ориентируется на сохранение достигнутых позиций и накопленных ресурсов [2].

Что касается приоритетов инвестиционной политики страховщиков, то в большей степени она ориентирована на депозиты (67%), валюту (29%) и недвижимость (17%). Экономическая ситуация и возросшие рыночные и валютные риски побуждают страховщиков сместить фокус инвестиционной политики с акций и корпоративных облигаций на депозиты [2].

Принцип доходности для страховых компаний отходит на второй план, так как наблюдаются высокие риски в экономике. Поэтому не ожидается подъем рынка страхования в ближайшее время. Не стоит недооценивать и тот факт, что страховые компании обеспечивают ста-

бильность и надежность для страхователей, а также могут обеспечить экономику долгосрочными инвестициями. Поэтому целесообразно поддерживать страховой рынок со стороны государства.

Основными направлениями сотрудничества между государством и страховыми компаниями могут быть: предоставление налоговых льгот страховым компаниям, которые инвестируют в приоритетные отрасли экономики; разработка инвестиционных программ на долгосрочной основе; оказание финансовой поддержки тем, кто вносит вклад в экономическую и социальную устойчивость.

Стратегической целью государства является развитие страхового рынка, так как именно страховой рынок может укрепить экономику и социальную сферу страны.

Библиографический список

1. *Инвестиции* российских страховых компаний в 2012–2013 годах // Рейтинговое агентство «Эксперт РА». URL: http://raexpert.ru/researches/insurance/invest_ins2013.

2. *Перемены* продолжаются: обзор рынка страхования в России // KPMG. URL: <http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Pages/Ongoing-change-the-Russian-insurance-market-report.aspx>.

Научный руководитель *М. Н. Терентьева*

А. И. Мозучая

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Проблемы формирования и погашения внешнего долга РФ

Внешний государственный долг играет очень важную роль в макроэкономической системе, так как напрямую связан с экономической безопасностью государства. В связи со сложившейся ситуацией в экономике, обусловленной низким падением цен на энергоресурсы, проблема погашения внешнего долга является актуальной. Это связано с тем, что характер формирования и погашения внешнего долга оказывает существенное влияние на состояние государственных финансов, инвестиционный климат, стабильности национальной валюты и федеральный бюджет.

Государственный долг – долговые обязательства Российской Федерации перед физическими и юридическими лицами, иностранными государствами, международными организациями и иными субъектами

международного права¹. Согласно Бюджетному кодексу Российской Федерации к внешнему долгу относятся все долги государства в иностранной валюте.

В условиях стабильной макроэкономической ситуации и роста объемов ВВП государственный долг не является ключевой проблемой развития экономики и жизнедеятельности общества. Как правило, государственный долг возрастает на этапах активного экономического роста, в связи с тем, что развивающаяся экономика, модернизируемое производство требуют определенных вложений, в том числе государственных. Однако государственный долг может расти и в период экономического спада сокращение производства в течение длительного времени предопределяет все динамические процессы развития макроэкономики [1, с. 100].

Основной причиной возникновения и нарастания внешних долговых обязательств является дефицит бюджета. Для того чтобы покрыть образовавшийся дефицит, государство нередко прибегает к внешним займам, что, соответственно, приводит к увеличению внешнего долга. Для экономической безопасности и стабильности государству важно, чтобы привлечение новых кредитов не было необходимостью, вызванной потребностью вернуть старые долги. Ситуация, в которой рост госдолга превышает выплату по предыдущим долгам, свидетельствует о том, что государство берет новые кредиты для покрытия старых, что приводит к бесконечному росту долгов, а в конечном итоге к банкротству.

Высокий уровень внешней государственной задолженности влияет на различные аспекты экономической деятельности, такие как поведение иностранных инвесторов, объем частных инвестиций в стране, способность государства реагировать на кризисные явления и, наконец, темпы экономического роста. Также рост внешнего государственного долга приводит к увеличению зависимости от иностранных государств, предоставивших кредиты.

Внешние долговые обязательства должны находиться под пристальным контролем со стороны государства. Так как если не существует должностного контроля, это может поставить под угрозу бюджетную дееспособность государства.

На январь 2016 г. общий объем внешнего долга Российской Федерации составляет 50 002,3 млн дол. или 25% ВВП [2]. Это относительно невысокий показатель: для сравнения, общий внешний долг США, который является самым большим в мире, составляет около 110% ВВП.

¹ Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

В период с 2011 г. по 2012 г. наблюдается тенденция к уменьшению государственного долга, а с 2012 г. по 2015 г. тенденция к увеличению. Однако с 2015 г. происходит резкое снижение объема внешнего долга. Главной причиной столь стремительного снижения внешних долговых обязательств является введение западных санкций, отрезавших российские компании от международных рынков капитала. Если бы не эти экономические меры, не исключено, что российский внешний долг продолжал бы расти.

Период с 2011 г. по 2014 г. можно в целом охарактеризовать ростом госдолга. Особенно он был значительным в 2013 г., когда произошло увеличение на 14 967,8 млн дол. Такой рост обусловлен активным использованием механизма государственной поддержки российской экономики в форме предоставления государственных гарантий.

Большую часть внешнего долга составляет задолженность по внешним облигационным займам. Наибольший объем наблюдается в 2013 г., когда он составил 40 667,8 млн дол. США. Однако в последующие годы наблюдается тенденция к снижению. С 2014 г. по 2016 г. внешние облигационные займы снизились на 4756,6 млн долл. США. Немаловажным является тот факт, что РФ в 2015 г. полностью погасила долг перед членами Парижского клуба.

Стоит отметить, что верхний предел государственного внешнего долга РФ на 01.01.2017 г. не должен превышать 55,1 млрд дол. США или 50,1 млрд евро¹.

Резкое снижение цен на нефть, конфликт на Украине, введение санкций, что, в свою очередь, привело к ограничению доступа российских корпораций к международным финансовым рынкам, – все эти факторы несомненно повлияли на экономическую ситуацию в России. Изменившиеся внешние условия для российской экономики отразились в характере управления внешним долгом. Для решения проблемы погашения внешнего долга и повышения эффективности управления внешними долговыми обязательствами необходимо провести следующий комплекс мер.

Во-первых, нужно проанализировать кредитоспособность заемщиков, а также проконтролировать сроки возврата заемных средств.

Во-вторых, необходимо мгновенно реагировать на изменяющиеся условия внешнего и внутреннего финансовых рынков и использовать наиболее благоприятные источники заимствования.

В-третьих, следует провести внедрение прогрессивных технологий по управлению внешним долгом, которые позволяют отслеживать

¹ О федеральном бюджете на 2016 год: федер. закон от 14.12.2015 г. № 359-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

ход выполнения государственных обязательств в режиме реального времени и контролировать состояние долговой нагрузки.

В-четвертых, необходимо разработать план рациональной политики государства в сфере внешнего долга с целью улучшения платежной репутации РФ.

Таким образом, в условиях действующих ограничений на доступ к рынкам внешних заимствований управление внешним долгом приобретает особое значение, как для финансирования бюджетного дефицита, так и для развития внутреннего финансового рынка. Наблюдаемая тенденция в сокращении объемов внешнего долга подтверждает повышение гибкости долговой политики, проводимой Правительством РФ. Ключевыми задачами в среднесрочной перспективе должны стать создание механизма привлечения краткосрочной ликвидности, запуск новых долговых инструментов, расширение инвесторской базы, создание комфортных и конкурентоспособных условий для участников рынка из числа различных групп инвесторов, а также развитие национального долгового рынка в качестве абсолютного приоритета государственной долговой политики.

Библиографический список

1. *Вавилов А. П.* Государственный долг: уроки кризиса и принципы управления. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Городец-издат, 2013.
2. *Официальный сайт* Министерства финансов РФ. URL: <http://www.minfin.ru>.

Научный руководитель *П. А. Авдеев*

А. Т. Оздоев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Взаимное страхование в Российской Федерации. Проблемы и перспективы развития

В настоящее время в условиях кризиса происходит сокращение реальных доходов населения. В результате граждане начинают активно сокращать свои расходы. В том числе, это и расходы на страхование. Коммерческое страхование является достаточно дорогим в нашей стране. Достойной и более дешевой альтернативой для него может оказаться взаимное страхование, которое только начинает развиваться на наших рынках.

Взаимное страхование – форма защиты, базирующаяся на договоренности определенной группы и связанная с возмещением убытков,

которые возникают в результате случайных обстоятельств. Страхование осуществляется на основании пользования страховым фондом, который состоит из взносов участников процесса. Каждый страхователь при этом является членом страхового общества¹.

У взаимного страхования есть свои характерные признаки. Основные участники страхования объединяют свои финансовые ресурсы, в результате чего создается страховой фонд, выступающий совместной собственностью каждого участника. При этом каждый участник не имеет права самовольного распоряжения этим фондом, все страхователи имеют равные права и обязанности при управлении им.

Данный метод имеет ряд существенных преимуществ по сравнению с коммерческим. В первую очередь, это «финансовые» преимущества. Взаимное страхование является некоммерческим. Страхователи, являющиеся собственниками фонда, участвуют в его создании с целью создания страхового продукта для себя, а не для получения прибыли на вложенный капитал. В связи с некоммерческим характером деятельности, данные организации освобождаются от налога на прибыль. Страховые операции между ОВС и его членами не являются объектом НДС. Страховщик не делает поправку на прибыль, устанавливая тарифы. Все это обуславливает факт того, что взносы существенно меньше, чем при коммерческом страховании [4].

Другим преимуществом является то, что управление всем процессом страхования ведется на основе решений общего собрания участников. Благодаря этому, каждый участник имеет возможность достоверного и прозрачного контроля над всеми финансовыми потоками общества. Еще одним преимуществом является и то, что взнос остается в распоряжении страхователя, он может в любой момент забрать свой взнос, не неся каких-то штрафных санкций за это. Страхователь самостоятельно может решить, в каком банке будет храниться совершенный им взнос [4].

В мире общества взаимного страхования – одни из лидеров по объему собираемых страховых платежей и количеству обслуживаемых страхователей, особенно граждан. Взаимное страхование очень популярно за рубежом и является довольно распространенным методом создания страховых продуктов. Доли взаимного страхования на иностранных рынках показаны в таблице.

¹ *О взаимном страховании*: федер. закон от 29.11.2007 г. № 286-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

Т а б л и ц а 1

**Доли взаимного страхования на страховых рынках
в иностранных государствах [2]**

Взаимное страхование жизни		Взаимное страхование имущества	
Япония	90%	Швеции	50%
США	60%	Финляндии	40%
Канада	50%	США	30%
Великобритания	50%		

В России развитие взаимного страхования не было непрерывным и происходило в несколько этапов. Краткая характеристика каждого периода представлена в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Характеристика этапов развития взаимного страхования в России

Этап	Продолжительность	Характеристика
1	30-е гг. XIX в. – 1917 г.	Становление и успешное развитие взаимного страхования в Российской империи. Активная деятельность государства. Использование метода для обязательного страхования
2	1917–1988 гг.	Установление государственной монополии на страховую деятельность. Ликвидация взаимных страховых организаций. Исчезновение понятия из научных публикаций
3	1988–2007 гг.	Скрытое, неофициальное развитие взаимного страхования в РФ
4	2007 г. – настоящее время	Вступление в силу закона «О взаимном страховании». Возрождение взаимного страхования

Динамика изменения числа ОВС в стране за последние годы представлена на графике. На данный момент в РФ лицензию имеют только 10 ОВС. Этого не достаточно, чтобы составить серьезную конкуренцию коммерческим страховщикам.

Действующие ОВС занимаются страхованием имущества физических и юридических лиц, страхованием гражданской ответственности, сельскохозяйственным страхованием. Также предоставляют услуги страхования грузов, предпринимательских и финансовых рисков [3].

Динамика количества ОВС в России изображена на графике (рис. 1).

Существует несколько основных проблем, повлиявших на медленное развитие рынка взаимного страхования в нашей стране. В их числе неосведомленность населения о данном методе, утрата научных представлений о применении взаимного страхования, незаинтересованность государства в решении данной проблемы, несовершенство законодательства. Проанализировав их, можно предложить возможные пути их решения, которые могли бы увеличить число ОВС в России, со-

здать условия для развития данного рынка и помочь укрепить позиции взаимного страхования.

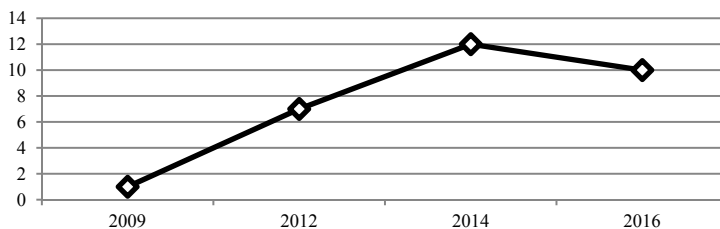


Рис. 1. Динамика изменения числа ОВС в России

Т а б л и ц а 3

Проблемы деятельности ОВС и возможные пути решения

Проблемы	Пути решения
Утраты представлений о возможностях применения метода взаимного страхования на практике, о его экономических особенностях	Использование международного опыта, технологий, наработок, схем работы для укрепления собственного рынка
Отсутствие осведомленности у населения и предпринимательской среды о данном методе	Использование опыта применения взаимного страхования в дореволюционной России
Невнимание государства к данной проблеме	Применение взаимного страхования для обязательного страхования. (Н-р, взаимное пожарное страхование, взаимное медицинское страхование, взаимное морское страхование, взаимное страхование сельскохозяйственных рисков, взаимное страхование профессиональной ответственности)
Законодательные, правовые проблемы: ограничение организационно-правовых форм; ограничение максимального числа участников ОВС; запрет на объединение в ОВС для личного страхования; запрет на осуществление ОВС страхования интересов лиц, не являющихся членами общества	Проведение мероприятий по созданию представлений у населения о методе взаимного страхования, возможностях его применения в жизни, популяризация данного метода: приглашение специалистов по взаимному страхованию на лекции в университеты; создание информирующих буклетов; использование СМИ (н-р, колонка в газете); активизация деятельности НАВС по продвижению этого метода введение курсов взаимного страхования в университетах, для подготовки специалистов в данной области

Примечание. Составлено автором по: [1].

Таким образом, в настоящее время в Российской Федерации происходит уникальный процесс возрождения взаимного страхования, его

возвращение на национальные страховые рынки. Этот процесс уникален и представляет собой не простую задачу, но это может дать свои результаты. Организация и успешная деятельность в России обществ взаимного страхования сможет снизить количество несчастных случаев в рискованных видах страхования, обеспечить страховую защиту таких имущественных интересов, которые не страхуют коммерческие страховщики, обеспечить страховую защиту по сравнительно низким ценам, формировать в рамках взаимных страховых организаций дополнительные инвестиционные ресурсы.

Библиографический список

1. *Метод* взаимного страхования и его развитие на российском страховом рынке. URL: <http://www.ankil.info/19.html>.
2. *Информационный* портал «Страхование сегодня». URL: <http://www.insur-info.ru/register/ovs>.
3. *Информационный* портал трейдеров. URL: <http://utmagazine.ru/posts/8448-vzaimnoe-strahovanie>.
4. *Преимущества* и недостатки вступления в общества взаимного страхования. URL: <http://strahovkunado.ru/insur/i-info/vzaimnoe-strahovanie.html>.

Научный руководитель *М. Н. Терентьева*

А. С. Самылова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Тенденции и перспективы внедрения лучших практик открытых бюджетов

Основной деятельности государственных органов в сфере публичных финансов является бюджетный процесс, который должен быть понятен, прозрачен и подотчетен не только для депутатов, но и для представителей широкой общественности. Для этой цели разработкой единой системы управления общественными финансами на федеральном уровне целенаправленно начали заниматься с 2011 г. В 2011 г. Минфин России разработал Концепцию создания и развития государственной интегрированной информационной системы управления общественными финансами «Электронный бюджет»¹. А в 2014 г. велась разработка и публикация «Бюджета для граждан» к федеральному закону о бюджете на 2015 г. и плановый период 2016 и 2017 гг. [1].

¹ *Об утверждении* Положения об операторе государственной интегрированной информационной системы управления общественными финансами «Электронный бюджет»: Приказ Минфина РФ от 24.11.2011 г. № 433. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

В настоящее время Минфином России ведется доработка документа с учетом замечаний членов Экспертного совета при Правительстве России. Проект «Бюджет для граждан» обсуждалось в рамках работы круглого стола «Бюджет для граждан: быть в курсе и участвовать» на Красноярском экономическом форуме [1].

Изучением открытости государственных бюджетов всех стран занимается международная организация International Budget Partnership (IBP). В рамках инициативы по открытости бюджетов производится оценка прозрачности бюджета и участия в этом процессе общественности, так как очень важно ее вовлечение и влияние на формирование федеральных бюджетов. Чтобы осуществлять наиболее эффективную практику открытого бюджета государству необходимо предоставлять информацию о государственных расходах по штату, ведомству, категории и получателю, так же данные о бюджетном процессе, которые включают отчеты, документы и информацию о доходах чиновников, обеспечить общественный контроль за бюджетами избирательных кампаний. Это все и много другое осуществляется через интернет – проекты в области открытых бюджетов [2].

В 2015 г. IBP был составлен рейтинг открытости государственных бюджетов (табл. 1). Данный рейтинг составлен основываясь на выводах из анкетирования по 109 вопросам, включенных в Индекс открытости бюджета (ИОБ), в анкете исследуются факторы, связанные с различными уровнями прозрачности. В 2015 г. рейтинг охватывал 102 страны, Россия заняла 11 место в рейтинге открытости государственных бюджетов, составленным IBP [2].

Т а б л и ц а 1

Рейтинг открытости бюджета среди стран мира за 2015 г.¹

Страна	Место	Индекс
Новая Зеландия	1	88
Швеция	2	87
Южная Африка	3	86
Норвегия	4	84
США	5	81
Бразилия	6	77
Франция	7	76
Великобритания	8	75
Румыния	9	75

¹ Ежегодный Доклад о лучшей практике развития «Бюджета для граждан» в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях за 2015 год: Письмо Минфина России от 18.09.2015 г. № 09-07-04/53809. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

Страна	Место	Индекс
Перу	10	75
Россия	11	74
...

Лучшие иностранные практики осуществляют такие государства, как Новая Зеландия, Швеция, Южная Африка, Норвегия, США. Успешность их практик в целом заключается в том, что такие страны обеспечивают граждан обширной информацией, позволяющей достаточно хорошо понимать бюджет на протяжении всего бюджетного цикла. Несомненно, важно то, что данные страны публикуют в доступной форме все документы, которые они разрабатывают. Информацию о доходах и расходах, а так же задолженностях страны, как правило, раскрывают более полно. Она позволяет гражданскому обществу и другим субъектам проводить анализ того, соответствует ли государственная налогово-бюджетная политика экономическим и социальным целям всего общества [2].

Практика по открытому бюджету в России является спорной. Однако, в настоящее время среди реализованных проектов в России выделяются проекты партнерства: «РосГосЗатраты», «Публичные доходы», «Информационная культура» [3].

Для оценки лучших практики по открытому бюджету среди субъектов России Центром прикладной экономики за 2013 г. был составлен рейтинг, первое место в нем занял Краснодарский край, который набрал 56 баллов (30%). Средний балл за 2013 г. составил 20,5 баллов (11%). В 2014 г. методика составления рейтинга была усовершенствована: расширились показатели с 84 до 92, были внедрены мониторинг и оценки, согласование предварительных итогов с субъектами Российской Федерации. В 2016 г. 22 января были подведены итоги по уровню открытости бюджетных данных за 2015 г. (табл. 2).

Таблица 2

**Рейтинг субъектов РФ
по уровню открытости бюджетных данных за 2015 г.¹**

Субъект РФ	Место по РФ	Итого баллов
Максимальное количество баллов		210
Краснодарский край	1	185
Оренбургская область	2	184

¹ Ежегодный Доклад о лучшей практике развития «Бюджета для граждан» в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях за 2015 год: Письмо Минфина России от 18.09.2015 г. № 09-07-04/53809. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

Субъект РФ	Место по РФ	Итого баллов
Омская область	3	182,5
Красноярский край	4	178
Мурманская область	5	164
Республика Адыгея (Адыгея)	6	162
Ханты-Мансийский автономный округ	7	157,5
Московская область	8	154
Ставропольский край	9	153
Владимирская область	10	147
...

Согласно рейтинга лучшее практики среди субъектов Российской Федерации, осуществляют Краснодарский край, Оренбургская область и Омская область. Рейтинг был составлен на основе анкетирования Научно-исследовательским финансовым институтом (НИФИ) совместно с Центром прикладной экономики по заказу департамента бюджетной политики Минфина России. Оценивалось предоставление информации об основных показателях социального и экономического развития региона РФ, основных целях и приоритетах бюджетной политики, основных характеристиках бюджета субъекта Российской Федерации, налоговых и неналоговых поступлениях в бюджет, межбюджетных трансфертах. А также оценивалась предоставление информации о налоговых льготах и крупных налогоплательщиках¹.

В Заключение можно сказать, что для проведения успешной практики открытого бюджета нужно, что бы вместе прилагали усилия правительство и граждане той или иной страны, а также другие субъекты. По этой причине, рекомендации, которые дает International Budget Partnership, направлены не только на правительства, но также и на международные организации, организации гражданского общества. Например, такие рекомендации, как публиковать больше информации, закреплять успехи в прозрачности, предоставлять больше возможностей для участия общественности, расширять возможности надзора, содействовать развитию комплексных и подотчетных бюджетных экосистем, помогут улучшить все практики открытых бюджетов.

Главной задачей является создание глобального обсуждения, которое в настоящее время почти повсеместно играет существенную роль в организации подотчетных бюджетных систем на национальном уровне. Усиленные и скоординированные действия всех субъектов внутри

¹ Ежегодный Доклад о лучшей практике развития «Бюджета для граждан» в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях за 2015 год: Письмо Минфина России от 18.09.2015 г. № 09-07-04/53809. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

страны и за рубежом, правительственных и неправительственных, приведут к созданию более прозрачных и подотчетных бюджетных систем. Они будут обеспечивать успех глобальных инициатив, которые направлены на снижение уровня бедности, повышения уровня жизни во всем мире.

Библиографический список

1. *Единый портал бюджетной системы Российской Федерации «Электронный бюджет»*. URL: www.budget.gov.ru.
2. *Международное Бюджетное Партнерство (International Budget Partnership)*. URL: <http://www.internationalbudget.org>.
3. *Открытое правительство*. URL: <http://open.gov.ru>.

Научный руководитель *П. А. Авдеев*

Е. Р. Сибагатова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Современное состояние российского рынка перестрахования

В системе защиты имущественных интересов граждан, компаний, государства от опасных случайностей важную экономическую и социальную роль выполняет рынок перестрахования. На мировой арене уже сложились устойчивые перестраховочные центры, это, прежде всего США, Центральная Европа. Рынок перестрахования России не имеет достаточно ресурсов и поэтому зависит от зарубежных рынков.

В результате введения санкций против ряда финансовых компаний для крупных российских страховщиков западный рынок перестрахования оказался недоступным. Тем самым, возникла проблема поиска перестраховочных емкостей для размещения крупных рисков. Поэтому актуальной темой на сегодняшний день остается текущее состояние перестраховочного рынка и тенденции его развития в ближайшие годы.

Перестрахование – это деятельность по страхованию одним страховщиком (перестраховщиком) имущественных интересов другого страховщика (перестрахователя), связанных с принятым последним по договору страхования (основному договору) обязательством по страховой выплате¹.

¹ *Об организации* страхового дела: федер. закон РФ от 27.11.1992 г. № 4015-1 (с изм. и доп. с 09.02.2016 г.). Доступ из СПС «Консультант плюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

Прежде чем рассматривать текущее состояние рынка перестрахования в России, необходимо понять, как происходит процесс перестрахования. В соответствии с договором перестрахования страховщик, так называемый перестрахователь, принимая на страхование риски, определенную часть ответственности и премии по ним оставляет на собственном удержании, а оставшуюся часть передает на согласованных условиях другим страховщикам (перестраховщикам), т.е. цеденту, цессионарию и ретроцессионеру, с целью создания по возможности сбалансированного страхового портфеля, обеспечения финансовой устойчивости и рентабельности страховых операций [1].

На рынок перестрахования, так или иначе, влияет состояние страхового рынка в целом. На сегодняшний день, несмотря на то, что лидеры демонстрируют позитивную динамику в сборе премий, рост рынка замедляется (рис. 1). Основными факторами, негативно влияющими на страховой рынок, остаются экономический климат в стране, покупательная способность населения и объемы кредитования [2].



Рис. 1. Прогноз динамики страховых премий [3]

По базовому прогнозу в 2016 г. номинальный объем российского страхового рынка вырастет не более чем на 2–5%, что означает падение рынка без учета инфляции. Снижение взносов по страхованию автокаско и страхованию имущества юридических лиц усилит риски демпинга. Замедление ОСАГО и страхования жизни приведет к росту убыточности и сокращению рентабельности собственных средств. При этом угроза оттока инвестиций из отрасли ослабит финансовую стабильность страхового рынка [2; 3].

В 2016 г. объем страхового рынка не превысит 1070 млрд рублей. Базовый прогноз предполагает относительно умеренный кризис на банковском рынке, сохранение санкций против России на текущем уровне, незначительное сокращение объемов ВВП. По негативному

прогнозу объем страхового рынка в 2016 г. сократится на 1–4%. Негативный сценарий реализуется при углублении кризиса на банковском рынке, расширении санкций против России, заметном сокращении ВВП [3].

Рынок перестрахования занимает немаловажную часть на страховом рынке. Несмотря на снижение курса рубля, в I полугодии 2015 г. объем российского перестраховочного рынка сократился на 16,2% [2].

На сокращение взносов по входящему перестрахованию в I полугодии 2015 г. оказали влияние замедление страхового рынка, санкции по отношению к России, сокращение взносов, полученных по договорам псевдострахования. Низкий уровень капитализации российских страховых и перестраховочных компаний приводит к тому, что значительная часть крупных рисков передается за рубеж. В результате резервы, сформированные под эти риски, размещаются на западных фондовых рынках, а прибыль от данных операций не поступает в Российскую Федерацию, увеличивая зависимость РФ от внешних страховых рынков. Низкий уровень развития российского перестраховочного рынка формирует зависимость российской экономики от других страховых рынков, которая усилилась после принятия санкций против России [2; 3].

В 2015 г. рынок входящего перестрахования сократился на 10–15%. По базовому прогнозу, который предполагает сохранение кризиса на банковском рынке на текущем уровне и незначительное сокращение объемов ВВП, объем рынка входящего перестрахования в ближайшие два года не увеличится [2; 3].

Позитивный прогноз предполагает ежегодный рост сегмента темпами 45–50% вплоть до насыщения сегмента.



Рис. 2. Прогноз динамики рынка входящего перестрахования [3]

По результатам проведенного анализа современного состояния рынка перестрахования в России, можно сделать вывод, что для дальнейшего развития перестраховочного рынка необходимо выполнение определенных условий.

1. Нормативы передачи рисков в государственную перестраховочную компанию не должны устанавливаться на государственном уровне. Объем и параметры передаваемых рисков должны определяться рыночными механизмами и соображениями эффективности.

2. Параметры регулирования перестраховочного рынка не должны ограничивать конкуренцию.

3. Институциональные ограничения на прием взносов по входящему перестрахованию из-за рубежа должны быть устранены [3].

Перестрахование является необходимым условием для обеспечения финансовой устойчивости страховых операций, а также нормальной деятельности каждого страхового общества.

На сегодняшний день рынок перестрахования переживает не лучшие времена. Общая макроэкономическая ситуация в стране (санкции со стороны западных стран против России, кризис на банковском рынке, сокращение ВВП и пр.) оказала негативное влияние на развитие перестраховочного рынка в России. Однако при разработке эффективных мероприятий для дальнейшего развития как перестраховочного, так и страхового рынка в целом, возможен положительный рост объема рынка.

Библиографический список

1. *Одиноква Т. Д., Карпова Е. В.* Страхование в схемах и таблицах: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2013.
2. *Рейтинговое агентство RAEX («Эксперт РА»).* URL: <http://raexpert.ru>.
3. *Энциклопедия Экономиста.* URL: <http://www.grandars.ru>.

Научный руководитель *М. Н. Терентьева*

К. А. Тимошенко

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Реформирование системы налогообложения малого бизнеса

Эффективная система налогообложения, подходящая для России и создающая стимулы для развития малого предпринимательства, является важной задачей государства.

Оптимальная система налогообложения для малого бизнеса предусматривает, с одной стороны, стимулирование предпринимателей, а с другой – наличие эффективного механизма взимания налогов. Именно поэтому актуальность и значимость стимулирования развития малого предпринимательства является в снижении налоговой нагрузки, упрощение процедур налогообложения и представления отчетности.

В соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ, и внесенными поправками от 02.11.2013 г. № 292-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О бухгалтерском учете». Закон внес изменения в статью 6 Федерального закона «О бухгалтерском учете» и статью 7 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Поправки позволили субъектам малого предпринимательства и отдельных форм некоммерческих организаций применять упрощенные способы ведения бухгалтерского учета и специальные налоговые режимы, т.е. упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий.

Приоритетным направлением государственной поддержки малого бизнеса является льготное налогообложение. В настоящее время в России основными налоговыми режимами для субъектов малого бизнеса являются: единый налог на вмененный доход (ЕНВД), упрощенная система налогообложения (УСН), патентная система. Патентная система налогообложения наиболее привлекательна для малого бизнеса, она заменила УСН на основе патента. Применять этот режим могут только индивидуальные предприниматели. Уплата стоимости патента заменяет уплату налогов.

Сравнение режимов налогообложения для применения в 2016 г.

Показатель	Упрощенная система налогообложения (УСН)		Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД)	Патентная система налогообложения (ПСН)
	Налогоплательщики	Организации и индивидуальные предприниматели (ИП)		
Объект обложения	Доходы	Прибыль	Вмененный доход, т.е. потенциально возможный доход налогоплательщика	
Налоги к уплате (кроме обязательных для всех: взносы, НДС/Л, транспортный налог)	Единый налог при УСН по ставке от 1 до 6%	Единый налог при УСН по ставке от 5 до 15%	Единый налог на вмененный доход	Стоимость патента

Окончание таблицы

Показатель	Упрощенная система налогообложения (УСН)		Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД)	Патентная система налогообложения (ПСН)
	Доходы	Доходы минус расходы		
Налоговая база			Вмененный доход, т.е. потенциально возможный доход налогоплательщика	
Возможность уменьшения налоговых обязательств перед государством	Уменьшается на сумму уплаченных страховых взносов, но не более чем на 50%. Если ИП трудится без наемных работников, то возможно уменьшение на сумму фиксированного платежа страховых взносов за себя без ограничений	Уплата страховых взносов уменьшает сумму налоговых обязательств по единому налогу, поскольку учтены в расходах	Уменьшается на сумму уплаченных страховых взносов, но не более чем на 50%. Если ИП трудится без наемных работников, то возможно уменьшение на сумму фиксированного платежа страховых взносов за себя без ограничений	Нет возможности уменьшить налоговые обязательства
Ставки страховых взносов	30%	30%	30%	20%
Лимит доходов на 2016 г.	60 млн р., при этом данный показатель по факту учитывается с учетом коэффициента-дефлятора			
Ставки налога	1–6%	5–15%	5–15%	6%
Ограничения по применению	Средняя численность работников свыше 100 чел, доля участия других организаций в уставном капитале свыше 25%, наличие филиалов или представительств, остаточная стоимость ОС свыше 100 млн			Средняя численность работников свыше 15 чел
Сдача декларации	По УСН – организации – не позднее 31 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом; индивидуальные предприниматели – не позднее 30 апреля года, следующего за истекшим налоговым периодом		представляются по итогам налогового периода налоговые органы не позднее 20-го числа первого месяца следующего налогового периода (квартала)	Декларированию не подлежит
Бухгалтерский учет	Ведется в общем порядке, ИП могут не вести	Ведется в общем порядке, ИП могут не вести	Ведется в общем порядке, ИП могут не вести	Ведется в общем порядке, ИП могут не вести

Таким образом, можно обозначить следующие проблемы в отношении специальных налоговых режимов. Для ЕНВД – отсутствие механизма объективного обоснования базовой доходности по видам предпринимательской деятельности. Для УСН – необоснованность зачисления поступлений от оплаты стоимости патентов в бюджет субъектов Российской Федерации (100%), тогда как от ЕНВД в региональный бюджет поступает только 10%, а остальное подлежит перечислению в бюджеты муниципальных образований.

Оба налога определены в НК как федеральные. Однако если порядок уплаты налога в рамках УСН установлен на федеральном уровне, то порядок уплаты ЕНВД утверждается на уровне муниципальных образований.

Кроме того, различаются по своему назначению: УСН нацелена на упрощение налогообложения малого бизнеса, ЕНВД устанавливается для целей обложения налогового администрирования определенных видов деятельности. Чтобы упрощенным режимом могли воспользоваться только субъекты малого предпринимательства, в НК установлены ограничения (критерии выручки, численности работающих лиц).

В настоящее время приоритетом налоговой политики на 2016 г. и на плановый период 2017 и 2018 гг. останется недопущение увеличения налоговой нагрузки на экономику. При проведении налоговой политики основное внимание уделяется проведению антикризисных налоговых мер, совершенствованию налогового администрирования и вопросам предоставления льгот.

Правительство РФ разработало проект Федерального закона «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации». Целью законопроекта является совершенствование специальных налоговых режимов для субъектов малого предпринимательства, применяющих специальные налоговые режимы в виде упрощенной системы налогообложения, системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности и патентной системы налогообложения Налогового кодекса Российской Федерации.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

Введение налоговых каникул для ИП

Экономика любой страны – это сложная многофункциональная система, от состояния которой зависит как благополучие населения, так и реальные и потенциальные возможности государства. В условиях нестабильной экономики роль государства повышается и, в первую очередь, его регулятивные функции, которая включает в себя различные инструменты от социальных до фискальных.

Во многих развитых странах основу экономики составляют результаты деятельности субъектов малого предпринимательства, что обусловлено наличием такой характерной особенностью как гибкость и быстрой реакцией на изменение не только интересов потребителей, но и состояния экономики.

С целью переориентирования экономики на «новые рельсы», а именно подъем экономики, государство, используя уже многие инструменты, решило применить очередной инструмент налоговой политики – налоговые каникулы для ИП.

Налоговые каникулы для ИП – звучит многообещающе, но что он даст самим индивидуальным предпринимателям (ИП)? Данный закон предусматривает введение двухлетних налоговых каникул для индивидуальных предпринимателей. Суть налоговых каникул сводится к освобождению от уплаты налогов на определенное время.

Главная предпосылка принятия закона – резкое сокращение количества индивидуальных предпринимателей в 2014 г. По данным Минэкономразвития России, по сравнению с 2013 г. их число уменьшилось почти на 13 (именно индивидуальные предприниматели составляют более 63% от общего количества субъектов малого и среднего бизнеса в стране). Основной причиной резкого сокращения количества индивидуальных предпринимателей стало увеличение размеров страховых взносов для этой категории плательщиков более чем в два раза. При этом многие граждане, отказавшиеся от статуса ИП, продолжили вести предпринимательскую деятельность, но уже нелегально. Именно с целью возврата предпринимателей, ушедших ранее в теневую сферу, а также «вырастить» новых, создавая благоприятные условия для входа в бизнес, государство предприняло такие меры.

Налоговые каникулы планируется предоставлять впервые зарегистрированным ИП, которые в течение двух лет после регистрации решили на упрощенную систему налогообложения (УСН) или патентную систему налогообложения (ПСН). Данное правило коснется и тех

лиц, которые применяют данные спецрежимы с момента регистрации в качестве ИП. Буквальное прочтение положений законопроекта позволяет говорить о том, что он будет распространяться на всех предпринимателей, которые ранее не прекращали свой статус и выполнили условия о переходе на УСН и патент. Документ не содержит оговорки относительно срока возникновения соответствующих правоотношений. Однако Минфин России говорит о том, нормы законопроекта следует понимать более узко: «Под эту льготу подпадают только ИП, которые впервые зарегистрировались, т.е. те, которые ранее никогда не занимались предпринимательской деятельностью. Таким образом, это стимулирование вовлечения в предпринимательскую деятельность новых людей. Налоговые каникулы будут предоставлены тем, кто зарегистрировался в течение прошедших двух лет и кто регистрируется в течение следующих четырех лет (с момента вступления закона в силу)».

Вводить налоговые каникулы или нет, будет решать каждый регион самостоятельно. Соответствующие законы субъекты РФ смогут принимать в период с 2014 по 2018 г. Сами же налоговые каникулы могут быть предоставлены на один или два года в течение 2015–2020 гг. Нулевая налоговая ставка может вводиться в рамках как ПСН, так и УСН. При этом минимальный налог по УСН, предусмотренный п. 6 ст. 346.18 НК РФ, в период налоговых каникул уплачиваться не будет. Также следует отметить, что специальные налоговые режимы предусматривают замену нескольких налогов единым налогом. К примеру, организации, использующие УСН или ПСН, освобождены от уплаты налога на прибыль и налога на имущество организаций, а также НДС. Все прочие налоговые платежи (земельный налог, акцизы и так далее) уплачиваются ими в полном размере. С введением налоговых каникул обязанности по их уплате будут сохранены.

По итогам налогового периода доля доходов от видов деятельности, в отношении которых применялась налоговая ставка в размере 0%, должна быть не менее 70% от общего объема доходов предпринимателя. При этом если предприниматель работает по патентной системе и имеет патенты на осуществление других видов деятельности, не попадающих под налоговые каникулы, то у него возникает обязанность вести раздельный учет доходов. Вместе с налоговой декларацией по УСН придется также представить отчетность о соблюдении ограничений на применение налоговой ставки в размере 0% (форму такой отчетности утвердит ФНС России). Предприниматели, работающие по патенту, должны будут отчитаться по истечении 10 календарных дней со дня окончания действия патента. Если индивидуальный предприниматель не будет соблюдать описанные требования, он утратит право на применение налоговых каникул. Ему придется уплатить налог по

полным ставкам, предусмотренным ст. 346.20 (для УСН) или ст. 346.50 НК РФ (для ПСН), с начала налогового периода, в котором допущены нарушения. Повторно воспользоваться каникулами предприниматель в таком случае уже не сможет.

Одновременно с перечисленными положениями в законе есть несколько не вполне приятных и спорных ограничений, которые могут загубить революционное начинание на корню.

1. Налоговыми каникулами смогут воспользоваться только ИП, работающие в научной, производственной или социальной сфере. Однако даже среди них нулевая ставка светит далеко не всем, так как конкретные виды деятельности, достойные поддержки, каждый субъект РФ будет определять сам исходя из ОКВЭД. Возможности регионов в этом плане законом не ограничены, а это значит, что в каждой сфере они могут выбрать, скажем, всего по одному виду деятельности.

В связи с этим все чаще звучат предложения расширить перечень сфер деятельности, для которых будут введены налоговые каникулы. Например, ОП РФ предлагает включить в законопроект образование, здравоохранение и деятельность домашних хозяйств.

2. Далеко не все субъекты РФ в принципе введут налоговые каникулы, так как это повлечет выпадение доходов региональных бюджетов (за счет снижения поступлений от УСН) и муниципальных бюджетов (за счет снижения поступлений от ПСН). Кроме того, есть риск того, что общий объем налоговых поступлений от бизнеса в 2015–2020 гг. резко снизится. Существуют опасения, что индивидуальные предприниматели будут просто переоформлять свой бизнес на «первые зарегистрированных» родственников или друзей, чтобы продлить налоговые каникулы или получить право на них.

3. Регионы могут и не вводить налоговые каникулы в полном объеме. Так, согласно закону, они вправе установить ряд ограничений и таким образом существенно сузить круг индивидуальных предпринимателей, которые попадут под нулевую ставку. Например, могут вводиться ограничения по средней численности работников индивидуального предпринимателя или предельному размеру доходов от реализации, получаемых в рамках деятельности, в отношении которой предоставлены налоговые каникулы.

Таким образом, введение налоговых каникул, несмотря на всю широту жеста со стороны государства, перечисленные выше ограничения и самостоятельность регионов в вопросах введения налоговых каникул не позволяют говорить о какой-либо масштабной поддержке малого бизнеса. С одной стороны, это помощь некоторым сферам предпринимательства, но, с другой стороны, с объективной точки зрения необходимо расширить список отраслей которых это коснется.

Также нельзя упускать и тот момент, что всех ИП перевести на ставку налога в 0%, для достижения равенства, не возможно, государству это не выгодно, то тогда преимущества от ввода налоговых каникул это спорный вопрос. На данный момент ввод такого закона приведет к тому, что большинство фирм будут перерегистрироваться на подставных лиц лишь ради выгоды, пусть и не долгой, это не вернет потерянных по статистике ИП, и вряд ли привлечет новых. Исходя из приведенных данных, этот закон удачным назвать очень сложно, и, по нашему мнению, его необходимо дорабатывать. Одним из вариантов доработки может являться изменение ставки (не 0%, а например 3–4%), при этом платить будут все ИП, таким образом, у всех будет равенство.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

А. Филиппова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Проблемы налогообложения транспортных средств

В современных условиях в России транспортные средства облагаются только одним налогом – транспортным. Транспортный налог – это налоговые сборы, которые отчисляют владельцы автомобильного транспорта, а также владельцы водного транспорта и авиационного.

И, несмотря на четкие правила, определенные Налоговым кодексом РФ, данный налог является объектом постоянных обновлений, изменений и введения новшеств, а также имеющего стабильный рост поступлений в бюджетную систему России. Этот факт обусловлен рядом факторов:

Во-первых, это происходит из-за постоянно растущего количеством транспортных средств в стране, что напрямую сказывается на качестве дорог. Из-за этого регионами принимаются в действие законы субъектов Российской Федерации о транспортном налоге, год от года который не только не уменьшается, но еще и растет. От чего происходит рост наполняемости бюджета.

Во-вторых, увеличение поступлений в бюджетную систему России должно быть существенно, ведь деньги, полученные от уплаты транспортного налога, будут потрачены на: ремонт дорог, реконструкцию и строительство, но судя по качеству выполнения всего вышеперечисленного, платить его не хочется.

До 2003 г. транспортный налог имел другое название – дорожный и имел свое целевое предназначение. Дорожным он назывался, потому

что его целью было – поддержание дорог в хорошем состоянии. Его существование предназначалось для проведения ремонта, необходимо-го обустройства и модернизации дорог. С 2003 г., когда субъекты Рос-сийской Федерации получили право использовать доход с этого налога и на другие цели, его переименовали в транспортный [1].

В соответствии с гл. 28 Налогового кодекса РФ налогоплательщи-ками транспортного налога признаются лица, на которых в соответ-ствии с законодательством Российской Федерации зарегистрированы транспортные средства, определенные ст. 358 настоящего кодекса.

Объектом налогообложения признаются автомобили, мотоциклы, мотороллеры, автобусы и другие самоходные машины и механизмы на пневматическом и гусеничном ходу, самолеты, вертолеты, теплоходы, яхты, парусные суда, катера, снегоходы, мотосани, моторные лодки, гидроциклы, несамоходные (буксируемые суда) и другие водные и воз-душные транспортные средства (далее в настоящей главе – транспорт-ные средства), зарегистрированные в установленном порядке в соот-ветствии с законодательством Российской Федерации.

В конце 2015 г. в Государственную Думу поступило предложение об отмене транспортного налога для грузовиков: «В поле нашего зре-ния сейчас все автомобили свыше 12 т. Может быть, в первом квартале 2016 г. мы выйдем с инициативой рассмотреть отмену федерального транспортного налога для таких большегрузов» [2].

Кроме того, было предложено обсудить с Правительством РФ возможность не повышать тариф для большегрузных автомобилей при проезде по федеральным трассам свыше 1 р. 53 к. с марта 2016 г. По заверениям Москвичева, тариф в размере 1 р. 53 копеек является са-мым низким по сравнению с другими странами – в частности, Бело-русией, Германией и Польшей.

Интересна данная ситуация и тем, что многих дальнбойщиков насторожила судьба тех денег, которые они платят государству по си-стеме «Платон» – российская система взимания платы с грузовиков, имеющих разрешенную максимальную массу свыше 12 т. Введение данной системы имела целевое предназначение повысить наполняе-мость региональных бюджетов и их возможности финансирования зат-рат, направленных на строительство и ремонт дорог регионального значения.

Члены Госдумы, в свою очередь, четко это обозначили: все деньги, собранные с грузовиков массой более 12 т, идут на строительство мо-стов, сложных транспортных сооружений и реконструкцию дорог. Местная общественность, по словам Москвичева, должна видеть, что строится на вырученные средства. А федеральные парламентарии сде-

лают все возможное, чтобы предоставить прозрачность использования этих денег на ремонт региональных дорог.

Некоторые депутаты Госдумы предложили внести изменения в Налоговый кодекс РФ в части отмены транспортного налога, но так как на основе этого налога формируются дорожные фонды страны, При полной отмене этого сбора, из бюджетов регионов выпадет некоторая часть доходов, и на компенсацию которых не могли найти источников финансирования. Поэтому в этой редакции законопроект, к сожалению автора, не был поддержан.

Для владельцев машин с газовым оборудованием предлагался законопроект об отмене транспортного налога, но Правительство РФ не поддержало эту идею, в связи с чем, также сократятся доходы субъектов РФ.

Таким образом, частичной или полной отмены транспортного налога не произойдет, так как денежные средства, поступающие от сборов данного налога заменить нечем, поскольку за счет этих отчислений формируются дорожные фонды субъектов страны. В свою очередь, налогоплательщики хотят видеть своевременный, качественный ремонт дорог, чтобы убедиться в том, что уплаченные ими средства направлены на конкретные цели, в соответствии с законом. Существует вероятность сокращения доли налогоплательщиков, если в ближайшее время не произойдут изменения в дорожной политике, а тарифы на транспортный налог все также будут расти.

Библиографический список

1. *Информационно-правовой портал «Гарант»*. URL: <http://www.garant.ru>.
2. *Российская газета*. URL: <http://rg.ru>.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

В. В. Фурсова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Социальная направленность НДФЛ

Социально-экономические реформы последних лет трансформировали базовые основы российской экономики и существовавшую ранее систему финансовых отношений, обеспечивающих практическую реализацию функций государства. Несмотря на проводимые реформы, все еще остаются определенные дисбалансы в экономике нашей страны, которые обусловлены неустойчивостью внутренней и внешней среды. Налоговая реформа в России как составная часть экономических пре-

образований призвана способствовать решению общеэкономических и социальных задач, стоящих перед государством.

Немаловажное значение в процессе проведения налоговой реформы приобретает реорганизация системы налогообложения доходов физических лиц, ее использование для регулирования доходов граждан и их покупательской способности, снижения зависимости граждан от государственного субсидирования, обеспечения регулярных доходов бюджета и стимулирования предпринимательской деятельности граждан [1].

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) является одним из видов прямых налогов в Российской Федерации. Исчисляется он в процентах от совокупного дохода физических лиц без включения в налоговую базу налоговых вычетов и сумм, освобожденных от налогообложения. НДФЛ уплачивается со всех видов доходов, полученных в календарном году, как в денежной, так и в натуральной форме. Это, например, заработная плата и премиальные выплаты, доходы от продажи имущества, гонорары за интеллектуальную деятельность, подарки и выигрыши, выплаты по больничным листам (в т.ч. при выплате пособия по временной нетрудоспособности нотариусам налоговым агентом признается нотариальная палата. Она обязана исчислить, удержать и внести в бюджет НДФЛ). Исключение составляют доходы, не облагаемые налогом.

Так же существуют налоговые вычеты, позволяющие сократить налогооблагаемую базу.

В соответствии с НК РФ выделяются следующие группы вычетов:

- 1) стандартные;
- 2) социальные;
- 3) имущественные;
- 4) инвестиционные;
- 5) профессиональные.

Наиболее распространенными являются стандартные, так как они предоставляются непосредственно на предприятиях и не требуют значительных временных и материальных затрат со стороны налогоплательщиков. Для получения других перечисленных видов налоговых вычетов необходимо заполнить декларацию и представить в ИФНС с документами, подтверждающие основания для предоставления такого вычета.

Согласно ст. 218 НК РФ стандартный «налоговый вычет за каждый месяц налогового периода распространяется на родителя, супруга (супругу) родителя, усыновителя, на обеспечении которых находится ребенок, в следующих размерах:

- 1 400 р. – на первого и на второго ребенка;

3 000 р. – на третьего и каждого последующего ребенка;

12 000 р. – на каждого ребенка в случае, если ребенок в возрасте до 18 лет является ребенком-инвалидом, или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы;

налоговый вычет за каждый месяц налогового периода распространяется на опекуна, попечителя, приемного родителя, супруга (супругу) приемного родителя, на обеспечении которых находится ребенок, в следующих размерах:

1 400 р. – на первого и на второго ребенка

3 000 р. – на третьего и каждого последующего ребенка;

6 000 р. – на каждого ребенка в случае, если ребенок в возрасте до 18 лет является ребенком-инвалидом, или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы.

Налоговый вычет производится на каждого ребенка в возрасте до 18 лет, а также на каждого учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента, курсанта в возрасте до 24 лет.

Налоговый вычет предоставляется в двойном размере единственному родителю (приемному родителю), усыновителю, опекуну, попечителю. Предоставление указанного налогового вычета единственному родителю прекращается с месяца, следующего за месяцем вступления его в брак.

Применения данного вычета возможно при условии, что указанный доход, исчисленный нарастающим итогом с начала года, не превысит 350 000 р. При превышении данной предельной величины, данный вычет не предоставляется.

Несмотря на довольно таки частые изменения, вносимы в данную статью, она за последние годы не значительно изменилась. Так последние изменения в данную статью были внесены в конце 2015 г., однако изменениям были подвержены только вычет на ребенка-инвалида или обучающегося на очной форме до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы. Помимо данного изменения, также был повышен уровень дохода, до которого разрешается применять налоговый вычет, с 280 000 р. до 350 000 р.

Суммы вычетов на первого, второго и третьего ребенка не изменялись с 2012 г., что говорит о том, что данный налог не социально направлен, и не соответствует темпам роста экономики страны.

В соответствии с концепцией Ю. Д. Шмелева основными элементами подоходного налогообложения физических лиц, позволяющими достигать социальной справедливости, являются: освобождение от уплаты налога отдельных физических лиц; определение налоговой ба-

зы с учетом социальных, демографических, семейных и других факторов, характеризующих налогоплательщика; установление такой шкалы налогообложения, которая позволит учитывать не только различия в уровне доходов налогоплательщиков, но и их семейное положение, особенности общей социальной политики государства; возможность организации контроля за соответствием расходов уровню получаемых доходов [2]. По нашему мнению, принципу справедливости налогообложения противоречат следующие элементы НДФЛ: налогоплательщиками являются все физические лица, являющиеся налоговыми резидентами, без каких-либо исключений.

По нашему мнению, полное освобождение от уплаты налога, например инвалидов, во-первых, будет способствовать в определенной мере усилению социального эффекта НДФЛ, а многодетных родителей – реализации демографической политики государства и т.д.; во-вторых, существующий метод расчета налоговой базы в некоторой степени позволяет учитывать индивидуальные особенности налогоплательщика посредством установления налоговых вычетов, применяемых для уменьшения суммы налога, которая подлежит выплате за счет сумм платежей, направленных на образование, медицинское обслуживание, пенсионные накопления и т.д., а также для отдельных групп физических лиц, однако в настоящее время размеры вышеуказанных вычетов не всегда отражают потребности налогоплательщиков, так как не учитывают различия в уровнях цен в различных регионах, а также не предполагают индексацию с учетом инфляции; в-третьих, пропорциональная шкала налогообложения не позволяет учитывать разницу в размерах доходов налогоплательщиков и соответственно фактическую способность налогоплательщиков к уплате налога.

На основании вышеприведенного можно сделать вывод, что существующая система подоходного налогообложения физических лиц не создает условий для организации контроля за соответствием доходов налогоплательщика выплатам, которые он осуществляет в пользу государства. Такая система не способствует реализации регулирующей функции налога, не отвечает вышеуказанному принципу справедливости налогообложения, а также следующему принципу, провозглашенному в НК РФ: «при установлении налогов учитывается фактическая способность налогоплательщика к уплате налога». Таким образом, проанализировав сложившуюся в России система налогообложения доходов физических лиц, мы можем сказать, что она не способствует обеспечению социального равенства и справедливости в обществе.

Библиографический список

1. *Прогрессивное* налогообложение доходов как возможность решения проблемы социального неравенства граждан России // Известия Уральского государственного экономического университета. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015, № 1. С. 15–23.

2. *Шмелев Ю. Д.* Налог на доходы физических лиц в РФ и принцип справедливости // Финансы. 2013. № 9. С. 35–39.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

В. В. Фурсова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Налог на роскошь: за и против

Во все времена существовало большое количество, как сторонников, так и противников налога на роскошь. Он существовал еще сотни лет тому назад. Большинство людей, не относящих себя к богатому слою выступают за введение данного налога, для того чтобы уменьшить перераспределение денежных средств. Расслоение общества на бедных и богатых существует почти во всем мире.

В России, на данный момент введен повышенный налог на автомобили, стоимость которых превышает 3 млн рублей. Так же с 2007 г. рассматривается законопроект введения налог на роскошь, но в апреле 2014 г. он был отклонен. На данный момент планируется переход России на новую систему налогообложения, согласно которой все объекты недвижимости будут облагаться единым налогом, планируется к 2020 г.

Сегодня налог на роскошь так же распространен во всем мире. Например, во Франции в 2012 г. налог на роскошь составлял 50% от доходов, в конце 2013 г. был введен 75% налог на доходы свыше 1 млн евро. Данная компания проводилась в качестве средства привлечения денег за счет богатых граждан в государственный бюджет, чтобы помочь вывести страну из экономического кризиса.

После этого самый богатый гражданин Франции Бернар Арно приобрел бельгийское гражданство, Жерар Депардьё также отправился за границу в Бельгию, а потом получил гражданство Российской Федерации. Многие актеры покинули Францию, отправившись в Лондон. Французские высокооплачиваемые футболисты угрожали забастовками.

Большинство граждан Франции не одобрило налог размером в 75% на богатых, хотя ранее шесть из десяти избирателей, по результатам опросов, проголосовали в пользу повышения налога

Франции стало труднее привлекать международных топ-менеджеров, крупные компании и состоятельных инвесторов. Так же финансовые исследования показали, что доход, полученный от сверхналога составил 260 млн евро в 2013 г. и составил лишь 160 млн евро в 2014 г., однако это лишь с 1000 сотрудников 470 компании, тогда как общая прибыль от подоходного налога – 70 млрд евро. За этот период дефицит государственного бюджета вырос до 84,7 млрд евро по сравнению с 74,9 млрд евро в 2012 г.

Отказ от продления налога на роскошь с 01.01.2005 г. – решение президента страны Франсуа Олланда, об этом заявил премьер-министр Мануэль Вальс, так же министр экономики Франции заявил о том, что налог превратил страну в «Кубу без солнца». Однако налоговые службы Франции не намерены отказываться от других проектов: они намерены поднять налог на вторую недвижимость на 20%.

Из всего этого можно сделать вывод, что введение налога на роскошь возможно только с идеальной экономикой страны и при правильной политике правительства. Так как уклонение от налогов, возможно везде, и либо нужно идти навстречу одной из сторон, либо как-то компенсировать, чтобы богатые граждане от него не бежали и не уклонялись.

Научный руководитель *А. А. Горынина*

З. Ханипова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Налогообложение физических лиц в РФ и возможность применения зарубежного опыта

Последние двадцать лет отразились различными спектрами рыночных изменений, что было обусловлено рядом реформ, в том числе в области налогообложения. Налоги за эти периоды не только увеличивались, но и уменьшались, вводились разные льготы, которые просуществовали непродолжительное время. Все эти преобразования, несмотря, зачастую, на не логичные изменения, привели к определенной структуре налоговой системе.

Проведенная налоговая реформа привела к зависимости доходной базы бюджета любого уровня от количества и эффективности собираемости налогов и сборов. К сожалению, приходится констатировать и тот факт, что налоги, несомненно, влияют на рекомбинацию ВВП и вносят свой вклад в решении многочисленных социальных проблем: безработицы, спад рождаемости, сокращение доходов у многих людей.

Исходя из вышеупомянутого, можно отметить, что проблема повышения качества налогообложения в нашей стране является первостепенным фактором в данной экономической ситуации.

В настоящее время в России система налогообложения физических лиц включает в себя такие виды налогов как: налог на доходы физических лиц, налог на имущество физических лиц, транспортный налог, земельный налог. Проанализировав современное состояние и особенности уплаты данных налогов, автор считает, что имеется потребность в их реформировании.

Как показывает практика, в различных странах Европы НДФЛ взимается по прогрессивной шкале от 0 до 57%. Несмотря на высокие ставки, требуется учитывать, что в этих странах предусмотрены большие объемы сумм необлагаемых налогом, помимо этого утверждены многочисленные льготы (например, льготы при определенных чрезвычайных ситуациях, льготы на ребенка, льготы по возрасту). В России также введены разнообразные льготы, но они фактически не выполняют свою роль, они не служат соответствию налогообложения уровням дохода. Проще говоря, видна очевидность стремления к интересам казны, нежели к любым другим функциям налогообложения в нашей стране.

Основными недостатками имеющихся имущественных и земельных налогов являются отсутствие установления оптимального числа налогооблагаемых объектов недвижимости, наличия значительных проблем в их администрировании. К тому же, когда присвоили налогу на имущество статус регионального налога, это стало несовместимым условием с организацией введения налога на недвижимость и стало проблемой для налогообложения недвижимости как целого составляющего. Налог на недвижимость, несомненно, следует носить статус местного налога, потому что именно за счет этого налога субсидируются все издержки, которые связаны с оплатой услуг недвижимости. Невзирая на то, что каждый год проводятся работы по постоянному увеличению сумм налогов, начисляющихся в бюджет, удельный вес налога на имущество в сумме доходов местных бюджетов такой же малозначительный. В этом состоят основные задачи: нет стоимости инвентаризации у многочисленных объектов недвижимости, и к тому же, эта стоимость разительно различается с рыночной стоимостью.

По нашему мнению, для устранения проблем налогообложения физических лиц в России необходимо применить опыт развитых стран Европы (ввести централизацию налогооблагаемых объектов по земельному и имущественному налогам, изменить льготные условия для налогоплательщиков), а именно:

1) для облегчения системы взимания налогов на недвижимость необходимо изучить систему единого налога, который объединит налог на имущество и земельный налог. Для осуществления этой задачи нужно учредить государственный кадастр по учету недвижимости, установить порядок установления налоговой базы, которая будет рассчитываться на основе кадастровой стоимости объектов недвижимости;

2) для развития имущественного налогообложения необходимо применить некоторые меры:

переоценить жилье, для того чтобы оценочная стоимость принадлежащих собственникам этих сооружений была в соответствии с рыночной стоимостью;

облагать объекты налогообложения, которые пока не имеют оценочной стоимости, кроме этого нужно раскрыть и поставить на учет с необходимой оценкой строений, которые только строятся;

увеличить налоговые ставки;

3) для достижения установленных планов нужно ввести автоматизированную систему регулирования налогом на недвижимость и рассчитать ее эксплуатацию в городской системе. Эти задачи обязательно нужно научно подкрепить и использовать их согласно со ставками земельного налога. Для повышения всеобщего достатка нужно установить землю очень дорогой, в особенности для зарубежных инвесторов, стоимость будет непосредственно учитываться от длительности аренды.

В заключение хотелось бы отметить, что в настоящее время налоговая политика России сосредоточена на фискальной политике, что обусловлено необходимостью сосредоточения в руках государства значительных финансовых средств для финансирования различных реформ в стране, а также сохранения равновесия в общественной сфере. Однако налоговая политика страны станет намного эффективней, если налогообложение будет иметь стимулирующий характер, тем самым, благоприятствуя экономическому развитию государства в целом.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

Достоинства и недостатки применения специальных налоговых режимов для индивидуальных предпринимателей

Одним из основных направлений развития экономики Российской Федерации является создание благоприятных условий для поддержания малого бизнеса, который в странах с развитыми рыночными отношениями является основой экономики.

Особенности налогообложения индивидуальных предпринимателей определяются выбранным ими налоговым режимом. Индивидуальные предприниматели могут применять общую систему налогообложения (ОСНО), а также добровольно переходить на специальные налоговые режимы.

Подавляющее количество налогоплательщиков – индивидуальных предпринимателей находятся на общем режиме налогообложения (ОСНО), упрощенной системе налогообложения (УСН), патентной системе налогообложения (ПСН) или системе налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД), в то время как единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН) и система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции применяется реже из – за особенностей сферы деятельности и критериев, применяемых к налогоплательщикам.

ОСНО является традиционной и наиболее сложной системой налогообложения. Если при регистрации ИП не подавать никаких заявлений, то бизнес автоматически попадает под ОСНО.

Достоинства ОСНО для ИП.

1. В отличие от организаций, индивидуальные предприниматели, применяющие ОСНО, уплачивают налог на доходы физических лиц по ставке 13% с разницы между доходами и расходами, а не налог на прибыль – 20%.

2. Расходы определяются индивидуальными предпринимателями аналогично применяемым методам организациями при формировании налоговой базы по налогу на прибыль.

3. Для ведения первичного учета используются унифицированные формы, некоторые из списка можно создавать самостоятельно, утвердив перечень бланков в учетной политике.

4. Предприниматель, применяющий ОСНО, является плательщиком НДС, что позволяет вести работу с крупными и средними компа-

ниями, которые предпочитают получать входящий НДС при покупке товаров или получения работ и услуг [2].

5. Общий режим налогообложения не ограничивает численность работников, стоимость основных средств и дает определенную степень свободы ставить в расходы все материальные ценности, которые участвовали в получении прибыли.

6. Отсутствуют регламентированные ограничения по видам деятельности.

Недостатки ОСНО для ИП [2].

1. Необходимость вести полный бухгалтерский и налоговый учет.

2. Необходимость ежеквартально подавать отчетность в несколько контролирурующих организаций.

3. Сложность ведения учета и расчетов, которая требует привлечения профессиональных бухгалтеров.

4. Невозможность перенесения убытков, полученных в налоговом периоде на следующий период.

Дополнительной особенностью учета является кассовый метод, который обязателен для ИП на общем режиме.

В связи с этим необходимо контролировать:

дату поступления товара и прочих материальных ценностей, которые составляют себестоимость готовой продукции, а также их оплату поставщику;

поступление денежных средств от покупателя, в момент оплаты необходимо поставить на учет доход от продажи или оказания услуг. Частично полученную оплату также требуется поставить в книгу доходов и расходов как доход;

расходы можно производить только после получения оплаты от покупателя, товар, участвующий в получении дохода, должен быть оплачен. В случае частичной оплаты необходимо поставить в затратную часть израсходованные товарно-материальные ценности, пропорционально полученной сумме. При учете авансовых платежей отражается только доход.

Таким образом, общий режим налогообложения, применяемый для ИП, справедливо считается самой сложной системой. Применение его редко встречается среди налогообложения коммерческих предприятий, зарегистрированных как ИП, и используется, в основном, для небольших компаний. В случае значительных оборотов учет и отчетность становятся трудоемкими, что осложняет отсутствие программного обеспечения, продуманного до мелочей [3].

Упрощенная система налогообложения задумывалась для поддержки субъектов малого бизнеса. Зачастую вновь зарегистрированные организации и ИП выбирают именно упрощенную систему нало-

гообложения. Но, как и любая другая система налогообложения, УСН содержит как очевидные «плюсы», так и явные «минусы». К достоинствам УСН можно отнести [4]:

- упрощенное ведение бухгалтерского и налогового учетов;
- возможность выбрать объект налогообложения (доход 6% или доход минус расход 15%);

- замена нескольких налогов на единый;
- налоговым периодом, в соответствии с НК РФ признается календарный год, поэтому декларации подаются всего лишь 1 раз в год.

Недостатки УСН [4]:

- ограниченный перечень расходов, уменьшающих налоговую базу при выборе объекта налогообложения УСН «доходы минус расходы»;

- отсутствие обязанности составления счетов-фактур при упрощенной системе налогообложения, с одной стороны, является положительным фактором для ИП: экономия рабочего времени и материалов. С другой стороны, это вероятность потери контрагентов, плательщиков НДС, поскольку последние в данном случае не могут предъявить НДС к возмещению из бюджета;

- отсутствие возможности уменьшения налоговой базы на сумму убытков, полученных в период применения УСН, при переходе на иные режимы налогообложения и наоборот, невозможность учета убытков, полученных в период применения иных налоговых режимов, в налоговой базе УСН;

- наличие убытков не освобождает от уплаты минимального размера налога, установленного законодательно (при объекте УСН «доходы минус расходы»);

- включение в налоговую базу полученных от покупателей авансов, которые впоследствии могут оказаться ошибочно зачисленными суммами;

- необходимость пересчета налоговой базы и уплаты дополнительного налога и пени в случае продажи основных средств или нематериальных активов, приобретенных в период применения УСН (для налогоплательщиков, выбравших объект налогообложения УСН «доходы минус расходы»).

Нужно отметить, что УСН для ИП – один из наиболее эффективных налоговых режимов, который действует в настоящее время. При правильном выборе вида деятельности бухгалтерский учет ИП на упрощенной системе может сэкономить не только время, но и средства.

Еще один специальный режим, который может применять индивидуальный предприниматель – единый налог на вмененный доход.

До 2013 г. ЕНВД для ИП был строго предопределен видом деятельности, и отказаться от его применения было невозможно, что су-

щественно затрудняло деятельность предпринимателей, только начинающих свой бизнес и не имеющих стабильных доходов. Применение ЕНВД для ИП с 2013 г. претерпело одно существенное изменение – теперь предприниматели могут самостоятельно выбирать – применять ли данный вид налога или использовать другой специальный режим, или ОСНО и выплачивать налог с реального дохода.

В каждом муниципальном образовании, местная власть сама решает какие виды деятельности (в рамках списка, указанного в НК РФ) будут подпадать под действие ЕНВД, а какие – нет.

Можно сказать, что ЕНВД для ИП означает практически то же самое, что и УСН, – ведь и в том и в другом случае выплачивается единый налог, и налогоплательщик освобождается от выплаты НДС и НДФЛ. Но в отличие от УСН, ЕНВД имеет и ряд особенностей, которые и предопределили особый статус этого налогового режима [5]:

ЕНВД выплачивается с вмененного дохода, то есть дохода, вменяемого законом, не зависящего от реального дохода налогоплательщика;

если у ИП зарегистрировано больше одного вида деятельности и не все они предполагают уплату ЕНВД, то требуется ведение раздельного учета;

УСН выплачивается 1 раз в год, а ЕНВД – каждый квартал (до 25 числа месяца, следующего за отчетным кварталом), также поквартально сдается и отчетность (до 20 числа месяца, следующего за отчетным кварталом);

местные органы власти могут вносить корректирующие коэффициенты для некоторых (или для всех) видов деятельности, предполагающих использование ЕНВД;

изменить используемый налоговый режим возможно один раз в год – с 1 января.

В качестве преимуществ ЕНВД можно отметить следующее:

упрощенный порядок ведения бухгалтерского и налогового учета;

применение корректирующих коэффициентов. Коэффициенты К1 и К2 позволяют учесть влияние различных внешних условий (факторов) на размер получаемого дохода, и снизить таким образом размер налоговой базы;

учет фактического периода работы. Так, значение коэффициента К2 может быть скорректировано, если налогоплательщик осуществлял свой вид деятельности в течение неполного налогового периода (например, только полтора месяца из трех). В частности, К2 корректируется при работе с санитарными днями; с выходными днями; согласно утвержденному графику, а также в случае временной нетрудоспособности, аварийной ситуации, ремонта и т.п.;

упрощенная форма отчетности плательщиков ЕНВД, а именно – налоговая декларация. Форма налоговой декларации по одному налогу на вмененный доход содержит всего 5 страниц.

К недостаткам относят [5]:

установленная по видам деятельности базовая доходность, которая часто не имеет экономического обоснования и не соответствует реальным результатам предпринимательской деятельности;

в законодательстве о ЕНВД не всегда учитываются специфические особенности деятельности индивидуальных предпринимателей, такие как: осуществление деятельности самостоятельно либо с привлечением наемных работников, режим их работы и периодичность осуществления деятельности, а также возможность временного прекращения деятельности. Одновременно с этим не принимается во внимание, что большинство ИП занимаются мелким и мало доходным бизнесом и не могут быть приравнены по размерам базовой доходности к юридическим лицам и предпринимателям, использующим в своей деятельности труд наемных работников. В результате во многих регионах значения показателей базовой доходности, оказывающие основное влияние на величину базы налогообложения, установлены для отдельных категорий налогоплательщиков либо в значительно завышенных, либо в заниженных размерах, что приводит к неравенству условий их налогообложения в этих регионах и, как следствие, к нарушению целостности единого экономического пространства в стране;

ограниченное количество видов деятельности, попадающих под ЕНВД.

С 2013 г. действует новая глава Налогового кодекса Российской Федерации 26.5 «Патентная система налогообложения», которая заменила ст. 346.25.1 НК РФ, регулирующую применение индивидуальными предпринимателями упрощенную систему налогообложения на основе патента.

Патентная система налогообложения применяется только индивидуальными предпринимателями и переход на данный режим является добровольным. ПСН может совмещаться с иными режимами налогообложения (УСН, ЕСХН, ЕНВД или общим режимом).

Преимущества патентной системы налогообложения неоспоримы [6].

1. Срок действия патента ИП выбирает самостоятельно (от 1 до 12 месяцев в пределах календарного года).

2. Простой и понятный расчет суммы налога при ПСН (стоимость патента).

3. Возможность не применять контрольно-кассовую технику при наличных расчетах.

4. Возможность применять пониженные тарифы страховых взносов в ФСС и ПФР.

5. Не нужно составлять и предоставлять налоговую декларацию по ПСН.

Однако, несмотря на то, что ПСН обладает целым рядом преимуществ, у нее также есть и определенные недостатки [6].

1. Размер налога не зависит от уровня доходов от предпринимательской деятельности.

2. Налог при ПСН уплачивается авансом.

3. Ограничения по численности работников и доходам.

4. Патент действует в отношении одного вида деятельности и в одном регионе.

5. Налог не уменьшается на сумму уплаченных страховых взносов.

Итак, в результате получилось равное количество плюсов и минусов применения патентной системы налогообложения. Конечно, это обобщенный подсчет и для каждого конкретного случая соотношение преимуществ и недостатков ПСНО будет своим. И то, что является недостатком в одном случае, может служить преимуществом в другом и наоборот.

В соответствии с законодательными актами РФ индивидуальные предприниматели имеют право одновременно заниматься несколькими видами деятельности. Для каждого отдельного вида они вправе выбрать любую из перечисленных систем налогообложения, за исключением ЕНВД.

С переходом на специальный режим, наиболее благоприятствующий осуществляемому виду деятельности, индивидуальный предприниматель получает массу преимуществ. Во-первых, это снижение сумм уплачиваемых налогов, во-вторых, упрощение отчетности, так как вместо нескольких деклараций по каждому виду налога, появляется необходимость в предоставлении только одной декларации.

Библиографический список

1. *Никитина Н. А.* Проблемы и перспективы развития специальных налоговых режимов // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 9. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/09/5971>.

2. *Преимущества* и недостатки общей системы налогообложения // БизнесПРОСТ. URL: <http://biznes-prost.ru>.

3. *ИП: Выбираем налоговый режим и уплачиваем налоги в 2013 г.* // Налоговое планирование. 2013. № 2. URL: <http://www.pnalog.ru>.

4. *Свердлова Т. Ю.* УСН – преимущества и недостатки // Рисковик. 2014. № 2. URL: <http://www.riskovik.com>.

5. *ЕНВД для ООО – специальный режим для облегчения налогового бремени* // Твой бизнес. 2014. URL: <http://tvoi.biz>.

6. *Баландина М.* Преимущества и недостатки патентной системы налогообложения // Бухгалтерский актив. 2014. URL: <http://buh-aktiv.ru>.

Научный руководитель *М. М. Шадурская*

С. В. Черемных

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Теневая экономика Екатеринбурга

Теневая экономика (также скрытая экономика, неформальная экономика) – экономическая деятельность, которая не находится под контролем и учетом государства [5]. Мало заметная часть экономики и составляет ее малую долю, так как в нее входят различная деятельность, которая целенаправленно скрывается от общества и государства. Значительной долей данной экономики являются различные незаконные виды экономики [5].

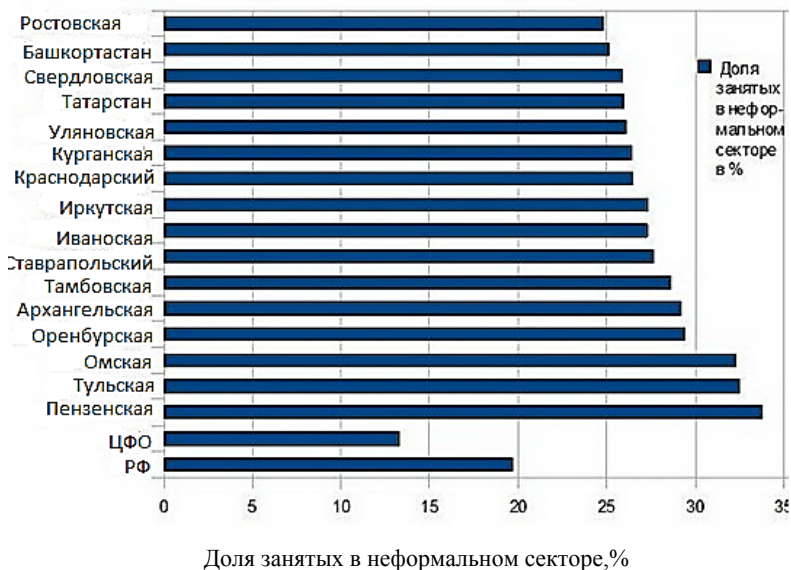
В Свердловской области впервые за последние годы снизилась доля граждан в «невидимой» экономике. Число работников сократилось до 25,9% (284 тыс. чел) от общего числа работающих. В 2015 г. доля предпринимателей в теневой экономике значительно увеличилась – 32,9% (всего – 362 тыс. чел).

Теневая экономика – отношение граждан общества, развивающиеся стихийно, обходя существующие государственные законы и общественные правила [5]. Доходы от данной сферы деятельности не являются налогооблагаемой, так как нет никаких сведений о доходности. Любое предпринимательство, которое скрывает свои доходы от государственных органов, или не платит налоги, может считаться теневой экономической деятельностью [5].

Число не налог платящих граждан в Свердловской области в 2015 г. составило 22,5%, за 12 месяцев хороший результат был достигнут. На сегодняшний день нет информации из за чего это сектор был сокращен. Можно предположить, что причиной послужила модернизация статистики или же органы государственной власти усилили контроль за этой деятельностью. Если брать в совокупности Российскую Федерацию, то с 2014 г. его доля выросла с 19% на 19,7% в 2015 г. Общее число работающих в сфере неформальной экономики составляет 14,1 млн чел. [1]

В деятельность теневой экономике входят такие виды деятельности, как торговля наркотиками, коррупция, порнография, проституция, «крышевание», контрафакт, и пр. Заниматься данной деятельностью запрещено на уровне законодательства.

Непосредственно, людей, которые занимаются неформальной экономикой, уклоняющихся от платы налогов, огромное количество, число людей, трудящихся нелегально составляет 260 тыс. чел. В Свердловской области доля данной категории людей в 1,3 раза выше, чем по всей Российской Федерации. По данному показателю регион лидирует и на протяжении нескольких лет остается в числе лидеров. Многие считают, что большую роль играют мигранты, без них экономика страны полностью потерпит крах. Никто не хочет работать. Во многих городах, поселениях для граждан Российской Федерации работы в принципе нет [3].



По данным графика, наглядно можно увидеть, что первые места занимают, местные, национальные республики.

Самое удивительное то, что в Москве и Санкт-Петербурге, доля теневой экономики самая низкая, всего 4,1% и 2,8%, можно сделать вывод, что рабочих мест хватает на всех. Налоги платят частями, это лучше намного, чем вовсе не платить. Но в список «теневиков» предприниматели не попадают.

Существуют регионы, в которых органы власти используют дурную деятельность для искажения показателей. Самая распространенная деятельность, в которой нелегально ведут дела, это торговля. Чтобы выжить небольшим магазинчикам, владельцы идут на то, чтобы

скрывать свой доход и распространять незаконные товары. Второе место занимает сельское хозяйство. Практически 24%, строительный бизнес – 11%, транспорт и связь – 8,8% [2].

В сфере образования и здравоохранение самая низкая доля нелегальной экономики. За счет мизерной зарплаты, большая доля взяток в медицине, по словам самих врачей и мед сестер.

В системе образования – рассмотрим на примере вузов, огромное количество коррупционной деятельности. К ним относятся продажа дипломов. А о последствиях этой торговли стоит умолчать, не квалифицированные рабочие, низкий уровень работы и экономической грамотности населения и т.д.

Весомую роль в проблеме, связанная с теневой экономике, играют миграции. Прирост мигрантов составляет 9857 чел., на страны СНГ – 8329. Большую долю мигрантов занимают выходцы из Средней Азии [4].

Исчезновения населения Екатеринбурга из-за приезжих, отрицательно влияет на состояние города и развитию экономики. Данный процесс содержит в себе больше минусов, чем плюсов, в ситуации высокой доли коррупции, преступности, которая возрастает семимильными шагами и не качественной работы органов государственной власти, что не может не огорчать.

Эффективно развивающуюся экономику невозможно будет воссоздать. Создание экономики, которая может быть конкурентоспособной, развитие инновационных технологий и другой индустрии, сильного и надежного государства, грамотного и цивилизованного общества нуждаются в больших усилиях хороших, профессиональных и квалифицированных специалистов.

России сильная страна и она имеет собственный резерв трудовых ресурсов, сфера нелегальной экономики в целом. Огромную работу нужно провести, чтобы в страну приезжали специалисты из других стран, а не безграмотные мигранты, также повышать уровень и качества жизни коренных жителей страны.

Библиографический список

1. *Исправников В. О., Куликов В. В.* Теневая экономика в России: иной путь и третья сила. М.: Рос. экон. журн., 2006. С. 13–27.
2. *Латов Ю. В.* Экономика вне закона: очерки по теории и истории теневой экономики. 2008. № 3. С. 34–38.
3. *Латов Ю. В.* Экономика развития – для развивающейся России // Вопросы экономики. 2009. № 3. С. 7–15.
4. *Николаев И.* Теневая экономика: причины, последствия, перспективы. Общество и экономика. 2007. № 3. С. 31–35.

5. *Азарков Г. А.* Оценка тенденций развития теневой экономики Свердловской области // Экономика региона. № 4. 2010. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-tendentsiy-razvitiya-tenevoy-ekonomiki-sverdlovskoy-oblasti>.

Научный руководитель *А. И. Решетников*

Т. А. Чунина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Современное состояние и перспективы развития налогообложения физических лиц в Российской Федерации. Подходное налогообложение в Уральском федеральном округе

Социально-экономические реформы последних лет преобразовали существовавшую ранее систему формирования государственных доходов, распределения и использования денежных средств, а также современная обстановка в области экономики, социальной и политической жизни общества в нашей стране заставили обратить свое внимание на функционирование налогообложения физических лиц. Данная сфера является важной составляющей финансовой деятельности государства и, как показали исследования, нуждается в определенных преобразованиях.

О необходимости преобразований в налогообложении физических лиц говорит отсутствие в полной мере таких базовых принципов, как:

участие каждого гражданина определенной долей своего дохода в формировании бюджета;

налоговая нагрузка должна распределяться между отдельными лицами соразмерно полученным ими доходам;

по экономическим основаниям не могут быть подвергнуты налогообложению лица, доходы которых не превышают прожиточный минимум;

уровень налогового изъятия должен соответствовать оптимальному значению, при котором у физического лица не подрываются стимулы к труду;

налоговое законодательство должно быть предельно понятным для плательщиков, не допускать произвольного толкования, необходимо в максимальной мере учесть принцип удобства;

административные издержки по контролю за уплатой налога на доходы физических лиц должны быть минимальны.

Налогообложение физических лиц включает в себя множество видов налогов (земельный, транспортный налоги, налог на имущество физических лиц). Но наиболее важный – налог на доходы физических лиц, одна из основных статей доходов бюджета страны. Поэтому автор решил обратить особое внимание и проанализировать состояние НДФЛ на сегодняшний день и его дальнейшие перспективы.

К сожалению, в нашей стране НДФЛ не отвечает главному требованию: эффективность в сглаживании неравенства доходов населения нашей страны не высока. Для людей с более высоким доходом ставка налога в 13% практически незаметна. А для граждан со средним и низким доходами сумма вычета становится уже существенной.

Как один из вариантов решения данной проблемы - прогрессивная шкала налогообложения, уже применявшаяся в нашей стране. Это позволит не «отнимать» у менее обеспеченных граждан средства, необходимые им для удовлетворения базовых потребностей. Нельзя сказать, что такая система решит все существующие проблемы и устроит всех граждан нашей страны.

К примеру, ведущий специалист «Макроэкономики и финансов» Института экономической политики им. Е. Т. Гайдара В. Назаров считает, что прогрессивное налогообложение не приведет к положительному результату. Так, его аргументами становятся: большая вероятность уклонения от налогов обеспеченных граждан, повышение уровня безработицы и снижение стимулов к труду (вспомним теорию Дж. Кейнса и его модель государственного регулирования экономики), увеличение богатства уже богатых территорий РФ и наоборот.

С вышеприведенными аргументами трудно не согласиться. Но обратимся к теории А. Лэффера, в которой он предложил кривую зависимости между прогрессивным налогообложением и доходами бюджета. Существует оптимальный размер налоговых ставок, при котором обеспечивается максимальное поступление доходов в бюджет. Если размер налоговой ставки выше этого уровня, то происходит замедление экономического роста, спад производительности и сокращение налоговых поступлений в бюджет. Таким образом, с внедрением прогрессивного налогообложения необходимо продумать минимальную и максимальную ставки налога, чтобы избежать негативных последствий новой системы.

Исследуя современное состояние налогообложения физических лиц, автор данной статьи пришел к выводу, что для модернизации существующей системы нужно обратить свое внимание на зарубежную практику. Так, во Франции налог на доходы физических лиц взимается

не с каждого гражданина. Здесь важным является семейное положение человека, в зависимости от которого применяются коэффициенты для расчета суммы налогового вычета. Это как один из вариантов направления преобразований в подоходном налогообложении.

Проживая в Уральском федеральном округе, появилась потребность в анализе состояния финансовой сферы в данном регионе. Так, автором была собрана статистическая информация об объеме Валового регионального продукта УрФО, доходах населения (номинальная и реальная заработная платы) и в целом состоянии экономики региона. Доля ВРП в общем объеме по РФ в 2013–2014 гг. незначительно, но снизилась (14,16%); доля поступлений НДСЛ в 2014 г. сильно сократилась по сравнению с 2010–2013 гг. Вместе с этим реальная заработная плата в 2015 г. снизилась на 8,7% (к 2014 г.). Это объясняет снижение поступлений НДСЛ. Многие предприятия переходят на «конвертную» заработную плату, растет теневая экономика. По данным правительства Уральского федерального округа, такое положение к 2030 году только ухудшится, объемы производства снизятся. А значит, и налоговые вычеты станут еще большим бременем для населения.

Подводя итоги исследования, необходимо отметить следующее: наша страна переживает не самые легкие времена. Начавшийся конфликт с Европой в 2014 г. сильно сказался на состоянии экономики, финансов, а вместе с ними и других сфер жизни государства. По мнению многих экономистов, политиков нашей стране еще не скоро предстоит снова показывать высокие темпы роста экономики, стабильность жизнедеятельности. В таких условиях правительству Российской Федерации просто необходимо пересмотреть систему налогообложения, действующую в стране на данный момент.

Через эффективное функционирование системы налогообложения физических лиц государство сможет получать необходимые денежные средства в бюджет в полной мере для их дальнейшего перераспределения. Необходимо скорректировать налогообложение физических лиц с учетом особенностей жизни каждого или почти каждого региона, тех принципов справедливости и рациональности, которые смогли бы помочь каждому гражданину нашей страны удовлетворять не только базовые потребности, но жить достойно; дифференциация между богатыми и бедными не будет достигать тех размеров, которые мы можем наблюдать сегодня.

Научный руководитель *Е. Б. Дворядкина*

Инвестиционные налоговые вычеты

С 01.01.2015 г. в РФ были введены индивидуальные инвестиционные счета (ИИС), которые привели к соответствующим изменениям в Законе о рынке ценных бумаг и Налоговом кодексе РФ. До введения данных изменений население не имело альтернативы банковскому депозиту, в которых риски были бы минимальны, а проценты по депозитам были бы освобождены от налога. Поэтому на этом этапе развития инвестиционной деятельности недвижимость являлась самым привлекательным объектом для вложений, по причине оптимизированной налоговой политики в данной сфере. Фондовый рынок являлся слишком сложным инструментом для населения с точки зрения рисков и доходности. Это отразилось в том, что в конце 2013 г. на рынке ценных бумаг было зарегистрировано всего 840 тыс. клиентов у брокеров, а доля владельцев паев в инвестиционных фондах не превышала одного миллиона. Инвестиции в ценные бумаги являются более рискованные, поэтому для развития данной отрасли в Российской Федерации было необходимо ввести налоговый стимул, который мог бы заинтересовать население. Эта задача была достигнута в конце 2014 года. Принятые налоговые поправки, позволили среднему классу получить доступ к более разнообразным, с точки зрения риска и дохода, финансовым продуктам. Рынок получит дополнительные ресурсы, снизит свою зависимость от иностранных инвесторов, а компании на территории РФ получат дополнительный приток капитала [1].

Цель ИИС повысить привлекательность инвестиций в инструменты фондового рынка для частных инвесторов путем предоставления налоговых вычетов.

Новый вид вычета по НДФЛ «Инвестиционный налоговый вычет» будет регулироваться ст. 219.1 НК РФ.

Гражданин вправе будет получить несколько инвестиционных вычетов, а именно:

1) вычет в размере положительного финансового результата, полученного налогоплательщиком в налоговом периоде от реализации (погашения) обращающихся на организованном рынке ценных бумаг (ценные бумаги должны находиться в собственности налогоплательщика к моменту продажи более трех лет);

2) вычет в сумме денежных средств, внесенных гражданином в налоговый период на индивидуальный инвестиционный счет;

3) вычет в сумме доходов, полученных по операциям, учитываемым на индивидуальном инвестиционном счете¹.

Индивидуальный инвестиционный счет – счет внутреннего учета, который предназначен для обособленного учета денежных средств, ценных бумаг клиента – физического лица, обязательств по договорам, заключенным за счет указанного клиента, и который открывается и ведется в соответствии с настоящей статьей. Индивидуальный инвестиционный счет открывается и ведется брокером или управляющим на основании отдельного договора на брокерское обслуживание или договора доверительного управления ценными бумагами, который предусматривает открытие и ведение индивидуального инвестиционного счета (далее также – договор на ведение индивидуального инвестиционного счета)².

Гражданин вправе выбрать один из двух типов инвестиционных видов вычета.

Первый тип инвестиционного вычета: налогоплательщик сможет ежегодно получать налоговый вычет по налогу на доходы физических лиц в сумме денежных средств, внесенных в налоговый период на индивидуальный инвестиционный счет (подп. 2 п. 1 ст. 219.1 НК РФ).

Вычет предоставляется в сумме денежных средств, внесенных за год на индивидуальный инвестиционный счет, но не более 400 тыс. р. Для получения вычета надо предъявить декларацию 3-НДФЛ, заполненную на основании документов, подтверждающих факт зачисления денежных средств на индивидуальный инвестиционный счет. Условием предоставления вычета является отсутствие других договоров на ведение индивидуального инвестиционного счета в течение срока действия договора на ведение индивидуального инвестиционного счета, за исключением случаев прекращения договора с переводом всех активов, учитываемых на индивидуальном инвестиционном счете, на другой индивидуальный инвестиционный счет, открытый тому же физическому лицу.

Если физическое лицо начало получение налогового вычета, а договор на ведение инвестиционного счета был расторгнут, то НДФЛ, не уплаченный в связи с применением данного вычета, подлежит восстановлению и уплате в бюджет в установленном порядке с взысканием с налогоплательщика соответствующих сумм пеней [2].

Пример расчета суммы НДФЛ, подлежащей возврату из бюджета:

¹ *Инвестиционные* налоговые вычеты. Налоговый кодекс РФ. Ч. 2 от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ. Доступ из СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/popular/nalog2/3_3.html#p5871.

² *О рынке ценных бумаг*: федер. закон от 22.04.1996 г. № 39-ФЗ. Доступ из СПС «Консультант Плюс». URL: <http://www.consultant.ru/popular/cenbum>.

За 2015 г. налогоплательщик получил доход по основному месту работы в размере 600 000 р., уплатив в течение года НДФЛ по ставке 13% в размере 78 000 р. В этом же налоговом периоде налогоплательщик открыл ИИС, и внес на него 400 000 р. По истечении налогового периода налогоплательщик сможет подать налоговую декларацию 3-НДФЛ по месту прописки, и, приложив подтверждающие документы и заявление, сможет уменьшить свою налогооблагаемую базу на 400 000 р. Из бюджета будет возвращено 52 000 р. (13% от 400 000 р.) [3]

Второй тип инвестиционного вычета: по окончании договора на ведение ИИС, по истечении не менее трех лет, налогоплательщик может получить вычет по налогу на доходы физических лиц в сумме доходов, полученных от операций по инвестиционному счету – т.е. вся прибыль будет освобождена от налогообложения (подп. 3 п. 1 ст. 219.1 НК РФ).

Вычет в сумме доходов, полученных по операциям, учитываемым на индивидуальном инвестиционном счете, то есть получаемый доход не будет облагаться НДФЛ по окончании действия инвестиционного договора. Данный вычет будет предоставляться брокером по окончании договора на ведение индивидуального инвестиционного счета, но по истечении не менее трех лет с даты заключения такого договора. Для получения вычета физическому лицу потребуется справка о том, что не пользовался иными видами инвестиционного вычета. Справку следует получить в ИФНС по месту налогового учета. Брокер, по аналогии с имущественным вычетом от работодателя, на основании данной справки не будет удерживать НДФЛ при выплате денежных средств. Вычет также может быть предоставлен ИФНС при представлении декларации по форме 3-НДФЛ либо налоговым агентом при исчислении и удержании последним НДФЛ при условии представления справки из ИФНС [2].

Пример расчета суммы, освобождаемой от налогообложения: Налогоплательщик открыл ИИС 01.02.2015 г. и внес денежные средства в размере 400 000 р., в последствии, в течение 2016–2017 гг. каждый год вносил на счет по 400 000 р. В течение этого времени он также покупал и продавал ценные бумаги, получая прибыль. В марте 2018 г. сумма на счете составила 1 900 000 р., т.е. инвестор получил положительный финансовый результат в размере 700 000 р. При расторжении договора вся сумма прибыли по счету (700 000 р.) будет освобождена от налогообложения [3]

Пример расчета экономической выгоды ИИС

Год	Взнос в начале	Прирост 10% годовых	Баланс ИИС на конец года	Вычеты на взносы		Экономический эффект	
				ИИС типа А	ИИС типа Б	ИИС типа А	ИИС типа Б
1	400 000	40 000	440 000	52 000			
2	400 000	84 000	924 000	104 000			
3	400 000	132 400	1 456 400	156 000			
4	400 000	185 640	2 042 040	208 000	57 465	592 575	442 040
5	400 000	244 204	2 686 244	260 000	89 212	857 032	686 244
6	400 000	308 624	3 394 868	312 000	129 333	1 177 536	994 868
7	400 000	379 487	4 174 355	364 000	178 666	1 559 689	1 374 355
8	400 000	457 436	5 031 791	416 000	238 133	2 009 658	1 831 791
9	400 000	543 179	5 974 970	468 000	308 746	2 534 224	2 374 970
10	400 000	637 497	7 012 467	520 000	391 621	3 140 846	3 012 467

Льгота для долгосрочного владения ценными бумагами – это Инвестиционный вычет в размере финансового результата от продажи (погашения) ценных бумаг через три года владения. Данный вычет действует в отношении ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке, и инвестиционных паев открытых ПИФ, приобретенных после 01.01.2014 г. При продаже ценных бумаг с одним сроком владения (N полных лет) предельный размер вычета = $N \times 3$ млн р.

При продаже ценных бумаг с разными сроками владения предельный размер вычета рассчитывается по специальной формуле с учетом срока владения пакетом ценных бумаг с каждым сроком и его удельного веса в общей сумме дохода от продажи ценных бумаг.

Вычет можно получить один раз в году. Вычет предоставляется налоговым агентом (профучастником, УК) или налоговой инспекцией по представлению декларации.

Пример 1. 25.04.2014 г. инвестор приобрел акции ОАО Московская Биржа на сумму 10 млн р. В случае, если акции по истечению 3 полных лет вырастут в цене на 50%, и в 2017 г. инвестор продаст акции на сумму 15 млн р., сумма прибыли составит 5 млн р. Тем не менее, так как инвестор держал акции более трех полных лет, НДФЛ взиматься не будет (количество полных лет владения = 3. Предельный размер вычета 3 года \times 3 млн = 9 млн р. позволяет полностью освободить прибыль размером 5 млн р. от налогообложения).

Пример 2. 24.04.2014 г. инвестор приобрел инвестиционные паи открытого ПИФ на сумму 20 млн р. По истечении четырех лет, в случае, если стоимость паев открытого ПИФ при продаже составит 32 500 000 р., сумма прибыли составит 12 500 000 р. Предельный размер вычета 4 года \times 3 млн = 12 млн р. позволит инвестору заплатить

НДФЛ только с суммы 500 000 р. Сумма подоходного налога к уплате составит 65 000 р. [3]

Подводя итог, данное нововведение является очень хорошим стартом для развития инвестиционной деятельности в России. Это отличный шаг со стороны государства для повышения интереса и финансовой грамотности населения в инвестиционной сфере. Новое законодательство не только даст отличную альтернативу для населения в противовес банковскому депозиту, но так же позволит обеспечить конкурентоспособность фондового рынка России по сравнению с Нью-Йоркскими и Лондонским. Это позволит не только вернуть денежные средства с иностранных бирж, но и привлечь иностранных инвесторов на наши рынки.

Возможными угрозами низкой эффективности инвестиционных налоговых вычетов может являться пессимистические настроения среди населения РФ. По причине того, население не способно рисковать, а вложения на фондовом рынке зачастую подразумевают риск. На фоне политического кризиса на протяжении всего 2014 г. население все больше стремится направить свои денежные средства в максимально надежные и максимально ликвидные средства.

Библиографический список

1. *Интервью* Интерфаксу главы НАУФОР Алексея Тимофеева. URL: <http://www.alleng.ru/d/econ-fin/econ-fin274.htm>.
2. *Инвестиционный* налоговый вычет. URL: <http://aaa-investmentsllc.com/uslugi/finansovuj-konsalting/buhgalterskij-konsalting/deklaracii-dlya-fizicheskikhlic/investicionnyj-nalogovyyj-vychet.html#.VUnbH47tHw>.
3. *Московская* биржа. URL: <http://moex.com/s1315>.

Научный руководитель *М. М. Шадурская*

Ю. В. Юкляевских

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Проблемы страхования вкладов в РФ

Одной из проблем российской экономики в настоящее время является нехватка инвестиций во всех отраслях экономики. Самая распространенная и доступная форма преобразования личных накоплений физических лиц в инвестиции – это банковский вклад. Уровень доверия граждан к коммерческим банкам является одним из основных факторов, влияющих на процесс накопления финансовых ресурсов физических лиц во вклады. Система страхования вкладов выступает гарантом возвратности средств физических лиц в случае потери банком пла-

тежеспособности, что делает вложения практически безрисковыми. Современные экономические условия и политика Центрального банка РФ накладывают отпечаток на функционирование системы страхования вкладов, и вызывают ряд определенных проблем. Поэтому изучение проблем страхования вкладов, их решений и перспектив развития актуально на сегодняшний день.

Для определения проблем в системе страхования вкладов, необходимо разобраться в сущности, современном состоянии системы страхования вкладов в Российской Федерации.

Страхование вкладов в РФ регулируется в первую очередь Федеральным законом от 23.12.2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации». Система страхования вкладов (ССВ) – специальная государственная программа, реализуемая Агентством страхования вкладов (АСВ), с целью защиты сбережений населения, размещаемых в российских банках. По данным на март 2016 г., в ССВ входят 834 банка-участника, а за все время ее функционирования произошло 308 страховых случаев. С момента создания Агентства по страхованию вкладов 2,1 млн вкладчиков получили страховое возмещение в размере 812 млрд р.¹

Участниками системы страхования вкладов являются: вкладчики (выгодоприобретатели); банки, внесенные в установленном «порядке» в «реестр банков» (страхователи); Агентство страхования вкладов (страховщик); Банк России².

При заключении договора банковского вклада (счета) у вкладчика автоматически возникает право на получение в кратчайшие сроки компенсации до 1,4 млн р. (включительно) в случае отзыва у банка лицензии (наступления страхового случая). Однако не все денежные средства подлежат страхованию (см. таблицу)³.

Финансовой основой системы страхования вкладов является Фонд обязательного страхования вкладов. Данный фонд формируется за счет регулярных страховых взносов банков, пеней за несвоевременную и (или) неполную уплату страховых взносов, а также за счет целевого взноса государства и доходов, получаемых Фондом, от вложений, временно свободных, денежных средств⁴. Динамика изменения размера Фонда обязательного страхования вкладов в зависимости от количества страховых случаев и выплат страхового возмещения по ним за 2005–2014 гг. представлена на диаграмме ниже (рис. 1).

¹ Агентство по страхованию вкладов. URL: <http://www.asv.org.ru>.

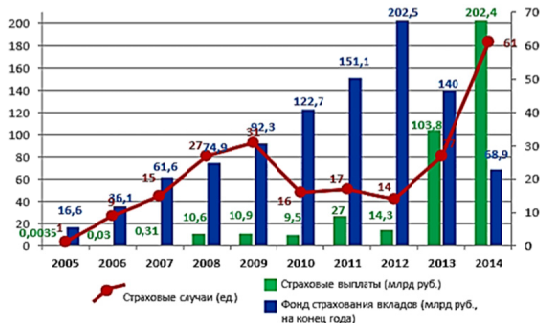
² О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации: федер. закон от 23.12.2003 г. № 177-ФЗ (ред. от 13.07.2015 г.).

³ Там же.

⁴ Там же.

Средства вкладчиков, подлежащие страхованию¹

Страхованию подлежат средства	Страхованию не подлежат средства
<p>Во вкладах (до востребования и срочных); на банковских счетах, предназначенных для получения зарплат, пенсий, стипендий и социальных выплат, в том числе, если операции по данным счетам совершаются с использованием банковских карт;</p> <p>на счетах (вкладах) ИП, открытых для осуществления предпринимательской деятельности (для страховых случаев, наступивших с 01.01.2014 г.);</p> <p>на номинальных счетах опекунов или попечителей, бенефициарами (выгодоприобретателями) по которым являются подопечные (для страховых случаев, наступивших с 23.12.2014 г.);</p> <p>счетах эскроу, открытых физическими лицами для расчетов по сделкам с недвижимым имуществом, на период, установленный Федеральным законом (для страховых случаев, наступивших с 02.04.2015 г.).</p>	<p>Размещенные на банковских счетах (во вкладах) адвокатов, нотариусов и иных лиц, если такие счета (вклады) открыты для осуществления предусмотренной федеральным законом профессиональной деятельности;</p> <p>размещенные физическими лицами в банковские вклады на предъявителя;</p> <p>переданные физическими лицами банкам в доверительное управление;</p> <p>размещенные во вклады в находящихся за пределами территории РФ филиалах банков РФ;</p> <p>являющиеся электронными денежными средствами;</p> <p>размещенные на номинальных счетах, за исключением отдельных номинальных счетов, которые открываются опекунам или попечителям и бенефициарами (выгодоприобретателями) по которым являются подопечные, залоговых счетов и счетах эскроу, если иное не установлено Федеральным законом.</p>



Страховые случаи, выплаты страхового возмещения, фонд страхования вкладов в 2005–2014 гг.²

Таким образом, можно сделать вывод, что исторически банковский вклад является самым популярным способом сбережения денежных средств и превращения их в инвестиции. В настоящее время ведущим фактором, который поддерживает высокую степень доверия граждан к данному способу сбережений, является государственная система

¹ О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации: федер. закон от 23.12.2003 г. № 177-ФЗ (ред. от 13.07.2015 г.)

² Агентство по страхованию вкладов. URL: <http://www.asv.org.ru>.

страхования вкладов. Ее роль очень велика, так как она является эффективным механизмом защиты средств вкладчиков. Сегодня в России вкладчики могут быть уверены, что при наступлении страхового случая, размещенные ими средства во вклад гарантированно вернутся им в размере до 1,4 млн р. Однако, при выборе банка, вкладчики должны внимательно относиться к изучению информации о банке, а так же его финансовом положении, так как не все банки являются участниками ССВ, и не все денежные средства подлежат страхованию. Если же страховой случай произошел, то выплаты вкладчикам осуществляются из Фонда обязательного страхования вкладов, который в свою очередь формируется, в основном, за счет отчислений коммерческих банков.

Подводя итог вышесказанному, можно предположить, что Система страхования вкладов – это отлаженный механизм. Однако и этот механизм, как любой другой имеет свои проблемы и недостатки.

Проблемы системы страхования вкладов РФ.

1. Текущее поведение Банка России, направленное на «оздоровление» банковского сектора, приводит к большему увеличению страховых случаев. Счет банков, у которых ЦБ РФ отзывает лицензии, идет на десятки. Процесс формирования фонда требует значительного времени, в то время как ЦБ РФ ведет активную политику по отзыву лицензий. В настоящее время решением такой проблемы является один путь – кредитование Центральным банком АСВ на исключительных, особенных условиях.

3. Не все банки входят в систему страхования вкладов, тем самым у вкладчиков возникают риски по невозврату средств в случае отзыва лицензии у банка.

4. В настоящее время существует много проблем связанных с мошенничеством в области страхования вкладов: дробление вкладов, искусственное формирование вкладов с целью неправомерного получения страхового возмещения (фиктивные вклады).

5. В РФ отсутствует страхование вкладов юридических лиц, что приводит к большим потерям денежных средств таких вкладчиков. Данную проблему можно решить двумя путями: введение обязательного страхования вкладов юридических лиц в определенных пределах (аналогично страхованию вкладов физических лиц) и развитие добровольного страхования вкладов юридических лиц.

6. В рамках общей финансовой неграмотности населения в России существует и проблема неграмотности граждан в области страхования, в том числе страхования вкладов.

7. За высокими процентными ставками, которые привлекают вкладчиков, почти всегда скрываются риски, связанные с финансовой не-

устойчивостью, а впоследствии в предстоящем банкротстве банка. Клиенты слабо осведомлены о реальном финансовом положении банков.

Можно выделить следующие перспективы развития системы страхования вкладов РФ:

1) добровольное страхование вкладов юридических лиц может стать более востребованным, в случае если страховые компании будут разрабатывать выгодные условия и адекватные тарифы на такие услуги;

2) дальнейшее развитие такой функции АСВ как финансовое оздоровление банков способствует улучшению ситуации в проблемных банках еще до того, как она станет необратимой и повлечет за собой выплату возмещений вкладчикам из фонда;

3) добровольное страхование вкладов физических лиц (сумма превышения над суммой подлежащей обязательному страхованию вкладов) позволит физическим лицам держать временно свободные средства в одном банке во вкладе размером более 1,4 млн р.;

6) расширение доступа к информации о деятельности банков. Также открытой и понятной должна быть деятельность АСВ, что предполагает более масштабное ее освещение в средствах массовой информации;

7) повышение финансового образования граждан путем обучения, информирования широких слоев населения в области банковского обслуживания физических лиц, в частности относительно страхования вкладов;

8) совершенствование правовой системы страхования вкладов и составление плана действий на случай кризиса всей банковской системы предполагает дальнейшее развитие политического и законодательного базиса для обязательной и структурированной системы страхования вкладов.

Научный руководитель *М. Н. Терентьева*

Направление 14. Банки, фондовый рынок и коллективные инвестиции на территории региона

Е. А. Алешина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Страхование критических заболеваний

Здоровье и уверенность в финансовом благополучии – определяющие факторы в жизни большинства людей. Именно поэтому страхование жизни, в том числе страхование от критических заболеваний, чрезвычайно востребовано во многих развитых странах. Высокая значимость и недостаточная практическая разработанность страхования от критических заболеваний на российском страховом рынке определяют несомненную актуальность данного исследования.

Критическое заболевание – это заболевание, существенно влияющее на образ жизни, имеющее однозначное определение, объективный и подтверждаемый диагноз, а также подробную статистику [1]. Лечение любого критического заболевания крайне дорого. Наиболее известные из них: онкологические заболевания; инсульт; инфаркт миокарда; аортокоронарное шунтирование; паралич; терминальная почечная недостаточность; трансплантация органов.

Очевидно, что человек, узнавший о диагнозе критического заболевания, сталкивается с множеством проблем, такими как:

- отсутствие информации о профилактике и возможностях лечения;
- низкое качество диагностики и, как следствие, проблема постановки правильного диагноза;
- задержка в старте лечения ввиду отсутствия необходимых денежных средств;
- проблема с качеством и доступностью лекарственных препаратов;
- отсутствие реабилитационных мероприятий для пациента и родственников.

При этом подавляющее большинство программ обязательного и добровольного медицинского страхования исключают из покрытия риски критических дорогостоящих заболеваний. Таким образом, без серьезной квалифицированной помощи и крупных финансовых затрат больному могут понадобиться годы, чтобы восстановиться после критического заболевания или, не найдя такую финансовую поддержку,

приходится готовиться к худшему – уходу из жизни. К сожалению, с худшим вариантом приходится сталкиваться 20% граждан, которым был поставлен диагноз – злокачественная онкология.

Основными формами помощи застрахованным по программам страхования на случай диагностирования критического заболевания являются: выплата денежной компенсации, организация лечения в РФ, организация лечения за рубежом, плюс различные комбинации этих форм. Размер страховой выплаты в случае диагностирования одного из критических заболеваний, определяется договором страхования.

Стоимость полиса страхования критических заболеваний зависит от таких факторов, как страховая сумма и срок страхования, возраст на момент заключения договора страхования, пол, семейный анамнез, предшествующие медицинские показатели здоровья. Размер ежегодной страховой премии может пересматриваться страховщиком в зависимости от ситуации с заболеваемостью в стране.

Рассмотрим особенности предложений по страхованию критических заболеваний некоторых страховых компаний. Компания «ВТБ Страхование жизни» предлагает своим клиентам пакет «Управляй здоровьем» (табл. 1). Начальное страховое покрытие данного пакета составляет 750 тыс. р., которое увеличивается на 50 тыс. р. ежегодно, или 1,5 млн р., которое увеличивается на 100 тыс. р. Компания диверсифицирует своих клиентов по трем возрастным категориям и осуществляет страхование на различные сроки, от чего и зависит страховая премия [2].

Т а б л и ц а 1

Пакет «Управляй здоровьем» от «ВТБ Страхование жизни»

Возраст	Начальная сумма страхового покрытия							
	750 000 р.				1 500 000 р.			
	Срок страхования				Срок страхования			
	3 года	5 лет	7 лет	10 лет	3 года	5 лет	7 лет	10 лет
Сумма платежа за полгода, р.				Сумма платежа за полгода, р.				
18–45	4 995	5 995	7 295	9 295	7 295	8 795	10 795	13 495
46–50	8 295	9 995	11 795	14 795	12 295	14 295	17 295	21 295
51–55	12 995	15 495	17 995	21 795	19 295	22 495	26 295	31 795

Примечание. Составлено автором по [2].

Страховая компания «Росгосстрах» предлагает клиентам страховую программу «Высокотехнологичная медицинская помощь», обеспечивающую сервисную поддержку и финансовую защиту при лечении смертельно опасных заболеваний. В рамках пакета «Стандарт +» предусмотрены такие виды лечения как онкология, кардиохирургия, нейрохирургия (табл. 2). Сумма страхового покрытия данного пакета

составляет 1 млн р. Договор страхования заключается со сроком на 1 год с автоматической пролонгацией на следующий период при условии оплаты. Основные критерии для определения страховой премии: возраст и пол [3].

Т а б л и ц а 2

Пакет «Стандарт +» от компании «Росгосстрах жизни»

Сумма страхового покрытия 1 000 000 р.		
Возраст	Пол	
	Женский	Мужской
Ежегодный платеж, р.		
18–30	6 000	4 000
31–39	8 500	6 000
40–45	10 500	9 500
46–50	12 000	14 500
51–58	15 000	2 200
59	20 000	28 000

Примечание. Составлено автором по [3].

Как мы видим, на сегодняшний день страховщиками жизни разработаны и предложены населению страховые продукты, приобретая которые граждане могут создать хорошую финансовую подушку на случай наступления критических заболеваний. И при наступлении страхового случая лица, застрахованные от критических заболеваний, получают гарантированную помощь от страховой компании. Ввиду того, что серьезные заболевания влекут за собой значительные финансовые расходы, полис страхования критических заболеваний представляется даже более необходимым, чем полисы иных видов страхования жизни. Однако страхование критических заболеваний не заменяет ни страхования на случай утраты трудоспособности, ни страхования жизни. Скорее, оно расширяет их возможности. Таким образом, применение продуктов страхования от критических заболеваний увеличивает шанс прожить здоровым долгую жизнь. Независимо от того, вылечится страхователь от заболевания или нет, а также сможет или пожелает он работать или нет, страховая сумма будет выплачена.

В завершение еще раз отметим, что страхование критических заболеваний является относительно молодым продуктом на российском рынке страхования. На современном этапе страхование критических заболеваний сталкивается со многими проблемами, которые свойственны и другим видам страхования. Большинство из них носят субъективный характер, и требуют совершенствования «технической» составляющей страхового процесса: повышения уровня клиентоориентированности и качества страховых услуг, адаптации правил страхования под

меняющийся спрос, стандартизации договоров страхования, разработки и утверждения типовых договоров для максимальной прозрачности условий страхования. Таким образом, необходимо, прежде всего, вернуть доверие общества к страховщикам и повысить уровень финансовой грамотности населения и социальной значимости страхования.

Библиографический список

1. *Критические* заболевания: пора лечиться // Эксперт онлайн. URL: <http://expert.ru/northwest/2014/21/kriticheskie-zabolevaniya-pora-lechitsya>.
2. *Официальный сайт* ООО СК «ВТБ Страхование». URL: <https://www.vtb-ins.ru>.
3. *Официальный сайт* ПАО «Росгосстрах Жизнь». URL: <http://www.rgs.ru/life>.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

М. С. Апанович, Ю. А. Рубникович
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Иллюзия стабильности

Особенностью исследования экономического состояния банков, находящихся в рыночных условиях, является наличие неопределенности, которая порождает вероятностные сценарии развития, т.е. возникает риск невыполнения взятых на себя обязательств. Расчет вероятности не может являться частотой исходя из аксиоматики теории вероятности или статической величиной исходя из экономического смысла обусловленного динамической природой развития человеческого поведения (банковской деятельности). Как справедливо отмечено в работе «Вопросы применения стресс-тестирования в экономике России» ключевым в исследовании является именно новые состояния, как правило, характеризующиеся редкостью и экстремальностью [2, с. 146].

При этом ключевым в экономическом подходе к исследованию является стратегическое виденье, прогнозирование развития объекта, процесса или явления, т.е. требуется осуществлять принятие управленческих решений в виде превентивных, а не апостериорных.

Согласно Указанию Банка России от 30.04.2008 г. № 2005-У (ред. от 02.12.2015 г.) «Об оценке экономического положения банков» (далее 2005-У) ставится требование проведения анализа, которое состоит в выявлении у банка проблем на возможно более ранних стадиях их формирования, однако есть следующие недостатки, которые не позволяют реализовать это требование.

1. Использование булевой логики в данной модели приводит к тому, что отклонение на 0,01 единицу значения характеризующего показателя от порогового значения переводит с вероятностью 100% в другую классификационную группу, что искажает качество оценки и принимаемые решения.

2. Отсутствует вероятностная оценка экономического состояния банка, и характеристика состояния происходит на апостериорной основе, что говорит об отсутствии прогностического потенциала. В свою очередь вероятное развитие является перманентным свойством любой открытой системы [1, с. 177].

3. Оценка качественных факторов, оказывающих чувствительность на экономическое состояние банка в рамках рейтинго-бальной оценки данной методики приводит при переходе от семантической основы к количественной и обратно, что снижает заложенный прогностический потенциал.

4. Предложенная методика не в состоянии предвидеть изменение тенденции в системе, что приводит к скачкообразному (апостериорному) изменению и как следствие принимаемых решений.

Изложенные выше замечания приводят к предположению об отсутствии прогностической силы данной методики.

В свою очередь, осуществляя оценку экономического положения банковской системы РФ за 2009-2014 гг. исходя из средних значений наиболее чувствительных переменных в рамках методики 2005-У, можно получить подтверждение данному предположению, используя данные представленные ЦБ РФ в «Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора» в 2010–2014 гг.

При рассмотрении показателей: капитал, доходность, ликвидность, активы и качество управления можно наблюдать стабильность (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Оценка банковской системы РФ 2010-2014гг.
в рамках методики 2005-У**

Оценка показателей	Годы				
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Капитал	Хор.	Хор.	Уд.	Уд.	Уд.
Доходность	Хор.	Хор.	Хор.	Хор.	Уд.
Ликвидность	Уд.	Хор.	Хор.	Хор.	Хор.
Активы	Уд.	Уд.	Уд.	Уд.	Уд.
Качество управления	Уд.	Уд.	Уд.	Уд.	Уд.
Группа	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1

Примечание. Составлено автором по: [3–5].

Как мы видим согласно методики 2005-У банковская система с 2010–2014 гг., показывает нам стабильность и характеризуется наличием недостатков, которые в случае их неустранения могут привести к возникновению трудностей в ближайшие 12 месяцев. Однако, на протяжении 5 лет оценка банковской системы не изменилась.

Автор полагает для повышения эффективности методики позволяющей сигнализировать о неблагоприятном изменении, необходимо использовать нечеткую логику для построения модели оценки экономического положения банка, позволяющую учесть изменения в банковской системе на более ранних этапах и сделать оценку экономического положения банка научно-обоснованной (табл. 2). В основу положен алгоритм Э. Мамдами, позволяющая реализовать прогностический потенциал нечетких продукций в виде вероятностной оценки.

Таблица 2

**Оценка банковской системы согласно данным 2005-У
за 2010–2015 гг. через нечеткую модель и алгоритм Э. Мамдами**

Состояние банковской системы (вероятность)	Годы				
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Плохое	–	–	–	–	–
Среднее	–	–	–	0,2000	0,7555
Хорошее	0,7600	0,9536	0,7119	0,6800	–

Примечание. Составлено автором по: [3–5].

Согласно данным наблюдается вероятностное изменение состояния, а так же что особенно важно позволяет увидеть смену тенденции, система изменяется между сохранением равновесия и перехода на другой уровень (в неопределенности развития), как видно из оценки 2005-У в табл. 1, такая вероятностная оценка изменения состояния системы отсутствует.

Анализ результатов оценки показал, что использование грубой модели непригодно для выявления у банка проблем на возможно более ранних стадиях их формирования, выходом из данной проблемы являются мягкие модели, основанные на нечеткой логике и вероятностной оценки.

Библиографический список

1. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 2014.
2. Марамыгин М. С., Стрельников Е. В. Вопросы применения стресс-тестирования в экономике России // Вестник Омского университета. 2013. № 1. С. 142–147.

3. *Центральный банк Российской Федерации*. URL: <http://www.cbr.ru/publ/?PrtId=nadzor>.

4. *Центр компетенций MathWorks*. URL: http://matlab.exponenta.ru/fuzzy-logic/book1/1_7_5_1.php.

5. *Программа для вычисления*. URL: <http://www.fuzzytech.com>.

Научный руководитель *М. С. Марамыгин*

Т. М. Бадаева, П. А. Авдеев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Организация и перспективы деятельности паевых инвестиционных фондов

С возникновением и развитием фондового рынка все более становится актуальной проблема создания новых форм финансового представительства, которые способны добиться положительной тенденции в сфере сбережений. Инвестиционные фонды являются одной из форм [1].

В ст. 10 Федерального закона от 29.11.2001 г. № 156-ФЗ «Об инвестиционных фондах» понятие паевого инвестиционного фонда (далее по тексту – ПИФ) определяется как обособленный имущественный комплекс, состоящий из имущества, переданного в доверительное управление управляющей компании учредителем (учредителями) доверительного управления с условием объединения этого имущества с имуществом иных учредителей доверительного управления, и из имущества, полученного в процессе такого управления, доля в праве собственности на которое удостоверяется ценной бумагой, выдаваемой управляющей компанией. Стоит отметить, что ПИФ не является юридическим лицом [2].

По операционной структуре ПИФы бывают трех видов: открытые, закрытые и интервальные. Отличие между ними заключается в том, насколько часто они могут выдавать и погашать паи [3].

В открытых ПИФах делается это в любой рабочий день. Такие паевые фонды считаются наиболее удобными, потому что в любой день можно купить паи, продать или узнать какую-либо информацию о нем [4].

Интервальный ПИФ – это фонд, в котором покупают и продают паи в определенный период, который установлен правилами доверительного управления ПИФом [5].

ПИФ является закрытым, если фонд создан на определенный срок. В этот срок не разрешается выкупать паи. В таком фонде паи можно будет выкупить по истечению этого срока [5].

Доверительное управление бывает индивидуальным и коллективным [5].

Индивидуальное управление – это когда управляющий занимается средствами лишь одного инвестора. Поэтому суммы должны быть значительными, в противном случае это не выгодно для управляющего и для инвестора, потому что для создания солидного портфеля ценных бумаг, нужно иметь большую сумму денег [5].

Коллективное управление – это когда некоторое количество инвесторов объединяют свои средства вместе и имеют достаточно возможностей для создания разнообразных ценных бумаг [5].

ПИФы являются основным институтом коллективного инвестирования в России. Можно сказать, что множества инвесторов, объединив свои средства, передают их в доверительное управления управляющим компаниям, тем самым создают паевые фонды [5].

Деятельность инвестиционного фонда заключается в следующем:
вовлечение инвесторов и привлечение их денежных средств;
организация средств инвесторов в фонде и руководство этим фондом;

внесение средств из данного фонда в ценные бумаги, чтобы извлечь прибыль в виде дивидендов, процентов и других доходов [1].

Инвестиционные фонды не дают каких-либо гарантий по срокам и размерам выплачиваемых сумм, в отличие от банков, пенсионных фондов, страховых компаний [1].

Как только инвестор внес денежные средства в фонд, он становится владельцем пая, но паи не выдаются на руки [6]. Чаще всего они даже не печатаются. Обычно это электронный документ, который содержит запись в специальной программе. Инвестор считается владельцем пая, если он имеет выписку из реестра [5].

За создание ПИФа отвечает управляющая компания. Только она имеет право создать ПИФ и управлять им. Но прежде всего управляющая компания должна получить лицензию в Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг (ФКЦБ), чтобы без проблем управлять имуществом ПИФа [6].

В России ПИФы в настоящее время развиваются очень бурно как количественно, так и качественно. На 25.03.2016 г. по данным Национальной лиги управляющих (НЛУ) в России зарегистрировано 1435 ПИФов (табл. 1). С начала века число зарегистрированных ПИФов выросло в 50 раз (табл. 2) [7].

Таблица 1

Количество ПИФов на 25.03.2016 г., согласно данным НЛУ

Категория	Всего		
	Зарегистрировано	Формируются	Работают
Фонды акций	158	0	158
Фонды облигаций	73	0	72
Фонды смешанных инвестиций	128	3	125
Фонды денежного рынка	10	1	9
Индексные фонды	21	0	21
Фонды фондов	52	0	52
Фонды товарного рынка	6	0	6
Хедж-фонды	28	0	26
Ипотечные фонды	9	1	8
Фонды художественных ценностей	1	0	1
Фонды венчурных инвестиций	49	0	48
Фонды недвижимости	608	11	573
Фонды прямых инвестиций	140	0	119
Рентные фонды	85	3	81
Кредитные фонды	67	0	62
Всего	1435	19	1361

Таблица 2

Количество ПИФов на 25.03.2000 г., согласно данным НЛУ

Категория	Всего		
	Зарегистрировано	Формируется	Работают
Фонды акций	13	0	12
Фонды облигаций	4	0	3
Фонды смешанных инвестиций	12	2	9
Фонды денежного рынка	0	0	0
Индексные фонды	0	0	0
Фонды фондов	0	0	0
Фонды товарного рынка	0	0	0
Хедж-фонды	0	0	0
Ипотечные фонды	0	0	0
Фонды художественных ценностей	0	0	0
Фонды венчурных инвестиций	0	0	0
Фонды недвижимости	0	0	0
Фонды прямых инвестиций	0	0	0
Рентные фонды	0	0	0
Кредитные фонды	0	0	0
Всего:	29	2	24

Важно отметить, что для российского законодательства стало необычным создание ПИФа не в форме юридического лица. Этот ход помогает избежать двойного налогообложения, которое мучает негосударственные инвестиционные фонды [5].

Большинство специалистов настоятельно советуют инвестировать не менее чем на год, ведь инвестиции в ПИФы – это все-таки долгосрочные вложения. Но прежде чем совершать вложения, необходимо обдумать не только доход, но и все возможные риски [5].

Риски бывают общеэкономическими и специфическими. Общеэкономические риски, это такие риски, которые влияют на любые инвестиции в России. Например, инфляция может повлиять на все финансовые рынки в стране. Риски самих паевых фондов называют специфическими. Они довольно низки [5].

Паевые фонды менее рискованны, если сравнивать их с индивидуальным инвестированием на фондовом рынке [5]. Развитие ПИФов действительно способно добиться положительных результатов в области сбережений населения на условиях хороших доходов и минимальных рисков [1].

Библиографический список

1. *Всяких М. В.* Деятельность паевых инвестиционных фондов на рынке ценных бумаг // Вестник Южно-Уральского государственного университета. № 10. 2007.

2. *Об инвестиционных фондах:* федер. закон от 29.11.2001 г. № 156-ФЗ (ред. от 30.12.2015 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 09.02.2016 г.). Доступ из СПС «Консультант плюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

3. *Гаспарян К. Л.* Паевые инвестиционные фонды как институт коллективного инвестирования в Российской Федерации: автореф... канд. экон. наук. М., 2008.

4. *Жданов О. А.* К вопросу о классификации паевых инвестиционных фондов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. № 3. 2013.

5. *Семенова Е. Н.* Особенности паевых инвестиционных фондов // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). № 5. 2005.

6. *Капитан М. Барановский Д.* Паевые фонды. Современный подход к управлению деньгами: произв.-практ. изд. СПб.: Питер, 2005.

7. *Официальный сайт некоммерческого партнерства «Национальная лига управляющих».* URL: <http://www.nlu.ru>.

Е. С. Бондаренко
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Хеджирование как способ уменьшение риска по снижению цены¹

Лондонская биржа металлов (ЛБМ) имеет свои особенности. Так, всем участникам рынка драгоценных металлов предоставляются торговые и клиринговые услуги от лондонской ассоциации, распространяющей форварды из золота и серебра. Склады и хранилища биржи расширяются каждый год, благодаря чему торги стабилизируются и становятся более удобными. Чтобы получить статус складской компании, необходимо приобрести лицензию и соответствовать критериям биржи.

Благодаря торговой деятельности этой биржи, у крупных промышленных предприятий есть возможность предвидеть быстрые и серьезные ценовые движения. Кроме того, она помогает определить будущую стоимость металлов на многие месяцы вперед, потому что Торговля на бирже является совершенно прозрачной. Благодаря высокой ликвидности, цены этой биржи признаются всеми потребителями и производителями металлов в любом уголке мира.

Участники биржи обеспечивают свободный доступ для всех промышленников. Совершать сделки можно на нескольких платформах.

онлайн-торговля;

голосовой аукцион;

торговля по телефону.

ЛБМ предлагает всем желающим на всех этапах цепочки поставок металлов возможность хеджировать свои ценовые риски и получать защиту от неблагоприятного движения цен.

Хеджирование – это процесс компенсации риска изменения цен на физическом рынке, заблокировав в цене на тот же самый товар на рынке фьючерсов, то есть на рынке биржевых контрактов по купле-продаже базовых активов. Хеджирование является одной из первейших функций биржи уже более 130 лет. Например, на ЛБМ операции хеджирования осуществляются с момента создания биржи с 1877 г.

Существуют две основные мотивации для компании по хеджированию:

1) фиксация будущей цены, которая является привлекательной для организации;

¹ По материалам с официального сайта Лондонской биржи металлов.

2) безопасная цена, установленная в отношении внешнего контракта

При хеджировании, организация начинает с анализа воздействия ценовых рисков от производимых физических операций, далее происходит купля/продажа фьючерсных контрактов, чтобы компенсировать ценовые риски на срочном рынке. Организация может принять решение о размере риска, который он готов принять. При желании она может устранить ценовой риск полностью.

Чтобы быть успешной, программа хеджирования должна быть разработана совместно с планируемыми продажами или покупками, и все ценообразование должно быть в основе ЛБМ с целью достижения наиболее эффективного хеджирования, чтобы соответствовать международным стандартам бухгалтерского учета.

Программа, может быть, простой или сложной настолько, насколько компания пожелает сделать ее, но это будет зависеть от того, возрастет ли у компании потребность к риску, внутренней практики, политики ценообразования и мотивов хеджирования. Программа хеджирования не только должна быть хорошо разработана, но она должна также осуществляться согласно изменяющимся условиям физической деятельности.

Научный руководитель *О. Б. Долганова*

М. С. Вонцев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Функционирование паевых инвестиционных фондов в условиях экономической нестабильности

Крупнейшим инвестором на финансовом рынке любого государства является население, поскольку оно аккумулирует большую часть денежных средств в виде сбережений. Для привлечения денежных средств населения в экономику государства через фондовый рынок необходимо создавать финансовые инструменты, привлекательные своей доходностью при минимально возможном уровне рисков. Кроме того, такие инструменты должны быть просты для понимания обыкновенному гражданину, неквалифицированному инвестору. Существуют множество различных типов инвестиционных фондов, среди которых можно выбрать наиболее подходящий вариант сочетания уровня рисков с доходностью.

Наиболее широкое распространение на российском рынке коллективных инвестиций получили паевые инвестиционные фонды.

Паевой инвестиционный фонд – обособленный имущественный комплекс, состоящий из имущества инвесторов, переданного в доверительное управление управляющей компании. Доля в праве собственности на имущество удостоверяется ценной бумагой – инвестиционным паем, который выдается управляющей компанией.

Законодательство Российской Федерации определяет следующую классификацию для паевых инвестиционных фондов¹:

- открытые;
- интервальные;
- закрытые;
- биржевые.

Безусловно, коллективное инвестирование, и паевые инвестиционные фонды, в частности, развиваются и занимают свою определенную нишу в России. Однако существует ряд проблем, которые сдерживают темпы их развития:

- пассивная позиция населения на фондовом рынке и рынке инвестиционных фондов в частности;

- чувствительность инвесторов на российском фондовом рынке на политические события.

На рис. 1 показана динамика объемов привлеченных средств за I квартал 2014 г. – IV квартал 2015 г.

¹ *Об инвестиционных фондах*: федер. закон от 29.11.2001 г. № 156-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

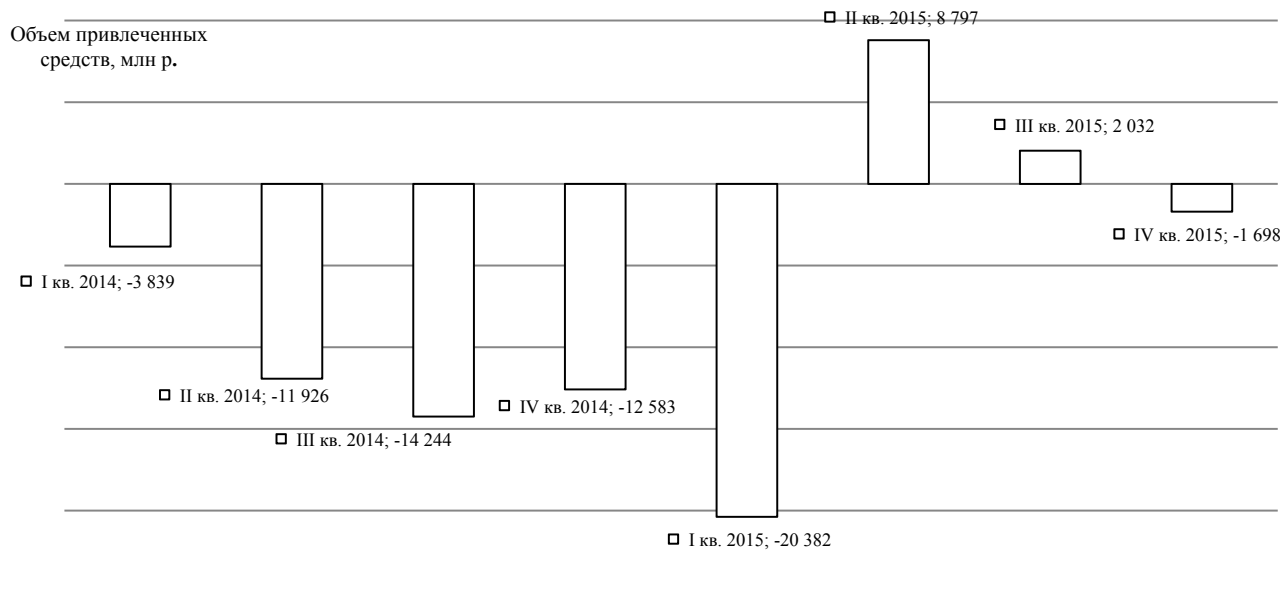


Рис. 1. Динамика объемов привлеченных средств в инвестиционные фонды за I кв. 2014 г. – IV кв. 2015 г., млн р.¹

¹ Составлено автором по: *Национальная лига управляющих*. URL: <http://www.nlu.ru>.

В целом наблюдается отток денежных средств из инвестиционных фондов. Приток денежных средств наблюдается только во II–III кварталах 2015 г. Это оказывает отрицательное влияние на стоимость чистых активов инвестиционных фондов.

Поскольку инвестиционные фонды являются инструментом привлечения средств мелких и средних вкладчиков в экономику, отток денежных средств из инвестиционных фондов можно считать сокращение ресурсов, направляемых в экономику государства – это отток средств из экономики государства.

Факторы, вызвавшие отток средств из фондов:

экономические ограничения и санкции, введенные в отношении Российской Федерации;

значительное снижение цен на нефть;

девальвация национальной валюты;

снижение кредитного рейтинга России в международных рейтинговых агентствах;

снижение темпов роста экономики России;

снижение инвестиционной привлекательности России.

Значительным фактором, вызвавшим отток денежных средств, послужила политика Банка России в отношении ключевой ставки (денежно-кредитная рестрикция), что вызвало рост процентных ставок по депозитам. Депозит является одним из надежных инструментов сбережения средств населения. В условиях кризиса, вызванного политической ситуацией в мире, произошло перераспределение денежных средств из инвестиционных фондов в банковские депозиты не только из-за сохранившейся надежности, но и выросшей доходности по депозитам.

Немаловажным аспектом для инвесторов при выборе форм и направлении инвестирования является именно доходность вложений. Приходится констатировать, что объемы привлеченных средств существенно снижаются по большинству ПИФов вне зависимости от объемов инвестирования, что наглядно представлено на рис. 2.

За 2014–2015 гг. наиболее популярными у инвесторов среди инвестиционных фондов были фонды фондов и фонды смешанных инвестиций. За анализируемый период инвесторы предпочитали наиболее надежные фонды, при среднем уровне доходности. Выделенные фонды надежнее фондов акций и доходнее фондов облигаций. При этом их ликвидность выше, чем у фондов недвижимости.

Объем
привлеченных
средств, млн р.

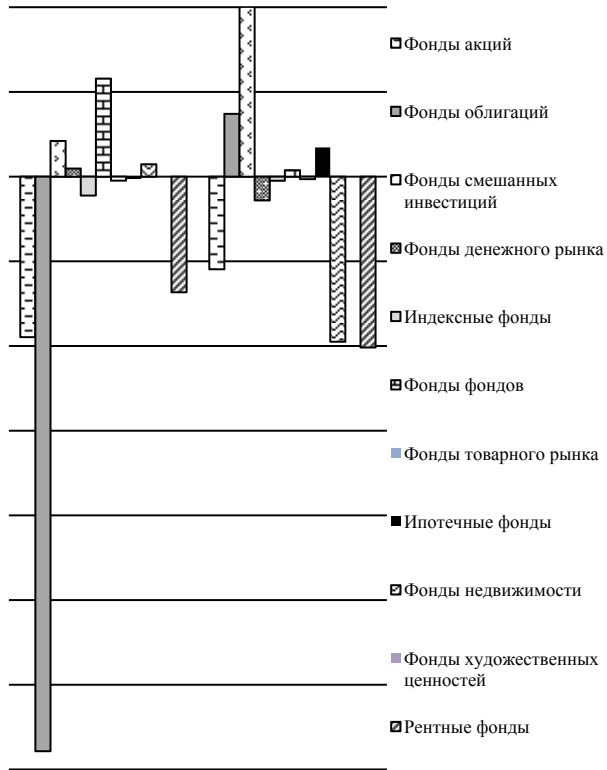


Рис. 2. Динамика объемов привлеченных средств
в инвестиционные фонды по объектам инвестирования, млн р. ¹

Таким образом, за период 2014–2015 гг. произошел значительный отток средств из инвестиционных фондов, что отразилось на динамике стоимости их чистых активов. На рис. 3 изображена динамика стоимости чистых активов инвестиционных фондов с 01.01.2014 г. по 01.01.2016 г.

¹ Составлено автором по: *Национальная лига управляющих*. URL: <http://www.nlu.ru>.

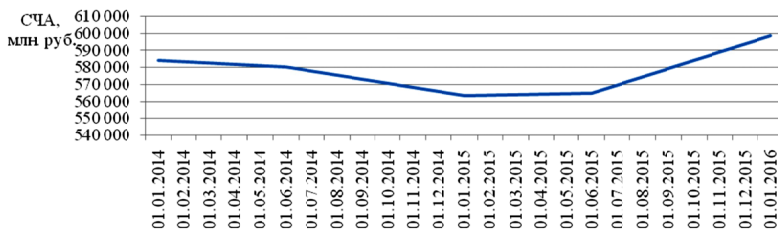


Рис. 3. Динамика стоимости чистых активов инвестиционных фондов с 01.01.2014 г. по 01.01.2016 г., млн р.¹

Стоимость чистых активов инвестиционных фондов снижалась в течение 2014 г.

В 2015 г. наблюдался рост данного показателя. Темп прироста стоимости чистых активов составил +2,5% или +14,4 млрд р. при оттоке денежных средств за 2014–2015 гг. в 53,8 млрд р. Рост стоимости чистых активов при оттоке денежных средств говорит об эффективном управлении управляющих имуществом фонда.

Инвестиционные фонды представляют собой одним из интересных и относительно простых инструментов инвестирования, который может эффективно работать на экономику государства. Для этого необходимо решить ряд задач таких, как, например, повышение финансовой грамотности населения, повышение корпоративной ответственности компаний, управляющих имуществом фондов, развитие наиболее ликвидных инвестиционных фондов, в частности, биржевых.

Научный руководитель *Т. В. Решетникова*

Е. В. Голошейкина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Новые виды страхования на примере страхования интеллектуальной собственности

Под понятием интеллектуальная собственность понимается результат интеллектуальной деятельности (творчество), которые отражены на бумажном или материальном носителе, либо же воплощены в каком-либо материальном объекте или могут быть использованы в научном эксперименте или технологическом процессе.

¹ Составлено автором по: *Национальная лига управляющих*. URL: <http://www.nlu.ru>.

Соответствующие нормы российского законодательства, несмотря на отсутствие в них прямого определения исследуемого понятия, косвенно указывают именно на исключительные права в отношении результатов интеллектуального труда.

Статья 138 Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее – ГК) гласит: «В случаях и в порядке, установленных настоящим Кодексом и другими законами, признается исключительное право (интеллектуальная собственность) гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т.п.)¹».

В зависимости от специфики объекта интеллектуальной собственности, исключительные права подразделяются:

1) авторское право, которое распространяется на произведения науки, литературы и искусства, независимо от назначения и достоинства произведения, а также способа его выражения, и смежные права тех, кто воплощает объекты авторского права;

2) промышленная собственность, то есть исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, используемые в сфере материальной деятельности человека (изобретения, полезные модели, промышленные образцы), а также на охраняемые законом символы и обозначения, используемые в торговом обороте.

Для каждой отдельно группы создан ряд законодательных актов, которые регулируют отношения субъектов, касающихся определенных исключительных прав, и их защиту.

Правовая охрана объектов авторского права возникает в силу создания авторского произведения, а не в силу предоставления авторского права каким-либо государственным органом (в отличие от патентования). Поэтому предусмотренная Законом «О правовой охране программ для электронных машин и баз данных» официальная регистрация носит исключительно факультативный характер, но может быть вполне целесообразной, поскольку является средством официального уведомления общественности о наличии прав на данную разработку.

Однако не всякое произведение как результат интеллектуальной деятельности человека охраняется авторским правом, а только то, которое обладает определенными признаками – творческим характером произведения и объективной формой его выражения. Показатель творческого характера произведения – его новизна, выраженная в новой

¹ Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ.

идее, в новой научной концепции, в новой форме. Авторское право охраняет форму выражения произведения, но не его содержание.

Авторские права делятся на личные неимущественные права (моральные) и имущественные.

К неимущественным правам относятся: право авторства; право на имя (то есть право использовать или разрешать использовать произведение под подлинным именем автора, псевдонимом либо без обозначения имени); право на обнародование в любой форме; право на защиту репутации автора.

В свою очередь имущественные права включают: право на воспроизведение; право на распространение любым способом (продавать, сдавать в прокат и т.п.); право на импорт; право на публичный показ; право на публичное исполнение; право на передачу в эфир; право на перевод; право на переработку; право на вознаграждение (по авторскому договору).

В отличие от авторского права право на промышленную собственность охраняет не форму произведения, а сущность, содержание технических и художественно-конструкторских результатов, которые можно отнести к результатам технического творчества. Однако не всякому техническому решению предоставляется правовая охрана. Например, изобретением может быть техническое решение только в случае, если оно новое, имеет изобретательский уровень и промышленно применимо (ст. 4 п. 1 Патентного Закона)¹.

Еще одно важное отличие от авторского права состоит в процедуре признания прав на объекты промышленной собственности – представление им охраны требует государственной экспертизы объекта. Для этого необходима подача заявки в Патентное ведомство, где по результатам экспертизы выносится решение. Если объект охраноспособен, то осуществляются его внесение в Государственный реестр, публикация сведений о выдаче охранного документа (далее патент) и фактическая его выдача правообладателю.

В целом проведение независимой оценки интеллектуальной собственности в России имеет рекомендательный характер, кроме случаев, предусмотренных законодательством, а именно:

при вовлечении в любую сделку прав на объекты интеллектуальной собственности, принадлежащих полностью или частично Российской Федерации, субъектам Российской Федерации либо муниципальным образованиям;

при возникновении спора об исчислении налогооблагаемой базы;

¹ Патентный закон РФ от 23.09.1992 г. № 3517-1.

в случае если номинальная стоимость прав на объекты интеллектуальной собственности как вклада учредителя в уставный фонд организации, учрежденной как общество с ограниченной ответственностью, составляет более двухсот минимальных размеров оплаты труда, установленных федеральным законом на дату предоставления документов для государственной регистрации;

когда номинальная стоимость прав на объекты интеллектуальной собственности, вносимых на оплату акций и иных ценных бумаг организации составляет более двухсот установленных федеральным законом минимальных размеров оплаты труда;

при безвозмездном получении организацией прав на объекты интеллектуальной собственности;

при совершении бартерных сделок, когда предметом таких сделок являются права на объекты интеллектуальной собственности.

Во всех остальных случаях (определение стоимости интеллектуальной собственности при уступке прав, определение формы и величины лицензионных платежей, определение страховой или залоговой стоимости и др.) привлечение независимого оценщика имеет необязательный характер¹.

На сегодняшний день может быть составлен перечень основных законодательных актов, регламентирующих использование и оценку интеллектуальной собственности.

1. Федеральный закон от 29.07.1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации».

2. Федеральный закон от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

3. Патентный закон РФ от 23.09.1992 г. № 3517-1.

4. Закон РФ от 23.12.1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».

5. Закон РФ от 27.12.1991 г. № 2118-1 «Об основах налоговой системы в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями.

6. Закон РФ от 06.12.1991 г. № 1992-1 «О налоге на добавленную стоимость» с изменениями и дополнениями.

7. Инструкция Госналогслужбы РФ от 11.10.1995 г. № 39 «О порядке исчисления и уплаты налога на добавленную стоимость» с изменениями и дополнениями.

8. Закон РФ от 27.12.1991 г. № 2116-1 «О налоге на прибыль предприятий и организаций» с изменениями и дополнениями.

¹ URL: <http://www.techbusiness.ru/tb/archiv/number4/page10.htm>.

9. Инструкция Госналогслужбы РФ от 10.08.1995 г. № 37 «О порядке исчисления и уплаты в бюджет налога на прибыль предприятий и организаций» с изменениями и дополнениями.

10. Закон РФ от 13.12.1991 г. № 2030-1 «О налоге на имущество предприятий» с изменениями и дополнениями.

11. Инструкция Госналогслужбы РФ от 08.06.1995 г. № 33 «О порядке исчисления и уплаты в бюджет налога на имущество предприятий» с изменениями и дополнениями.

12. Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли (утв. Постановлением Правительства РФ от 05.08.1992 г. № 552) с изменениями и дополнениями.

13. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации (утв. Приказом Минфина РФ от 29.07.1998 г. № 34Н).

14. Постановление Пленума Верховного Суда РФ и Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 01.07.1996 г. № 6/8 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского Кодекса Российской Федерации».

15. Постановление Госкомстата РФ от 02.02.1998 г. № 8 «Об утверждении формы федерального статистического наблюдения за затратами на производство и реализацию продукции (работ, услуг) (форма № 5-3)».

В целом можно сказать, что российский рынок интеллектуальной собственности находится в стадии становления, но уже видны положительные тенденции развития по всем направлениям. Роль интеллектуальной собственности и необходимость выработать новые подходы к защите прав и законных интересов владельцев прав на объекты этой собственности в последние годы значительно возросла, в связи со значительными убытками и необходимостью их возмещения не за счет средств государства.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

Микротранзакции в сфере игр: особенности российского региона

В основе статьи лежит понятие «микротранзакция». Микротранзакция – это активно используемая ныне бизнес-модель, суть которой состоит в предоставлении доступа к загружаемому контенту за цену в пределах 10 дол. Удобство микротранзакций, которое выделяется как преимущество криптовалют в целом, выражается в том, что благодаря своей небольшой сумме и способу осуществления платежа, трансакционные издержки от каждого перевода не превышают 1–3% [1]

Микротранзакции все активнее используются в сфере игр, преимущественно ММО-RPG (массовая многопользовательская онлайн-игра). Это вполне логично и понятно – многие будут готовы и способны платить за какой-либо подгружаемый контент. Используется подобная система чаще в условно бесплатных играх, которые называются «free-to-play». Суть их такова: сам клиент игры основной контент получает бесплатно, но за некоторые преимущества, а также ряд услуг, которые могут быть оказаны, необходимо заплатить. В общем итоге выходит сумма большая, чем просто разово приобрести игру.

В этом плане для пользователя оптимален иной вариант – либо вид игры «buy-to-play», когда производится оплата сразу за все доступные услуги в игре, либо «pay-to-play», когда клиентом покупается игра и оплачивается подписка на период, который будет доступен.

Обычно в двух последних видах не предусматривается система микротранзакций. Выглядит это вполне логично – потребитель уже единожды заплатил за то, чтобы просто получить желаемый контент и будет некорректно брать с него дополнительные деньги без предоставления дополнительных услуг.

Анализ различных рынков онлайн-игр показал следующее.

На европейском рынке, который сейчас занимает лидирующие позиции в этом сегменте, можно выделить наиболее популярную компанию Ubisoft, основное представительство которой находится во Франции. В целом, компания имеет несколько веток окупаемых игр в режиме single-play, например, франшиза Assassin's Creed, которая насчитывает множество дополнений. Но большего успеха достиг проект The Division, запущенный совсем недавно и принеший компании реальный доход, что видно из финансового отчета за 2015 г. (табл. 1).

Финансовый отчет компании Ubisoft за 2014–2015 гг. [2]

| 5.1.2 CONSOLIDATED INCOME STATEMENT

<i>(in € thousands)</i>	Notes	03/31/15	%	03/31/14	%
Sales	18	1,463,753	100%	1,007,064	100%
Cost of sales		(337,073)		(285,251)	
Gross profit		1,126,680	77%	721,813	72%
R&D costs	19	(580,554)		(433,900)	
Marketing costs	19	(284,965)		(279,957)	
Administrative and IT costs	19	(100,051)		(83,269)	

В целом, из отчета можно видеть, что за 2015 г., по сравнению с 2014, компания сумела повысить свою прибыль от продаж на 45,3%. Дальнейший анализ показывает, что часть этой прибыли максимизирована за счет продажи микротранзакций.

Ubisoft, начиная с 2014 г., использует в своих играх систему микротранзакций. Но изначально идея их ввода не была принята игровым сообществом, так как использование микротранзакций не предусматривается в одиночных играх.

Сами цены на товары, которые можно было приобрести за реальные деньги, были сильно завышены. К примеру, цена одной игровой вещи могла достигать до 100 дол. В связи с этим акции Ubisoft на следующий день, после ввода подобной системы, упали на 9%, а общий доход за 2014 г, по сравнению с 2013 г., упал на 19,1%.

Поэтому Ubisoft пришлось проводить достаточно агрессивную рекламную политику для повышения продаж, чтобы достичь результатов 2015 г.

И, наконец, стоит обратиться к американскому рынку. Возьмем для рассмотрения компанию Blizzard Entertainment, которая является дочерней компанией Activision Blizzard. Онлайн-игра World of Warcraft, выпущенная еще в 2004 г., до сих пор занимает первое место среди самых окупаемых проектов. По данным финансового отчета Activision Blizzard за 2015 год, именно этот продукт принес наибольшую прибыль.

Сама игра разработана по системе «pay-to-play», о которой упоминалось ранее. Однако это не исключает возможности создания магазина внутри игры, где за реальные деньги можно было приобрести некоторые услуги. Отчасти, компания была вынуждена пойти на такой шаг – создание магазина, в связи с уменьшением числа пользователей из-за нескольких неудачных дополнений, что сказалось на общем доходе компании за 2015 г. (табл. 2).

Финансовый отчет компании Activision Blizzard за 2014-2015 года [3]

ACTIVISION BLIZZARD, INC. AND SUBSIDIARIES
 CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENTS OF OPERATIONS
 (Unaudited)
 (Amounts in millions, except per share data)

1

	Three Months Ended December 31,		Year Ended December 31,	
	2015	2014	2015	2014
Net revenues				
Product sales	\$ 711	\$ 1,094	\$ 2,447	\$ 2,786
Subscription, licensing and other revenues ¹	642	481	2,217	1,622
Total net revenues	1,353	1,575	4,664	4,408
Costs and expenses				
Cost of sales - product costs	361	432	921	999
Cost of sales - online	63	61	224	232
Cost of sales - software royalties and amortization	98	124	412	260
Cost of sales - intellectual property licenses	16	14	28	34
Product development	193	184	646	571
Sales and marketing	289	247	734	712
General and administrative	83	75	380	417
Total costs and expenses	1,103	1,137	3,345	3,225

Из таблицы видно, что основной доход компании по продажам упал на 13,2%. Если рассматривать структурно, то можно увидеть, что процент продаж от онлайн-сегмента также снизился. Однако количество подписчиков увеличилось, что связано с выпуском «free-to-play» игр, в сегменте которых и развиты микротранзакции.

В целом, анализ показывает, что в ряде некоторых случаев микро-транзакции сильно влияют на продажи. Зачастую это связано с тем, что в ряде некоторых регионов, при пересчете на национальную валюту, сумма транзакции может сильно ударить по кошельку. В среднем, покупка игровых предметов, особенно в российском регионе, который является самым крупным регионом по количеству пользователей, может быть неоправданно высока. К примеру, цена за другой вид игрового персонажа может превысить 500 р.

Неудивительно, что большинство проектов с микротранзакциями не окупаются в российском регионе. Потребители игр зачастую не готовы платить довольно крупные суммы за дополнительные услуги, реальная цена которой гораздо ниже.

Если микротранзакции, которые требуют «вливания» определенной суммы денег в проект, влияют на сам процесс игры, то это приводит к ситуациям, когда попросту будет невозможно прохождение игры, и большая часть игроков покинет проект, что вполне логично. Так и происходит, особенно в российском регионе. Как показали опросы

комьюнити-менеджеров различных компаний, связано это с неоправданно высокими ценами. Срабатывает некий психологический барьер: «зачем платить за игру, которая без оплаты не допускает возможности прохождения?». Есть компании, которые все же предоставляют некий выбор – либо ты покупаешь внутри игровые услуги за определенную игровую валюту, либо – за реальные деньги. При этом проводится политика оптимизации цен с учетом особенностей экономики регионов.

Таким образом, микротранзакции можно рассматривать как фактор, влияющий на окупаемость игровых продуктов. На разных региональных рынках их оптимальность отличается, но большинство разработчиков пытаются как-то улучшить эту сферу, задавая определенные цены, порой даже «подгоняя» их под наиболее приемлемую цену конкретного региона.

Библиографический список

1. *Wikipedia* – свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org>.
2. *Ubisoft* – Annual Report 2014–2015. URL: <https://www.ubisoft.com>.
3. *Activision Blizzard* – Annual Report 2014–2015. URL: <http://investor.activision.com>.

Научный руководитель: *Т. А. Чилимова*

А. Р. Дожид, П. А. Авдеев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Трансфертное ценообразование в банковском секторе

В современном мире явление трансфертного ценообразования получает все большую популярность. Оно представляет собой деятельность по установлению «внутрикорпоративными» цен [1], которые существенно отличаются от рыночных цен на тот же продукт, в хозяйственных операциях между различными подразделениями единой компании или между участниками единой группы компаний. Главная их цель их применения – достижение минимизации налогов на внутренние корпоративные расчеты и таможенные платежи, накопление прибыли сбытовых структурах, которым присуще льготное налогообложение [2], а также перераспределение средств между отдельными самостоятельными подразделениями банка [3, с. 23].

Коммерческие банки являются организациями, специализирующимися на привлечении и размещении денежных средств юридических и физических лиц. Привлекаемые банками финансовые ресурсы

имеют различную цену. Поэтому одна из основных целей банков – снижение себестоимости собственных продуктов. Исходя из этого, эффективность продуктов банков и услуг определяются реальными ценами, по которым были получены ресурсы. Именно трансфертное ценообразование помогает определить цену для ресурсов, перераспределяемых в банке.

В мире существует несколько групп методов трансфертного ценообразования. А именно: методы экспертной оценки, рыночные методы и методы определения затрат.

Смысл методов экспертной оценки заключается в том, что трансфертная цена устанавливается главным органом управления или банковским менеджером, который управляет ресурсами банка. Данный метод позволяет максимально увеличить рентабельность банка [4].

Рыночные методы трансфертного ценообразования используют расценки на аналогичные товары на внешнем рынке в качестве трансфертной цены. Данная группа методов может быть реализована при следующих условиях: существование эффективного рынка финансов и наличие возможности свободного выполнения операций подразделениями банка на внешнем рынке [4].

Последняя группа методов – методы определения затрат. Их разделяют по виду издержек, которые используются при определении трансфертной цены. Исходя из этого, выделяют следующие способы трансфертного ценообразования: способ средневзвешенной стоимости пассивов, способ общего фонда средств, метод разделения фондов средств, метод покрытия затрат, метод средневзвешенных максимальных издержек [4].

Установление трансфертной цены в банковской сфере преследует выполнение определенного перечня задач [5, с. 75–77]:

централизованное управление рисками. Трансфертное ценообразование избавляет подразделения от процентных и валютных рисков и рисков ликвидности;

оценка эффективности подразделений банка. Образование внутренних цен помогает оценить деятельность отдельных банковских подразделений;

способствование ценообразованию клиентских продуктов банковских организаций. К ним, например, относятся кредиты и депозиты;

участие в процессе бюджетного планирования, а также гарантирование контроля над использованием ресурсов, рентабельностью и самоокупаемостью подразделений банка.

Трансфертное ценообразование руководствуется некоторыми принципами (рис. 1) [6]:

принцип маржинальности. Он заключается в том, что ставки трансфертного ценообразования показывают, что у банковской организации имеется возможность привлечь дополнительные ресурсы, следовательно, эти ставки можно применить только к новым сделкам, не беря в пересмотр уже совершившиеся;

принцип сингулярности, или, как его еще называют, дискретности. Его смысл состоит в утверждении, что трансфертные цены нужно рассчитывать отдельно для каждой транзакции;

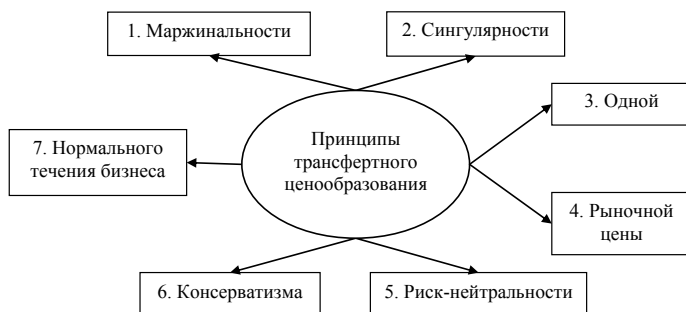
принцип одной цены. Он говорит, что должна иметься одинаковая стоимость с учетом издержек для каждого из доходов для любой сделки;

принцип рыночной цены – участники сделки должны обмениваться рыночной стоимостью;

принцип риск-нейтральности, который гласит, что трансфертная цена обязана быть нейтральной к риску;

принцип консерватизма. Он заключается в том, что расчет стоимости фондирования должен осуществляться на основе консервативного принципа, то есть, в случае если имеется риск досрочного изъятия пассива – исходя из ранней даты;

принцип нормального течения бизнеса. Трансфертные цены должны вычисляться на основаниях не кризисных ситуаций, а стабилизированного течения дел.



Принципы трансфертного ценообразования

В заключении укажем, что трансфертные цены дают возможность определить рентабельность филиалов банка. Также, сама трансфертная цена помогает в распределении маржинального дохода между банком и его подразделением, учитывая их вклады в общую прибыль [7]. Применение трансфертного ценообразования при управлении подразделениями обеспечивает единство технологии управления филиалами банка и устойчивость системы управления этого банка. Поскольку банковский бизнес имеет широкое значение и распространение, при

эффективном управлении многофилиальной банковской организацией появляется возможность выдержать сжатие разницы между процентными ставками по активным и пассивным операциям и снизить процентные ставки по кредитам для предприятий, относящихся к реальному сектору экономики. Это может благополучно повлиять на экономику страны, то есть привести к экономическому подъему и росту национального богатства.

Библиографический список

1. *Горелая Н. В.* Роль трансфертного ценообразования в системе управленческого учета коммерческого банка // Управленческий учет и финансы. Ч. 2. № 2. 2007.
2. *Кашианов А. В.* Фондирование как метод внутреннего (трансфертного) ценообразования в банковской деятельности // Финансы, денежное обращение и кредит. № 5. 2011. С. 315–319.
3. *Наместников А. С.* Трансфертная цена как инструмент эффективного управления финансовыми ресурсами в банке // Банковские услуги. № 5. 2013.
4. *Наместников А. С.* Преимущества использования трансфертного ценообразования в коммерческом банке // Гуманитарные и социальные науки. № 5. 2013. С. 61–68.
5. *Помельников Л. В.* Налогообложение организации. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Дело и Сервис, 2005.
6. *Селезнева В. Ю.* Механизм трансфертного ценообразования в многофилиальном коммерческом банке // Экон. журн. Высшей школы экономики. № 1. 2002. С. 68–84.
7. *Торговля с самим собой.* Трансфертное ценообразование: сб. компании Roche & Duffay. URL: http://www.roche-duffay.ru/articles/transfer_pricing_2008.htm.

Е. М. Дудник

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Роль центрального банка как мегарегулятора на финансовом рынке

В период 2013–2015 гг. российская экономика и финансовый рынок столкнулись с множеством вызовов и неблагоприятных событий. Кризисные явления принято связывать с введением антироссийских санкций, падением мировых цен на энергоносители, однако замедление темпов роста ВВП в нашей стране обозначилось еще в 2013 г. Кроме того, ускорение темпов инфляции, резкое увеличение ключевой ставки, спекуляции на валютном рынке, падение курса рубля, низкая капитализация банковского сектора, проблемы с ликвидностью, уход

бизнеса в теневой сектор – все эти проблемы требовали немедленных и грамотных действий от Центрального банка и государства в целом.

В этой связи особого внимания требует процесс по созданию мега-регулятора в российской экономике в лице Центрального банка РФ, с передачей ему прав и полномочий в отношении всех участников финансового рынка, начиная с банков и заканчивая профессиональными участниками рынка ценных бумаг. Как стратегические, так и тактические решения Центрального банка оказывают влияние абсолютно на всех субъектов рыночной экономики, вне зависимости от степени их участия на финансовом рынке. Передача новых полномочий позволяет идентифицировать Центральный банк как финансовый институт, одновременно выполняющий несколько ролей на финансовом рынке и наделенный различными статусами на его составляющих, представленными на рис. 1. В этом контексте необходимо сформулировать качественно новое определение, которое будет отражать функции этого института. Центральный банк – это финансовый институт, который осуществляет контроль и надзор не только за коммерческими банками, но и за небанковскими финансовыми организациями, включая страховые компании, компании по управлению активами, пенсионные фонды, профессиональных участников – прямых и инфраструктурных финансовых посредников, микрофинансовые организации, и способствует разностороннему и целостному развитию и стабилизации финансового рынка.



Многофункциональность Центрального банка РФ на финансовом рынке

Российская Федерация на протяжении 2000-х гг. следовала по пути модернизации системы финансового регулирования в сторону создания мегарегулятора. В марте 2004 г. была создана Федеральная служба по финансовым рынкам (ФСФР). Таким образом, в России стала функционировать система регулирования twinpeaks. Изначально планировалось создать мегарегулятор на базе ФСФР, однако было принято решение, что с конца 2013 г. по начало 2015 г. ФСФР существует внутри Центрального банка автономно, а с 1 января 2015 г. начнет работу единая структура мегарегулятора, внутри которой ФСФР получит статус службы. Поэтому на сегодняшний день, Банк России как регулирующий орган объединяет в себе три аспекта деятельности: пруденциальный надзор, регулирование бизнес-поведения (защита прав и интересов потребителей и инвесторов) и обеспечение финансовой стабильности.

В отчете G30 «Структура финансового надзора: подходы и проблемы на мировом рынке» выделено 4 подхода (системы) к финансовому надзору и регулированию, которые представлены в таблице. Каждая модель регулирования имеет свои плюсы и минусы в зависимости от структуры рынка и задач, стоящих перед регулирующими органами. В разрезе российского финансового рынка на сегодняшний день особый интерес представляет интегрированная или консолидированная модель единого регулятора. Этот подход может быть эффективным и действенным в первую очередь на небольших рынках, где надзор за широким спектром финансовых услуг и институтов может быть успешно проведен единым регулятором. Однако, это актуально и для больших, сложных рынков, если мегарегулятор в этой системе будет использовать гибкий и рациональный подход к регулированию.

Системы финансового регулирования в мире

Система финансового регулирования	Характеристика	Примеры стран
Система двух вершин «Твин Пикс» (TwinPeaks)	Разделение регулирующих функций между двумя регуляторами: один выполняет функцию надзора за безопасностью и надежностью (ликвидностью), второй – ориентирован на проведение бизнес-регулирования	Великобритания, Австралия, Нидерланды
Институциональный подход	Правовой статус фирмы (например, банк, брокер-дилер, страховая компания) определяет, какому регулятору поручено осуществлять надзор за его деятельностью от безопасности и надежности до особенностей ведения бизнеса (самостоятельные регулирующие учреждения)	Китай, Гонконг, Мексика

О к о н ч а н и е т а б л и ц ы

Система финансового регулирования	Характеристика	Примеры стран
Функциональный подход (безвершинная система)	Каждый вид бизнеса может иметь своего собственного функционального регулятора без учета его правового статуса (отдельный регулирующий орган для каждого вида бизнеса)	Канада, Швейцария, Дания, Норвегия
Интегрированный подход (Мегарегулятор)	Единый универсальный регулятор, который осуществляет как надзор за безопасностью и устойчивостью, так и проводит регулирование для всех секторов финансовых услуг	Швеция, Германия, Япония, Катар, Сингапур

Примечание. Составлено автором по: *The structure of financial supervision: Approaches and Challenges in a Global Marketplace // The Group of Thirty.* Washington, D. C., 2008. URL: http://group30.org/images/uploads/publications/G30_StructureFinancialSupervision 2008.pdf.

Еще рано говорить о результатах перехода, поскольку процесс должен, по предварительным оценкам, завершиться к 2018 г. Но уже сейчас можно обозначить проблемы, с которыми новый мегарегулятор будет сталкиваться.

В первую очередь это связано с тем, как проводится реформа. Мировой опыт создания мегарегулятора показывает, что сначала создаются предпосылки для реформы (включая унификацию регулирования и надзора на различных сегментах финансового рынка), тщательно разрабатываются планы, исключающие возможность сбоев и вероятность потери части финансовых посредников, а потом происходит их реализация. В российской практике все наоборот: наделив ЦБ РФ статусом мегарегулятора, началась масштабная работа по переписыванию законодательства. Кроме того, на современном этапе в России отсутствует развитый многосекторальный финансовый рынок с высокой долей проникновения и связями между секторами с определенными «правилами игры», для эффективности и стабилизации которого (за счет согласования таких правил и управленческих решений в разных секторах) требовалось бы объединение управленческих усилий в рамках мегарегулятора. Центральный банк РФ на данном этапе вряд ли сможет реализовать функции регулятора финансового рынка в необходимом объеме. Ряд функций ФСФР качественно отличался от того, чем занимается Банк России. Например, выявление манипулированием рынка, инсайд, регистрация микрофинансовых организаций, депозитарии.

Роль регулятора не должна ограничиваться только контролем и созданием нормативно-правовой базы, которая, в свою очередь, требует гибкости и исключительного подхода к каждому субъекту финансового рынка. Не менее важной ролью должно стать участие Центрального банка в рыночной деятельности и активное сотрудничество с игроками рынка для создания условий для ведения бизнеса при минимальных рисках и увеличения конкуренции. Кроме того, необходимо эффективно и своевременно внедрять новые инструменты денежно-кредитной политики, поскольку некоторые из них не способны регулировать все аспекты, сектора и участников финансового рынка.

В ближайшие 2–3 года в области законодательной и нормотворческой деятельности Банк России должен учитывать специфику функционирования каждого сегмента финансового рынка, а не переносить банковские нормативы и стандарты на небанковских участников, чтобы не вызвать их «бегства» из бизнеса.

Научный руководитель *Т. В. Решетникова*

К. А. Жадобина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Глобализация рынка ценных бумаг

Рынок ценных бумаг – это экономические отношения между участниками рынка, связанные с выпуском и обращением ценных бумаг.

Рынок ценных бумаг представляет собой составную часть финансового рынка, на котором происходит перераспределение денежных средств с помощью таких финансовых инструментов, как ценные бумаги.

Рынок ценных бумаг находится в постоянном развитии в соответствии с ростом мировой экономики. Его появление было связано с потребностями товарного производства, ибо без привлечения частных капиталов и их объединения с помощью выпуска, прежде всего акций и облигаций, было бы невозможно создание и развитие новых предприятий и отраслей хозяйства. Поэтому развитие рынка ценных бумаг стало важным условием развития экономики всех наиболее развитых стран мира.

В настоящее время в развитых западных странах различают две модели фондовых рынков: американскую и европейскую.

Более эффективной и глубоко продуманной считается американская модель, к созданию которой стремится большинство стран, еще только формирующих свои фондовые рынки. Американская модель

отличается от европейской прежде всего глубоким вмешательством государства в регулирование рынка ценных бумаг.

В США существует типовая форма регистрационного документа. В нем содержатся сведения об эмитенте: его имя, название фирмы, вид бизнеса, информация о его имуществе и условиях выпуска ценных бумаг.

Обязательно представляется финансовая отчетность: баланс эмитента, составленный не ранее, чем за 3 месяца до предполагаемого выпуска ценных бумаг, и такого же рода сводный отчет за истекшее пятилетие.

Проверкой достоверности этой информации занимаются специальные аудиторы. Они контролируют составление регистрационных документов, проводят сравнительный анализ результатов деятельности различных фирм как за текущий, так и за предыдущие годы.

Интересы брокеров, дилеров и других лиц, обслуживающих фондовые биржи, поставлены под защиту закона. В США существуют и другие виды регулирования рынка ценных бумаг. Их арсенал пополняется и находится под постоянным наблюдением со стороны государства.

Фондовые биржи различаются по размерам проводимых операций. Наряду с фондовыми биржами национальных масштабов, такими как Нью-Йоркская, существует много менее крупных бирж.

Европейский рынок ценных бумаг строится преимущественно по американской модели. Так, в частности, схожи законодательные требования в обеих странах в части обязательной государственной регистрации выпуска ценных бумаг, участников рынка ценных бумаг и ряд других.

Однако было бы неверно говорить о полном соответствии и идентичности двух систем. Различия в правовом регулировании рынка ценных бумаг существуют, и порой они довольно значительны. Прежде всего это касается вопроса о том, какие именно отношения попадают под действие законов, регулирующих рынок ценных бумаг.

Международные ценные бумаги – ценные бумаги, находящиеся в обращении одновременно в разных странах.

Международные ценные бумаги отличаются от национальных режимом налогообложения, методикой размещения, объемом доступной информации, кругом потенциальных покупателей.

Глобализация рынка ценных бумаг ярко проявляется на трех самых больших биржах – Франкфуртской, Нью-Йоркской и Лондонской, на которых опирается более половины рыночной стоимости ценных бумаг всего мира.

Рассмотрим глобализацию рынка ценных бумаг на примере слияния двух компаний: немецкий биржевой оператор Deutsche Boerse AG и трансатлантический оператор NYSE Euronext.

Сделка ценою в десять миллиардов долларов создала крупнейшую в мире биржу. Этот план объединил операторов Нью-Йоркской фондовой биржи и германской Франкфуртской фондовой биржи. Две компании – NYSE Euronext и Deutsche Borse. Акционеры Deutsche Borse владеют шестьюдесятью процентами объединенной группы. Компания имеет головные офисы во Франкфурте и Нью-Йорк Сити. Нью-Йоркская фондовая биржа является самой известной фондовой биржей в мире, а также символом американского капитализма. Министр финансов Тим Гайтнер сказал, что Нью-Йорк останется в сердце мировой финансовой системы в течение долгого времени. Но в эту эпоху высокоскоростной компьютерной торговли в глобальной взаимосвязанной экономике биржевой бизнес изменился. «Большое табло» теперь должно конкурировать с меньшими биржами. Место торговли ценными бумагами стало иметь меньшее значение, чем стоимость этой торговли. NYSE Euronext и Deutsche Borse получили прибыль почти в четыре с половиной миллиарда долларов. Объединив свои операции, они сэкономили четыреста миллионов долларов в год. Эта экономия снизила стоимость приказов клиента брокеру. Но размер компании вызывал опасения относительно конкуренции в биржевой отрасли. Компания совершает торговые операции также в Британии, Франции и других европейских странах. Торговля акциями и другие финансовые услуги сохраняют свою значимость для объединенной компании. Эта сделка потребовала одобрения американских и европейских ответственных лиц, а также акционеров. Другие биржевые операторы – такие как CME Group, попытались предложить за NYSE Euronext более высокую цену. Объединение с Deutsche Borse сделала компанию более конкурентоспособной. Биржа предлагает все виды систем и услуг, необходимых листинговым компаниям и инвесторам: рынок ценных бумаг, система клиринга и расчета, индексы, информационные технологии.

В свою очередь, после объединения Франкфуртской и Нью-Йоркской биржи, Лондонский рынок ценных бумаг объявил о соединении с фондовой биржей Торонто. А Сингапурская фондовая биржа предложила объединение Австралийской бирже.

Таким образом, мы видим, что цели рынка ценных бумаг зарубежных стран ориентированы на обеспечение конкурентоспособной рыночной среды, обеспечение макроэкономического равновесия, правовую защиту интересов участников. Глобализация рынка ценных бумаг должна соответствовать целям экономического роста.

Научный руководитель *О. Б. Долганова*

Повышение роли НПФ в системе обязательного пенсионного обеспечения

Для улучшения благосостояния России необходимо развитие, как финансового рынка, так и рынка негосударственных пенсионных фондов. При этом последний должен развиваться из-за жизненной необходимости, так как сегодняшнее пенсионное обеспечение не подходит для завтрашнего пенсионера.

В современных экономических условиях развитие негосударственного пенсионного обеспечения является наиболее действенным механизмом социальной защиты и повышения уровня жизни пенсионеров. Опыт стран, которые развивают помимо государственного частного финансирование пенсий на протяжении многих лет, показывает результаты, доказывающие необходимость внедрения накопительных принципов и в российской практике.

Построение эффективной социальной защиты будущих пенсионеров должно зависеть не только от государства, но и от совместных усилий государства, бизнеса и самих граждан.

Одной из основных целей пенсионной реформы, которая осуществляется в Российской Федерации с 2002 г., является повышение уровня жизни будущих пенсионеров.

С учетом прогнозов демографической ситуации, связанной с ростом в ближайшем будущем числа граждан пенсионного возраста, в настоящее время осуществляется переход от распределительной системы выплаты пенсий к накопительной. Это означает, что размер пенсии будет зависеть от суммы денежных средств, сформировавшейся за счет инвестирования страховых взносов, а не только от соотношения между трудоспособными гражданами и пенсионерами в тот или иной момент времени.

Основой накопительного механизма, по замыслу авторов пенсионной реформы, должны стать негосударственные пенсионные фонды.

В то же время, достижение целей пенсионной реформы, главным образом, связано с деятельностью негосударственных пенсионных фондов в качестве страховщиков в системе обязательного пенсионного страхования.

Что представляют собой негосударственные пенсионные фонды? Как регулируются законодательством? Какова их роль, и с какими при

этом проблемами они сталкиваются? Этим вопросам и посвящена данная статья.

Негосударственный пенсионный фонд (НПФ) – организация, исключительными видами деятельности которой являются¹:

деятельность, связанная с негосударственным пенсионным обеспечением на основании договоров, заключенных между фондом и его участниками;

деятельность пенсионного страховщика, реализуемая в соответствии с законом и договорами об обязательном пенсионном страховании².

Негосударственные пенсионные фонды осуществляют указанные выше виды деятельности независимо друг от друга. Это означает организационную и финансовую самостоятельность этих видов работы, что направлено на дополнительную защиту средств граждан. При этом первый вид деятельности (негосударственное пенсионное обеспечение) осуществляется на добровольных началах, основной же обычно является работа в качестве страховщика. В рамках указанной работы фонд осуществляет сбор пенсионных накоплений, организует их строгий учет и инвестиционную деятельность, направленную на приращение капитала. Кроме того, фонд назначает, выплачивает накопительную часть пенсии, осуществляет срочные, единовременные пенсионные выплаты. Государству в этом случае отводится функция регулирующего органа.

Развитие деятельности НПФ способствует обеспечению гарантий социальной защищенности и, как следствие, стабильности общества, а также формированию инвестиционного ресурса.

Негосударственные пенсионные фонды в России активизировались в системе обязательного пенсионного страхования в 2004 г. Несомненно, то, что средства этих фондов увеличиваются. Однако при этом ситуация развития НПФ далека от идеальной, что в свою очередь отражается на развитии всей пенсионной системы [1].

Несмотря на многие положительные моменты проводимой пенсионной реформы, остается ряд нерешенных проблем [2]:

- 1) незначительный рост экономической активности населения;
- 2) достаточно сильная зависимость бюджета ПФР от субсидий из федерального бюджета;
- 3) образование бюджетного дефицита в ПФР за счет слишком быстрых темпов роста пенсий по сравнению с темпами роста поступ-

¹ *О негосударственных пенсионных фондах*: федер. закон от 07.05.1998 г. № 75-ФЗ.

² *Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации*: федер. закон от 15.12.2001 г. № 167-ФЗ.

лений взносов, отсутствие достаточных страховых источников для поддержания размера трудовых пенсий на социально приемлемом уровне в долгосрочной перспективе;

4) уклонение страхователей от выплаты официальной заработной платы, поскольку это связано с начислением взносов, включаемых в себестоимость производимого продукта, что, в свою очередь, сказывается на его конкурентоспособности;

5) использование пенсионного обеспечения пенсионеров в качестве инструмента политического манипулирования «голосующим электоратом»;

6) рост дефицита и финансирование ПФР за счет отказа от формирования обязательной накопительной пенсии гражданами из-за недостатка информации;

7) инертность граждан, которая выражается в равнодушном, безучастном отношении к созданию своих пенсионных накоплений.

Требует особого внимания и существующая система налогообложения в сфере негосударственного пенсионного обеспечения. В России взносы в НПФ и доход, полученный от инвестирования средств, подлежат налогообложению, а выплаты пенсий, напротив, освобождены от налога. Рассматривая мировую практику, мы видим, что в большинстве стран взносы в НПФ, а также доход от их размещения не облагаются налогами. Пенсионная же выплата облагается подоходным налогом. При этом государство не «играет в благотворительность», такая система нацелена на удержание долгосрочного инвестиционного ресурса и его работу в интересах национальной экономики. Во всем мире государства, отказываясь от прямых налоговых доходов, не отказываются от взимания налогов с расширенной за счет длинных инвестиций налоговой базы, за счет экономического роста. Поэтому, существующая система налогообложения в данной сфере нуждается в корректировке.

Также следует увеличить информированность о функционировании системы негосударственного пенсионного обеспечения при помощи активной согласованной политики НПФ и органов государственной власти. Государству выгодно перенесение части пенсионных рисков российских граждан из системы государственного социального страхования в частную сферу, поэтому органы государственной власти должны проводить работу по пропаганде дополнительного пенсионного страхования, разъясняя населению принципы и выгоды данного института. В этой связи вполне возможно софинансирование из средств НПФ и бюджетных источников информационно-разъяснительных программ в средствах массовой информации [2].

В заключение статьи хотелось бы еще раз отметить, что негосударственные пенсионные фонды играют значительную роль в социально-экономической жизни страны. С одной стороны, они призваны повысить нынешний уровень пенсионного обеспечения, а с другой – являются значительным источником долгосрочных инвестиционных ресурсов, необходимый российской экономике. Смогут ли они реализовать свой потенциал в полной мере, зависит от того, насколько эффективно будут решаться проблемы, с которыми сталкиваются НПФ на пути своего развития в России.

Библиографический список

1. *Блекус В. В.* Рынок негосударственных пенсионных фондов. // Молодой ученый. 2011. № 3. С. 138–143
2. *Федотов Д. Ю.* Роль негосударственных пенсионных фондов России в обеспечении социальной защиты населения // Известия ИГЭА. 2007. № 6. С. 42–46.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

Ю. А. Кнаус

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Свободный обмен

В конце декабря 2015 г., когда Федеральная резервная система повысила базовую процентную ставку впервые за десять лет, представители ФРС отметили, что на рынках стоит ожидать повышение ставок и в 2016 г. Ранее на своем заседании ФРС дала понять, что ожидается рост примерно на две ступени. Это не было неожиданностью, так как известно, что американская денежно-кредитная политика ограничена, в частности, за счет конъюнктуры мировых финансовых рынков. За последние шесть месяцев развернулась внутренняя дискуссия.

Первая группа под руководством Стэнли Фишера, заместителя председателя, придерживалась общепринятой точки зрения по поводу задач ФРС. Господин Фишер утверждал, что низкий уровень безработицы неизбежно ведет к повышению заработной платы и цен. В конце 2015 г. показатель занятости населения увеличился, несмотря на то, что уровень безработицы составлял всего 5%. Скачок инфляции казался неизбежным. По мнению мистера Фишера, для того чтобы удержать рост цен и заработной платы, ФРС необходимо действовать превентивно, постепенно повышая процентные ставки. Прогнозы, опубликованные ФРС, были такими, что к концу года ставка федеральных фон-

дов будет подниматься от 1,25% до 1,5%. Решение об увеличении ставок было единогласным, однако консенсуса достигнуто не было.

Вторая группа возглавлялась Лаелом Брэйнардом, который является членом ФРС Совета управляющих. Она обеспокоена тем, что ФРС будет развиваться медленно из-за глобального характера финансовых рынков, а также курса доллара, который играет важнейшую роль в них. В феврале в своей речи Брэйнард дал оценку глобальным изменениям рынка в виде восходящего доллара и растущего разрыва между курсами. Брэйнард считает, что в эпоху глубокой интеграции финансового рынка не может быть никакой «Великой дивергенции» между Америкой и остальным миром. Несмотря на то, что ставки стали выше нуля, американские фирмы и домохозяйства держались уверенно. Но потоки капитала двигаются свободно по всему миру, и любая страна, предполагающая безопасную финансовую отдачу немного выше нормы, привлекает волны денег.

В конце 2015 г. в Америке потоки капитала в страну увеличились, что привело к росту стоимости доллара и ужесточению условий кредитования в других странах мира. В связи с этим, американский экспорт стал менее конкурентоспособным, что также влияет на экономический рост и инфляцию в экономике в целом. К февралю американские акции упали на 10%, цены на акции в Европе и Азии снизились, показывая еще больший процент. Политики во всем мире пытались успокоить рынки, обещая поддерживать рост. С тех пор цены на акции восстановились, а доллар упал в стоимости.

16 марта ФРС заявила, что не будет продолжать свой путь планируемого ужесточения. Она смирилась с ростом инфляции. Опережающие темпы роста заработной платы и цен будут являться показателем здорового развития для американской экономики. Дискуссия, несомненно, продолжится. ФРС будет стремиться к повышению ставок по мере роста инфляции. Другой поток мобильного капитала будет сильнее. Возможно, ФРС попытается идти своим путем. Мир должен готовиться к более сильным финансовым штормам.

Научный руководитель *Н. Л. Бороненкова*

Добровольное медицинское страхование как перспектива доступности медицинских услуг

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что в настоящее время в России медицинское страхование существует в двух видах: обязательном и добровольном. Несмотря на то, что все население застраховано по программе обязательного медицинского страхования (ОМС), на рынке страховых услуг достаточно много предложений по добровольному медицинскому страхованию (ДМС), что является естественной реакцией на возникновение спроса на дополнительные или более качественные медицинские услуги.

Программа ОМС предоставляет гражданам гарантируемый минимум бесплатной медицинской помощи, предусмотренной программой государственных гарантий оказания гражданам РФ бесплатной медицинской помощи, ежегодно определяемой постановлением Правительства РФ, а добровольное страхование – сверх этого минимума. Ведь при наличии такого полиса вы всегда можете получить доступ к самым современным центрам и лучшим специалистам. При этом все расходы по оказанию медицинских услуг берет на себя страховая организация [3].

Развитие ДМС на рынке страховых услуг обусловлено сжатием системы ОМС. Это связано со снижением качества бесплатных медицинских услуг, оказываемых в рамках бюджетного здравоохранения, с ограниченностью базовой программы ОМС, определяющей виды, объемы и условия оказания медицинской помощи гражданам РФ, также с сокращением расходов на систему ОМС.

Объемы индивидуального и корпоративного ДМС в России ежегодно растут. Добровольное медицинское страхование осуществляется на территории всей Российской Федерации, а некоторые полисы предусматривают защиту вашего здоровья и за рубежом, это отличный вариант для часто путешествующих людей [1].

Основными преимуществами полиса ДМС являются: возможность покрытия всех денежных расходов, связанных с платными услугами медицины; предусмотрено индивидуальное решение проблем клиента. ДМС не ограничивается какими-то определенными услугами; возможность выбрать любой спектр медицинских услуг.

Его главные минусы: стоимость самого страхования; место обслуживания. В отличие от ОМС, действующего везде, ДМС прикреплен к конкретному медицинскому учреждению; шанс потери своих средств, вложенных в ДМС, то есть если в указанный период действия

человек не заболел, то полис просто сгорает. Никаких возвратов или компенсаций не предусмотрено.

Рынок корпоративного ДМС уже близок к насыщению. Как в компаниях с иностранными собственниками, так и в крупных российских предприятиях ДМС стало неотъемлемой частью социального пакета, инструментом мотивации и повышения лояльности персонала, методом управления финансами компании за счет сокращения больничных листов и минимизации налогообложения. Развитие на рынке ДМС прошло стадию экстенсивного роста, когда увеличение сборов в основном происходило за счет привлечения новых предприятий, и главным критерием при выборе страховщика являлась цена страховки. Следующий этап – интенсивное развитие рынка, которое предполагает конкуренцию за счет повышения качества обслуживания, усложнения сервисной составляющей страховых продуктов, а также дальнейшая концентрация рынка.

Полис ДМС предполагает много разных программ, которые будут зависеть от потребностей клиента и количества застрахованных людей. Если речь идет о коллективном страховании, например, на производстве, то обычно работают три программы ДМС: классический вариант (при его действии страховая определяет список застрахованных и сумму самого страхования); депозитное индивидуальное страхование (рамками программы каждому застрахованному из списка определяется конкретная сумма. Если она не использована, то сумма сгорает, не может идти в зачет интересов другого застрахованного из списка); коллективное страхование (самый оптимальный вариант: страховая сумма оформляется на всех, является неделимой и расходуется по мере требования) [6].

Среди наиболее актуальных медицинских услуг ДМС на сегодняшний день числятся такие, как диагностика, лечебно-профилактическая помощь и медикаментозное лечение. Здесь можно выделить лабораторные услуги, УЗИ-диагностику, компьютерную томографию, консультации терапевтов и гинекологию. Стоматология из-за высокой стоимости, к сожалению, еще не так часто входит в перечень возможных процедур. Хотя данный вид услуг является весьма востребованным у клиентов.

Главными потребителями ДМС в России являются клиенты в возрасте 30–50 лет. Как правило, это работающие люди, которые являются менеджерами среднего или высшего звена. Очень юные молодые специалисты в силу своего возраста и крепкого здоровья, как правило, менее заинтересованы в пользовании подобными услугами [3].

Существуют факторы сдерживающие развитие ДМС в России. Это психологические факторы (для того чтобы добровольное медицинское

страхование, наконец, получило должное развитие в России, необходимы коренные изменения в психологии людей. Нам жизненно необходимо развивать более ответственный подход к своему здоровью). Организационные факторы (известны случаи конфликта между страховой организацией и медицинским учреждением. Дело в том, что последние, в интересах увеличения своих доходов, могут предлагать клиентам излишние услуги, против которых борются страховщики). Низкий уровень доходов населения. Приходится констатировать тот факт, что низкий платежеспособный спрос населения является ключевым фактором, сдерживающим развитие добровольного медицинского страхования в России. Далеко не каждый может позволить себе платить довольно крупную сумму за получение страховой защиты на случай крупных расходов на лечение. Такое положение дел приводит к следующему. Во-первых, развитие региональных рынков происходит неравномерно: преимущественно получают относительно богатые регионы, а в депрессивных – рынок ДМС практически отсутствует. Во-вторых, значительная доля рынка представлена групповыми схемами, в которых страхователем является работодатель, хотя индивидуальные договоры также заключаются.

Недостаточность развития страховой инфраструктуры выражается в дефиците страховых компаний и брокеров на некоторых региональных рынках. Если в крупных городах (Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и ряде других) имеется довольно большое число страховщиков для организации эффективного рынка медицинского страхования, то в небольших городах и сельской местности они могут отсутствовать вовсе. Это связано с высокой стоимостью создания филиальной сети, дефицитом специалистов по страхованию и отсутствием платежеспособного спроса на местах.

В данный момент в России отсутствует отдельный закон, регламентирующий деятельность по ДМС. Для дальнейшего развития необходимо определение места ДМС в законодательной базе. Проблема состоит в том, что программы ОМС и ДМС частично дублируются, но оплачиваются по отдельности, что дестимулирует развитие рынка ДМС, завышает стоимость полиса ДМС. Что же предпринять? Нужно определить минимальный гарантированный набор услуг, предоставляемых в рамках программы ОМС. Остальные услуги должны предоставляться либо платно, либо покрываться полисом ДМС. Также необходима автоматизация учета услуг в медицинских учреждениях, позволяющая разносить затраты на систему ОМС и другие источники платежей (средства пациента либо выплаты по ДМС). Результатами реализации мер являются: снижение стоимости полиса ДМС (так как будет исключаться дублирование платежей за услуги, предоставляе-

мые в рамках ОМС) и более четкое понимание необходимости его приобретения (граждане будут знать, что покрывается в рамках стандартной программы ОМС, а за что они должны платить сами) [5].

Среди проблем ДМС можно отметить также свойственную привязанность к определенным медицинским учреждениям и территориям. Для исправления сложившейся ситуации требуются немалые усилия, как страховщиков, так и государственных органов. Одним из путей решения указанной проблемы является создание в России медицинских сервисных служб [2].

Часто развитию ДМС препятствуют и сами лечебные учреждения. Низкая конкуренция на рынке приводит к росту цен на медицинское обслуживание, при этом медучреждений, способных полноценно обслуживать такого рода программы, постоянно не хватает. Одним из наиболее действенных механизмов стимулирования развития ДМС могло бы стать увеличение размера вычета из налогооблагаемой базы при расчете налога на прибыль на сумму страховых взносов, уплаченных по договорам ДМС.

Залогом успешного проведения ДМС является разработка страховых медицинских программ, позволяющих обеспечить сбалансированность между страховой стоимостью программы и перечнем предлагаемых медицинских услуг, а также разработка принципов расчета страховых взносов, обеспечивающих выполнение страховщиком своих обязательств по соответствующим договорам. Реализуемая в России система ДМС предполагает коррекцию и поправки для настоящего этапа развития страхового рынка. Государство должно способствовать его развитию, и именно тогда рынок ДМС будет иметь положительные внешние эффекты для системы здравоохранения и доступности медицинских услуг общества в целом [4].

Библиографический список

1. *Банк бесплатных работ* – Проблемы и перспективы развития добровольного медицинского страхования в России. URL : <http://1aya.ru>.

2. *Страхование и управление рисками* – Проблемы и перспективы развития добровольного медицинского страхования в России. URL : <http://studme.org>.

3. *Страховая компания МетЛайф* – Развитие добровольного медицинского страхования в России. URL : <https://www.metlife.ru>.

4. *Черепанова И. С., Говоров А. М.* Добровольное медицинское страхование в Российской Федерации: опыт развития и перспективы оказания качественных медицинских услуг // Вестник Росздравнадзора. № S1. 2010. URL : <http://cyberleninka.ru>.

5. *Эксперт РА* Рейтинговое агентство – Рынок ДМС – Стратегия рынка ДМС: в ожидании профессионального лечения. URL : <http://raexpert.ru>.

6. Электронная библиотека студента – Исследование системы добровольного медицинского страхования. URL: <http://bibliofond.ru>.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

К. А. Косачева, А. А. Молчун
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Страхование как инструмент кадровой политики предприятия

Актуальность страхования как инструмента кадровой политики обусловлена рядом причин. В нынешних условиях развития экономики России необходимо обеспечить стабильность и финансовую защищенность граждан. Одним из инструментов осуществления данной политики является корпоративное страхование, которое обладает преимуществами как для предприятий, так и для их сотрудников.

Основным положительным результатом применения корпоративного страхования для предприятий можно назвать их деловую репутацию, в том числе доверие сотрудников, контрагентов, учредителей и других внутренних и внешних агентов.

Вследствие этого растет престижность организации, увеличивается число специалистов, претендующих на вакантные места, повышается квалификация штата сотрудников, что также влияет на финансовый результат ее деятельности.

Корпоративное страхование позволяет предотвратить «утечку» кадров за счет такого инструмента, как коллективный договор, согласно которому возникают двусторонние обязательства: со стороны организации – страхование работников, со стороны сотрудников – непрерывная работа на данном предприятии.

Данный вид страхования обеспечивает финансовую защиту и стабильность граждан – при наступлении страхового случая сотрудники имеют возможность получить достойную финансовую поддержку за счет средств страховой компании, а не средств организации [1].

Кроме того, корпоративное страхование способствует улучшению финансового результата компании за счет уменьшения налогооблагаемой базы, т.к. страховые взносы не облагаются налогами.

Все вышеперечисленные преимущества являются элементами корпоративной культуры, которая, в свою очередь, является основным инструментом кадровой политики современного предприятия [3].

Корпоративное страхование занимает определенное место в социальном пакете сотрудника организации. Социальный пакет – это набор льгот или дополнительных услуг, оплату которых берет на себя работодатель. Существуют гарантированные государством льготы, которые являются обязательными для всех учреждений:

- индексация заработной платы;

- предоставление дополнительных оплачиваемых отпусков работникам, занятым на работах с вредными и (или) опасными условиями труда, и работникам определенных профессий и должностей за ненормированный рабочий день;

- предоставление работникам ежегодного основного оплачиваемого отпуска продолжительностью 28 календарных дней; работникам, являющимся инвалидами, – 30 календарных дней; работникам в возрасте до 18 лет – 31 календарный день;

- возмещение расходов, связанных с прохождением обязательных медицинских осмотров, а также расходов, связанных со служебными командировками;

- профессиональное обучение.

Социальный пакет является способом повышения привлекательности компании на рынке труда и завоевания лояльности специалистов, а также является важнейшим инструментом мотивационной политики организации. Среди прочих льгот могут быть: льготы, гарантии и компенсации, связанные с особенностями производственно-технологического процесса; различные виды материальной помощи; индивидуальный социальный пакет (он состоит из минимального социального пакета, адресной корпоративной поддержки и компенсируемого социального пакета); корпоративный социальный пакет (возможность пользоваться ведомственными объектами социальной сферы и участвовать в корпоративных мероприятиях) [2].

Рост на рынке страхования жизни в первом полугодии 2015 г. наблюдается в следующих отраслях: смешанное страхование жизни на 3%, инвестиционно-страховые продукты страхования жизни на 10%.

Сократились темпы прироста от юридических лиц на 10% по сравнению с 2014 г. это связано с тем, что в нынешней экономической ситуации предприятия сокращают свои расходы, в том числе за счет инструментов страхования. Доля взносов юридических лиц сократилась на 2,9%, наблюдается общее снижение взносов от юридических лиц. Страховые взносы в первом полугодии 2015 г. выросли на 11 млрд р., темпы прироста страховых взносов, в свою очередь, сократились на 6,1%.

Корпоративное страхование является инновационным инструментом кадровой политики, но существуют некоторые проблемы его раз-

вития. К ним можно отнести незаинтересованность работодателей в страховании своих сотрудников. Многие работодатели относятся к своим работникам как к «расходному материалу» и не стремятся социально и финансово защитить их.

В настоящее время наблюдается ухудшение в экономике, в связи с чем, предприятия пытаются максимально сократить свои расходы за счет снижения уровня заработной платы и размера страховых взносов [4].

В первую очередь, чтобы повысить доверие и заинтересованность населения к страховому рынку, необходимо развивать эту область на уровне государства. Государство, в свою очередь, осуществляет поддержку корпоративного страхования путем льготных условий налогообложения страховых взносов. На данный момент основной интерес государства в стимулировании развития страхования – это развитие экономики и привлечение в нее «длинных денег», источником которых может служить рынок страхования.

Среди прочих проблем можно отметить финансовую неграмотность населения: страхование недостаточно освещено среди граждан, преобладает скептический настрой населения, нет широко известных мнений экспертов по данному вопросу, эта тема не пользуется популярностью. В настоящее время существует убеждение в отношении страховых компаний что не все они работают грамотно и многие из них не платят по своим обязательствам. Поэтому зачастую руководители предприятий не понимают выгоды от применения корпоративного страхования. Для решения проблемы повышения финансовой грамотности населения в настоящее время реализуется специальный проект Министерства Финансов РФ «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации», в который входят такие направления деятельности, как разработка стратегии повышения финансовой грамотности населения, оценка уровня финансовой грамотности населения, образовательные программы для населения, а также информационная компания по финансовой грамотности и защите прав потребителей финансовых услуг. Главной целью проекта можно назвать формирование базовых знаний и навыков населения в области финансовой грамотности.

Также в области медицинского страхования существует проблема замедленного обмена информацией между страховыми компаниями и медицинскими учреждениями: ЛПУ хранят медицинскую тайну, остерегаясь страховых компаний безосновательно, так как страховые компании находятся под контролем ЦБ РФ, а также Роспотребнадзора. Что касается решения проблемы обмена информацией в области меди-

цинского страхования, государство выступает гарантом конфиденциальности информации, поэтому может быть налажен прямой обмен необходимой информацией между ЛПУ и страховыми компаниями.

Библиографический список

1. *Архипов А. П.* Страхование: учебник. М.: КноРус, 2012.
2. *Ермасов С. В., Ермасова Н. Б.* Страхование: учеб. для бакалавров. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012.
3. *Русецкая Э. А., Арустамова В. А.* Перспективы развития страхования профессиональной ответственности в Российской Федерации // *Финансы и кредит.* 2010.
4. *Скамай Л. Г.* Страховое дело: учебник. М.: Юрайт, 2011.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

Е. Н. Костарева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Инвестиционное страхование жизни: особенности продукта, преимущества и недостатки

Постоянный рост инфляции приводит к тому, что депозиты не приносят реального дохода. Поэтому желающим получить прибыль от своих сбережений приходится искать другие способы инвестирования своих средств. Альтернативой срочным вкладам могут стать ПИФы, однако при вложении денег в паевые фонды существует риск потери капитала. Самостоятельная игра на бирже требует значительных усилий, времени и специальных знаний.

Поэтому эксперты считают оптимальным вариантом инвестирования капитала через инвестиционное (фондовое) страхование жизни (unit-linked life insurance) (ИСЖ). Отличительной особенностью продуктов unit-linked является участие страхователя в непосредственных результатах инвестиций. Накапливаемые на счете страхователя денежные средства объединяются в кредитный фонд и передаются в управление специализированной компании. Страхователь, анализируя степень доходности и риска, выбирает тот фонд (из предложенных страховщиком), который больше всего его устраивает. Доходность большинства паевых инвестиционных фондов (ПИФов), работающих на территории РФ, в несколько раз превышает не только доход по накопительным программам страхования жизни (3–5% годовых), но и доходность банковских депозитов (9,61% в 2014 г.) [1].

Как становится очевидным из названия, инвестиционное страхование жизни – некий симбиоз накопительного страхования и традиционной формы инвестирования. При этом данный финансовый продукт вобрал в себя исключительно преимущество как страхования, так и системы инвестиций – разработчики системы ИСЖ понимали, что привлечь внимание людей к чему-то необычному можно только в том случае, если у «новинки» фактически отсутствуют минусы. В этом направлении сегодня развиваются многие коммерческие компании, осуществляющие свою хозяйственную деятельность на отечественном страховом рынке. Основное отличие инвестиционного страхования от депозитов и ПИФов, с которыми его можно сравнивать, заключается в том, что по вкладам действует четко ограниченная ставка, которая изначально устанавливает уровень доходности, несмотря на гарантированную защиту денег. У паевых фондов есть потенциал получения максимальной прибыли, однако нет такой защищенности средств, как по депозитным программам.

Инвестиционное страхование сочетает в себе защиту срочных вкладов и возможность получения высокого дохода. Размер прибыли зависит от базового актива, в который клиент решил вложить свои сбережения.

К особенностям инвестиционного страхования можно причислить следующее [2]:

1) страхователь ежемесячно обязан перечислять страхователю взносы, в сроки и в объемах, указанных в договоре;

2) при получении взносов страховая компания одну часть оставляет на своем счете в качестве вклада физического лица в страхование собственной жизни, а вторую часть задействует в различных финансовых проектах (допускается использование полной суммы взноса в инвестиционной деятельности страховщика);

3) при проведении удачных инвестиций страховой компанией физическое лицо может получить в качестве пассивного дохода до 12% годовых;

4) многие страховые компании позволяют своим клиентам использовать по своему усмотрению накопления спустя всего лишь 2 года с момента подписания договора;

5) в том случае когда во время действия страхового договора произошла кончина застрахованного лица, компания должна будет выплатить выгодополучателям страховые выплаты в полном объеме (эта цифра указывается в договоре), не зависимо от того сколько взносов успел сделать при жизни страхователь;

6) если страхователю будет назначена группа инвалидности, в связи с потерей здоровья и дееспособности, страховая компания берет на

себя обязательства по уплате за застрахованное лицо ежемесячных взносов (на протяжении всего срока действия договора);

7) если страхователя не будет (по каким-то причинам) устраивать выбранный страховщиком финансовый инструмент, он может по своему усмотрению выбрать объект инвестирования, куда и будут вкладываться его денежные средства и т.д.

Инвестиционное страхование обладает многими преимуществами. Среди них [3]:

1) осуществления контроля за своими денежными средствами, перечисляемыми в страховую компанию в качестве ежемесячных платежей;

2) моделирования системы инвестирования страховых взносов;

3) использования льготных ставок при проведении исчисления налоговых обязательств;

4) сохранить свои денежные средства при расторжении законного брака (полисы инвестиционного страхования не подлежат разделу);

5) сохранить личные сбережения при конфискации имущества (даже решение суда не является основанием для конфискации средств, участвующих в инвестиционном страховании жизни);

6) получения пассивного дохода уже через 5 лет после оформления соответствующего договора и внесения первичного страхового взноса; защитить своих родных и близких людей в финансовом плане, при наступлении такого страхового случая как смерть застрахованного лица и т.д.

Дополнительно стоит сказать о преимуществах инвестиционного страхования для корпоративных клиентов. Участие в программе инвестиционного страхования позволит снизить расходы на «фонд заработной платы». Если работодатель выплачивает часть дохода сотрудника на ИСЖ, он получает право снизить сумму отчислений в социальный фонд. При этом, с вкладов ИСЖ не взимаются налоги, поэтому общие отчисления государству с каждой зарплаты сильно уменьшатся, да еще и абсолютно законным способом. В России уже набирает обороты схема выплаты 13-й зарплаты через ИСЖ.

Возможности классических зарубежных unit-linked продуктов впечатляют. Во-первых, через зарубежные накопительные программы можно вложить деньги в более чем 230 надежных фондов. Через фонды средства пайщиков инвестируются практически в любые финансовые активы (от облигаций США до недвижимости в Испании). Во-вторых, инвестиции в иностранные unit-linked отличаются доступной суммой входа (от 300 долларов), прозрачными комиссиями и возможностью сэкономить на налогообложении. В-третьих, в отличие от оте-

чественных продуктов, зарубежные unit-linked могут «похвастаться» тарифной гибкостью и наличием удобных опций.

По желанию клиента часть портфеля размещается в потенциально доходных и более рискованных инструментах. К большому сожалению, продукты unit-linked в «чистом» виде в России не используются. В первую очередь, это связано с особенностями российского страхового законодательства, по которому запрещено перекладывать ответственность за результаты инвестирования со страховой компании на страхователя. Однако примерно с 2007 г. в нашей стране начали появляться «псевдо» unit-linked, названные «инвестиционным страхованием». Такой продукт представляет собой два разноплановых продукта: страхование и инвестиции. При этом «страховая» часть вкладывается только в консервативные продукты вроде государственных облигаций. А вот «инвестиционную» часть российский страхователь, к сожалению, не сможет разместить «где угодно». Он должен выбрать из коротенького списка, в который обычно входит: индекс РТС; золото; акции российских компаний по отраслям (энергетика, нефтегазовый сектор, металлургия).

Несмотря на то, что инвестиционное страхование жизни в России не так развито как за рубежом, знать о нем необходимо. Unit-linked позволяет инвестировать в зарубежные фонды с минимальными потерями времени и денег. Делая то же самое через банк, придется заплатить высокие комиссии, уведомить налоговую службу об открытии счета и самостоятельно рассчитывать и оплачивать налоги.

К дополнительным преимуществам unit-linked можно отнести [4]:

- высокий уровень защиты капитала;
- практически неограниченные возможности для инвестирования за рубежом (от золота и металлов до акций и недвижимости);
- диверсификацию по рискам, валютам и активам;
- четкую процедуру наследования (кто будет указан в полисе, тот и наследует деньги после смерти);
- налоговые льготы (налоги платятся в том случае, если доход по полису превышает ставку рефинансирования за весь период его действия);
- автоматизацию процесса (с указанной карты раз в месяц сумма страхового взноса может списываться автоматически);
- возможность онлайн-контроля (например, в любой момент можно посмотреть сумму, которая накопилась на счету, или поменять номер кредитной карты и фонд инвестирования);
- возможность вывода денег задолго до окончания срока действия программы.

Продукт unit-linked позволяет совершенно легально и с минимальными комиссиями инвестировать в большое количество проверенных зарубежных фондов. Unit-linked – это и страхование жизни, и инвестиции с доходностью 9–10% годовых, и защита капитала, и возможность сэкономить на налогах.

Библиографический список

1. *Одинокова Т. Д.* Страхование жизни как инструмент повышения качества жизни населения // *Страховое дело*, 2015, № 10.
2. *Мальшева Е. К.* Инвестиционное страхование жизни // *Про страхование* 24, 2015.
3. *Федоров В.* Инвестиционное страхование: преимущества и риски // *Накопительное страхование жизни*, 2012.
4. *Захаров И.* Инвестиционное страхование – гарантия безбедной старости // *Кратчайший путь к финансовой независимости*, 2014.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

В. Кошелева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Мошенничество как бич страхового рынка России

Одной из самых острых проблем страхового рынка России, как и любой страны, на современном этапе развития экономики является рост страховых операций, используемых мошенниками для получения выгоды. Страховое мошенничество – это противоправные действия субъектов договора страхования, направленные для получения страхователем страхового возмещения путем обмана, сокрытие информации при заключении или в период действия договора страхования, а также отказ страховщика от выплаты страхового возмещения без должных, вытекающих из закона и правил страхования и гарантий. Страховое мошенничество совершается как в области, связанной с заключением договора страхования, так и в процессе обслуживания страхователя при наступлении страхового случая.

Его особенность, по сравнению с мошенничеством в других сферах общественной жизни, основана на том, что виновный путем обмана или злоупотребления доверием:

1) нарушает отношения по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных последствий (страхового случая) за счет денежных фондов, формируемых из уплаченных ими страховых взносов (страховых премий);

2) извлекает из этого незаконную материальную выгоду, одновременно причиняя имущественный ущерб законным собственникам или владельцам.

Выделяют следующие виды страхового мошенничества: в зависимости от участников:

- а) представителями страховой компании
- б) представителями организации-страхователя;
- в) гражданами, которые являются застрахованными лицами, выгодоприобретателями или страхователями;
- г) в результате сговора субъектов страховых отношений (например, застрахованными лицами и представителями страховщика).

Ниже приведены примеры рассмотренной классификации.

1. Представители страховщика заключают договоры страхования страховой организацией, которая на деле не занимается страхованием: не формирует страховой фонд и не осуществляет страховых выплат при наступлении страховых случаев. Регистрация обычно осуществляется по поддельным документам. Также страховые компании подделывают результаты экспертизы по оценке стоимости имущества, подлежащего страхованию, чтобы снизить вероятные страховые выплаты.

2. Мошенничества, которые совершаются представителем страхователя-организации, можно разделить на две группы в зависимости от того, в пользу кого заключается договор страхования.

когда страхователь заключает договор о своем страховании, то обман в отношении страховой компании может касаться: имитации наступления предусмотренного договором страхового случая, неправомерного изменения значимых для договора страхования признаков объекта страхования, когда, к примеру, представители организации-страхователя завышают стоимость страхуемого имущества, чтобы впоследствии получить более высокое страховое возмещение;

если же организация-страхователь заключает договор страхования в пользу третьих лиц, то совершаемый представителями страхователя обман может выражаться: в требовании и получении представителем страхователя страховых премий от сотрудников страхователя, за которых страховые отчисления должен производить сам работодатель, а также в присвоении этих выплат.

3. Мошеннические действия, совершаемые обычными гражданами, которые руководствуются желанием получить большее страховое возмещение, чем положено по договору, либо получить возмещение в ситуации, когда его выплата не положена в принципе. Это бытовое мошенничество, так как преступники в данном случае не являются профессионалами и не специализируются на обмане страховых компаний.

4. Групповое профессиональное мошенничество, совершаемое, как правило, страхователем в сговоре с работниками страховых компаний и/или правоохранительных органов. Такие мошеннические действия, как правило, подготавливаются загодя. История возникновения убытков при наступлении страховых случаев запутанна, изменена или полностью сфальсифицирована.

Согласно данным различных страховых компаний около 15% выплат страховых в мире происходит в результате обмана страхователями страховых компаний. В России же общее количество подобных преступлений балансирует на уровне 5–8%.

По данным страховых компаний в 2014 году их фактические потери от страхового мошенничества составили 15–20 млрд р., а потенциальный ущерб – в пределах 25–35 млрд р. Такая оценка содержится в «Обзоре финансовой стабильности за II–III кварталы 2015 года», опубликованном Банком России. В данном же обзоре выделяются и виды страхования, которые больше всего страдают от мошенничества, к которым относятся автострахование, страхование грузов, страхование от огня и медицинское страхование.

Наибольшее распространение получили следующие виды уловок, как инсценировка страховых случаев и предоставление ложных сведений при заключении договоров страхования, говорится в обзоре регулятора. Чаше стали происходить случаи подделки полисов, особенно ОСАГО.

Учитывая негативное влияние мошенничества на развитие страхового рынка, на уровне государства было приняты меры, которые нашли свое отражение и в законодательной базе страны, а именно было определено понятие «мошенничества в сфере страхования» в Уголовном кодексе РФ.

На уровне страховых компаний также были предприняты меры для защиты от мошенничества. Одними из первых усилий в борьбе с мошенниками объединили СК «АВИКОС», «АСТРАВАЗ», «ВСК» и «Русская страховая компания», которые создали в 1997 г. Российскую ассоциацию страховщиков наземных средств транспорта «ТАНДЕМ». Для реализации целей и задач Ассоциации была разработана программа учета застрахованных транспортных средств и страховых случаев по ним.

Например, в рамках закона об ОСАГО существует единая база данных «Спектр», в которую поступают данные о страховых случаях от 72 страховых компаний. Эта база позволяет оперативно в режиме реального времени проверять сомнительные случаи и не допускать повторного получения возмещения по одному и тому же страховому событию у разных страховых компаний. Большинство зарубежных страховых, перестраховочных и брокерских компаний имеют стройную ор-

ганизационную систему по принятию рисков на страхование и урегулирование убытков, включающую в себя следующие этапы работы с рисками: оценка риска; сопровождение риска; превентивные мероприятия; урегулирование убытков; анализ убыточности; принятие мер для снижения убыточности при последующем страховании. Кроме того, многие страховые компании создают агентства по борьбе с мошенничеством в области страхования, широкую сеть осведомителей и детективов, тесно сотрудничают с полицией.

Основными элементами этой борьбы в международной практике являются:

объединение усилий всех страховых компаний по борьбе с мошенничеством.

защита корпоративных капиталов.

изыскание средств для создания коалиции и центрального банка, данных информации.

создание эффекта «вагона» (когда все следуют выработанным и принятым нормам поведения).

Таким образом, для страховой компании честность страхователя должна быть основой взаимоотношений. Но в реальной практике, к сожалению, приходится констатировать факт недобросовестного отношения участников страховой сделки. Отсюда вывод: своевременное распознавание обмана оградит страховую компанию от неоправданных выплат, повысит ее авторитет как организации, имеющей специалистов высокой квалификации, что, в свою очередь, будет способствовать привлечению клиентов.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

М. В. Крашениников

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Какова цель фондовой биржи?

Начнем с примера. Допустим, что бизнес начал увеличивать эмиссию акций. Инвесторы начнут покупать эти новые ценные бумаги. Вскоре они, возможно, соберутся продать свою долю. Зачем? Может быть, у них появиться ребенок, обучение которого надо будет оплачивать. Может им срочно станут нужны деньги для переезда. Возможно даже, сами инвесторы умрут, их имущество обрстет здоровенными налогами, которые достанутся внукам. Какие наследники хотят получить такое наследство?

Что бы ни случилось, какое решение инвесторы бы ни приняли, они вряд ли вложат свои средства, пока не узнают, как и когда смогут без особых проблем найти покупателя для своих активов на так называемом «вторичном рынке».

Без биржи этим инвесторам пришлось бы ходить по друзьям, родным и знакомым, в надежде найти человека, которому можно продать акции.

Технически, это выполнить можно. Вы не обязаны продавать свои акции на фондовой бирже. Вы можете физически овладеть ими сделав так называемое свидетельство о владении акциями, и завещать ценные бумаги кому-либо за определенную плату. Во время Второй мировой войны, когда биржи закрыли, многие люди просто создавали вторичный теневой рынок. Но у него есть огромный недостаток – он непрозрачен. Никто не знает лучшую цену данной акции в данный момент времени. Например, здесь Вы продаете свои акции за 50 долларов, а в то же время парень, находящийся в другом городе, может продавать их по 70 дол.

На фондовой бирже вы никогда не будете знать человека, торгующегося с вами. Он, она, или оно может находиться на другом конце земли. Это может быть учитель в отставке, страхования компания-мультимиллиардер, публично торгующийся фонд взаимных инвестиций или хедж-фонд

Потребность в удобстве – вот, что привело к созданию крупнейшей биржи в мире. 17 мая 1792 г. в США двадцать четыре брокера собрались в Нью-Йорке на Уолл-стрит 68 и подписали соглашение ныне известное под названием «Buttonwood Agreement» («Соглашение под платином»), которое поспособствовало созданию биржи «Нью-Йоркское Табло акций и торгов». Почти три четверти века спустя, в 1863 г., она была официально переименована и получила название «Нью-Йоркская фондовая биржа». Сейчас большинство людей называют ее просто NYSE.

Какие фондовые биржи в мире являются основными?

В одно время в Соединенных Штатах существовали процветающие региональные биржи, которые были основными центрами в своей определенной части страны. В Сан-Франциско, например, находилась Тихоокеанская фондовая биржа, где брокеры могли руководить покупками и продажами по заказу местных инвесторов, желающих приобрести или продать долю своей собственности. Большинство из региональных бирж были закрыты, куплены, поглощены, или объединены после появления микроэлектроники, которая сделала электронные сети гораздо более эффективными для поиска ликвидностей. Поэтому те-

перь инвестор в Калифорнии может так же легко продать свои акции кому-то в Цюрихе.

По данным на 31.01.2015 г. в мире существует пятнадцать крупнейших по рыночной капитализации котируемых ценных бумаг фондовых бирж.

1. Нью-Йоркская фондовая биржа – расположена в Нью-Йорке; рыночная капитализация равна 19,223 трлн дол.

2. NASDAQ – Сокращение от названия «Автоматизированные котировки национальной ассоциации дилеров по ценным бумагам», эта электронная фондовая биржа находится в Нью-Йорке; рыночная капитализация равна 6,831 трлн дол.

3. Лондонская фондовая биржа – расположена в Лондоне, Англия; рыночная капитализация равна 6,187 трлн дол.

4. Токийская фондовая биржа – Формально известная как Биржевая группа Японии, расположена в Токио, Япония; рыночная капитализация равна 4,485 трлн дол.

5. Шанхайская фондовая биржа – расположена в Шанхае, Китай; рыночная капитализация равна 3,986 трлн дол.

6. Гонконгская фондовая биржа.

7. Euronext.

8. Шеньчженьгская фондовая биржа.

9. TMX Group.

10. Deutsche Börse.

11. Бомбейская фондовая биржа.

12. Национальная фондовая биржа Индии.

13. Биржа SIX Swiss Exchange.

14. Австралийская фондовая биржа.

15. Корейская фондовая биржа.

Какая разница между Фондовой и товарно-сырьевой биржей?

Фондовая биржа – это место, где куски собственности предприятий (акции) покупаются и продаются среди инвесторов. Товарная биржа – это место, где товары, которые приходят со всей Земли, (кукуруза, соевые бобы, крупный рогатый скот, нефть, серебро, золото, кофе, свинина...), покупаются и продаются среди лиц, часто не столько в инвестиционных целях, сколько для фактического использования в бизнесе.

Роль фондовой биржи в экономике

Возможно, вы удивитесь, обнаружив, сколько фондовых рынков опоясывают земной шар. Даже такая никому не известная страна со сложной экономикой, как Руанда, опирается на фондовую биржу, чтобы помочь предприятиям привлечь капитал и дать инвесторам доступ к различным предприятиям. Руанда, скорее всего, инвестирует в свой

фондовый рынок для создания богатства, но другие страны считают, что роль фондовой биржи в экономике любого государства более универсальна. Так для чего же нужны биржи?

1. Привлечение капитала.

Фондовые рынки, в первую очередь, – это финансовые учреждения, созданные, чтобы помочь предприятиям и предпринимателям собраться вместе для покупки, продажи и торговли акциями с целью капитализации предприятий, нуждающихся в денежных вливаниях. Если бы не биржи, предпринимателям бы самим пришлось искать инвесторов. Новые фондовые рыночные системы стали уникальными финансовыми элементами.

2. Обслуживание Инвесторов.

Еще одно значение фондовых рынков заключается в том, что они являются неким посредником для крупных и мелких инвесторов, стремящихся заработать деньги вне сферы стандартных банковских учреждений. Также роль фондовой биржи в экономике состоит в максимизации прибыли в сбережениях, которые могли бы томиться в статических банковских счетах с низкой доходностью. Фондовые биржи обещают и часто дают более высокую прибыль, а инвесторы, в свою очередь, получают гарантии, различные возможности и гибкость. Гарантии биржа предлагает инвесторам с помощью формального надзора по инвестициям.

3. Индикатор здоровья.

Фондовая биржа может служить барометром финансового здоровья нации, показывая взлеты, падения, тенденции и сдвиги, являющиеся ориентирами финансовой инфраструктуры общества. Согласно финансовому сайту UpDown's (центру инвестиционных технологий), симбиотические отношения между обществом и его фондовой биржей могут быть высоко развиты. Даже аналитики строят свои предсказания исходя из информации о предыдущей деятельности, продукции и здоровье компании, выпускающих рассматриваемые акции.

4. Подотчетность.

Сложные финансовые рыночные системы требуют доверия и подотчетности, если они функционируют от имени бизнеса и инвесторов, заинтересованных в этике, как в прибыли. По этой причине бирже выгодно поддерживать правила, законы и устав. Управление и операционные стандарты, установленные правительствами, бюро и агентствами, контролирующими биржевые операции, управляют и контролируют такие учреждения, проводя для акционеров, инвесторов и предприятий проверки, поддерживая равновесие – все необходимое для доверия инвесторов.

5. Влияние.

Активность фондового рынка может оказать непосредственное влияние на национальную экономику многими способами. Падение акций, остановка расходов, потеря доверия потребителями – и финансовое состояние нации начнет колебаться. Происходит наоборот, если запасы растут, увеличивается доверие спредам, расходы и инвестиции становятся все больше. Настроение нации может колебаться в зависимости от активности фондового рынка и производительности, что показывает, какую важную роль могут играть биржи в социальной и бюджетной сферах общества.

6. Разнообразиие.

Еще одна важная роль фондового рынка – это объединение инвесторов-единомышленников. Немного экономик могут надеяться на процветание без вливаний новых идей, систем и возможностей – всего, что не представлено наличными средствами – поэтому это сочетание финансовых потребностей и желаний регулярно сливается на основе действующей биржи.

Научный руководитель *О. Б. Долганова*

И. Е. Лузин

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Влияние менталитета на развитие рынка страхования в России

На развитие страховых отношений влияет множество факторов, таких как:

- состояние и развитие экономики страны;
- политическая стабильность;
- рост благосостояния и страховой культуры населения;
- страховое и налоговое законодательство;
- государственная политика в области страхования;
- имидж страхового рынка.

Большинство вышеперечисленных факторов определяется текущей государственной политикой, но существует такое понятие как «менталитет», являющееся культурно-историческим явлением и обладающее значительной устойчивостью в силу того, что оно связано с социальными традициями народа.

Менталитет (нем. *Mentalität* – склад ума) – совокупность психических, интеллектуальных, идеологических, религиозных, эстетических и т.п. особенностей мышления народа, социальной группы или инди-

вида, проявляющихся в культуре, языке, поведении и т.п.; мировосприятие, умонастроение [1].

Рассмотрим несколько факторов, влияющих на менталитет современных граждан России, из-за которых тормозится развитие страхового рынка:

- исторические особенности страны;
- окружающая среда;
- государственная политика.

Страховой рынок России возник во второй половине XVIII в. До этого потребности в страховой защите осуществлялись исключительно иностранными страховыми компаниями. И только в 1765 г. в Риге было основано первое общество взаимного страхования от огня. В других городах России страховых компаний не было, поэтому значительное число домов аристократии Санкт-Петербурга, как и раньше, было застраховано за границей. Подписание Екатериной II в 1786 г. Манифеста, установившего государственную монополию на страховое дело в России и, соответственно, наложившего запрет на страхования в иностранных компаниях, привело к открытию конторы при Ассигнационном Банке для страхования товаров. Деятельность конторы не была эффективной, поэтому она была упразднена в 1805 г. [4].

После неудачного опыта введения государственной монополии, на страховом рынке стали появляться частные акционерные компании. Страховое товарищество «Саламандра», учрежденное в 1846 г., было одной из самых крупных страховых компаний дореволюционной России. Но, предвидя возможность негативного развития событий после Октябрьского переворота 1917 г., руководство «Саламандры» спешно приступило к созданию дочерних фирм за границей и последующей передаче им, в качестве уставных фондов, крупных капиталов. Регистрация дочерних фирм освобождала капиталы от российского налогообложения и полностью выводила их из-под юрисдикции большевиков. И, уже весной 1921 г., формирование сети зарубежных дочерних компаний и вывоз капитала из России страховым товариществом «Саламандра» были завершены [5].

Таким образом, из-за постоянной борьбы государства за новые источники пополнения государственного бюджета и чередующихся потрясений, первые шаги в развитии российского страхового рынка не увенчались успехом, оставляя оказание услуг страхования зарубежным фирмам, исключительно для «избранных», не позволяя ознакомиться с этим продуктом широкому кругу населения.

«Своенравие климата и почвы обманывает самые скромные ожидания, и, привыкнув к этим обманам, расчетливый великоросс любит подчас, очертя голову, выбрать самое что ни на есть безнадежное и не-

расчетливое решение, противопоставляя капризу природы каприз собственной отваги. Эта склонность дразнить счастье, играть в удачу и есть великорусский авось...» [2]. Именно то самое «великорусское авось», характерное упрямство и вера в то, что все беды обойдут стороной, является второй причиной замедления развития рынка страхования в России.

Программы переселения, пенсии по инвалидности, бесплатная медицина, бесплатное высшее образование – все это дает веру населению в безграничное оказание помощи государством. Но, к сожалению, эта вера в большинстве случаев не оправдана: жители аварийных бараков опасаются, что администрация продала положенные им квартиры другим покупателям; сбор денег через СМИ на дорогостоящую операцию вызывает сомнение в искренности намерений; происходит сокращение бюджетных мест в вузах. И, кажется, что какая бы проблема ни случилась, государство в состоянии помочь, а если нет, то стоит только попросить, и тут же кто-нибудь протянет руку помощи, кто-нибудь, но не страховая фирма. Следует это из того, что россияне не доверяют страховым компаниям.

Гражданин США тратит в год на страховые взносы 1,5 тыс. дол., средний европеец – 600 евро, россиянин – 1 доллар. Не было бы и этого, если бы не обязательное страхование автогражданской ответственности. Объем российского рынка страховых премий – 100–150 млн дол. в год, страховщики оценивают это как «непростительно маленькую величину». Заведующий кафедрой управления рисками и страхования МГУ Игорь Котловский пересчитал объем рынка сбора страховых премий на ВВП. Картина также получилась удручающей: Россия оказалась на 45-м месте среди развитых стран. «Мы даже ниже Украины», – посетовал специалист [6].

В большинстве это связано с низким уровнем страховой культуры граждан: в массовом сознании европейца страхование – это социальные программы, а у большинства россиян оно твердо ассоциируется с тем, что хочешь не хочешь надо выкладывать немалые деньги за ОСАГО, без которого тебя остановит на улице первый же гаишник. Не стоит забывать и о так называемых серых схемах недобросовестных страховых компаний.

Вернуть веру граждан в добропорядочность страховых компаний возможно несколькими мероприятиями:

- 1) перевод на международный стандарт финансовой отчетности (МСФО), благодаря представлению и публикации консолидированной финансовой отчетности;

- 2) постепенное расширение структуры и повышение качества страховых услуг за счет деятельности транснациональных страховых

компаний, которые вошли или еще планируют войти в результате вступления России в ВТО. Поскольку данный переход предполагает значительную либерализацию условий для их вхождения и функционирования на территории нашей страны, что, в свою очередь, приведет к снижению издержек на привлекательности страхового рынка в целом в глазах населения;

3) создание системы «гарантий возврата вложенных денежных средств в продукты инвестиционного и накопительного страхования жизни в случае банкротства страховой компании» [3], включая Фонды компенсационных выплат саморегулируемых организаций и Национальной перестраховочной страховой компании.

Библиографический список

1. *Большой толковый словарь русского языка* / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000. С. 533
2. *Ключевский В. О.* Русская история. Т. 1. М.: Мысль, 1994.
3. *Одинокова Т. Д.* Страхование жизни как инструмент повышения качества жизни населения // *Страховое дело*, 2015, № 10.
4. *Прокофьева Е. Н.* История финансово-кредитных отношений России IX–XIX вв. Методические материалы. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. Ун-та, 2001.
5. *Россия в изгнании. Судьбы российских эмигрантов за рубежом.* М: ИВИ РАН, 1999.
6. *Шерстенева Т. Б.* Страхование жизни в современных условиях // *Экономические науки: науч.-инф. журнал*. 2010. № 62. URL: <http://ecsn.ru/articles/index/201001>.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

М. Ю. Мазур

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Портфельные иностранные инвестиции и их роль в формировании денежного капитала предприятия

Создание любого предприятия требует определенной денежной суммы, минимально обеспечивающей потребности производства [1, с. 80]. Для организации инвестиционной деятельности российским предприятиям наряду с собственными источниками приходится привлекать заемные ресурсы.

Денежный капитал (фонды) – это денежные средства, привлекаемые предприятием с рынка денежного капитала, из бюджета, а также

средства, создаваемые им самим и направляемые в объекты предпринимательской деятельности с целью получения прибыли [6, с. 68].

Денежный капитал может быть привлечен в форме портфельных иностранных инвестиций. Привлечение заемного капитала влечет за собой обязательные выплаты поставщику денежных ресурсов [4, с. 19].

Средневзвешенная стоимость капитала WACC – это средневзвешенная величина индивидуальных стоимостей (цен), в которые обходится предприятию привлечение различных видов источников средств [4, с. 27].

Предприятие может принимать любые решения, в том числе и инвестиционного характера, если уровень их рентабельности не ниже текущего значения показателя средневзвешенной цены капитала [5, с. 160].

Процесс формирования и использования портфельных иностранных инвестиций в деятельности предприятия рассмотрен на примере ОАО «НОВАТЭК» (крупнейший российский независимый производитель природного газа). Ценные бумаги ОАО «НОВАТЭК» представлены обыкновенными акциями, глобальными депозитарными расписками, неконвертируемыми рублевыми биржевыми облигациями и еврооблигациями [8, с. 21; 9].

Для ОАО «НОВАТЭК» проведен расчет средневзвешенной стоимости капитала: $W = 57,4\%$, наибольший вклад в ее значение внес собственный капитал ($43,5\%$). Привлечение иностранных инвестиций через еврооблигации предприятию обходится дороже, чем привлечение банковского кредита на срок свыше трех лет: $13,59\%$ и $0,31\%$ соответственно.

Величина заемного и привлеченного капитала не превышает величину собственного капитала и составляет $30,7\%$ от общего размера капитала (менее 50%). Удельный вес собственного капитала в общем объеме достаточно высокий: $0,47$, что свидетельствует о финансовой независимости предприятия.

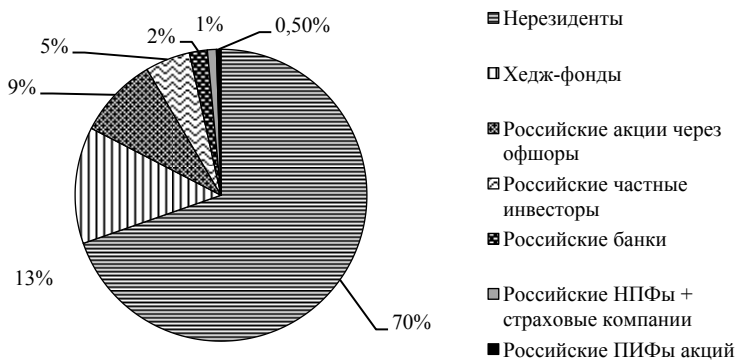
Для увеличения рентабельности собственных средств заемные денежные средства необходимо инвестировать таким образом, чтобы прирост капитала был достаточным для компенсации затрат на привлечение денежных средств и выплаты по облигационным займам.

ОАО «НОВАТЭК» осуществляет как прямые (вложения в совместные с другими организациями предприятия), так и финансовые инвестиции (выдача кредитных займов, вложения в финансовые активы). Рассчитанная доходность инвестиций ОАО «НОВАТЭК» ниже рентабельности основной деятельности: $8,8\%$ и $52,3\%$ соответственно. В этом случае привлечение и размещение денежных средств за счет портфельных иностранных инвесторов производится предприятием в целях экономического развития в будущем.

Роль портфельных иностранных инвестиций в формировании капитала для ОАО «НОВАТЭК» показана на примере эффекта финансового рычага [1, с. 142]: ЭФР = 1,7%, положительный, привлечение долгосрочных заимствований не снижает рентабельность собственного капитала.

Говоря о привлечении иностранных инвестиций российскими предприятиями посредством финансового рынка, необходимо помнить про особенности ведения бизнеса в России и учитывать, что привлекательность России для иностранных инвесторов оценивается как низкая. Экономика России находится под санкциями и действиями ответных мер, которые ограничивают доступ к внешним источникам капитала [7, с. 19].

Не стоит забывать и про современное состояние российского фондового рынка (РЦБ). Российский РЦБ преимущественно спекулятивный, и внутренний инвестор в принципе отсутствует как класс, доля российских частных инвесторов в конце 2014 г. составляла 2% (см. рисунок) [7, с. 17].



Российский FREE-FLOAT, % [7, с. 17]

Отсутствует связь РЦБ и реального сектора экономики. В этих условиях интерес к ценным бумагам российских предприятий со стороны нерезидентов остается слабым. Для решения проблем привлечения иностранных инвестиций в экономику России необходимо [3, с. 3]:

- 1) разработать эффективную нормативно-правовую базу, которая бы гарантировала защиту иностранных инвесторов;
- 2) использовать меры по борьбе с коррупцией;
- 3) развивать российский РЦБ;

4) произвести системные изменения в организации экономического механизма хозяйствования и пр.

Перечисленные мероприятия могут способствовать привлечению иностранного капитала в реальный сектор экономики.

По итогам работы сделаны следующие выводы.

1. Роль портфельных иностранных инвестиций в формировании капитала предприятия заключается в их влиянии на рентабельность собственного капитала предприятия: они позволяют генерировать прирост рентабельности собственного капитала за счет эффекта финансового рычага при условии, что рентабельность активов превышает затраты за использование привлеченных и заемных средств.

2. Предприятие, использующее только собственный капитал, имеет максимальную финансовую устойчивость, однако ограничивает темпы своего развития в будущем.

3. Предприятие, привлекающее заемные средства, имеет более высокий финансовый потенциал для экономического роста и благоприятные возможности прироста доходности собственного капитала [4, с. 21]. Однако использование заемного капитала генерирует финансовый риск по мере увеличения доли заемных средств в структуре капитала.

Привлечение иностранного капитала относится к стратегическим задачам развития российской экономики, причем большое значение имеет тот факт, что иностранные инвесторы привносят с собой новую, более высокую культуру бизнеса [2, с. 21].

Для эффективного использования предприятиями привлеченного капитала необходимы действия со стороны государства (четкие правила ведения бизнеса, защиты прав собственности всех участников рынка), что, в свою очередь, обеспечит эффективную реализацию инвестиционных проектов, поддержку реальному сектору, инновационное развитие и рост российской экономики.

Библиографический список

1. *Казак А. Ю., Веретенникова О. Б., Марамыгин М. С.* Денежное хозяйство предприятий: учебник для вузов / под ред. А. Ю. Казака, О. Б. Веретенниковой. 2-е изд., испр. Екатеринбург: Изд-во АМБ, 2006.

2. *Каледин С. В.* Проблемы получения внешних инвестиций для современной России // Вестник Академии экономических наук. 2014. № 1. С. 21–23.

3. *Кондратьева С. В.* Иностранные инвестиции в экономике России: оценка, перспективы их привлечения // Вестник Российского университета кооперации. 2014. № 8. № 4. С. 20–22.

4. *Леонтьев В. Е., Бочаров В. В., Радковская Н. П.* Инвестиции: учеб. пособие. М.: Магистр; ИНФРА-М, 2010.

5. *Финансовый менеджмент: учебник / кол. авторов; под ред. Е. И. Шохина М.: КноРус, 2008.*

6. *Веретенникова О. Б., Пионткевич Н. С.* Финансы организаций (предприятий): учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 1.

7. *Шагардин Д.* Российский рынок в глобальной системе координат // Рынок ценных бумаг. 2014. № 8. С. 17–19.

8. *ОАО «НОВАТЭК».* Консолидированная промежуточная сокращенная финансовая отчетность (не прошедшая аудит) по состоянию на и за три и девять месяцев, закончившихся 30.09.2015 г. URL: <http://www.novatak.ru>.

Научный руководитель *Н. С. Пионткевич*

К. Ю. Межекова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Слияния и поглощения в банковской сфере

Традиционно в периоды кризисов увеличивается количество сделок по слияниям и поглощениям. Данный процесс связан, прежде всего, с тем, что многие компании, в том числе и в банковской сфере испытывают трудности и вынуждены уйти с рынка. В то время как более устойчивые готовы приобрести такие активы, руководствуясь своими интересами и целями.

С экономической точки зрения процесс слияний и поглощений – это процесс, направленный на увеличение собственности инвестора, рост прибыли, увеличение рентабельности капитала в форме увеличения курсовой стоимости акций и капитализации компании [1].

Так, Т. У. Кох и С. Мак Дональд в книге «Банковский менеджмент» дают следующее определение процессу слияния и поглощения: «Слияние – это объединение двух и более акционерных компаний, которые вовлечены в процесс выпуска акций новой компании. А поглощение происходит тогда, когда одна компания покупает акции другой» [2].

С. Ф. Рид, А. Р. Лажу в своей книге «Мастерство слияний и поглощений» отмечают, что «термин слияние имеет четко юридическое значение и не имеет ничего общего с тем, как будет осуществляться управление объединенными компаниями после слияния. Слияние происходит, когда одна корпорация соединяется в другой и растворяется в ней» [3]. «Корпоративное поглощение – процесс, предполагающий, что акции и активы корпорации становятся собственностью покупателя» [3].

В качестве одной из главных тенденций, оказывающих влияние на банковский сектор, можно отметить уменьшение количества коммерческих банков в Российской Федерации. В период с 2008 по 2015 гг. количество банков сократилось на 403 [4]. Причиной этому стала антикризисная политика страны после кризиса 2008 г. и кризисная ситу-

ация в стране и мире, начавшаяся в 2015 г. Также уменьшение количества банков обусловлено сложившимися тенденциями в банковской сфере, что подтверждается увеличением количества банков с высоким размером уставного капитала и уменьшением банков с небольшим уставным капиталом.

Так, в 2014 г. было совершено 478 сделок по слиянию и поглощению, а в 2015 г. было совершено 486 сделок [4]. Наблюдается положительная динамика.

В процессе совершения сделок по слияниям и поглощениям выявляется множество целей, которые преследуют участники сделки. К таким целям относятся: обеспечение преимущества на рынке капиталов, расширение рынка сбыта или сохранение доли на рынке, диверсификация бизнеса, увеличение клиентской базы, увеличение рентабельности капитала.

Мотивы совершения таких сделок разделяются на внешние и внутренние. Внешние – мотив монополии, так как позволяют после покупки другого банка (банков) повысить цены на услуги банка. Внутренние мотивы – личные мотивы менеджеров (поиск капитала для расширения бизнеса или желание уйти из бизнеса); «устранение неэффективности управления» (распространение качественного менеджмента на поглощаемый банк); «разница в рыночной цене компании и стоимости ее открытия» (купить действующий банк проще, чем создавать новый) [5].

Как правило, банк-покупатель ожидает получить синергетический эффект от данной сделки. Все синергетические эффекты можно разделить на два типа: операционные и финансовые. Операционные синергетические эффекты позволяют сократить административные и маркетинговые расходы. Положительным моментом также является то, что слияние позволяет повысить квалификационные знания, систематизировать бухгалтерский учет, менеджмент и финансовый контроль. В целом, такая сделка способствует увеличению рыночной ниши для банка-покупателя. Финансовый синергетический эффект включает в себя оптимизацию налогообложения. Например, одним из мотивов совершения сделки по слиянию для банка-покупателя может стать наличие налоговых льгот банка-продавца. В таком случае льготы переходят к банку, который покупает другой банк, что позволяет уменьшить налоговую базу.

С нашей точки зрения, наиболее распространенными целями при сделках слияния или присоединения в банковской сфере являются увеличение капитала, расширение регионов присутствия и получение сформированной клиентской базы.

Библиографический список

1. Федосова Н. С., Радюкова Я. Ю. Слияния и поглощения как инструмент повышения конкурентоспособности банковской системы // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 4.
2. Кох Т. В., Мак Дональд С. Банковский менеджмент [Текст]: учебник. Thomson, South-Western, 2003.
3. Рид С. Ф., Лажу А. Р. Искусство слияний и поглощений: учебник. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
4. Официальный сайт Банка России. URL: www.cbr.ru.
5. Степанов П. А. Слияния и поглощения в банковской сфере: цели и мотивы // Молодой ученый. 2014. № 18.

Научный руководитель *Т. В. Решетникова*

А. А. Нефедова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Различия в стратегии реагирования на изменение ключевой ставки ЦБ РФ федеральных и региональных банков

В сентябре 2013 г. в инструментарии Центрального банка Российской Федерации появился такой инструмент денежно-кредитной политики как ключевая ставка, которая устанавливается Центральным банком Российской Федерации (ЦБ РФ) в целях оказания воздействия на уровень процентных ставок, складывающихся в экономике страны. По существу, это ставка, по которой Банк России кредитует коммерческие банки.

До сентября 2013 г. основным ориентиром была ставка рефинансирования. Существуют определенные отличия ключевой ставки от ставки рефинансирования. Ставка рефинансирования – ставка, по которой ЦБ РФ представляет кредиты коммерческим банкам по межбанковским ссудам.

Ключевая процентная ставка – это ставка по кредитам и депозитам, которую определяет ЦБ каждой страны на определенный период. Данная ставка является основной при определении процентных ставок по кредитам и депозитам в коммерческих банках в стране, напрямую влияет на уровень инфляции и на котировки на рынке ценных бумаг. Если Центральный банк повышает ключевую процентную ставку, это, как правило, ведет к подорожанию национальной валюты и снижению инфляции.

Ключевая процентная ставка – это ставка, по которой ЦБ РФ выдает банкам кредиты сроком на одну неделю и та ставка, по которой он готов принимать деньги на краткосрочные депозиты. В 2016 г. планируется, что она уравнивается со ставкой рефинансирования. Ставка рефинансирования – это до недавнего времени «главная» ставка в ЦБ РФ. Именно от нее зависит расчет пеней и штрафов в России. И именно по этой ставке обычные банки возвращают занятые в ЦБ деньги, когда подходит срок займа. Таким образом, в длинных временных промежутках основной является ставка рефинансирования, в краткосрочной ежедневной деловой практике ЦБ РФ и коммерческие банки ориентируются на ключевую ставку.

Деление на региональные и федеральные банки остается важным по целому ряду причин. У банков разного масштаба существуют свои особенности в работе. Именно эти особенности позволяют клиентам, физическим и юридическим лицам, выбирать тот или иной банк для обслуживания.

Каналы привлечения фондирования у региональных кредитных организаций складываются из поддержки со стороны акционеров, рынка межбанковского кредитования, средств корпоративных клиентов, с которыми банк сотрудничает, и в значительном объеме – из привлеченных средств физических лиц, проживающих в регионе.

Многие региональные банки делают акцент именно на последнее направление. И для физических лиц определенного региона предложение по депозитам региональных банков выглядит привлекательнее. Именно эта тенденция очень ярко прослеживалась в начале 2015 г., когда многие банки сократили кредитование путем либо увеличения процентных ставок по кредитам для физических лиц, либо прекращения приема заявок на кредиты. На этом фоне высокие депозитные ставки региональных банков выглядели очень привлекательно.

В условиях нынешнего ослабления экономики, уменьшения доли иностранного капитала в основных секторах, а также внешнеэкономического волнения условия ведения деятельности у банков разного масштаба примерно уравниваются. На сегодняшний день можно говорить о том, что разделение банков на региональные и федеральные с учетом роста интернет-технологий «морально устаревает». Однако статус регионального банка дает право клиентам рассчитывать на индивидуальный подход в обслуживании, на глубокое проникновение в суть их потребностей со стороны кредитной организации и более теплое отношение в целом. Наша практика показывает, что клиентам важно, куда уходят и где работают их деньги. Если человек работает на местном предприятии или делает бизнес в этом городе, зарабатывает и тратит средства в конкретном населенном пункте, то возникает

психологический момент доверия к региональным банкам. Кроме того, каждому клиенту хочется, чтобы ему помогли на месте, прямо сейчас, и все желают вести дела с людьми, принимающими решения. Если сотрудник сильно ограничен в полномочиях, если он постоянно обращается в головной банк, если решение о выдаче кредита принимается где-то за сотни километров, то за всеми этими формальностями доверие клиента падает. В гибкости, хорошем знании клиента и возможности сработать быстрее состоят преимущества региональных банков.

Тем не менее остается открытым вопрос в огромном различии в размере активов. И если федеральные банки могут позволить себе держать уровень ставок по потребительским кредитам довольно высоким (при этом ставки в федеральных банках все равно ниже, чем в региональных) и не терять клиентов, региональные банки вместе со снижением ключевой ставки вынуждены снижать ставки по депозитам. Таким образом, у региональных банков существенно сокращается доход за счет снижения уровня привлечения средств населения.

Например, резкое изменение ключевой ставки произошло 15 декабря 2015 г. Ниже приведены сравнительные данные по активам банков в ноябре 2014 г. до изменения ключевой ставки, а также для сравнения январь 2015 г.

**Изменение размера активов региональных
и федеральных банков
в промежутке времени ноябрь 2014 – январь 2015 гг.**

Название банка	Ноябрь, 2014, тыс. р.	Январь, 2015, тыс. р.	Изменение, %
ВТБ24	1 341 595 630,00	2 735 566 373,00	103,9
Национальный Клиринговый Центр	1 101 313 762,00	1 489 477 939,00	35,25
Нейва	3 550 483,00	4 387 308,00	23,57
ЮниКредит Банк	1 127 257 386,00	1 384 673 921,00	22,84
ВТБ	6 966 844 969,00	8 363 248 420,00	20,04
ВУЗ-Банк	11 996 900,00	14 168 418,00	18,1
Альфа-Банк	1 962 205 694,00	2 312 738 407,00	17,86
Меткомбанк (Каменск-Уральский)	50 766 090,00	59 555 603,00	17,31
Сбербанк России	19 285 063 731,00	22 330 238 836,00	15,79
Россельхозбанк	2 142 605 685,00	2 419 161 370,00	12,91
Газпромбанк	4 217 244 613,00	4 722 887 700,00	11,99
ФК Открытие	2 572 458 296,00	2 879 597 990,00	11,94
Уралфинанс	1 577 294,00	1 749 603,00	10,92
Тагилбанк	1 661 365,00	1 795 310,00	8,06
Уральский Банк Рекон- струкции и Развития	233 951 997,00	247 993 587,00	6,0
Банк Москвы	2 051 923 053,00	2 165 034 716,00	5,51
Кольцо Урала	37 845 493,00	39 168 849,00	3,5

Окончание таблицы

Название банка	Ноябрь, 2014, тыс. р.	Январь, 2015, тыс. р.	Изменение, %
Плато-Банк	1 615 630,00	1 638 121,00	1,39
Первоуральскбанк	689 104,00	697 034,00	1,15
Екатеринбург	9 862 844,00	9 705 351,00	-1,6
СКБ-Банк	120 174 805,00	118 154 212,00	-1,68
Уралтрансбанк	17 280 196,00	16 458 435,00	-4,76
Уралприватбанк	1 047 502,00	856 285,00	-18,25
Уральский Межрегиональный Банк	4 991 711,00	4 016 394,00	-19,54

Как видно из таблицы, буквально за 2 месяца 5 из 10 ведущих региональных банков потеряли от 1,6% до 19,54% активов, тогда как все федеральные банки увеличили свои активы на величину от 5,51% до 103,9%.

Реакция федеральных банков на изменение ключевой ставки была двойной. Альфа-банк, Юникредитбанк в течение двух операционных дней подготовили новые тарифные предложения по беззалоговому кредитованию юридических и физических лиц. Сбербанк, ВТБ24, Газпромбанк и Банк Москвы заняли выжидательную позицию. Изменения в продуктовых предложениях этих банках произошли позже на несколько дней.

Региональные банки, напротив, сделали мощный акцент на привлечение средств населения, подняв на несколько пунктов ставки по срочным вкладам.

Из этих данных можно сделать вывод, что реагирование федеральных банков на изменение ключевой ставки принесло видимую выгоду. Однако сбалансированное реагирование региональных банков позволило удержаться на плаву вплоть до снижения ключевой ставки до 11%.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы. Единственно правильной стратегией региональных банков является использование сильных сторон – преимуществ по сравнению с федеральными банками.

1. Сохранение клиентов – юридических лиц, продолжение работы по кредитованию, привлечение средств предприятий на депозиты.

2. Поддержание клиентоориентированной работы с постоянными действующими клиентами – физическими лицами с учетом местного менталитета.

3. Разработка удобных и простых для конкретного региона дистанционных каналов обслуживания для снижения расходов на «непродающий» персонал.

4. Создание и продвижение сервисных продуктов для дополнительного дохода без привлечения средств населения.

5. Быстрое реагирование на изменение ключевой ставки, тогда как федеральные банки слишком неповоротливы в силу своих масштабов.

Самым главным преимуществом региональных банков остается возможность быстро подстраиваться под изменяющиеся условия на рынке через общение с каждым клиентом индивидуально.

Научный руководитель *М. С. Хохолуш*

Ю. А. Николаевская

*Уральский государственный экономический университет
(Каменск-Уральский)*

Оценка коммуникативной политики банка ВТБ24 (ПАО)

В условиях сложившейся рыночной экономики, конкуренция между производителями растет, ожесточенная борьба за конечного потребителя разворачивается в масштабных размерах. Каждая компания в условиях несовершенной конкуренции стремится разработать рекламную кампанию с целью: укорениться в своем секторе экономики, выбиться в лидеры, удержать лидерство, расширить или удержать свою рыночную долю, реклама – как средство для достижения тех или иных целей. В свою очередь банковская реклама признана быть действенным инструментом для привлечения клиентов, прежде всего физических лиц, а сложившаяся конкурентная среда и качественные изменения, произошедшие на рекламном рынке, требуют более профессионального подхода к планированию кампаний [1, с. 19].

Предлагаю проанализировать рекламные инвестиции банков, опубликовавших отчетность по МСФО за период с 2012 г. по 2014 г. включительно. Для удобства рассмотрения были взяты пять рейтинговых рекламодателей финансового сектора в зависимости от величины бюджетов и с затратами на рекламу бюджетом более 1 млрд р., а именно Сбербанк России, ВТБ24, Альфа Банк, Тинькофф Кредитные системы, Восточный Экспресс Банк [2]. Из представленных банков нас интересует банк ВТБ24, так как именно этот анализ внешней среды рекламной кампании в период с 2012 по 2014 гг. и является целью данного исследования.

Самый крупный рекламодатель на российском финансовом рынке – Сбербанк – направил на собственное продвижение в 2014 г. 9,6 млрд р., что составляет почти 42% всех расходов на рекламу в исследуемом сегменте. Общая сумма расходов исследуемого сегмента равна примерно

23 млрд р.. С учетом того, что главным рекламным драйвером 2014 г. стала Сочинская олимпиада, где Сбербанк был одним из крупнейших финансовых патронов, снижение рекламного бюджета по сравнению с 2013 г. на 600 млн р. демонстрирует явную маркетинговую осторожность банка в кризисном 2014 г.

**Анализ затрат на рекламу пяти крупных банков
в период с 2012 по 2014 гг., млрд р.**

Банк	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Абсолютное отклонение, млрд.		Относительное отклонение, %		Прибыль банка от рекламной кампании
				2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.	2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.	
1. Сбербанк России	9 600	10 200	9 600	600	-600	6,25	-5,88	290 300
2. ВТБ24	1 096	2 325	2 432	1 229	107	112,14	4,6	35 064
Альфа-Банк	671	1 259	1 478	588	219	87,63	17,39	1 268
3. Тинькофф Кредитные системы	1 286	1 768	1 394	482	-374	37,48	-21,15	3 575
4. Восточный Экспресс Банк	1 245	1 481	1 115	236	-366	18,96	-24,71	-10 706

Примечание. Составлено автором по: [2–4].

Второй, из самых крупных банков – ВТБ24. Его вклад в рекламную кампанию растет с каждым годом. Мы видим, что в 2013 г. банк активно вкладывался в рекламу, что на 112,14% превысило вложения в 2012 г. Анализируя 2014 г., можно сказать, что банк не сбросил свои обороты, а отрицательную сторону, что сделал Сбербанк России. Кризис 2014 г. не стал причиной снижения затрат. Тому подтверждение, что в 2014 г. банк ВТБ24 на 4,6% увеличил свои вложения в рекламу.

Рассматривая Альфа-Банк можно отметить, что рекламный бюджет схож с банком ВТБ24. Альфа-Банк аналогично показывает хороший прирост к каждому отчетному году. Но данный прирост отражается на прибыли не в той мере, в которой бы хотелось банку. К примеру, по отношению к 2012 г., в 2013 г. банк увеличил расходы на рекламу на 87,63%, а к 2014 г. увеличил свои вложения еще на 17,39%. Но прибыль, которую банк получил от рекламы в 2014 г. составила 1 268 млрд р., что на 2665,3% меньше, чем в банке ВТБ24.

Анализируя показатели банков Тинькофф Кредитные системы и Восточный Экспресс Банк, можно отметить, что его вложения в рекламу неоднозначны, и с каждым рассматриваемым годом увеличиваются и уменьшаются примерно на одинаковую сумму. Например банк

Тинькофф в 2013 г. увеличил свои затраты на рекламу на 482 млрд. р., что на 37,48% больше, чем в 2012 г. Но в 2014 г. он решил сократить свои затраты на 21,15%, чему скорее всего послужил кризис. Рассматривая Восточный Экспресс Банк можно отметить, что в 2013 г. банк нарастил свои затраты на 18,96%, по отношению у 2012 г., и аналогично банку Тинькофф вследствие кризиса сократил их на 24,71%.

Проанализировав данную таблицу можно отметить, что банк ВТБ24 занимает вторую позицию по затратам на рекламу и превосходит по показателям такие банка как Альфа-Банк, Тинькофф Кредитные системы в несколько раз. Но не может превзойти Сбербанк России. В первой пятёрке лидирующих по затратам на рекламу банков наблюдается значительный разброс – как в динамике бюджетов за последние три года, так и по размерам прибыли. Так, у трех компаний Сбербанк России, Тинькофф Кредитные системы, Восточный Экспресс Банк, движение затрат в период 2012–2014 гг. происходило нелинейно – рост в 2013 г. и снижение в 2014 г. У двух ВТБ, Альфа-Банк, тенденция роста сохранилась и в кризисном 2014 г. При этом убыточной по результатам прошлого года оказалась работа одного банка из пяти: Банка Восточный Экспресс. Зато у таких банков как Сбербанк России и ВТБ24 прибыль на порядок превысила маркетинговые инвестиции.

Проанализировав затраты на рекламу пяти крупных банков в период с 2012 по 2014 гг., и поверхностно затронув 2015 г., можно выделить несколько проблем, которые затрагивают банк ВТБ24 и мешают его развитию:

- стандартность и неотличимость предоставляемых услуг банками;
- сужение идей для творчества в рекламной кампании;
- обслуживание клиентов в клиентском центре и достоверность рекламных условий;
- концентрация внимания на одном секторе услуг;
- высокие затраты и относительно низкая прибыль;
- стремление банка занять хорошую позицию за счет рекламы и превзойти другие банки или высокие затраты на дорогую рекламу, нежели на дешёвую;
- недостаточно квалифицированный персонал в работе с рекламой.

Чтобы рекламная политика банка была эффективной и оптимизированной, мы разработали несколько рекомендаций, которые помогут банку ВТБ24 в его дальнейшем развитии.

Важными и главными целями рекламной кампании банка обязательно должны стать:

- максимальное удовлетворение потребности клиентов различных категорий по количеству и качеству банковских продуктов и услуг;

дальнейшее укрепление позиций банка на рынке посредством максимального удовлетворения потребностей клиентов и отдельных сегментов клиентов;

поиск корпоративных и приоритетных клиентов.

Для эффективности рекламной деятельности, основными задачами являются:

развитие и раскручивание бренда банка, формирование его и продвижение, а именно бренда ВТБ;

разработка стандартов внешнего и внутреннего вида клиентских центров, полное соответствие их плануграмме и актуальности рекламы;

проведение рекламных мероприятий, промо акций, направленных на усиление имиджа организации и развитие бренда банка;

развитие банковского сектора в области рекламных исследований, а именно более точное распределение средств бюджета банка на эффективные каналы рекламы;

формирование эффективной системы мониторинга рекламы конкурентов и анализа эффективности данных;

формирование маркетинговой стратегии банка в отношении сегментов клиентов и продуктового портфеля, отдельных продуктов и групп продуктов, в т.ч. программ лояльности и пакетных предложений клиентам с целью формирования клиентоориентированного предложения банка;

создание эффективной системы планирования рекламы, ее размещения в регионы.

Библиографический список

1. Головлева Е. Л. Основы рекламы: учеб. пособие. М.: Главбух, 2003.
2. *Банки.ру*. URL: <http://www.banki.ru>.
3. Информационное агентство. Банк Информ Сервис. URL: <http://bankinform.ru>.
4. *Сайт* о рекламе и маркетинге в России и мире. URL: <http://adindex.ru>.

Научный руководитель *Е. С. Шукина*

Особенности участия на рынке ценных бумаг эмитентов и инвесторов

Рынок ценных бумаг является частью финансового рынка, которая осуществляет перераспределение финансовых ресурсов между субъектами экономических отношений, а именно населением, предприятиями и государством путем купли-продажи ценных бумаг. Ценными бумагами являются документы, соответствующие установленным законом требованиям и удостоверяющие обязательственные и иные права, осуществление и передача которых возможны только при предъявлении таких документов (документарные ценные бумаги)¹.

Рынок ценных бумаг способствует привлечению средств в виде инвестиций для развития производства, обеспечивает перелив капитала из затухающих отраслей в быстро прогрессирующие отрасли [1].

Российский рынок ценных бумаг можно отнести к развивающимся рынкам. Его развитие приходится на конец 80-х-начало 90-х гг. двадцатого века. Рынок ценных бумаг в Российской Федерации существует и «в своем развитии он не копирует ни одну из сложившихся на западе моделей фондовых рынков» [2, с. 146].

Развитие рынка ценных бумаг не ведет к ликвидации других рынков капиталов, а, наоборот, происходит процесс их взаимопроникновения. С одной стороны, рынок ценных бумаг привлекает к себе капиталы, но с другой стороны перемещает эти капиталы на другие рынки, способствуя их развитию.

К особенностям рынка ценных бумаг можно отнести существенный объем внебиржевого вторичного оборота акций. На внебиржевом рынке осуществляется торговля ценными бумагами не на фондовых биржах, и рынок может являться как организованным, так и неорганизованным. Рынок, где ценные бумаги многократно перепродаются, то есть обращаются, называют вторичным рынком. От уровня развития вторичного рынка, его мобильности, активности зависит и уровень конкретного рынка ценных бумаг. На долю фондовой биржи на вторичном рынке ложится большая ответственность, так как через нее осуществляется торговля. Фондовой биржей признается организатор

¹ *Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1: федер. закон от 30.11.1994 г. № 52-ФЗ (ред. от 31.01.2016 г.). URL: <http://www.consultant.ru>.*

торговли на рынке ценных бумаг, отвечающий требованиям, установленным законом¹.

Ведущей торговой площадкой в Российской Федерации является фондовая биржа Московской межбанковской валютной биржи. На ее долю приходится 99% всех биржевых операций с ценными бумагами в Российской Федерации.

Основными участниками рынка ценных бумаг являются эмитенты и инвесторы. Этих участников, в зависимости от отношения к данному рынку, относят к группе «клиентов» или «пользователей фондового рынка», профессиональная деятельность которых лежит вне рынка ценных бумаг.

Эмитентам является юридическое лицо, исполнительный орган государственной власти, орган местного самоуправления, которые несут от своего имени или от имени публично-правового образования обязательства перед владельцами ценных бумаг по осуществлению прав, закрепленных этими ценными бумагами². Эмитент осуществляет эмиссию и определяет ее условия и первичное размещение ценных бумаг. Также наделяет ценные бумаги инвестиционными качествами, привлекательными для будущих покупателей. Инвесторами могут быть физические и юридические лица, создаваемые на основе договора о совместной деятельности и не имеющие статуса юридического лица объединения юридических лиц, государственные органы, органы местного самоуправления, а также иностранные субъекты предпринимательской деятельности. Инвесторы осуществляют капитальные вложения на территории Российской Федерации с использованием собственных и (или) привлеченных средств в соответствии с законодательством Российской Федерации³. Инвесторы преследуют такие цели, как: сохранение капитала, получение дохода от капитала, прирост капитала.

В зависимости от цели инвестирования инвесторов можно разделить на:

стратегических инвесторов, которые стремятся получить собственность, полностью овладев пакетом акций акционерного общества, и, рассчитывающие получить доход от использования этой собственности, превышающий доход от владения акциями;

портфельных инвесторов, которые в свою очередь стремятся получить доход от ценных бумаг, находящиеся в его распоряжении.

¹ *О рынке ценных бумаг*: федер. закон 22.04.1996 г. № 39-ФЗ (ред. от 13.07.2015 г.). URL: <http://www.consultant.ru>.

² Там же.

³ *Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений*: федер. закон от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.). URL: <http://www.consultant.ru>.

Обслуживание эмитентов и инвесторов осуществляют профессиональные участники рынка ценных бумаг. Профессиональными участниками рынка ценных бумаг являются юридические лица, осуществляющие виды профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг в соответствии с Федеральным законом «О рынке ценных бумаг».

В заключение можно отметить, что особенностью деятельности эмитентов и инвесторов на рынке ценных бумаг является то, что они используют этот рынок не как профессию, а как «специальное место» для деловой деятельности, из которого извлекают пользу по мере необходимости. Например, эмитенты обращаются к рынку ценных бумаг, когда им требуется привлечь долгосрочные или среднесрочные капиталы. Инвесторы же используют этот рынок, когда необходимо на некоторое время вложить имеющийся капитал с целью сохранения и приумножения капитала. Также важно отметить и тот факт, что инвесторы и эмитенты взаимосвязаны. Эмитент, поставив на рынок ценную бумагу, несет от своего имени обязательства перед инвесторами.

Российский рынок ценных бумаг имеет большой потенциал развития, связанный с недостаточностью объемов привлеченного капитала у предприятий реального сектора экономики. Совершенствование рынка ценных бумаг с целью усиления его воздействия на экономический рост в России возможно, за счет усиления государственного регулирования в этой сфере, а соответственно повышения его прозрачности для всех субъектов взаимодействия.

Библиографический список

1. Берзон Н. И., Буянова Е. А., Кожевников М. А. Фондовый рынок: учеб. пособие для высших учебных заведений экономического профиля. М.: Вита-Пресс. 1998.

2. Шевцова С. Г. Финансовый рынок за полчаса. Как создать и приумножить личный капитал. СПб.: Питер, 2007.

А. А. Попова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Состояние российского рынка ипотечного жилищного кредитования в условиях экономического кризиса

Одной из наиболее распространенных форм кредитов в развитых странах являются ссуды под недвижимость, или ипотечные кредиты. Самые крупные направления кредитования под недвижимость – ссуды на покупку и строительство жилья, на освоение земельных участков,

под нежилые строения коммерческого и промышленного назначения [2, с. 233].

В современных экономических условиях ипотечное кредитование представляет собой основной способ решения жилищного вопроса граждан. Приоритетом государства является обеспечение населения комфортным и доступным жильем. Существующие доходы большинства людей не позволяют улучшить жилищные условия за счет собственных средств, в связи с чем для решения данной проблемы необходимо развитие и совершенствование системы ипотечного жилищного кредитования, которая является доминирующим источником финансирования приобретения жилья [3].

Ипотечное кредитование содержит в себе огромный потенциал экономического развития, влияет на повышение стабильности и эффективности функционирования банковской системы страны, что в совокупности определяет социально-экономическую базу модернизации [1, с. 2].

События 2014–2015 гг. во многом обуславливают падение рынка ипотечного кредитования. Нестабильная экономическая ситуация, повышение ключевой ставки в декабре 2014 г. до 17%, ослабление национальной валюты существенно сказались на темпах роста данного сегмента. В начале 2015 г. средневзвешенная ставка по ипотечному кредиту в среднем по стране составляла 19%. Вырос и минимальный первоначальный взнос – с 20 до 40–50% стоимости залога. Это позволило отказаться от покупки недвижимости под залог широким слоям населения и стало причиной существенного ослабления рынка ипотечного кредитования. Рассмотрим данные по ипотечному жилищному кредитованию по итогам 2014–2015 гг. (см. таблицу).

**Годовые сведения об ипотечных жилищных кредитах,
предоставленных кредитными организациями
физическим лицам-резидентам в РФ за 2014–2015 гг.**

Наименование	2014	2015	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Количество выданных ИЖК, шт, в т.ч.	1 012 814	691 943	-320 871	68,3
количество выданных ИЖК в рублях, шт.	1 012 064	691 852	-320 212	68,4
количество выданных ИЖК в валюте, шт.	750	91	-659	12,1
Объем выданных ИЖК, млн р., в т.ч.	1 764 126	1 176 171	-587 955	66,7
объем выданных ИЖК в рублях, млн р.	1 753 294	1 143 568	-609 726	65,2
объем выданных ИЖК в валюте, млн р.	10 832	3 771	-7 061	34,8
Объем задолженности по выданным ИЖК, млн р., в т.ч.	3 528 379	3 920 442	392 063	111,1

Окончание таблицы

Наименование	2014	2015	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
объем задолженности по выданным ИЖК в рублях, млн р.	3 391 888	3 789 403	397 515	111,7
объем задолженности по выданным ИЖК в валюте, млн р.	136 491	131 039	-5 452	96,0
Объем просроченной задолженности по выданным ИЖК, млн р., в т.ч.	46 097	66 083	19 986	143,4
объем просроченной задолженности по выданным ИЖК в рублях, млн р.	28 954	39 396	10 442	136,1
объем просроченной задолженности по выданным ИЖК в валюте, млн р.	17 143	26 687	9 544	155,7

Примечание. Составлено автором по [5].

Из представленных данных стоит отметить сокращение в 2015 г. общего количества выданных ипотечных жилищных кредитов на 320 871 шт. В частности, по сравнению с 2014 г., в 2015 г. существенно сократилось число валютных ИЖК – на 87,9 п. п., что в абсолютной величине составляет 659 шт. Общий объем выданных ипотечных кредитов аналогичным образом сократился на 33,3 п. п. Объем выданных ИЖК в валюте в 2015 г. потерял порядка 65,2 п. п. и по итогам года составил 3 771 млн р. По показателям задолженности по ипотечным кредитам, напротив, отмечается увеличение. По итогам 2015 г. в сравнении с результатами 2014 г. наблюдается увеличение объема задолженности по предоставленным рублевым ипотечным кредитам на 11,7 п. п., что эквивалентно 397 515 млн р. Задолженность по валютным ИЖК сократилась на 4 п. п. Значительно выросли показатели объемов просроченных задолженностей по ипотечным кредитам. Просроченная задолженность по кредитам, предоставленным в рублях в 2015 г. возросла на 36,1 п. п., что составляет 10 422 млн р. Рост просроченной задолженности по валютным ИЖК составил 55,7 п. п., т.е. объем на 9 544 млн р.

В 2014 г. эксперты попытались выявить проблемы развития ипотечного кредитования в РФ, и найти пути оперативного решения, по итогам 2015 г. этот список пополнился. Специалисты выяснили, что ипотека в нашей стране развивается, но пока еще не заняла того места, которое смогло бы помочь населению в решении жилищной проблемы [4].

К основным проблемам ипотечного кредитования относятся: низкая платежеспособность населения. Низкий уровень доходов населения в период кризиса, и, как следствие, низкая платежеспособность являются основными проблемами, тормозящими развитие ипотечного кредитования в России. Заемщики должны быть уверены, что будут способны своевременно и в полном объеме расплатиться по

своим обязательствам, и не лишиться недвижимого имущества, за которое они выплатили часть денежных средств;

высокий уровень инфляции. Кредитные организации сталкиваются с ситуацией, когда, с одной стороны, вкладчики не станут держать деньги на депозитах при ставках ниже инфляции, а с другой, доходы потенциальных заемщиков растут меньшими, чем этот уровень, темпами [4];

нестабильная экономическая ситуация. Экономика России преимущественно зависит от мировых цен на ресурсы и от экономической ситуации в мире. Соответственно, размещение долгосрочных ипотечных займов сопряжено для банков с большими рисками. Для покрытия рисков кредитные организации повышают процентные ставки по долгосрочным займам, что значительно уменьшает количество потенциальных заемщиков, способных обслуживать кредит;

отсутствие ресурсной базы. Как правило, привлеченные ресурсы банка имеют краткосрочный характер – вклады и депозиты сроком до 1 года и остатки на счетах до востребования. Для осуществления долгосрочного кредитования, кредитным организациям необходимо располагать достаточными пассивами, то есть привлекать средства на такой же срок. В период кризиса это сделать практически невозможно;

монополизация рынка кредитования. Рынок первичного жилья до сих пор непрозрачен. Зачастую возможность строить новые жилые дома имеет узкий круг компаний. Отсутствие здоровой конкуренции между застройщиками приводит к искусственному повышению и удержанию высоких цен на жилую недвижимость, в результате чего, продукты ипотечного кредитования становятся недоступными для рядовых потребителей. Когда рынок долевого строительства перестанет быть монополизированным, это автоматически приведет к решению целого ряда проблем ипотечного кредитования – цена на недвижимость снизится в соответствии с рыночными условиями [4];

проблемы ипотечного кредитования, связанные с миграционной политикой. Кредиты, предоставляемые на строительство или покупку жилья, получают все большее распространение в крупных городах и наиболее развитых регионах, где наблюдается существенная разница в уровне жизни по сравнению с другими субъектами РФ. В результате этого в наиболее благополучные центры возрастает поток мигрантов, увеличивая тем самым спрос на недвижимость;

проблема валютного ипотечного кредитования. Ослабление курса национальной валюты стало причиной возникновения трудностей у валютных заемщиков с погашением долгосрочных ипотечных кредитов. Большинство из них заключали договор займа, когда стоимость доллара находилась в районе 30 р. В 2014 г. американская валюта подорожа-

ла до 60–70 р. за 1 дол. Платежи по кредитам автоматически увеличились в несколько раз. Многие заемщики потеряли возможность выплат, а стоимость их квартир оказалась меньше размера задолженности.

В условиях текущей нестабильной экономической ситуации в Российской Федерации увеличилось число проблем в ипотечном кредитовании. В целом же на сегодняшний день таких проблем достаточно много, и все они требуют своевременного грамотного решения. Безусловно, государство не бездействует, вводит поправки в законодательство, дает ценные рекомендации кредитным организациям, борется с инфляцией и нестабильностью в экономике страны в целом. Несмотря на это, проблемы на рынке ипотечного кредитования на сегодняшний день остаются, что связано как с самими кредитными организациями, так и с финансовой безграмотностью населения, с несовершенством законодательной базы, несколько не соответствующей недавно сложившимся экономическим условиям в стране. Следовательно, постепенное урегулирование существующих на сегодняшний день недостатков на рынке ипотечного кредитования возможно только исходя из гибкого, комплексного и всеохватывающего подхода к решению проблем.

Библиографический список

1. *Литвинова С. А.* Ипотечное кредитование: проблемы и пути решения: монография. Ростов н/Д: Изд-во ЮРИУ РАНХиГС, 2014.
2. *Маховикова Г. А., Касьяненко Т. Г.* Экономика недвижимости: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. М.: КноРус, 2014.
3. *Мусина Д. С., Мусин Р. М.* Жилищное ипотечное кредитование: перспектива для макроэкономики // Новый университет. Сер.: Экономика и право. 2012. № 10. С. 62–64.
4. *Информационный портал о банках, вкладах, кредитах.* URL: <http://www.banki.ru>.
5. *Центральный Банк Российской Федерации.* URL: <http://www.cbr.ru>.

Научный руководитель *А. А. Маркова*

Ю. А. Рубникович, М. С. Апанович

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Особенности функционирования коммерческого банка в условиях неопределенности

Рассмотрение функционирования банка показывает, что все его действия несут в себе только расходную часть, а цель обусловлена внешней средой, т.е. потребителем. Соответственно формирование ис-

точников средств и их использование требует прогнозирования состояния банка при взаимодействии с внешней средой.

Под внешней средой понимается совокупность переменных, которые находятся за пределами системы и не являются сферой непосредственного воздействия со стороны менеджмента [4].

При этом наличие непосредственного взаимодействия банка с внешней средой подразумевает, что банк будет представлять собой открытую систему.

Под данной системой подразумеваются системы, активно взаимодействующие с внешней средой, причем наблюдатель прослеживает это взаимодействие не полностью, оно характеризуется высокой неопределенностью [6].

Внешняя среда накладывает в свою очередь неопределенность на деятельность банка, что подразумевает риск в его деятельности. Как справедливо отмечается в работе «Управление риском ликвидности банка» необходимо учитывать двойственность взаимодействия банка с внешней средой как механизм аккумуляции и перераспределения средств [3, с. 48].

Неопределенность – это наличие факторов, при которых результаты действий не являются детерминированными, а степень возможного влияния этих факторов на результаты неизвестна [5].

Риск – это любое событие или действие, которое может неблагоприятно отразиться на достижении организацией ее деловых целей и помешать, таким образом, успешно реализовать свою стратегию [2, с. 63].

Соответственно возникает следующая ситуация функционирования банка (см. рисунок).

Как видно из функционирования действия банка в условиях неопределенности как открытой системы в своем развитии обусловлены эволюционной парадигмой [1, с. 369].



Концептуальная модель функционирования банка в условиях неопределенности [1, с 22]

Суть ее сводится к тому, что развитие объекта, процесса или явления обусловлена будущим, а не прошлым, а значит прогнозирование невозможно, соответственно управленческие (финансовые), решения являются не научно обоснованными. В следствие появляется необходимость разрешения парадокса принятия решений в условиях неопределенности, при использовании современной системы научных знаний в рамках развития банка.

Ограничение в принятии решений банком в условиях неопределенности является суждение, представленное в рамках принципа неопределенности Гейзенберга [7]. Суть данного принципа заключается в том, что при определении действий в рамках принятия решений, банк получает бесконечную неопределенность в получаемом результате и наоборот.

Исходя из сложности при взаимодействии банка с внешней средой, ключевыми особенностями будут выступать нелинейность, неустойчивость и флуктуация (динамика). Соответственно использование формализованных (детерминированных методов) невозможно в силу отсутствия в них прогностического потенциала, который, как правило, базируется на прошлом. Выходом на первый взгляд является использование эвристического метода, который, по сути, и представляет продукт труда экономиста.

Эвристика (с греческого переводится как «отыскиваю», «открываю») – это отрасль знания, изучающая творческое, неосознанное мышление человека [8]. В основе лежат различные источники данных, в т.ч. и статистические и на основании интуиции, опыта происходит процесс обработки, однако на результат в конечном итоге будет воздействовать сознание.

С другой стороны такой подход к изучению развития имеет ряд недостатков, такие как субъективизм и низкая убедительность. Действительно результат, который имеет семантическую форму необходимо привести к конкретному (числовому) значению, в итоге переходя к «гонке за точностью» происходит потеря прогностического потенциала эвристического метода.

Резюмируя вышесказанное, автор полагает необходимым для научно-обоснованных финансовых решений в условиях взаимодействия банка с внешней средой использование нечетких экспертных систем и кибернетики. Такой подход позволит реализовать прогностический потенциал, заложенный в эвристический способ познания (как единственный возможный в условиях неопределенности) и повысит его убедительность за счет реализации семантической составляющей через нечеткую логику и получению вероятностной оценки.

Библиографический список

1. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 2014.
2. Ларионова И. В. Риск-менеджмент в коммерческом банке: монография. М.: КноРус, 2014.
3. Марамыгин М. С., Суплаков Д. А. Управление риском ликвидности банка // Управленец. 2012. № 9/10. С. 46–50.
4. Экономический портал. URL: <https://allendy.ru/teoria-org/297-vneshn-sreda.html>.
5. Управление рисками, риск-менеджмент на предприятии. URL: <http://www.risk24.ru/neopred.htm>.
6. Открытая система. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Открытая_система_\(физика\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Открытая_система_(физика)).
7. Принцип неопределенности. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Принцип_неопределенности.
8. Эвристика. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Эвристика>.

Научный руководитель *М. С. Марамыгин*

А. И. Рыбина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Возможности национальных и региональных банков на рынке потребительского кредитования

Кризисные явления в экономике в 2014–2015 гг. стали серьезным испытанием для банковского сектора в целом и для региональных банков в частности.

Доступность внешнего финансирования для банков была сокращена в силу общего роста геополитической напряженности, снижения кредитных рейтингов, номинального ослабления рубля, введения санкций против крупнейших российских банков [1].

Ограниченность финансовых ресурсов и возросшие кредитные риски подтолкнули российские банки к использованию политики кредитного рационирования, которая предполагает ограничение выдачи новых кредитов менее надежным заемщиками и сокращение кредитования по наиболее рискованным направлениям.

Тенденция роста региональной экспансии крупных банков после кризиса 2008–2009 гг. [2] сменилась сокращением их присутствия в регионах в 2014–2015 гг. Наблюдались отзывы лицензий не только у небольших региональных банков, но и у национальных банков.

Стремление национальных банков повысить качество портфеля своих активов отразилось на постепенном замещении ипотечным кредитованием прочих кредитов населению. По состоянию на 01.03.2015 г. годовой темп прироста ипотечного кредитования превысил 30%, тогда как аналогичный показатель для потребительских кредитов не превышал 3% [3].

Аналогичная ситуация наблюдалась и на региональных кредитных рынках. Именно ипотечное кредитование по своему росту занимало доминирующую позицию. То есть, как национальные, так и региональные банки в последнее время стремились выдавать крупные кредиты населению, на длительный срок, под сравнительно низкую процентную ставку.

Уровень кредитных рисков в анализируемом периоде определял собой структуру прироста региональных кредитных портфелей. В регионах с наиболее высоким уровнем просроченной задолженности по потребительским кредитам, таких как Ингушетия, Кабардино-Балкария, Бурятия, портфель потребительских кредитов умеренно сокращался. И, наоборот, в регионах с наиболее высоким качеством потребительских кредитов, к примеру, Чукотский автономный округ, Саха, Алтай, Тюменская область, происходило увеличение потребительского кредитования, что внесло значительный вклад в прирост розничного кредитного портфеля, в Республике Алтай этот вклад даже превысил вклад ипотечного кредитования [4].

Однако, не смотря на особенности банковского развития в отдельных регионах, необходимо все же заметить, что на большинстве региональных рынков кредитная политика банков была ориентирована на замещение потребительских кредитов ипотечными.

Еще одной тенденцией 2015 г. стало ужесточение ценовых и неценовых условий по потребительскому кредитованию на региональных кредитных рынках, в большей степени, чем по ипотечному. В результате этого, на всех региональных рынках увеличилась доля ипотечных кредитов в розничном кредитном портфеле.

При этом наблюдался и значительный разброс ставок по потребительским кредитам в разных регионах, при том, что в значительной степени различалось и соотношение ставок по ипотечным и потребительским кредитам.

Следовательно, негативные явления в экономике predeterminedили стратегию поведения как национальных, так и региональных банков, которые нацелены на улучшение качества кредитного портфеля за счет сокращения потребительского кредитования.

В части потребительского кредитования в регионах для национальных банков остаются возможности сотрудничества с государством

в рамках совершенствования законодательства. Для региональных банков повышение уровня своей конкурентоспособности связано, в первую очередь, с разработкой гибких программ для разных категорий заемщиков.

Библиографический список

1. Егоров А. В., Меркурьев И. Л., Чекмарева Е. Н. Российский рынок кредитования населения: основные проблемы и тенденции развития // Деньги и кредит. 2013. № 10.

2. Егоров А. В., Осипова Ю. В., Чекмарева Е. Н. Многообразие траекторий развития региональных кредитных рынков в 2014-м – начале 2015 г. // Деньги и кредит, 2015. № 4. С. 11–19.

3. Ильченко Л. Н. Региональное потребительское кредитование: жизнь после кризиса // Теория и практика общественного развития, 2011. № 2.

4. Золотарев В. С., Баско О. В., Рыбчинская И. В. Региональный банковский сектор и его роль в развитии экономики Ростовской области // Деньги и кредит. 2013. № 3.

Научный руководитель *Т. А. Чилимова*

М. С. Сарафанова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Убыточно или прибыльно ОСАГО для страховых компаний?

Сегодня от страховщиков часто можно услышать, что страхование автогражданской ответственности является убыточным. Многие задаются вопросом «почему?» Ведь объем премий превышает сумму выплат. Однако не все так просто.

На сегодняшний день ОСАГО регулируется федеральным законом от 25.04.2002 г. № 40-ФЗ (ред. от 28.11.2015 г.) «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», в который ежегодно вносятся изменения. Последние изменения выглядят следующим образом.

Страховая сумма в части возмещения вреда, причиненного имуществу каждого потерпевшего	120 тыс. р.	400 тыс. р. (с 1 октября 2014)
Страховая сумма в части возмещения вреда, причиненного жизни или здоровью каждого потерпевшего	160 тыс. р.	500 тыс. р. (с 1 апреля 2015)

Наряду с повышением страховых сумм по выплатам по жизни и здоровью, в апреле того же года повысились тарифы на ОСАГО: базовый тариф вырос на 40%, а тарифный коридор, которого страховщи-

ки придерживаются, устанавливая цену полиса, расширился с 5 до 20%. В некоторых случаях цена полиса ОСАГО выросла сразу на 60% и более. До этого тарифы повышались в октябре 2014 г. – на 23–30% [5].

Страховщики давно говорят о том, ОСАГО для них не прибыльно. Потому что установленные цены на полис не идут в сравнение с тем, какие суммы по ним приходится выплачивать. Поэтому страховщики продвигали не только ОСАГО, но и другие виды страхования в обязательном порядке [4].

Но и эти изменения не удовлетворили заявлениям страховых компаний. Несмотря на увеличение своих резервов, в связи с повышением стоимости полиса ОСАГО, ответственность страховых компаний тоже выросла в несколько раз.

Это можно увидеть из данных таблицы [1] ниже: сумма выплат по страховым случаям за 2015 г. выросла по сравнению с 2014 более чем на треть и составила 121 929 млрд р., из них 39,1 млрд р. – по страховым случаям прошлого года. По словам президента Российского союза автостраховщиков Игоря Юргенса, разница между премиями и выплатами составила 98,3 млрд р., но, в прибыль компании зачисляют себе всего 2,5 млрд р., или примерно 1% [6]. Около 23% сборов закон разрешает направлять на ведение дел – организацию системы продажи ОСАГО. За вычетом этих 23% остается около 169 млрд р., которые можно направлять на выплату возмещений.

Показатель	2014	2015
Сбор премий, млрд р.	150,371	220,198
Сумма выплат по страховым случаям, млрд р.	89,079	121,929
Средняя премия, р.	3 530	5 530
Средняя выплата, тыс. р.	35 770	49 386

Кроме того, РСА ожидает резкого роста выплат по страховкам жизни и здоровья из-за расширения лимитов и упрощения порядка получения компенсаций – в структуре выплат за 2015 г. это будет примерно 5,5 млрд р. Обычно лишь четверть премий, собранных за год, выплачивается в виде компенсаций в том же году. Полис, купленный в этом году действует и в следующем, а убыток по нему может быть урегулирован год спустя. Игорь Юргенс утверждает, что договоры ОСАГО, заключенные в 2015 г., оставят страховщиков с нулевой прибылью.

Что касается страхователей, то с повышением тарифов они увеличили свои страховые взносы. Как видно средняя премия возросла до 5 530 р. Также произошло увеличение количества страхователей, отказавшихся от покупки полиса. По данным РСА в 2015 г. от страховщиков ушло почти 3 млн клиентов, часть из них выбрали поддельные полисы ОСАГО.

Далеко не все страхователи доверяют цифрам страховых компаний. Автовладельцы считают, что страховщики традиционно предоставляют лишь конечные цифры и не показывают, как они их считали, – в эти расчеты трудно поверить.

Что предлагается сделать для решения данных проблем?

Еще при введении ОСАГО страховщики должны были понимать, что этот бизнес неприбыльный, но помогающий привлекать клиентов и предлагать им другие полисы. Экономические условия ухудшились, люди затянули пояса – пусть затянут их и страховщики, советует Александр Коваль, председатель организации по защите прав страхователей «За справедливые выплаты» [2].

Эксперты же считают, что необходимо увеличивать базовые тарифы и вводить достаточно широкий тарифный коридор, что перейти к более свободному ценообразованию на полисы ОСАГО.

Также нужно способствовать формированию гибкой системы тарификации, когда для аккуратных водителей цена полиса резко сократится, а для аварийных – повысится.

Вдобавок, нужно менять правоприменительную практику по судебным спорам ОСАГО и утверждать единую методику оценки ущерба при ДТП, чтобы исключить сам факт споров по сумме возмещения. В противном случае уход добросовестных страховщиков из ОСАГО неизбежен – сначала в наиболее убыточных регионах, а потом, по мере роста выплат, и в целом по стране [3].

Библиографический список

1. *Итоги* года: ОСАГО с человеческим лицом. Korins. Клуб журналистов. URL: <http://www.korins.ru/posts/1449-itogi-goda-osago-s-chelovecheskim-litsom>.
2. *Каверина М.* Страховщикам тариф маловат [Текст]// Каверина М.// Газета «Ведомости». 2014. № 4014.
3. *Легчилин А.* Убыточное или неубыточно? // Профиль. URL: <http://www.profile.ru/pryamayarech/item/79084-ubytochnoe-ili-neubytochnoe>.
4. *Можно ли получить ОСАГО без страхования жизни, и почему такое требование выдвигают страховщики.* Портал Strahovkunado.ru. URL: <http://strahovkunado.ru/auto/osago/bez-strakhovaniya-zizni.html>.
5. *ЦБ утвердил новые тарифы ОСАГО.* Портал «Век». URL: <http://wek.ru/cb-utverdil-novye-tarify-osago>.
6. *Экономика ОСАГО: 1 рубль премии на 1 рубль выплат.* Новости РСА. URL: http://www.autoins.ru/ru/about_rsa/news/rsa?article-id=393B658A-D172-42C5-917F-D72997DEB859.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

Проблемы банковского рынка в России

За последние несколько лет банковский рынок претерпел существенные изменения, сказалось негативное влияние макроэкономической ситуации в стране.

Основными проблемами банков стали массовые отзывы лицензий со стороны мегарегулятора (ЦБ РФ) – так называемая «очистка банковского рынка», плохая задолженность по кредитам, в особенности по кредитам физических лиц, отсутствие источников внешнего финансирования (западные санкции), что привело к нарушению привычного ритма работы, вызвало необходимость сокращения расходов за счет увольнения персонала и ухудшение качества активов.

В статье рассматриваются вышеперечисленные проблемы и мероприятия по их ликвидации.

В статье банковским рынком будем считать рынок банковских услуг, включающий в себя универсальные банки, специализированные банки и небанковские кредитные организации [1].

С 2013 г. на банковском рынке очевидной стала тенденция постоянного снижения количества банков. Данный факт подтверждают эксперты, которые считают, что в ближайшие годы в России останется около 500–600 банков [1; 6].

По состоянию на 01.01.2016 г. количество коммерческих банков и небанковских кредитных организаций в России составляет 733, при этом на 01.01.2015 г. – 834, из них только 419 (50,24%) можно отнести к крупным и соответствующим требованиям по величине уставного капитала.

За прошедший 2015 г. количество банков сократилось на 101, а количество банков, начиная с 2007 г., уменьшилось на 407 или на 35%. Существенной проблемой является быстрое сокращение банков практически по всем Федеральным округам (табл. 1). Только в Крымском федеральном округе наблюдается прирост количества банков, так как он является новым регионом [6].

Таблица 1

**Динамика общего количества действующих банков
и небанковских кредитных организаций России
в разрезе Федеральных округов за последние 9 лет [2]**

№	Количество действующих банков и небанковских КО России	На 01.01. 2008 г.	На 01.01. 2009 г.	На 01.01. 2010 г.	На 01.01. 2011 г.	На 01.01. 2012 г.	На 01.01. 2013 г.	На 01.01. 2014 г.	На 01.01. 2015 г.	На 01.01. 2016 г.
1	Центральный федеральный округ	632	621	598	585	572	564	547	504	434
	г. Москва	555	543	522	514	502	494	498	450	383
2	Северо-западный федеральный округ	81	79	75	71	69	70	70	64	60
3	Южный федеральный округ	118	115	113	47	45	46	46	43	37
4	Северо-кавказский федеральный округ	–	–	–	57	56	50	43	28	22
5	Приволжский федеральный округ	134	131	125	118	111	106	102	92	85
6	Уральский федеральный округ	63	58	54	51	45	44	42	35	32
7	Сибирский федеральный округ	68	68	62	56	54	53	51	44	41
8	Дальневосточный федеральный округ	40	36	31	27	26	23	22	22	17
9	Дальневосточный федеральный округ	40	36	31	27	26	23	22	22	17
10	Крымский федеральный округ	–	–	–	–	–	–	–	3	5
Итого	По Российской Федерации	1 136	1 108	1 058	1 012	978	956	923	834	733

Из табл. 1 видно, что основное количество банков зарегистрировано в европейской части страны, и очень мало региональных банков за Уралом. Особо обращает на себя внимание незначительное количество региональных коммерческих банков на территории огромных по площади Дальневосточного, Северного и Уральского Федеральных округов, которое, к тому же, существенно снизилось за анализируемый период [6].

Статистика по количеству банков за два последних года говорит о том, что сокращение банков ускорилось. По результатам проведенного анализа количества банков за 2014 и 2015 гг., можно сделать вы-

вод, что сокращение банков ускорилось в 2,7 раза. Данные на 01.01.2015 г. и 01.01.2016 г. показали, что произошло ускорение сокращения банков в 1,1 раза [6].

Исходя из вышеперечисленных изменений банковского рынка, можно сделать вывод, о наличии существенных проблем, вызвавших сокращение участников банковского рынка.

Первой проблемой для банковского рынка стало рекордное количество отзывов лицензий у банков. С рынка ушли почти 100 кредитных учреждений или 15% от общего количества участников. В январе 2015 г. с рынка ушли 4 банка, а в январе 2016 г. – 5, в том числе «Внешпромбанк», который входил в сотни крупнейших по активам российских банков [5].

Второй проблемой является плохая задолженность. Просроченная задолженность по кредитам физических лиц за 2015 г. выросла в РФ на 30%. На 50% выросло количество мошеннических заявок на кредиты. По данным Объединенного Кредитного Бюро, объем просроченной задолженности к началу февраля 2016 г. составил 775 млрд р., почти 9% от суммы всех кредитов, выданных физическим лицам [5].

В конце 2014 – в начале 2015 г. качество активов существенно ухудшилось в связи с макроэкономическим шоком: девальвации национальной валюты и резкого роста ключевой ставки [4; 5].

Третья проблема банковского рынка – высокая доля пролонгаций и реструктуризаций. Пролонгации и реструктуризации – это различные формы скрытых проблем, которые формально являются стрессовыми активами. За последние десять лет доля стрессовых активов максимальна. Даже в период экономического кризиса 2008–2009 гг. доля стрессовых банковских активов была ниже, чем в начале 2016 г. [5].

Проблема стрессовых активов относится, в первую очередь, к розничному сегменту банковского рынка, так как просроченная задолженность растет большими темпами в основном в кредитовании физических лиц (потребительское кредитование и карточные продукты). Следовательно, у крупных розничных банков проблема состоит в наличии большого объема плохих активов. Во-вторых, проблема пролонгаций и реструктуризаций возникает и у крупных заемщиков – компаний, которые часто являются эмитентами облигаций [5].

Четвертой проблемой остается высокая доля процентных доходов, которые российские банки получают от кредитования, несмотря на то, что в мире набирает обороты тенденция меньшей доли кредитования в банках [5].

Пятая проблема – снижение кредитования малого бизнеса. По итогам 2014 г. выявилась тенденция спада общего объема кредитов – приблизительно на 1–2%. В 2015 г. спад усилился. В кредитовании малого

бизнеса есть важный сектор – это кредитование с государственной поддержкой: разные формы выдачи поручительств гарантийных организаций под кредиты малого бизнеса. Кроме того, существуют инфраструктуры, поддерживающие финансирование малого бизнеса: поддержка лизинговых программ, факторинг, микрофинансирование для малого бизнеса и прочее [5].

Шестая проблема банковского рынка – ограниченность в денежных средствах для кредитования на рынке микрофинансов. У банков достаточно широкая структура пассивов, они могут рефинансировать свой портфель в разных институтах развития и привлекать деньги мегарегулятора под залог, в том числе под залог нерыночных активов и ценных бумаг. Однако у микрофинансовых организаций такие возможности отсутствуют. Источник финансирования МФО – это собственные или привлеченные средства частных инвесторов [5].

В табл. 2 автором систематизированы основные проблемы банковского рынка, рассмотрены их степень опасности, предложены мероприятия по их решению.

Т а б л и ц а 2

Основные проблемы банковского рынка и пути их решения

Проблема	Степень опасности	Мероприятия по ликвидации проблемы
Массовый отзыв лицензий	Выше средней	Обеспечение максимальной прозрачности деятельности банков и разработка планов финансового оздоровления системно значимых кредитных организаций
Плохая кредиторская задолженность	Средняя	Кредитные продукты для клиентов со средним и высоким уровнем дохода и постепенное снижение кредитных ставок
Высокая доля пролонгаций и реструктуризаций	Высокая	Снижение просроченной задолженности под влиянием стабилизации цен на нефть и снижения турбулентности российской экономики
Высокая доля процентных доходов от кредитования	Ниже средней	Ориентация на повышение эффективности и дохода комиссионного бизнеса
Снижение кредитования малого бизнеса	Ниже средней	Совершенствование программы кредитования малого и среднего бизнеса, использование специальных инструментов рефинансирования со стороны Центрального Банка РФ
Ограниченность в денежных средствах для кредитования на рынке микрофинансов	Выше средней	Привлечение инвестиций и кредиты в коммерческих банках
Задачей ЦБ РФ не является развитие экономики РФ	Высокая	Ориентированность Центрального Банка РФ на инвестиционную деятельность сможет помочь стабилизации и развитию экономики РФ

Проблема	Степень опасности	Мероприятия по ликвидации проблемы
Отсутствие государственных банков в розничном бизнесе	Высокая	Возможность привлечения государственных резервов для решения проблем населения в условиях экономического кризиса

Примечание. Составлено автором по: [3; 4].

В заключение отметим, что появление серьезных проблем в банковском рынке связано с экономической ситуацией в стране. События, связанные с западными санкциями (ограничение внешних источников финансирования банков), падением выдачи займов, снижением платежеспособности населения и резким ростом ключевой ставки, вызвали появление скрытых, нерешенных ранее вопросов.

В 2016 г. будет дальнейшее сокращение числа действующих кредитных организаций вследствие острой потребности многих банков в дополнительном капитале и снижения интересов собственников в поддержке своих банков на фоне снижающейся рентабельности. В ряде случаев это может привести к поиску инвестора, уже располагающего активами в банковском бизнесе. При нежелании собственников продавать банк по текущей рыночной цене, упавшей существенно ниже уровня прошлых лет, зачастую будет увеличиваться вовлеченность банка в сомнительные операции, и осуществляться вывод активов. Во многом именно данное нарушение со стороны банков предопределило рост числа отзывов лицензий и санаций в 2015 г. Поэтому на сегодняшний день Центральный Банк должен разрабатывать комплекс мероприятий для решения возникших проблем для дальнейшей стабилизации банковского рынка и его развития.

Библиографический список

1. *Марамыгин М. С., Шатковская Е. Г.* Организация деятельности коммерческого банка. М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2013.
2. *Официальный сайт* Центрального банка России. URL: <http://www.cbr.ru>.
3. *Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2016 г. и период 2017 и 2018 гг.* URL: <http://www.cbr.ru>.
4. *Обзор* банковского сектора Российской Федерации (интернет-версия). Аналитические показатели. 2016. № 160.
5. *Информационное агентство «Банкир.Ру».* URL: <http://bankir.ru>.
6. *Количество банков в России – динамика за 2007–2015 гг., уставный капитал и количество банков в разрезе регионов.* URL: <http://bankirsha.com>.

Научный руководитель *М. П. Логинов*

Капитал корпорации как фактор определения стоимости корпорации

Актуальность рассматриваемой темы определяется существенной ролью капитала в экономическом развитии корпорации и обеспечении интересов государства, собственников и трудового коллектива, обуславливает его как основной объект финансового управления компаний, а обеспечение эффективного управления можно отнести к числу первостепенных задач корпоративного финансового менеджмента. Для России актуальность данного вопроса обусловлена, прежде всего, тем, что определить стоимость компании, в кризисном этапе развития экономики, довольно сложно.

Динамика показателя, отражающего размер капитала компании является важнейшим показателем, характеризующим уровень эффективности его хозяйственной деятельности. Самовозрастание капитала высокими темпами определяет высокий уровень формирования и эффективное управление результатами деятельности корпорации, а также определяет способность капитала обеспечивать финансовое равновесие путем использования внутренних источников. При этом, сокращение объемов собственного капитала является результатом неэффективной, убыточной деятельности корпорации.

Изначально необходимо определить, что подразумевает под собой термин «Рыночная стоимость компании». Под рыночной ценой корпорации понимается рыночная цена капитала корпорации (пакета акций, совокупности паев и т.п.).

Существует множество различных методов оценки рыночной стоимости капитала компании, а равно и рыночной стоимости компании в целом.

Определение стоимости корпорации на основе модели дисконтированных денежных потоков (DCF) базируется на тезисе о том, что предполагаемый покупатель не заплатит за бизнес сумму, выше, чем текущая стоимость будущих доходов, воспроизводимых данной компанией. Собственник не продаст свою компанию за сумму меньшую, чем текущая стоимость прогнозируемых будущих доходов. В результате переговоров участники сделки могут достигнуть соглашения о рыночной цене, соответствующей текущей стоимости будущих доходов. Помимо этого, такой метод оценки является наиболее подходящим исходя из инвестиционных мотивов, так как любой инвестор, вкладывающий деньги в функционирующую компанию, в итоге приобретает не набор активов, включающий здания, сооружения, машины,

оборудование, нематериальные ценности и т.д., а поток будущих доходов, окупающий инвестированные средства, извлечь прибыль и улучшить свое благосостояние [2, с. 39].

Метод дисконтированных денежных потоков, ставший основой стоимостного подхода, применяет формулу сложных процентов для приведения прогнозируемых (будущих) денежных потоков, производимых оцениваемой компанией к моменту определения стоимости актива (объекта оценки) [2, с. 56].

Исходя из этой модели, на теоретическую стоимость корпорации влияет: ожидаемые денежные поступления (CF), длительность периода прогнозирования и ставка дисконтирования. Для использования DCF метода необходимо определить величину денежного потока; срок, периоды прогнозирования (оценки); риск, под которым понимается неустойчивость и неопределенность, связанные с инвестициями / финансовыми активами, т.е. возможность того, что доходы, извлеченные из инвестиций, станут выше или ниже прогноза; ставку дисконтирования. В качестве ставки дисконтирования может быть использован показатель средневзвешенной стоимости капитала WACC или проведены расчеты по модели CAPM и т.п.

Предположение о равенстве потоков заключительного периода (фактическая констатация нестабильности роста) является наиболее простым, но не единственным.

Метод скорректированной чистой текущей стоимости APV (или adjusted PV), является более модифицированным в сравнении с критерием NPV DCF подхода, так как появляется возможность учесть так называемый «налоговый щит». Под «налоговым щитом» подразумевается снижение налогооблагаемой базы по налогу на прибыль путем вычета расходов по долговому финансированию. Суть данного метода состоит в том, что он принимает во внимание так называемые «сторонние финансовые последствия» проекта (side effects).

Плюсы метода APV – это реализация принципа соответствия риска денежного потока – ставке дисконтирования. Операционные потоки по проекту имеют большую степень риска, нежели инвестиционные, а также потоки выгод от финансовых решений. Возможность отойти в анализе от зафиксированной по годам структуры капитала. Возможность моделирования различных сценариев работы на заемном капитале. Возможность мониторинга влияния на эффективность проекта налоговых выгод, выгод льготных условий кредитования.

Для непосредственного применения метода следует осуществлять достаточное обоснование ставок дисконтирования для денежных потоков с разной степенью риска при расчете приведенных эффектов. Принимать во внимание вероятность возникновения издержек финан-

совой неустойчивости, рассчитывать эффекты налогового щита (PV(TS)) по ставке, равной требуемой доходности по заемному капиталу, а эффекты нерыночных условий заимствования – по безрисковой ставке процента на рынке [1, с. 116].

К минусам метода стоит отнести пренебрежение издержками финансовой неустойчивости и выгод управленческой гибкости, исходя из этого можно допустить применение показателя ROV (real option value) или ценности управленческой гибкости т.е. следует ввести оценку вероятности изменения ранее избранной траектории реализации проекта.

В настоящий момент в международной практике экспертами широко используется показатель WACC. Экспертами была проведена оценка стоимости корпорации в зависимости от WACC в крупнейших американских корпорациях. Обобщенные результаты приведены в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Доля американских компаний и их показатель WACC, %

Доля компаний в выборке (177 крупнейших американских компаний)	WACC
16,8	До 11,0
65,0	11,0-17,0
19,2	Свыше 17,0

Из представленной таблицы видно, что наиболее часто встречается ситуация, когда коэффициент WACC находится в диапазоне от 11,0% до 17,0%. Такое положение говорит о том, что для крупных компаний, в зависимости от структуры их капитала, в котором преобладает в большей степени акционерный капитал, а также нераспределенная прибыль [3, с. 116].

Что касается крупнейших российских компаний, так называемых «голубых фишек» – это соотношение остается относительно неизменным, а вот для более мелких корпораций, стоимость уменьшается с ростом WACC, так как в структуре капитала большая доля собственного капитала, а он, в свою очередь, более дорогой. Результаты оценки структуры капитала корпораций в разных странах представлены в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Структура капитала корпораций в разных странах – доля заемных средств в собственном капитале за 2014 г.

Рынки	Долгосрочный долг / собственный капитал	Доля всех обязательств в общей величине пассивов
США	38	60
Великобритания	29	53
Германия	35	72
Канада	40	58

Рынки	Долгосрочный долг / собственный капитал	Доля всех обязательств в общей величине пассивов
Италия	51	62
Франция	49	74
Япония	54	70
Польша	40	60
Россия	15	32

Из представленной таблицы видно, что соотношение долгосрочного долга к собственному капиталу ниже в России, нежели средний показатель по миру. Также структура пассивов выделяет только 32% на долю всех обязательств. Такая ситуация может говорить о более высокой самостоятельности капитала, что положительно влияет на стоимость компании.

Таким образом, превалирующим методом, который реализует финансовый взгляд на корпорацию и стоимостную модель управления, стал к 80-м гг. XX в. метод дисконтированного денежного потока (DCF метод). У данного метода имеется множество сторонников, среди которых И. Фишер, Д. Уильям, Дамодаран, Коупланд, Коллер и Маррин, Грегори и Грант. А. Дамодаран: «Подавляющее большинство эмпирических данных подтверждают, что рыночная стоимость корпорации (курс акций) находится в непосредственной зависимости от прогнозируемого чистого денежного потока, дисконтированного по ставке средневзвешенной стоимости капитала за период анализа».

Библиографический список

1. Демиденко Д. С., Яковлева Е. А., Малевская-Малевич Е. Д. Об альтернативном подходе к анализу рисков при формировании рыночной стоимости предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Т. 1. 2012. № 2-2. С 35–40.
2. Агаркова Л. В., Агарков В. В. Корпоративные финансы: оценка состояния и управление. Ставрополь: Ставролит, 2013.
3. Баскакова О. В., Сейко Л. Ф. Экономика предприятия (организации). М.: Дашков и К°, 2013.

Научный руководитель Т. А. Чилимова

К вопросу о перспективах развития краткосрочного кредитования

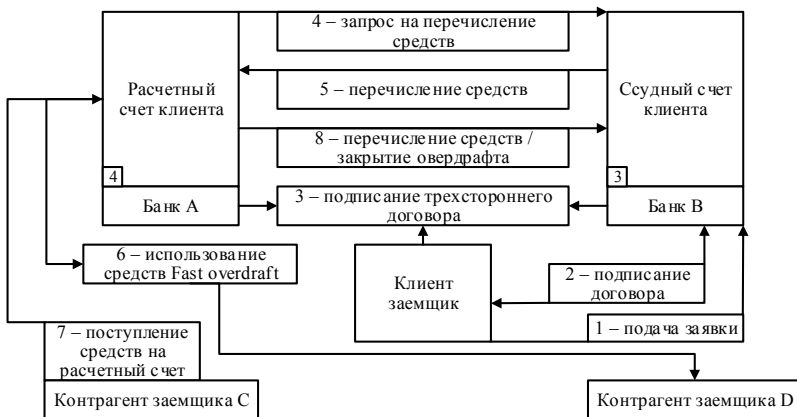
В настоящее время для развития среднего и малого бизнеса требуются привлеченные ресурсы. На рынке краткосрочного кредитования существует достаточно большое количество банковских кредитных продуктов. Одним из наиболее удобных и востребованных продуктов является овердрафт. В классическом понимании овердрафт как банковский продукт – это форма краткосрочного кредита, предоставление которого осуществляется путем списания банком средств по счету клиента сверх его остатка. В результате такой операции образуется отрицательный баланс, т.е. дебетовое сальдо – задолженность клиента банку. Банк и клиент заключают между собой соглашение, в котором устанавливаются максимальная сумма овердрафта, условия предоставления кредита, порядок погашения его, размер процента за кредит [1].

В классическом понимании для получения овердрафта необходим длительный срок предварительного обслуживания клиента в банке, но сейчас банковские продукты активно совершенствуются и такой продукт как «Овердрафт авансом» или «авансовый овердрафт» позволяет избежать предварительного долгосрочного ведения счета. Авансовый овердрафт – кредит через овердрафт, который предоставляется юридическим лицам сразу при открытии расчетного счета в банке [2].

Вместе с тем возникает ряд неудобств для клиента при использовании авансового овердрафта. Среди них можно выделить необходимость открытия нового счета. В результате смены реквизитов заемщику необходимо уведомить об этом всех своих контрагентов, что является тратой ресурсов и времени компании. Можно так же выделить необходимость перехода на РКО (расчетно-кассовое обслуживание) в банк который выдает авансовый овердрафт. Переход на новое РКО может быть менее выгодным и удобным для клиента, чем в банке, который обслуживал клиента ранее. В результате анализа приведенных выше проблем, было предложено внедрение нового банковского продукта «Fast overdraft».

«Fast overdraft» – это овердрафт, выдаваемый юридическому лицу, без дальнейших обязательств таких как открытие счета в банке-кредиторе и переход на расчетно-кассовое обслуживания. Таким образом, ускоряется возможность выдачи кредита и не ставится ультиматум перевода оборотов клиента предоставившей продукт «Fast overdraft». Практически все недостатки овердрафта можно избежать

при помощи данного продукта и при этом в основном сохранив механизм кредитования. Более подробное использование продукта представлено на рисунке банковского продукта «Fast overdraft».



Механизм использования банковского продукта «Fast overdraft»

Рассмотрим каждый этап механизма использования банковского продукта «Fast overdraft».

1. Клиент обращается с заявкой в Банк В с целью предоставления «Fast overdraft». Так как по различным причинам в банке А котором он обслуживается получить овердрафт невозможно (нет данного продукта, не подходят параметры заемщика, или заемщик не согласен на условия банка: ставка по овердрафту, сумму и т.п.). С заявкой предоставляется пакет необходимых документов: выписка по счету из банка клиента, заполненная анкета и желаемые условия по продукту «Fast overdraft». Процесс рассмотрения заявки составляет 2 рабочих дня. После рассмотрения заявки, происходит процесс утверждения и согласования, как с клиентом, так и внутри банка условий по овердрафту.

2. После утвержденных условий подписывается договор о предоставлении продукта «Fast overdraft».

3. Заключение трехстороннего договора между Банком А, Банком В и клиентом. В результате данного договора устанавливается, что Банк А при недостаточности средств на расчетном счете клиента для погашения платежей может автоматически отправлять запрос о перечислении денежных средств на расчетный счет в Банк А с ссудного счета Клиента в Банке В. Так же в договоре обсуждаются условия, что Банк А может перечислять определенную (согласованную по договору) часть поступающих денежных средств с расчетного счета на ссуд-

ный счет в Банк В для погашения задолженностей. В результате договора в Банке В открывается ссудный счет клиента.

4. В результате хозяйственной деятельности Клиента происходит возникновение нехватки денежных средств на расчетном счете для погашения платежей. Согласно договору Банк А уведомляет Банк В и запрашиваются денежные средства.

5. Перечисление денежных средств из Банка В с ссудного счета на расчетный счет в Банк А.

6. Происходит использование полученных денег Клиентом. В результате Клиент может закрыть кассовый разрыв, пополнить оборотные средства, погасить задолженность по зарплате, рассчитаться с контрагентами D.

7. Поступление денежных средств от Контрагента С на расчетный счет заемщика.

8. Перечисление денежных средств Банком А на ссудный счет в Банк В. В результате происходит уплата процентов Банку В и закрытие овердрафта. А так же, по условиям трехстороннего договора взимается небольшая процентная комиссия Банком А за перевод средств.

Помимо создания новой клиентской базы, существует непосредственная прибыль банка-кредитора от предоставления продукта «Fast overdraft». Процентная стоимость «Fast overdraft», как размещаемых средств на современном рынке, может быть выше привлекаемых средств (депозитов и вкладов) и, следовательно, маржинальная разница по выданным и привлеченным средствам имеет положительный результат. Так же нет никаких дополнительных затрат по данному продукту, обслуживание и сопровождение по продукту в банке могут осуществлять кредитные отделения, которые занимаются краткосрочным кредитованием, выдачей овердрафтов или авансовых овердрафтов. Банк А – обслуживающий и ведущий расчетный счет Клиента, так же имеет положительную выгоду от продукта, среди них:

а) сохранение и обслуживание клиента по РКО;

б) комиссионных доход от перевода денежных средств с расчетного счета клиента на ссудный счет в Банк В.

Проанализировав механизм обращения, можно убедиться, что новый продукт имеет ряд отличий от овердрафта по своей экономической сущности, однако с точки зрения привлечения клиентов, возможно использование понятия «овердрафт» в названии продукта. Немаловажным фактором, является то, что категория продуктов относящихся к овердрафтам широко известна и активно распространена среди малого и среднего бизнеса.

В условиях экономического кризиса и борьбы кредитных организаций за клиентов, «Fast overdraft», это продукт, который может

предоставить банку конкурентное преимущество на современном рынке банковских продуктов в сфере краткосрочного кредитования, расширив аудиторию потребителей за счет клиентов, не готовых переходить на обслуживание в другой банк.

Библиографический список

1. Казак А. Ю., Марамыгин М. С., Прокофьева Е. Н. Деньги. Кредит. Банки: учебник для вузов / под ред. А. Ю. Казака, М. С. Марамыгина. М.: Экономист, 2009.

2. *Авансовый овердрафт* – кредитование бизнеса. URL: http://www.banki.ru/wikibank/avansoviy_overdraft.

Научный руководитель *А. И. Серебrenникова*

А. Г. Толстова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Проблемы и перспективы развития НПФ

Вопросы пенсионного обеспечения касаются абсолютно каждого человека. Но, в настоящее время, подавляющее количество граждан до сих пор не имеет полного взгляда о негосударственных пенсионных фондах (НПФ), не осведомлен об их существовании и тех преимуществах, которыми они располагают.

В конце 2016 г. в силу вступит новая пенсионная реформа, в которой сказано, что пенсия будет подразделяться на два вида: страховая и накопительная. Страховая пенсия формируется в ПФР в виде пенсионных коэффициентов. Для перевода в денежный эквивалент на момент вашего выхода на пенсию пенсионные коэффициенты будут умножены на их стоимость в текущем году, которая в свою очередь, будет зависеть от состояния бюджета ПФР. Таким образом спрогнозировать будущую пенсию невозможно. Накопительная пенсия формируется либо в ПФР, либо в НПФ. Это реальные деньги, которые инвестируются. На право распоряжаться накопительной пенсией остается до конца этого года. В соответствии с решением российского правительства граждане, не переведшие накопительную пенсию до конца 2016 г. в НПФ, со следующего года будут лишены права распоряжаться ею, а все страховые взносы, которые работодатель перечисляет в ПФР, будут идти на формирование только страховой пенсии.

При имеющейся системе государственного пенсионного обеспечения большая часть населения получают пенсию, которая, в свою очередь, значительно ниже их дохода. И поэтому государство побуждает население лично сберегать денежные средства на пенсию. Достижение

хорошего степени замещения пенсией потерянного дохода и, таким образом, обеспечение заслуженной жизни на пенсии вероятно в общей сложности за счет субъективного участия, ведь каждый гражданин располагает возможностью создания дополнительной пенсии за счет систематических добровольных отчислений в негосударственные пенсионные фонды.

Негосударственные пенсионные фонды в РФ выступают важным инструментом финансового рынка. Так как функционирующая система Пенсионного фонда РФ не может удовлетворить необходимость граждан в заслуживающем пенсионном обеспечении, значимым вопросом становится развитие негосударственных пенсионных фондов, которые могут стать рациональным вариантом решения проблемы в нашей стране.

Система НПФ, действующая в Российской Федерации, по состоянию на 1 октября 2015 г. представлена 80 фондами, имеющими лицензию на право деятельности по пенсионному обеспечению и пенсионному страхованию. В таблице 1 представлены данные по 5-ТОП – лидеров рынка

Т а б л и ц а 1

Крупнейшие НПФ по пенсионным накоплениям в 2015 г.

№	Компания	Объем накоплений (в тыс. р.)		
		2013	2014	9 мес. 2015
1	Сбербанк НПФ АО	72 518 101,09	74 247 083,00	240 313 762,99
2	ЛУКОЙЛ-ГАРАНТ НПФ ОАО	–	149 271 797,55	212 217 067,05
3	Будущее НПФ АО	–	115 127 784,71	154 939 306,51
4	РГС НПФ ОАО	63 791 175,85	71 868 981,30	120 484 325,52
5	ОАО НПФ ГАЗФОНД	–	63 178 832,28	111 786 916,65

При анализе системы негосударственных пенсионных фондов России, возникает совокупность проблем, которые препятствуют НПФ функционировать в полную силу.

В качестве важнейших ограничений в формировании системы НПФ можно подчеркнуть следующие:

Недостаточная осведомленность населения о негосударственных пенсионных фондах, эта проблема не только касается населения, но и НПФ. Граждане обычно не доверяют им свою будущую пенсию. Возникает противоречивый вопрос: как население будет доверять, если ничего не знают?

Так же многие боятся банкротства негосударственных пенсионных фондов и думают, что после ликвидации НПФ полностью потеряют свою накопительную часть пенсии. Но, этот миф можно легко разрешить, поскольку денежные средства не потеряются ни при каких

обстоятельствах. Эти накопления, в случае перехода в НПФ включаются в систему страхования вкладов. Это значит, что за них отвечает государство в любых случаях, кроме того государство ежедневно проверяет деятельность фондов. Надежность абсолютна при любых расходах.

Население по не информированности не оценивают «доходность-риски» на срок более 1–2 лет, потому что считают неопределенность слишком высокой. Такие риски они брать на себя не хотят и их вполне устраивает сложившаяся ситуация.

Важным значением остается тот факт, что мало людей кто задумывается о будущей пенсии. Больше количество людей думают, что еще слишком молоды и у них все еще впереди и до пенсии далеко.

Кроме того, продолжают падать коэффициенты, показывающие склонность граждан к сбережениям. По сути, сбережения граждан превращаются в инвестиции. При этом фактически резервы граждан могут выступить источником ресурсов для экономического роста рынков НПФ. Слишком высокая субъективная ставка дисконтирования, то есть по впечатлениям российских граждан быстрота обесценения денежных средств гораздо выше, чем уровень. Это и приводит к тому, что накопления населения падают. Следовательно, что при достаточно быстром повышении зарплаток население выбирает не «откладывать» деньги, а тратить их сразу. При этом, чем быстрее возрастает достаток, тем меньше люди сберегают и вкладывают в финансовые инструменты.

Проанализировав статистику НПФ можно сделать определенные выводы. Как показывает статистика, в отличие от 2013 г., в 2014 г. наступил дефицит бюджета – расходы превысили доходы почти более чем на 30 млрд р. При этом стоит отметить, что снизился как уровень дохода, так и уровень расхода по сравнению с предыдущим годом. Расходы по накопительной составляющей бюджета ПФР пережили резкое падение, скорее всего, это обусловлено тем, что средства пенсионных накоплений в негосударственных пенсионных фондах увеличились.

Несмотря на наращение доходов по страховым взносам на обязательное пенсионное страхование дефицит бюджета вышел, прежде всего, из-за заметного уменьшения отчислений от федерального бюджета, из этого следует, что государство ждет большей финансовой самостоятельности от ПФР.

Целью развития системы НПФ является повышение уровня жизни людей, обеспечение стабильности пенсионной системы и повышение роли НПФ как финансового инструмента. Для выполнения предназначенных целей нужно выполнить следующие меры.

1. Создание условий для решения проблемы бедности пенсионеров и понижения демографической нагрузки на трудоспособное население.

Это возможно, воплотить за счет внедрения механизмов страховой и накопительной составляющей трудовой пенсии и, в свою очередь, добавления дополнительных стимулов по добровольному пенсионному накоплению для граждан.

2. Привлечение дополнительных ресурсов на финансирование пенсионных выплат для сокращения разрыва между доходами трудоспособного населения и пенсионной выплатой. Для этого нужно создать условия, которые будут стимулировать граждан и работодателей для формирования пенсионных накоплений через НПФ.

3. Повышение информированности населения приведет к росту ответственности граждан за свое благополучие при выходе на пенсию при помощи формирования собственных пенсионных накоплений. В табл. 2 представлены данные по переводам гражданами своей накопительной части трудовой пенсии.

Т а б л и ц а 2

**Количество заявлений граждан
по переводу своей накопительной части трудовой пенсии, ед.**

Показатель	2013 г.	2014 г.
Переход из НПФ в НПФ	148 232	2 395 216
Переход из НПФ в ПФР	40 184	233 733
Переход из ПФР в НПФ	245 286	2 545 554
Выбор инвестиционного портфеля	20 090	104 036

Подвергнув изучению выкладку о количестве поданных заявлений о переводе средств пенсионных накоплений в НПФ и НПФ, можно сделать определенные выводы. Во-первых, людей, желающих сменить ПФР на НПФ, стало больше на два с лишним миллиона, что свидетельствует, о значимом маркетинговом успехе НПФ, который произошел благодаря отменной работе с клиентами и рекламе. Люди явно начинают доверять НПФ, и, попробовав данный спектр, не желают менять его на ПФР обратно. Однако значительная часть населения решает не останавливаться на конкретном фонде и продолжает поиск более подходящего для них НПФ.

В заключении можно сказать, что умеренно развитая пенсионная система обладает возможностью гражданам решать не только прямую задачу обеспечения достойной жизни, но и список других вопросов, таких как понижение уровня социальной напряженности, повышение уверенности граждан в будущем. Пенсионную систему нужно, строить по принципу личной ответственности за свою жизнь. Такая система делает человека независимым и уверенным в своем будущем.

Научный руководитель *Т. Д. Одинокова*

Дивидендная политика публичных компаний: современные реалии Сбербанка России

В соответствии со ст. 43 Налогового кодекса Российской Федерации дивидендом признается любой доход, полученный акционером от организации при распределении прибыли, остающейся после налогообложения по принадлежащим акционерам акциям.

Вкладывая средства в акции компаний, инвестор фактически становится его совладельцем и получает право на участие в распределении доходов. В общем случае реализация данного права осуществляется в виде изъятия в пользу владельцев части прибыли в различных формах. Для акционерных обществ реализация права на участие в распределении прибыли традиционно осуществляется в форме дивидендных выплат [1].

Для любых публичных компаний актуальным становится формирование и реализация оптимальной дивидендной политики. Дивидендная политика – это процесс оптимизации пропорций распределения прибыли на потребляемую акционерами и капитализируемую части с целью роста рыночной стоимости компании [1].

Несмотря на падение прибыли, многие компании остались верны своей дивидендной политике, а некоторые в 2015 г. (за 2014 г. финансовый год) выплатили достаточно высокие дивиденды.

Как правило, покупать дивидендные акции нужно не за несколько дней до закрытия реестров на получение дивидендов, а за несколько месяцев, чтобы и поучаствовать в росте акционерной стоимости компании, и получить дивиденды. Действительно, после экс-дивидендной даты стоимость акций падает на величину дивиденда. Поэтому важен прогноз размера дивидендов, которые выплатит компания, именно до того, как она озвучит величину выплат.

Сбербанк России – основной финансовый институт в стране (за исключением Центрального Банка), его услугами пользуются практически все граждане, а акции данной акционерной компании характеризуются в первую очередь своей надежностью.

50% + 1 акция Сбербанка принадлежат Центральному банку РФ. Это значит, что деятельность банка находится в сильной зависимости от состояния экономики и политической обстановки в стране. Акции Сбербанка входят в число «голубых фишек» российского фондового рынка, что делает их весьма востребованными среди инвесторов.

Нестабильная экономическая обстановка, сложившаяся в стране в 2015 г., привела к колебанию стоимости акций Сбербанка, а также снижению уровня доходности по ним [2].

Реалии дивидендной политики 2015 г. для Сбербанка России таковы. По итогам прошедшего года размер дивидендов, выплаченных акционерам компании, составил менее 1%, продемонстрировав существенное снижение относительно аналогичного показателя, характеризующего прошлые временные периоды (см. таблицу).

История выплат дивидендов по акциям Сбербанка [2]

Год выплаты	По итогам года	Обыкновенные акции, р. на одну акцию	Номинальная стоимость обыкновенной акции, р.	Привилегированные акции, р. на одну акцию	Номинальная стоимость привилегированной акции, р.
2013	2012	2,57	3	3,20	3
2014	2013	3,20	3	3,20	3
2015	2014	0,45	3	0,45	3

Дивиденды за 2014 г. составили 0,45 р. за акцию, что составляет чуть более 2% от ее рыночной стоимости. Прибыль банка в 2014 г. составила 290,3 млрд р., на выплату дивидендов компания направила 15,3% чистой прибыли [2].

Несмотря на столь низкую доходность, топ-менеджеры компании утверждают, что этот случай был единичным и в ближайшие годы повторения подобного сценария развития событий не предвидится.

Сбербанк намерен вернуться к прежней дивидендной политике в 2016 г. и выплачивать дивиденды в размере не менее 20% чистой прибыли по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО). Такой шаг станет возможным в случае превышения показателя достаточности основного капитала 10% и показателя общего капитала выше 13%.

Сбербанк планирует увеличивать капитал первого уровня, прежде всего за счет прибыли, а не господдержки [3].

Снижение ключевой ставки ЦБ РФ на 1 процентный пункт может увеличить в течение года прибыль Сбербанка до налогообложения на 30 млрд р.

С большей долей вероятности можно предположить, что будет обеспечен рост дивидендных выплат и более четкое проявление лояльности своим акционерам такой крупной публичной компании, как Сбербанк России.

Библиографический список

1. *Бланк Н. Р.* Дивидендная политика акционерных обществ // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. 2015. № 7. С. 20–25.
2. *ОАО «Сбербанк России».* URL: www.sberbank.ru.
3. *Сайт новостей.* URL: www.interfax.ru.

Научный руководитель *Т. В. Решетникова*

В. Д. Фоминых

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Роль ПИФов в экономике страны. Российский и зарубежный опыт

За последние годы инвестиционная активность в стране заметно ослабевает, причем причины сложившейся ситуации, носят как экономический, так и политический характер. Тяжелое положение на фондовом рынке России, который просел с начала года практически на 15%. В результате, по данным последнего исследования Bloomberg Markets Global Investor Poll Россия была названа наименее привлекательной для инвестиций экономикой из числа восьми крупнейших экономик мира [1].

Паевой инвестиционный фонд (далее – ПИФ) – обособленный имущественный комплекс, состоящий из имущества, переданного в доверительное управление управляющей компании учредителем с условием объединения этого имущества с имуществом иных учредителей доверительного управления, и из имущества, полученного в процессе такого управления, доля в праве собственности на которое удостоверяется ценной бумагой, выдаваемой управляющей компанией¹.

Доход инвестора состоит из прироста стоимости паев, принадлежащих ему, который он получает при их продаже. При этом стоимость пая может не только увеличиться, но и уменьшиться, так как изменяется рыночная стоимость ценных бумаг в составе имущества фонда. Доходность фонда в прошлом не гарантирует доходности в будущих периодах.

Из схемы, представленной на рис. 1, видно, что присутствуют 7 категорий участников.

¹ *Об инвестиционных фондах:* федер. закон от 29.11.2001 г. № 156-ФЗ (ред. от 30.12.2015 г.). URL: <http://www.consultant.ru>. ст. 10.

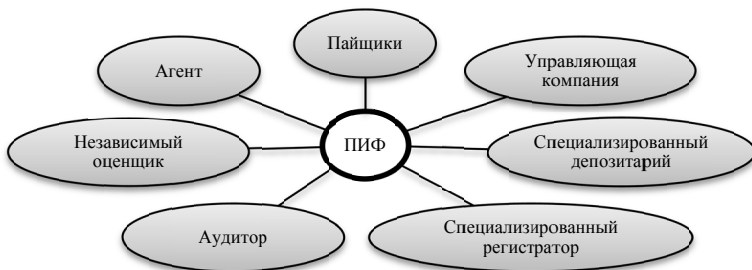


Рис. 1. Участники деятельности ПИФа¹

Участие в структуре нескольких организаций, которые работают независимо друг от друга, позволяет исключить многие риски. Это помогает повысить доверие к управляющим компаниям инвесторов, так как любой может проверить наличие лицензии у каждого из участников.

Важную роль в оценке рынка ПИФов играют приток и отток денежных средств. Исходя из этого, имеет смысл проанализировать приток или отток денежных средств в фонды в 2014 г. и 2015 г. (табл. 1, рис. 2).

Для анализа взяты только открытые и интервальные фонды, так как многие данные закрытых фондов (ПИФы, выход из которых возможен только в конце периода существования ПИФа) защищены законодательством.

По данным, представленным в табл. 1 и на рис. 2, можно сделать вывод, что наибольшее влияние на рынок ПИФов оказывают открытые фонды. В 2015 г. в целом по всем фондам наблюдается приток денежных средств в размере 3 млрд., в то время как в 2014 г. был отток на сумму в 10 раз большую (30 млрд). В 2014 г. большой отток произошел в фондах облигаций (33 млрд) и фондах акций (3 млрд). В 2015 г. ситуация по некоторым категориям фондов полностью меняется. Так, если в 2014 г. в денежных фондах был приток денежных средств, то в 2015 г. произошел отток (357 млн). В фондах облигаций ситуация обратная – в 2015 г. там приток денежных средств (3,8 млрд).

¹ Составлено автором по: [3].

**Приток / отток денежных средств
в ПИФы в 2014–2015 гг., р. [4]**

Категория / Тип фондов	Открытые				Интервальные				Всего			
	2014		2015		2014		2015		2014		2015	
	млн р.	Уд. вес, %	млн р.	Уд. вес, %	млн р.	Уд. вес, %	млн р.	Уд. вес, %	млн р.	Уд. вес, %	млн р.	Уд. вес, %
Акции	-3742	12	-4318	-118	-252	34	-225	36	-3994	13	-4544	-150
Облигации	-33772	112	3873	106	0	0	0	0	-33772	110	3873	128
Смешанный	1729	-6	3955	108	-249	34	-250	40	1480	-5	3704	122
Индексный	-259	1	-239	-7	0	0	0	0	-259	1	-239	-8
Денежный	699	-2	-357	-10	0	0	0	0	699	-2	-357	-12
Фондов	5260	-17	739	20	-64	9	-0,8	0	5196	-17	738	24
Товарного рынка	-	-	-	-	-173	23	-147	24	-173	1	-147	-5
Долгосрочных прямых инвестиций	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Всего	-30083	100	3652	100	-740	100	-624	100	-30824	100	3027	100

* Открытые – ПИФы, в которых управляющая компания продает и выкупает паи в любое время (в течение 15 дней).

** Интервальные – покупка и продажа паев заранее оговорены и осуществляются только в определенный период времени.



Рис. 2. Приток/отток денежных средств
в ПИФы в 2014–2015 гг., млн р¹

Исследуя российский рынок ПИФов, стоит сказать, что самыми прибыльными являются фонды облигаций. Так, например, за 2015 г. самая большая доходность ПИФов была как раз в фонде еврооблига-

¹ Составлено автором по: [4].

ций управляющей компании Атон-менеджмент, которая составила 70% [3].

Поскольку аналоги ПИФов за рубежом существуют уже давно, стоит рассмотреть и их особенности. Фонды в США представляют собой инвестиционные компании. Инвестиционные компании разделяются на фонды открытого типа, чаще называемые взаимными фондами, фонды закрытого типа и паевые инвестиционные трасты [2]. Аналогами российских ПИФов являются взаимные фонды, поэтому их и стоит рассмотреть.

По сравнению с российскими ПИФаами, взаимные фонды имеют множество отличий. Самое видимое – выплата дивидендов. За счет данного инструмента, взаимные фонды имеют возможность привлекать средства на более длительный срок, что повышает их устойчивость и доходность, так как они тоже могут вкладывать средства на более длительный срок. Взаимные фонды имеют более устойчивую систему, что позволяет стоимости чистых активов (ежедневной) не изменяться так сильно, как это происходит со стоимостью пая в российских ПИФаах. Однако есть и общие черты – как российские, так и зарубежные фонды, инвестирующие в облигации, являются самыми прибыльными.

Для развития отрасли ПИФов в России необходимо привлекать квалифицированных инвесторов, а для их привлечения необходимо расширять декларации, устанавливать налоговые льготы и повышать доверие к отрасли.

Расширение списка объектов ПИФов должно происходить и далее. Необходимо разрешение держать в фонде в качестве актива интеллектуальную собственность, авторские права [3].

Тому, что в ОПИФы нет притока средств, есть несколько причин. Первая – плохая ситуация на рынке. Индекс РТС занимает крайнюю позицию по неприемлемой доходности и неприемлемому риску. Вторая – отсутствие доверия к управляющим. Третья – плохое регулирование, медленное принятие решений, которое делает невозможным вложение средств в инновации.

Вкладчики ПИФов неудовлетворены российским рынком, поэтому существует необходимость валютных фондов. Нужно убрать ограничения по инвестированию в зарубежные активы. Нужно проработать и отредактировать деятельность интервальных фондов. Они должны принимать заявки на приобретение паев круглогодично, а не только в определенный интервал. Это обеспечит их доступность и привлекательность, а вот инвестиционному процессу ничем не повредит, ведь прием заявок на погашение можно сделать даже более редким, чем в настоящее время.

Необходимо изменить роль брокера, усилить его значимость. Он должен стать посредником между инвестором и управляющей компанией, должен стать агентом для того чтобы через терминал можно было приобретать паи и на первичном рынке, а не только на вторичном. Также он должен заниматься вопросами налогообложения и через него же должны открываться индивидуальные инвестиционные счета. Именно брокер может донести до широких масс населения идеи управляющих, потому что у него больше всего возможностей для этого, так как он контактирует напрямую с клиентом.

Библиографический список

1. Сиколенко Т. Д., Клементьева Н. И. Состояние и перспективы инвестиционного климата в России // Конкурентоспособность территорий. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015.
2. *Финансово-кредитный* энциклопедический словарь. URL: http://finance_loan.academic.ru.
3. *Investfunds*. URL: <http://pif.investfunds.ru>.

Научный руководитель Т. Д. Сиколенко

М. С. Цыганова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Процентная ставка рефинансирования как индикатор денежно-кредитной политики Банка России

Основной целью денежно-кредитной политики является защита и обеспечение устойчивости рубля посредством поддержания ценовой стабильности, достижение и поддержание устойчиво низкой инфляции. Денежно-кредитная политика воздействует на экономику через процентные ставки, основным ее параметром в настоящее время, является ключевая ставка Банка России [1].

Процентная ставка рефинансирования – ставка процента при предоставлении Центральным банком кредитов коммерческим банкам, представляет собой индикатор денежно-кредитной политики. В том числе используется в целях налогообложения и расчета пеней и штрафов [3]. С 13.09.2013 г. была введена ключевая ставка, функции индикатора денежно-кредитной политики были закреплены за ней, фискальная функция осталась за ставкой рефинансирования.

Ключевая ставка – процентная ставка по основным операциям Банка России по регулированию ликвидности банковского сектора, является основным индикатором денежно-кредитной политики [2].

При помощи изменения ставки, как индикатора денежно-кредитной политики, Банк России информирует о характере проводимой политики. Например, снижение ставки свидетельствует о проведении взвешенной денежно-кредитной политики, ведет к активизации экономики. Займы дешевеют сначала для банков, банки, в свою очередь, кредитуют своих клиентов под более низкие проценты. Кроме того, в коммерческих банках понижаются ставки на депозиты и, следовательно, уменьшается привлекательность сбережения денег. Растет спрос на товары и услуги, происходит экономический рост. Повышение же ставки говорит о проведении жесткой монетарной денежно-кредитной политики. В результате, объем заимствований сокращается, так как стоимость кредитов увеличивается. Повышаются ставки на депозиты в коммерческих банках, увеличивается привлекательность сбережения денег, а траты уменьшаются. Экономика затормаживается, снижается объем денежной массы, преодолевается гиперинфляция.

Рассмотрим особенности, проводимой Банком России, процентной политики на разных этапах развития экономики. По динамике ставки рефинансирования можно судить об экономической и инфляционной ситуации в стране, о состоянии финансового рынка и политической обстановке в разное время (динамика представлена на рис. 1).



Рис. 1. Динамика ставки рефинансирования Банка России, %

Так, за период с 1992 г. по 1997 г. зафиксированы наиболее высокие показатели ставки рефинансирования. В 1993 г. ставка достигает своего исторического максимума в 210%, а в 1995 г. – 170%. После 1994 г., скорость изменения ставки рефинансирования уменьшилась,

это показано на рис. 2, то есть ставка становилась более стабильной, причем ее уровень постепенно снижался.



Рис. 2. Скорость изменения ставки рефинансирования по годам

Такие изменения ставки отражают характер начала и середины 90-х гг.: дефицит товаров, банковский и финансовый кризис, а также экономическая и политическая нестабильность, снижение ВВП. В этот период были отпущены цены и проведен первый этап приватизации. Для подавления инфляционных процессов, Центральный банк РФ повышает ставку рефинансирования. Эта попытка задавить инфляцию оказалась неудачной, и инфляция продолжала расти.

Период с 1997 по 2000 гг. характеризуется следующими событиями. Олег Вьюгин, Председатель совета директоров МДМ-Банка, о том периоде: «Было прекращено финансирование дефицита бюджета и прямое финансирование предприятий за счет эмиссии Центрального банка. Бюджетный дефицит стали финансировать за счет выпуска государственных ценных бумаг. Но, к сожалению, это привело к бартеру, к росту неплатежей и задержкам заработной платы» [4]. В 1998 г. все закончилось дефолтом. Государство отказалось обслуживать свои ценные бумаги и девальвировало рубль. Ставка рефинансирования за этот год менялась 9 раз, а ее уровень повышался 4 раза и понижался 5 раз. Кризис 1998 г. был краткосрочным и сменился ростом экономики.

Период начала 2000-х характеризуется большим количеством частных компаний, поиском возможностей для развития бизнеса. В этот период ставка рефинансирования постепенно снижается, причем скорость изменения ставки рефинансирования Центрального Банка существенно замедлилась. С 2001 по 2007 г. она менялась в среднем 1,5 раза в год, и в 2007 г. размер ставки составил 10%. Данный факт говорит о проведении взвешенной денежно-кредитной политики, нап-

равленной на удешевление банковских ресурсов, стимулирование кредитования и как следствие, поддержание экономического роста.

В 2008–2009 г. произошел шок платежного баланса. Когда на время резко упала цена на нефть, и капиталы побежали вообще со всех развивающихся рынков в связи с глобальным финансовым кризисом [4]. Ставка рефинансирования в течение 2008 г. росла, и особенно часто (6 раз) после начала мирового финансового кризиса. В 2009 г. ставка менялась 10 раз, но уже в сторону понижения до 8,75%. Установленная низкая ставка рефинансирования была направлена на стимулирование кредитной активности банков, а также на сдерживание инфляционных процессов.

С 2010 по 2012 гг. ставка рефинансирования продолжает снижаться, снижается и количество ее пересмотров. В 2010 г. был зафиксирован исторический минимум ставки рефинансирования в 7,75%. Происходит рекордное снижение инфляции до 6,1%.

В 2013 г. ставка составляла 8,25% вплоть до 2016 г., а с 13.09.2013 г. ставка рефинансирования стала играть второстепенное значение, так как была введена ключевая. В этот период мы наблюдаем рост инфляции, нестабильность рубля, снижение ВВП. 2014 год завершился со ставкой рефинансирования 8,25%, ключевой ставкой 17% и инфляцией 11,4%.

На начало 2016 г. ставка рефинансирования составляет 11,00% и в дальнейшем изменение ставки рефинансирования будет происходить одновременно с изменением ключевой ставки Банка России на ту же величину. С 01.01.2016 г. самостоятельное значение ставки рефинансирования не устанавливается [3].

В настоящее время Банк России реализует денежно-кредитную политику в рамках режима таргетирования инфляции, когда цель по инфляции и поддержанию устойчивости рубля становится приоритетной. Политика таргетирования инфляции вносит свой вклад в создание условий для устойчивого экономического роста в среднесрочной перспективе за счет повышения уровня экономической определенности, формирования долгосрочных сбережений и инвестиций [1]. Однако, по мнению автора, для оживления экономики, необходимо смягчение денежно-кредитной политики. Так, снижение официальной процентной ставки приведет к стимуляции кредитной и инвестиционной активности банков, повысит доступность кредитов реальному сектору экономики, что чрезвычайно важно для придания ускорения экономике нашей страны.

Библиографический список

1. *Основные* направления денежно-кредитной политики Банка России на 2016 г. и период 2017 и 2018 гг. URL: <http://www.cbr.ru>.
2. *Ключевая* ставка и процентная ставка рефинансирования (учетная ставка), установленные Банком России. URL: <http://base.consultant.ru>.
3. *Ставка* рефинансирования ЦБ РФ на сегодня и за все годы (с 1992 по 2016 г.). URL: <http://bankirsha.com>.
4. *Вьюгин О.* О ближайших рисках для российской экономики. URL: <http://m.forbes.ru>.

Научный руководитель *М. С. Марамыгин*

Е. А. Щекалева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Банковское кредитование как фактор развития среднего и малого бизнеса

Эффективная финансовая деятельность предприятия невозможна без постоянного привлечения заемных средств. Использование заемного капитала позволяет существенно расширить объемы хозяйственной деятельности, обеспечить наиболее эффективное использование собственных средств, ускорить формирование различных целевых финансовых фондов, и, в конечном счете, повысить рыночную стоимость предприятия. В связи с этим управление привлечением и эффективным использованием заемных средств является одной из важнейших функций менеджмента, направленной на обеспечение достижения высоких конечных результатов деятельности предприятия.

В течение 2015 г. негативное влияние на российскую экономику оказали значительное снижение цен на нефть, а также санкции, введенные против РФ. Процентные ставки по рублевым кредитам значительно выросли. Сочетание данных факторов привело к снижению доступности капитала, увеличению его стоимости, повышению инфляции и неопределенности дальнейшего экономического развития.

Чаще всего банковское кредитование выступает источником финансовых ресурсов для предприятий малого и среднего бизнеса. Среди источников финансирования, используемых данными предприятиями, банковский кредит второй по значению после собственных средств.

Кредитование малого и среднего бизнеса отмечается банками как приоритетное, однако за последний год темп прироста объемов креди-

тования данного сектора заметно снизился (табл. 1), главным образом, из-за увеличения стоимости заемных средств.

Т а б л и ц а 1

**Динамика объемов кредитов,
предоставленных малому и среднему бизнесу
в 2013–2015 гг. [1]**

	Млрд. р.			Темп прироста в 2014 г. относительно 2013 г.,%	Темп прироста в 2015 г. относительно 2014 г.,%
	2013	2014	2015		
1 января	6943	8064	7610	+16,1	-5,63
1 апреля	1663	1839	1174	+10,6	-36,2
1 июля	3604	3834	2460	+6,4	-35,8
1 октября	5729	5690	3934	-0,7	-30,9

Из табл. 1 видно, что с октября 2014 г. наблюдается снижение объемов кредитования, что связано со значительным снижением спроса со стороны субъектов малого и среднего бизнеса на кредитные ресурсы: сказалось увеличение ключевой ставки Банка России и ухудшение доступа к западным рынкам капитала. На протяжении всего 2015 г. предпринимателям выдавалось на 30–35% меньше кредитов, чем за аналогичный период прошлого года. На 01.01.2016 г. совокупный объем кредитов составил 5 460 млрд р., что на 28% меньше показателя предыдущего периода.

Актуальное состояние кредитования малого и среднего бизнеса характеризуют следующие тенденции:

ежегодно количество фирм малого бизнеса увеличивается на 9%, а закрывается около 7% уже работающих [2];

только 6%, от общего объема выдаваемых кредитов приходится на малый и средний бизнес;

малый и средний бизнес нуждается ежегодно в 30 млрд. р. кредитов, а получает лишь 15% от этой суммы.

В 2014 г. происходило снижение экономической активности и ухудшение финансового состояния малого и среднего бизнеса, что привело к росту просроченной задолженности, в первую очередь у крупных банков. В октябре 2015 г. она составила 12,1% [3].

Негативные тенденции на рынке кредитования малого и среднего бизнеса объясняются стремлением банков снизить риски и минимизировать просроченную задолженность, снижением активности крупных банков и концентрацией на привлечении в качестве клиентов представителей крупного бизнеса.

По итогам 2015 г. по объему выданных кредитов малому и среднему бизнесу лидируют: Сбербанк, ВТБ24, МИнБанк [4]. Топ-30 крупнейших банков снизили свою активность на данном рынке, в результа-

те объем выданных ими кредитов сократился на 36%, в то же время за 2015 г. произошел рост объема кредитных портфелей средних и небольших банков на 5%.

Таким образом, одна из наиболее актуальных проблем состоит в том, что субъекты малого и среднего предпринимательства не обладают достаточным объемом собственных средств для осуществления своей деятельности. Решением проблемы может стать кредит на максимальный срок и по минимальной ставке. Однако доступ к заемным средствам за последний год усложнился, а также ужесточились требования банков к заемщикам.

На протяжении длительного периода времени проблема кредитования малого и среднего бизнеса остается в России нерешенной. На современном этапе, в связи со сложной экономической ситуацией, происходит обострение уже существующих проблем и появление новых. Кредитование всегда было ключевым препятствием на пути к успешному развитию субъектов малого и среднего бизнеса, потому как чем меньше у предпринимателя собственных средств, тем меньший кредит он может взять.

Необходим комплексный подход для решения обозначенной проблемы, поддержка должна исходить не только от государства, но и от банков. Основная задача последних – повышение доверия заемщика к кредитным продуктам. Банки также должны быть заинтересованы в развитии данного сегмента заемщиков, так как от этого зависит доходность их операций. Приоритетной задачей, которую должно взять на себя государство ввиду усугубляющейся для развития бизнеса ситуации на рынке, является проведение системы мероприятий по созданию условий для доступности кредитования. Необходима определенная позиция, важнейшими вопросами для органов государственной власти должны стать устойчивость кредитной системы и рост ее качественных показателей, поскольку как четко определенный механизм кредитования обеспечивает устойчивое развитие экономики.

Для малого и среднего бизнеса особенно актуальным, с нашей точки зрения, становится решение таких вопросов, как снижение процентных ставок, совершенствование условий кредитования, создание новых кредитных программ. Мировой опыт показывает, что субъекты малого и среднего предпринимательства играют немалую роль в развитии экономики. Поэтому процессы кредитования данного сектора необходимо развивать, опираясь на мировую практику, а также в соответствии с требованиями времени.

Библиографический список

1. *Официальный сайт Банка России.* URL: www.cbr.ru.

2. Курбанова А. А. Современное состояние и проблемы развития кредитования малого и среднего бизнеса // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. Челябинск: Два комсомольца. 2015. С. 51–56.
3. *Официальный сайт Ассоциации российских банков*. URL: www.arb.ru.
4. *Рейтинговое агентство «Эксперт РА»*. URL: www.raexpert.ru.

Научный руководитель *Т. В. Решетникова*

А. А. Ярушева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Банки Великобритании: фондовый рынок и коллективные инвестиции

Банковская система Великобритании – одна из старейших. Ее характеризуют высокая степень концентрации и специализации, хорошо развитая банковская инфраструктура, тесная связь с международным рынком ссудных капиталов. В мировом финансовом центре – в Лондоне работает больше иностранных банков, чем английских. Это прежде всего американские и японские банки. Доля депозитов в иностранной валюте в банках Великобритании значительно выше, чем в других странах. Английская банковская система владеет самой широкой в мире сетью зарубежных филиалов.

Вплоть до 1979 г. в Великобритании отсутствовало специальное законодательство, регулирующее банковскую деятельность, ни разу не публиковалось официального списка банков, не было законодательного определения банка. Контроль центрального банка за банками носил неофициальный характер.

С принятием закона о банковской деятельности в 1979 г. все кредитные институты, принимающие депозиты (вклады) классифицируются Банком Англии либо как «признанные банки», либо как «лицензируемые компании по приему депозитов». Банкам не требуется лицензии, но они должны быть «признаны» Банком Англии. Банк Англии признает в качестве «банка» кредитное учреждение, пользующееся безупречной репутацией в финансовых кругах и предоставляющее широкий набор банковских услуг или специализирующееся на какой-либо категории услуг.

Наиболее значительные кредитные учреждения, которые получили статус банка – это депозитные банки (лондонские и шотландские клиринговые банки, банки Северной Ирландии), торговые, иностранные, сберегательные банки, учетные дома. Банковская система Великобри-

тании является двухуровневой. На верхнем уровне – центральный банк, на нижнем – другие банки: коммерческие (депозитные) и специализированные – торговые, иностранные, сберегательные банки, учетные дома.

Фондовый рынок Великобритании – один из самых крупных в мире. Лондон является крупнейшим центром международной торговли финансовыми инструментами. В Лондоне расположены крупнейшие биржи:

- Лондонская фондовая биржа;
- Лондонская биржа металлов;
- Международная нефтяная биржа;
- Лондонская биржа производных финансовых инструментов (LIFFE-Euronext);

Центр по торговле золотом.

В настоящее время Лондон является лидером по торговле депозитарными расписками (это касается и российских акций).

Особенности британского фондового рынка акций определяются такими факторами, как:

- высокая доля институциональных инвесторов;
- большое число иностранных эмитентов и операторов фондового рынка;
- проведение в 1980-е гг. реформы финансового сектора.

Британский финансовый рынок стал одним из центров мировой финансовой торговли после реформы 1980-х гг. Реформа началась с проведения либерализации сегментов британского финансового рынка и устранения его сегментации. В результате либерализации на рынок были допущены иностранные участники.

Резко возрос уровень конкуренции между самими участниками финансового рынка, что привело к возрастанию концентрации финансовых услуг и универсализации деятельности участников британского финансового рынка.

Функции контроля за финансовыми институтами были первоначально возложены в основном на саморегулируемые организации, объединяющие участников того или иного сегмента финансового рынка. Но рост концентрации финансового сектора привел к тому, что финансовые институты стали универсальными и начали оказывать услуги в различных секторах финансового бизнеса.

Это поставило вопрос о необходимости появления государственного органа, который бы объединил в одном регулирующем органе надзор сразу за всеми секторами финансового рынка. Таким органом стал созданный в 1997 г. первый мегарегулятор – Управление по финансовым услугам – Financial Services Authority (FSA), осуществляю-

щее надзор за коммерческими банками, страховыми компаниями, управляющими компаниями, пенсионными компаниями, строительными обществами, инвестиционными компаниями и брокерами.

Великобритания занимает четвертое место в мире по торговому обороту и осуществляет около 10% мирового экспорта услуг – банковских, страховых, брокерских и консультационных. Значительное место в экономике Соединенного Королевства продолжают занимать традиционные отрасли промышленности, основанные на богатых месторождениях природных ископаемых на территории страны и в прибрежном шельфе.

Ведущей британской компанией, акции которой имеют наибольший вес на фондовом рынке, является один из крупнейших мировых банковских холдингов – HSBC Holdings PLC, имеющий свыше десяти тысяч офисов в 83 странах мира. Также среди «голубых фишек», вторая по величине публично торгуемая нефтяная корпорация в мире BP PLC; владелец крупнейшей в мире сети автозаправочных станций-компания Royal Dutch Shell PLC; второй в мире по величине капитализации оператор мобильной связи Vodafone Group PLC и другие широко известные корпорации.

Фондовые индексы Великобритании представлены семейством индексов FTSE (Financial Times Stock Exchange Index), самый известный из которых-индекс FTSE 100, включающий акции ста наиболее крупных по капитализации британских компаний «голубых фишек».

Инвестиционные фонды в последние более чем десять лет развивались в обстановке подъема в экономике западных стран.

«Институты коллективного финансирования становятся все более популярными и распространенными игроками рынка коммерческой недвижимости в Европе и в мире, поскольку они представляют собой очень удобный и эффективный инструмент инвестирования в коммерческую недвижимость для различного рода инвестиционных компаний и частных инвесторов», – считает Тэрри Пикард, директор Primeros Property Fund LLP.

Инвестиционный фонд как механизм коллективного опосредованного владения объектами коммерческой недвижимости дает целый ряд преимуществ и конечным инвесторам и девелоперам. Конечные инвесторы получают возможность пассивного инвестирования, доверяя управление своими деньгами квалифицированным менеджерам фондов. Девелоперы и строители получают возможность «выходить» из уже завершенных проектов и концентрироваться на девелопменте и строительстве новых объектов, не занимаясь априори непрофильной для них деятельностью по управлению активами.

Около 600 таких фондов активно работают в Великобритании. Рынок Великобритании чрезвычайно важен, так как его рыночная капитализация составляет около 50% от общей капитализации всех европейских фондов в области недвижимости (70 млрд евро). А последние несколько лет многие инвестиционные фонды в области недвижимости стали переводить свои активы за рубеж, чтобы избежать высоких налогов в Великобритании и налоговые поступления от них сократились с 300 млн дол. в 1998 г. до 150 млн дол. в прошлом. В декабре 2003 г. министерство финансов объявило, что новое законодательство, позволяющее создание паевых инвестиционных фондов недвижимости может быть введено в действие уже в текущем году.

Лондонская фондовая биржа является одной из ведущих всемирных фондовых бирж. Она предлагает услуги по привлечению капитала и торговле ценными бумагами. На бирже размещено свыше 3 тыс. компаний, общая рыночная капитализация которых составляет 4,1 трлн фунтов стерлингов. Биржа занимает первое место, как в Европе, так и во всем мире по торговле ценными бумагами международных эмитентов и ликвидности.

Научный руководитель *Н. Г. Соснина*

Направление 15. Современный потребительский рынок и сфера услуг региона

В. Н. Аббазова, А. А. Миннигалиева
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Современные подходы к разработке и реализации программы стимулирования сбыта продукции предприятий группы «АШАН»

Проблема стимулирования продаж в настоящее время является особенно актуальной, так как для обеспечения эффективной реализации товаров торговое предприятие должно проводить комплекс мероприятий, обеспечивающих не просто распределение товарной массы, но и стремиться наиболее полно удовлетворять потребности целевого рынка.

«Хочешь увеличить объемы продаж – стимулируй!» – девиз современных предпринимателей, стремящихся к конкретным результатам маркетинга. «Дифференцируйся или умирай!» – говорит один из основоположников позиционирования Джек Траут.

В наше время торговые предприятия более чем когда-либо вынуждены изыскивать новые и эффективные способы увеличения объема продаж. Для этого предприятия прибегают к определенному набору средств (продвижению товаров), среди которых важнейшими являются стимулирование продаж и реклама в местах продаж.

Своеобразие методов стимулирования продаж по сравнению с другими средствами коммуникаций – рекламой, связями с общественностью, спонсорством, объясняется многими факторами:

спецификой этого инструмента коммуникаций;

эволюционностью технологии, мобилизующей воображение продавцов для обеспечения стимулирования самыми различными способами;

быстротой воздействия на продажи товара на всех фазах его жизненного цикла.

Можно рассматривать стимулирование продаж более детально, имея в виду стимулирование всех участников канала товародвижения и не только потребителей. В этом случае стимулирование включает в свой состав: стимулирование потребителей, стимулирование торговли и стимулирование сбытовиков самой организации.

Как и все торговые предприятия, ООО «АШАН», также выбирает определенные методы по стимулированию продаж. Данные методы основываются на реализации концепции Группы «АШАН».

Смысл деятельности заключается в следующем: «Повышать покупательную способность и улучшать качество жизни как можно большего количества покупателей и делать это вместе с ответственными, профессиональными, увлеченными своим делом и уважаемыми сотрудниками».

Данную концепцию можно показать в виде схемы (см. рисунок).



Концепция деятельности Groupe Auchan SA

Что касается политики компании, то в целях стимулирования продаж торговые предприятия группы «АШАН» не расходуют средства на предоставление рекламных объявлений в прессе, на телевидении. Торговое предприятие старается донести всю информацию до покупателей в момент посещения ими своих гипермаркетов и супермаркетов.

Чтобы обеспечить должный уровень стимулирования продаж, на предприятии постоянно проводится целый ряд определенных мероприятий. Прежде всего, они должны быть направлены на достижение желаемых результатов в ходе практической реализации мер стимулирования продаж. Необходимо определить, какие стимулирующие воздействия и по отношению к каким группам покупателей следует применять, а также разработать и осуществить так называемую программу стимулирования. С учетом этого в процессе подготовки и проведения мероприятий по стимулированию продаж обычно выделяют следующие основные этапы.

На первом этапе руководители отдела продаж определяют ряд целей, которых необходимо достичь, в процессе стимулирования продаж. Перед менеджерами отделов различных товарных групп ставятся задачи, для решения которых, необходимо выбрать определенные методы стимулирования.

Затем менеджеры совместно с экспертами отдела, ответственных за определенные сегменты, разрабатывают программу стимулирования продаж. В данной программе оговариваются объемы заказов, организация выкладки, сроки проведения операции по стимулированию продаж.

Сезонные мероприятия характерны для всех форматов группы «АШАН». Система стимулированию продаж предусматривают увели-

чение продаж товара определенного назначения к тем или иным сезонным операциям. Это может быть операция «Зимние виды спорта», «Домашнее консервирование», «Сад и огород», «Пляж» и другие. Как следует из названия операций, данные мероприятия не нацелены на одну определенную дату, а охватывают определенный промежуток времени, в течение которого может увеличиваться спрос на определенные группы товаров.

Регулярные мероприятия проводятся торговым предприятием по определенному плану (раз в две недели или в 10 дней) для стимулирования продаж одного определенного товара из разных товарных групп. Однократные мероприятия по стимулированию могут проводиться как по инициативе самого предприятия, так и по инициативе производителя, например, в целях знакомства с новинками.

Ценовое стимулирование может увидеть каждый «АШАН» – в торговом зале в каждой аллее вывешены листовки желтого цвета, которые информируют покупателей о скидках на тот или иной товар, которые действуют только в определенный момент.

Магазин состоит из 2 основных частей – отдел продовольственных и отдел непродовольственных товаров. Каждый отдел для удобства покупателей и продавцов разбит на секции, в которых подобраны товары определенных товарных групп. Правила выкладки товаров едины для всех магазинов сети «АШАН» и они являются стандартными независимо от страны и региона. Цели выкладки представлены в таблице.

Данные принципы выкладки позволяют ускорить поиск необходимого товара, сориентироваться покупателям в торговом зале. Кроме того, единые правила выкладки товаров помогают работникам торгового зала эффективно распределять свое рабочее время.

Цели и принципы выкладки товара

Цель выкладки	Основной принцип
Закрепить принцип дисконта	Предоставление широкого ассортимента товаров по ценам ниже, чем у конкурентов
Сделать выкладку понятной для покупателей	Разделение ассортимента на товарные группы; осуществление выкладки по правилу возрастания цены «слева - направо, сверху – вниз»
Оптимизировать пространство торгового зала	Выделение определенного пространства каждой товарной группе для достижения наилучшего результата по объему реализации и прибыли
Эффективное заполнение полок (продуктивность)	Осуществление ежедневного контроля за отсутствующим товаром на полках с выявлением причин отсутствия и принятие соответствующего решения
Стимулирование продаж	Применение методов стимулирования: скидки, промо-акции.

Важной услугой является организация доставки товаров по городу и области, что позволяет покупателям приобретать товары крупных

размеров и доставлять при помощи транспорта компании и особенно привлекает жителей из других городов.

Формирование долгосрочных отношений с поставщиками и производителями, основанных на доверии и желании дальнейшего эффективного сотрудничества, позволяет компании осуществлять послепродажное и гарантийное обслуживание, что также является стимулом для совершения покупки.

Возможность покупателей вернуть товар при наличии чека и паспорта позволяет покупателям вернуть не только товар, который может быть не исправен, но и вернуть такой товар, который не подошел по цвету или размеру. Данную аргументацию принимают далеко не все торговые организации.

Сеть гипермаркетов «АШАН» продолжает распространять собственный мировой опыт контроля качества реализуемой продукции на свои российские региональные магазины и внедрила в Екатеринбурге обновленные правила собственной программы «Гарантия свежести». Данная мера предпринята для максимальной уверенности покупателей в качестве приобретаемой продукции.

Программа «Гарантия свежести» компании «АШАН Россия» подразумевает организацию работы, направленную на исключение возможности появления на прилавках магазинов просроченной продукции. Для каждой товарной группы установлены свои правила досрочного списания, они зависят от продолжительности срока годности продукта. Данная политика предприятия привлекательна для покупателей и стимулирует продажи товаров, так как покупатели чувствуют себя защищенными от недоброкачественных товаров.

По инициативе ритейлера с полок магазинов «АШАН» в Екатеринбурге изымаются товары за несколько дней до окончания сроков реализации, рекомендованных законодательством РФ. Эти меры приняты для еще большего контроля за качеством продуктов питания, реализуемых через сеть.

Программа «Гарантия свежести» была представлена и получила одобрение у министерства торговли, питания и услуг Свердловской области, комитета по товарному рынку администрации Екатеринбурга и Екатеринбургского муниципального Центра защиты потребителей.

Научный руководитель *В. В. Тарасова*

Рынок газированных напитков

Продажи безалкогольных напитков в России во II квартале 2015 г. уменьшились в натуральном выражении на 3% по сравнению с таким же периодом 2014 г., подсчитали аналитики Nielsen. В последние два года рынок, по их подсчетам, ежеквартально рос в среднем на 5–6%, а в III квартале 2014 г. – и вовсе на 8% год к году.

Сильнее всего упал спрос на фруктовые соки и газированные напитки – на 7 и 2% соответственно. Прирост почти в 7% показали только энергетики, что связано с расширением дистрибуции и подогреваемым промоакциями интересом, считает руководитель группы по работе с компаниями продовольственного и алкогольного рынка «Nielsen Россия» Ю. Маруева.

Президент Союза производителей безалкогольных напитков Д. Петров со статистикой Nielsen не согласен: продажи тонизирующих напитков (энергетики. – «Ведомости») сокращаются, но медленнее, чем рынок безалкогольных напитков в целом. До сих пор это мало известный потребительно товар, поэтому у него больше возможностей для развития, считает Петров.

Росстат падения производства безалкогольных напитков по итогам 2014 г. не видит: служба зафиксировала 4%-ный рост категории сладких и газированных напитков, производство соков осталось на уровне 2013 г.

А вот данные производителей в целом подтверждают статистику Nielsen. Так, во II квартале 2015 г. Coca-Cola и ее ботлер Coca-Cola Hellenic отметили снижение продаж на российском рынке в натуральном выражении на 1–3% по сравнению с аналогичным периодом 2014 г., сообщили компании. Как производство, так и продажи «Висмы» (бренд «Архыз») падают «наравне с рынком», сказал ее гендиректор Валерий Герюгов. Во второй половине 2015 г. падение продолжится в связи со снижением покупательной способности потребителя, полагает он.

Безалкогольные напитки – не предмет первой необходимости, соглашается Маруева, поэтому от них потребитель отказывается в условиях роста цен. По данным Nielsen, безалкогольные напитки во II квартале 2015 г. подорожали в среднем на 12% год к году, газировка выросла в цене еще существеннее – на 14%. Также Маруева отмечает тренд на здоровое питание и «укрепляющуюся привычку покупать по промо и неизбежное снижение готовности платить регулярную цену».

Безалкогольная продукция – это соки, газированные напитки и бутилированная вода. Первые два сегмента под тотальным контролем транснациональных Coca-Cola Co и PepsiCo: на них приходится 60% продаж газированных напитков и 80% соков. Суммарная доля двух крупнейших игроков – 55%. Большинство местных производителей не могут конкурировать с крупными игроками. И дело даже не в качестве продукта или силе бренда. Так, краснодарская компания «Сады Придонья» смогла увеличить долю на рынке, став третьим серьезным игроком в сегменте, благодаря высокому качеству сока, произведенному из собственного сырья. Но это скорее исключение. А правило – барьер для выхода на магазинную полку: политика торговых сетей жестко заточена под крупных игроков.

Сегмент газировки в России – вообще золотой источник для западных концернов. Судя по исследованию, проведенному региональным центром маркетинговых исследований «ПРОМА» в Екатеринбурге, около 40% опрошенных выбирают «Кока-Колу», 30% – «Пепси», 25% – «напитки детства» («Буратино», «Колокольчик» и др.) и лимонады «русской серии». И только 5% потребителей предпочитают минеральную воду.

Несколько иная ситуация в сегменте минеральной и чистой питьевой воды: Coca-Cola Co и PepsiCo держат всего 23% рынка, объем которого оценивается в 4,5 млрд литров в год. Остальное – пока в руках наших производителей. И это связано с рядом российских особенностей.

В России плохое качество воды в изношенных и нетехнологичных водопроводных сетях. Поэтому в отличие от европейских потребителей, которые покупают воду для утоления жажды, российские домохозяйства используют ее и для приготовления пищи. Кроме того, практически все офисы в городах заказывают бутилированную воду. В итоге потребление простой воды превысило среднестатистические 25 литров: в Москве один житель выпивает 35 литров, в Екатеринбурге – 28, Челябинске – 26. Все это привело к бурному развитию в регионах производства и доставки воды в бутылках, в том числе для кулеров.

Достоверной статистики по рынку нет: кажущаяся легкость выхода на рынок провоцирует текучесть, начинающие игроки полагаются в основном на демпинг, массово появляются и также массово уходят. Воспользуемся данными, предоставленными нам директором екатеринбургского подразделения новосибирской компании «Чистая вода» (ТМ «Норинга») Александром Долговым. В Свердловской области, по этой информации, производством и доставкой воды занимается 45 компаний, в сегменте 19-литровой фасовки 60% рынка приходится на долю марок «Ново-Курьинская», «Норинга» и «Аква-Кристалл».

Основной способ доставки – развоз бутылей в дома или офисы. В Тюменской области насчитывается 12 компаний, однако только две имеют собственные производственные мощности, остальные занимаются доставкой воды из соседних субъектов, той же Свердловской и Курганской областей: Тюмень расположена в болотистой местности, поэтому жители предпочитают привозную воду. Здесь же получили распространение продажи воды через обменные киоски. Рынок Челябинской области, на котором работают 15 компаний, отличается разнообразием способов приобретения: обменные пункты, продажа в розницу, доставка. В Перми около десятка игроков, здесь особо развита сеть киосков, где можно купить воду в собственную тару. О качестве говорить не приходится: масса производителей разливают либо очищенную воду из водопровода, либо из несертифицированных скважин. По закону производитель воды, добывающий ее из источника, должен иметь лицензию Минприроды, однако этому правилу следуют только крупные игроки.

На наш взгляд, не должны оставаться в стороне и сами производители. Традиционно слабое звено региональных производителей – маркетинг. Большинство местных компаний сейчас организуют добычу и доставку питьевой столовой воды одной марки, и расширение продуктовой линейки им будет необходимо. Положительные примеры в регионе есть: в Челябинской области компания «Ариант-Аква» выпускает около 30 видов фруктовых напитков и один вид минеральной воды, ПК «Ниагара» производит десять видов газированных и прохладительных напитков. Отдельная проблема – пропаганда здорового образа жизни и правильного потребления воды. Очевидно, пока региональные компании к цивилизованной работе в основном не готовы: даже на интервью в ходе подготовки этого материала согласились единицы.

Научный руководитель: *В. М. Гаянова*

Е. Д. Гилева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Анализ рынка фитнес-услуг

Рынок фитнес-услуг – один из самых стабильных и динамично развивающихся рынков в мире.

Так, в настоящее время количество фитнес-клубов на мировом рынке специалисты оценивают в 153 000 объектов, которые посещают 131,7 млн чел. Лидирующие позиции занимает рынок фитнес-услуг

стран американского континента. Уровень развития европейского рынка фитнес-услуг сопоставим с американским, несмотря на его более позднее становление. Количество фитнес-клубов в странах Европы составляет порядка 32 800 клубов.

А что касается российского рынка фитнес-услуг, он отстает от западного на 20–30 лет, находясь на данном этапе все еще в стадии становления и развития. Объем российского фитнес-рынка составляет около 2% от общемирового, иначе говоря, объем рынка фитнес-услуг России насчитывает примерно 3,2 млрд дол. Но это не означает, что конкуренция на российском рынке уступает по силе американской или европейской, т.к. по всей России ежемесячно открываются десятки новых фитнес-клубов и конкуренция постоянно растет, для сравнения, на сегодняшний день по России действует уже порядка 3 960 фитнес-клубов, что где-то на 2 тыс. больше, чем в 2010 г.

Российский рынок фитнес-услуг преимущественно представлен фитнес-центрами премиум-класса, а особенно это касается московского рынка. Добавим, что московский рынок практически полностью заполнен, а в противоположность этому рынок фитнес-услуг в регионах практически не развит. Чаще всего в регионах встречаются фитнес-центры, которые работают по системе франчайзинга. Такая тенденция может быть вызвана наличием барьеров для входа в фитнес-индустрию. К ним можно отнести:

- нехватка помещений, в которых можно было бы разместить фитнес-клуб;

- высокие арендные ставки на недвижимость;

- увеличение стартовых затрат за счет повышения расходов на создание и внедрение эксклюзивных предложений и технологических инноваций;

- подбор управленческого персонала со знанием рынка.

Другими словами, основные проблемы, тормозящие развитие российского рынка фитнес-услуг, следующие. Для производителей – это высокие пороги вхождения в рынок, связанные с отсутствием дифференцированных арендных ставок на социально значимые объекты, высокими кредитными ставками, залоговым кредитованием. Для клиентов основной проблемой являются высокие цены

Для того чтобы повысить конкурентоспособность конкретного предприятия необходимо определить, что может вызвать раздражение у клиентов и, как следствие, их отток, например, неудачная планировка или размещение оборудования, все это необходимо предусмотреть и постараться обратить в конкурентное преимущество.

Улучшения обычно происходят по трем основным направлениям: качество технического оснащения фитнес-клуба, индивидуализация

отношения к клиенту, введение новых эксклюзивных или популярных тренировочных программ.

В России наблюдается большая концентрация фитнес-клубов премиум-класса и, как следствие, именно в этом сегменте наблюдается наиболее сильная конкуренция. Чтобы вырваться в лидеры, клубы данного сегмента используют следующие стратегии: освоение среднего сегмента рынка и проникновение в регионы, имеющие большой потенциал развития, разработка уникальных программ тренировок и занятий на эксклюзивном оборудовании. Возрастающий спрос на фитнес-услуги влечет за собой рост предложений. В данном случае выигрывает тот участник рынка, чье предложение наиболее соответствует основным потребностям потребителя.

Исследовательским центром League Consulting были выявлены несколько пунктов, которые на сегодняшний день в основном составляют бренд фитнес-клуба:

- наличие профессионального оборудования;
- широкая линейка клубных карт;
- расположение фитнес-клуба (внутри ТЦ, отдельно стоящее здание или др.), размер залов, хорошая вентиляция, наличие парковки;
- месторасположение клуба: близость к работе или дому.

Перечисленные факторы еще раз подтверждают, что развитие и уровень конкуренции постепенно смещается на качество предоставляемых услуг, начиная от месторасположения клуба, заканчивая выбором клубной карты и разнообразием услуг.

Относительно дальнейшего развития рынка эксперты делают следующие прогнозы.

1. В виду усиления конкуренции на рынке будет наблюдаться сегментация и специализация. Увеличится количество студий, развивающих отдельные направления, появятся так называемые «клубы по интересам» (бойцовские клубы, клубы по восточным практикам и др.).

2. Акцент на развитие клубов среднего сегмента и доступного сегмента, что связано в первую очередь с тем, что сначала на рынок вышли клубы премиум-сегмента. Фитнес перестанет быть роскошью.

3. Активное развитие региональных рынков фитнес-услуг и динамичное развитие рынка в целом. Маркетинговое агентство «Бизнес Порт» говорит о том, что рост этого рынка будет держаться на уровне не ниже 25%.

Научный руководитель *Т. Л. Сысоева*

Характеристика рынка туристических услуг

Туристский рынок – это институт или механизм, который сводит вместе покупателей (предъявителей предложения) и продавцов (поставщиков) туристских услуг. В отличие от обычных товарных рынков туристский рынок не несет в себе движения товаров от продавцов к покупателям. Напротив, сами покупатели перемещаются к месту назначения, чтобы получить зарезервированные услуги [1].

Цель: выявление предпочтений потребителей в сфере туризма и анализ предложения на рынке туристических услуг.

Задачи:

- выявление предпочтений потребителей туристических услуг;
- выявление потребительских мотиваций при выборе туристической фирмы для сотрудничества;
- выявление тенденций развития туристического рынка;
- выявление предпочтений потребителей туристических услуг
- выявление потребительских мотиваций при выборе туристической фирмы для сотрудничества;
- выявление тенденций развития туристического рынка.

Характеристика рынка

В России туристский бизнес развивается с преимущественной ориентацией на выезд. Подавляющее большинство действующих у нас тур фирм предпочитают заниматься направлением своих соотечественников за рубеж, и лишь небольшая их часть работает на привлечение гостей в РФ.

Даже не смотря на сравнительную разницу в цене с местными предложениями зарубежные туры пользуются большим успехом у заядлых туристов, путешествия по России пользуются спросом в основном у молодежи, которая не имеет возможности выехать за границу либо еще не так избалована заморскими пейзажами.

Еще одна характерная тенденция для российского тур-бизнеса – обострение конкурентной борьбы между турфирмами, так как число последних превышает спрос на туристические услуги.

Появление новых фирм, их успешная деятельность возможны в том случае, если они приходят на рынок с явно новым продуктом. Однако в большинстве случаев новые тур фирмы ищут доходы в уже освоенных сегментах рынка, что повышает опасность проявления новичками полной несостоятельности и обман клиентов (вплоть до исчезновения с деньгами клиентов без предоставления тур услуг вообще).

В одном только Екатеринбурге на начало 2016 г. насчитывается около 300 турфирм. Несмотря на это, по данным polit.ru количество турфирм России в 2015 г. Сократилось более чем на треть и продолжает сокращаться.

При организации культурной программы учитывается специфика страны (региона, города) тура в историческом, культурном, национальном, религиозном плане, а также продолжительность и вид тура (в шоп-туре, деловой поездке и бизнес-туре культурная программа сокращена), возможности принимающей стороны и, естественно, платежеспособность клиента.

С учетом определенных профильных услуг устанавливается окончательная цена тура, которая может быть скорректирована в связи с предоставлением дополнительных услуг и различных скидок.

Анализ спроса

При выявлении особенностей туристского рынка важное место должно отводиться не только категории «туристское предложение» и рассмотрению понятия «туристская услуга», но и понятию «туристский спрос», в концепции которого приоритетное место отводится потребителю, чьи нужды и желания туристские организации предполагают удовлетворять.

Сложности функционирования организаций индустрии туризма заключаются в том, что оценка качества туристских услуг потребителем достаточно субъективна и зависит от различных факторов: общеэкономических, культурного и общественно-психологического характера, социально-демографических, личностно-поведенческих.

Значительное влияние на спрос в сфере туристских услуг оказывают такие изменения в общественной психологии потребления, как информированность, высокий уровень образованности, высокая требовательность к комфорту и качеству услуг, индивидуализм, экологизация мышления потребителя, мобильность, физическая и умственная активность на отдыхе, стремление получать калейдоскоп впечатлений [2].

Вывод: конечно, к 2016 г. наблюдается большой отток туристов. Это связано с экономическим кризисом, санкциями и повышением курса валют. К концу 2015 г. российских туристов лишили возможности посещать такие популярные курортные страны, как Египет и Турция, для туристических агентств это стало проблемой потери большой доли прибыли. Но отдых за границей стал неотъемлемым атрибутом жизни значительной части россиян, а значит, несмотря, ни на что, клиенты у турфирм будут.

Анализ предложения

Универсальные статистические наблюдения содержат данные, характеризующие демографическую ситуацию, уровень жизни населе-

ния, развитие рынков товаров и услуг, в том числе услуг туризма и отдыха. Наибольший интерес с точки зрения характеристики предложения на туристские услуги представляют данные об уровне и структуре денежных доходов населения, структуре конечного потребления домохозяйств, составе и структуре расходов на конечное потребление, включая расходы на оплату услуг.

Вследствие значительной социальной дифференциации российского общества разные социальные группы по-разному относятся к услугам туризма и отдыха. По 10%-ным группам обследуемого населения на группу с самым низким уровнем благосостояния приходится лишь 0,3% расходов на санаторно-оздоровительные услуги, в то время как по группе населения с наивысшими доходами этот показатель равен 43,4%. Доля расходов на оздоровительный отдых превышает 10%-ный барьер лишь в 7, 8, 9 и 10-й группах, что свидетельствует о том, что туристские услуги доступны в настоящее время группам населения с доходом, выше среднего. Большая часть всех потребительских расходов на санаторно-оздоровительные услуги (91,4%) производится представителями седьмой, восьмой, девятой и десятой социальных групп, располагающих наибольшими денежными доходами

В связи с сегментацией предложения на туристские услуги и доступностью услуг для наиболее зажиточных слоев населения универсальные статистические наблюдения не могут в полной мере удовлетворить профессиональных организаторов туризма, которым требуется более детальное исследование туристского предложения. Специализированные консультационные фирмы проводят целевые исследования спроса и предложения на туристские услуги, однако их мощности позволяют получить данные только в региональном разрезе по целевым сегментам.

Анализ рынка на примерах. Предложения туристических агентств

В связи с текущей политической ситуацией прямых предложений на излюбленный туристами Египет у турфирм нет, в страну нельзя добраться самолетом из России, единственный выход – добираться через страны-посредники по морю или же по суше.

Однако список предложений от этого не обеднел. Особой популярностью пользуются Вьетнам и Таиланд, даже несмотря на достаточно высокую цену. В страну не требуется делать визу, возможно именно этим и пользуются фирмы. Агентства знают, что российским людям часто не хочется тратить лишнее время на создание виз и благодаря экономии времени завышают цену, однако предложений посетить страны Европы все же сравнительно много.

Также достаточно популярными становятся предложения попутешествовать по России. Они отличаются сравнительной разницей

в цене с зарубежными аналогами. Однако набирают популярность туры не только в курортные города, но и так же в самое сердце нашей страны (Урал, Байкал, Камчатка и т.д.), поэтому вполне вероятно, что российский туризм все больше начнет набирать обороты и скоро составит серьезную конкуренцию зарубежным турам.

Реклама в СМИ

Активно используется размещение в кинотеатрах реклама от лица туристических агентств и туроператоров. За первое полугодие 2015 г. от лица курортов было показано 225 часов рекламы, от лица агентств – 108 ч рекламы. Радио используется реже, однако объемы закупки здесь более стабильны. Так, рост по итогам 2015 г. относительно 2014 г. здесь составил, в общей сложности, 7%. Объемы закупки наружной рекламы значительно сократились от лица курортов более чем на 55%, от лица турагентств и туроператоров закупка снизилась на 20%. Аналогичный отрицательный тренд наблюдается и для рекламы туристических услуг в прессе. Остановливаясь более подробно на рекламе в категории «Услуги турагентств», стоит отметить, что первые позиции в рейтингах по СМИ за 2015 г. по объему занимали такие крупные туроператоры, как: Teztour, Pegas Touristics, Coral, Anex Tour. Снижение рекламы на ТВ объясняется закрытием множества туристических агентств.

Министерство туризма Израиля продолжает масштабную рекламную кампанию своих курортов в России. Проект направлен на привлечение российских туристов, которым недавно стал недоступен отдых в Турции и Египте. Как сообщает RTourNews.ru, общий бюджет, заложенный ведомством на продвижение Израиля среди россиян, составляет 8 млн шекелей (около 2 млн дол.). В связи недоступностью самых популярных направлений их нишу решили занять другие страны, в том числе Израиль. Туристическое ведомство страны запустило новую рекламную кампанию, которая включает в себя наружную рекламу, рекламу на телевидении, радио и в интернете. Основной акцент в проекте сделан на продвижении отдыха в Эйлате – курорте на побережье Красного моря [3].

Библиографический список

1. *Анализ* современного состояния российского рынка туристских услуг. URL: <http://works.doklad.ru/view/t6JmODvqoCI.html>.
2. *Жукова М. А.* Менеджмент в туристском бизнесе. М.: КноРус, 2006. URL: http://tourlib.net/books_tourism/jukova13.htm.
3. *Израиль* потратит на рекламу в России \$2 млн URL: <http://www.sostav.ru/publication/reklama-izrailya-20595.html>.

Научный руководитель *В. М. Гаянова*

Современное состояние гостиничного бизнеса в России

Гостиничный бизнес всегда был развивающейся и прибыльной отраслью бизнеса в России. Но в период кризиса эта отрасль, как и многие другие, претерпела изменения.

К сожалению, экономическая ситуация в России становится все более напряженной. Кризис отразился в первую очередь на компаниях сферы услуг, в том числе на гостиницах и отелях.

Если раньше довольно большой процент клиентов гостиничного комплекса составляли люди, приезжавшие в столицу на деловые переговоры, конференции, семинары и выставки, в 2015 г. таких гостей стало гораздо меньше.

Кроме того, снизилось и число гостей из-за рубежа. В связи с введением санкций против России и усиливающихся антироссийских настроений в странах Европы и США, поток иностранных туристов заметно уменьшился.

Снижение общего количества гостей привело к обострению конкуренции среди московских отелей – теперь борьба идет практически за каждого клиента.

Чтобы спасти прибыль от инфляции, собственники вкладывают деньги в модернизацию старого гостиничного фонда. Отели перестраивают и передают в управление крупным сетевым операторам.

В разгар кризиса собственники занялись модернизацией гостиничного фонда. Так, компания Amtel Properties 2 января закрыла на реконструкцию отель «Ирис» в Москве на Коровинском шоссе. После реновации номерного фонда, общественных зон он перейдет под управление Holiday Inn. Идет реконструкция гостиницы «Люкс» на Тверской (бывшая «Центральная»), принадлежащей группе БИН. Эту гостиницу отдадут под управление сети Hilton. Впрочем, речь идет только о наиболее крупных городах [1].

Активно развивается гостиничный бизнес в региональных центрах, даже тех, где население меньше 1 млн. Например, в Ижевске, где 600 тыс. жителей, сейчас активно строятся гостиницы. В то же время небольшие города, считающиеся туристическими, пока не обладают качественной инфраструктурой. Все, что там есть, – либо старые гостиницы в муниципальной собственности, либо небольшие частные гостевые дома.

«Даже в таких городах, как Суздаль или Владимир, сетевого гостиничного бизнеса нет, и в ближайшее время он вряд ли появится», – рассказывает Станислав Ивашкевич, замдиректора по развитию группы CBRE.

Массовые инвестиции, на первый взгляд, странные в кризис, вызваны тем, что для собственников это единственная возможность сохранить прибыль, которая генерируется в рублях.

Сейчас достаточно выгодное время, чтобы вкладывать деньги в развитие и модернизацию гостиниц на территории РФ: в силу последних изменений на рынке выездного туризма (фактическое закрытие наиболее массовых направлений – Турции и Египта, а также девальвация рубля) активно развивается внутренний туризм.

Значительная часть отелей, которые давно представлены на рынке, уже так обветшала, что отсутствие ремонта для них чревато потерей звездности. При этом, поскольку средний срок окупаемости здесь около десяти лет, старые вложения уже начали возвращаться. Именно на эти деньги проводят модернизацию, чтобы поднять класс отелей. Фактически инвесторы ведут себя как простые граждане, которые, чтобы спасти сбережения, в массовом порядке скупали квартиры.

«По сути, гостиница – это красивая многокомнатная квартира. Они востребованны и легко продаются», – говорит Ивашкевич [2].

Ремонт проводится с учетом стандартов крупных гостиничных операторов, которым потом планируют передать гостиницы в управление. Как известно, у известных брендов жесткие требования к состоянию гостиниц, площади номеров, инфраструктуре и т.п. Как отметил Ивашкевич, долгое время развитие западных сетей в России тормозило то, что собственники зданий не были готовы тратить дополнительные деньги, чтобы адаптировать свои объекты к их стандартам.

Показательно, что, например, по словам представителей рынка, здание гостиницы «Центральная» группа БИН планирует передать под управление сети Hilton. Ранее власти Москвы одобрили строительство гостиницы уровня трех звезд. Однако в итоге отель будет более высокого класса из-за требований Hilton.

Учитывая долгие сроки окупаемости (от десяти лет), проект развивают, скорее, для того, чтобы иметь в портфеле качественные активы, которые можно будет в случае чего продать. «Отели модернизируют, в том числе и для того, чтобы иметь возможность их быстро продать по выгодной цене. Большинство старых объектов расположены в центре и в силу выгодного расположения могут претендовать на высокую звездность и генерировать значительные деньги. Но для этого их стоит привести в порядок», – считает Ивашкевич.

Как отмечают участники рынка, гостиницы продолжают генерировать доход.

«Несмотря на кризис, гостиничная отрасль развивается, особенно в связи с увеличением тренда на внутренний туризм», – утверждает Наталья Корнейчук. По словам главы Ростуризма Олега Сафонова, в 2015 г. «в России закрепился перелом в пользу развития внутреннего и въездного туризма». Число туристов, путешествующих по России, увеличилось на 18%, примерно до 50 млн чел.

Последние четыре года заполняемость гостиниц находится на одном уровне – около 60%. Просто одни туристы заменяют на других. Раньше это были мелкие предприниматели, которые везли в страну товары, а на границе заявляли целью поездки туризм. Сейчас увеличилось число туристов, приезжающих в нашу страну именно как туристы, а не с целью предпринимательства.

Библиографический список

1. *Hotelier.PRO* – журнал для отельеров, новости гостиничного бизнеса и все про отели. URL: <http://www.hotelier.pro/news/item/978-jllnew/978-jllnew>.

2. *Газета.ru*. Информационный портал. URL: http://www.gazeta.ru/business/realty/2016/01/14_a_8021789.shtml.

Научный руководитель *В. М. Гаянова*

А. А. Ерофеев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

К вопросу о способах повышения качества услуг в сфере ЖКХ

В основу концепции реформирования ЖКХ, предложенную Правительством Российской Федерации еще в 2008 г., был заложен ряд принципов, ориентированных на рыночные условия развития экономики:

- минимальный социальный стандарт услуг ЖКХ;
- обязательное информирование потребителя об имеющихся услугах ЖКХ на рынке;
- экономическая и правовая ответственность производителей и поставщиков за качество предоставляемых услуг;
- право выбора потребителем конкретной услуги и ее поставщика;
- подача энерго-, тепло- и водоснабжения с учетом законных потребностей жителей;
- оплата потребителем реально учтенных услуг ЖКХ;

создание на рынке услуг ЖКХ необходимых условий для конкуренции;

Концепция повышения качества услуг жилищно-коммунального хозяйства, предусматривала организацию товариществ пользователей (или собственников) жилья с целью защиты их интересов при заключении договоров с предприятиями жилищно-коммунального хозяйства [1]. В свою очередь, эти предприятия в большинстве своем должны были быть приватизированы, а жилищный фонд передан в доверительное управление. Предполагалось, что в результате таких преобразований на рынке возникнет конкуренция, которая и обеспечит повышение эффективности жилищно-коммунального хозяйства, вплоть до снижения тарифов на его услуги [2].

Вполне понятно, что проблема, связанная с приватизацией жилищно-коммунальной сферы может решаться только после того, как эта отрасль будет эффективной. Однако, на сегодняшний день, ситуация здесь подобна той, которая уже сложилась в электроэнергетике и некоторых других отраслях российской экономики, где вместо эффективного реформирования происходит банальное повышение тарифов на услуги для населения.

С одной стороны, современное состояние жилищно-коммунального хозяйства в большей части свидетельствует об его неудовлетворительном состоянии. Поэтому назревшие изменения настоятельно требуют повышенного внимания со стороны всех властных структур. С другой стороны, доходы населения не позволяют и – в обозримой перспективе – не смогут полностью покрывать коммунальные услуги. Простые расчеты показывают, что «модернизация», при которой сокращение издержек по жилищно-коммунальным услугам шло бы быстрее, чем рост платы за них, возможно, но для этого требуется федеральная целевая программа и крупные инвестиции.

Выходом из этой ситуации может стать скорейшая модернизация всей инфраструктуры ЖКХ, включая системный подход в повышении качества услуг. В частности, можно использовать несколько методов, одним из которых является снижение стоимости жилищно-коммунальных услуг в таких сферах, как:

а) регулирование деятельности локальных естественных монополий по поставке коммунальных услуг и внедрение альтернативных технологий;

б) организация ресурсосбережения.

Другим методом может стать дальнейшее совершенствование системы управления ЖКХ, включая, например, такие аспекты:

а) формирование многообразия собственников жилищной сферы;

б) демонополизация обслуживания муниципального жилого фонда и формирование рынка услуг.

Введение договорной формы взаимоотношений между собственником и муниципальной службой заказчика или между подрядными организациями позволяет перевести сферу управления жилищно-коммунальным хозяйством на более высокий качественный уровень, поскольку возможность привлечения к материальной ответственности за нарушение договорных обязательств, как правило, приводит к значительному улучшению качества содержания и обслуживания жилищного фонда,

Апробация таких принципов в различных регионах России свидетельствует о том, что создание конкурентной обстановки в сфере управления жилищным фондом между управляющими компаниями различных форм собственности, как правило, приводит не только к повышению уровня качества услуг, но и к сокращению затрат на содержание жилищного фонда. Однако, на сегодняшний день система бюджетного финансирования службы заказчика не позволяет развиваться рыночным отношениям в сфере управления жилфондом. Это связано, прежде всего, с тем, что при финансировании из бюджета, служба заказчика создается с минимальным количеством персонала, что в свою очередь, связано с сокращением бюджетных расходов. В перспективе только собственник жилья должен выбирать того, кому он доверит управление и сколько он будет за это платить, С другой стороны, в сферу интересов управляющей компании нового типа должны попасть не только жилые дома и придомовые территории, но и другая инфраструктура, а именно: детские сады, школы, больницы, объекты социально-культурного назначения, тепловые передающие сети и др. [3].

На сегодняшний день в России сложилась далекая от оптимальной структура типов городского жилья, резко деформированная в сторону наименее эффективных форм – муниципальных домов и муниципальных домов с приватизированными квартирами. Кроме того, эти формы собственности постоянно воспроизводятся, усугубляя многочисленные проблемы российского ЖКХ. Главным направлением реформирования ЖКХ должно стать не повышение квартплаты и не перевод муниципального жилья на самокупаемость, а изменение структуры собственности – сокращение доли неэффективных форм городского жилья и увеличение доли эффективных, что, в свою очередь, будет обеспечивать более высокое качество предоставляемых услуг.

Вполне очевидно, что проблема модернизации коммунальной отрасли находится в области организации эффективного партнерства органов власти, бизнеса и населения (потребителей). Для ее успешного

решения, необходимо использование таких путей, как создание инвестиционной привлекательности и снижение рисков участия бизнеса в сфере ЖКХ и совершенствование механизмов тарифного регулирования для стабилизации и перехода от затратного механизма к стимулирующему принципу содержания отрасли. Все это при наличии благоприятных тенденций в российской экономике будет способствовать повышению качества услуг ЖКХ на различных уровнях.

Библиографический список

1. *Блохин А.* Что делать частнику // *ЖКХ*. 2014, № 11.
2. *Дронов А. А.* О состоянии ЖКХ России и перспективах его формирования. М.: 2014.
3. *Баринов В. Н.* Методология совершенствования управления деятельностью организаций и предприятий жилищного и коммунального комплексов. М.: 2012.

Научный руководитель *В. П. Тимошенко*

А. В. Завьялова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Анализ проблемы продовольственной безопасности в России на примере торговой сети Metro

Продовольственная безопасность – это такое положение экономики и агропромышленного комплекса, при котором население в каждый момент времени имеет физический и экономический доступ к достаточному количеству безопасной пищи, необходимой для поддержания социально и экономически активной жизни человека [6].

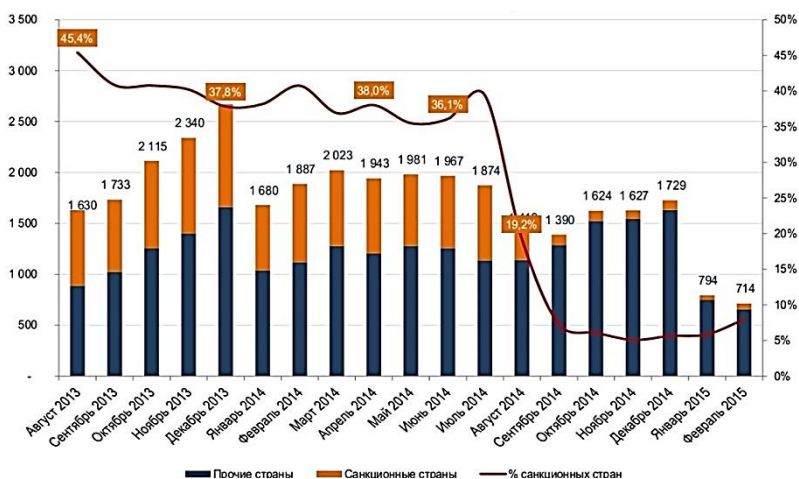
В России в 2010 г. была принята «Доктрина продовольственной безопасности РФ», рассчитанная до 2020 г. Согласно ее положению доля отечественной сельскохозяйственной продукции в общем объеме продовольствия страны не должна быть ниже 80%, а по некоторым позициям – даже 95%.

В настоящее время Россия обеспечена за счет собственных ресурсов по зерну и картофелю на 98,9% и 97,4% соответственно, вместо запланированных пороговых значений в 95%. Так же стандарты обеспечения по сахару и растительному маслу перевыполняются: вместо 80% – 92,4% и 84,4% соответственно. Предполагается, что в ближайшее время производство мяса и мясопродуктов, рыбной продукции достигнет нормативов – 85% и 80% соответственно.

В то же время есть некоторые сложности с достижением показателя обеспеченности по молоку: в прошлом году он составил 77% из запланированных 90%. Развитие молочно-продовольственного комплекса является стратегически важным направлением для обеспечения продовольственной безопасности.

Серьезное влияние на обеспечение страны продовольствием оказали экономические санкции, введенные по отношению к России в 2014 г. В июне 2015 г. в ответ на продление санкций Россия продлила действие продуктового эмбарго на год – до 05.08.2016 г., поэтому задача обеспечения страны продуктами собственного производства стала особенно актуальной.

На рисунке представлена динамика поставок санкционных товаров сельскохозяйственной отрасли в Россию до и после введения санкций.



Динамика поставок санкционных товаров в Россию, млн дол.

На рисунке видно, что резкое снижение ввоза сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из США, Европы, Канады, Австралии и др. стран, приходится именно на период введения ответных санкций Россией [5].

Основной целью принятия российским правительством эмбарго в отношении западных стран стала не только потребность в ответных действиях, но и стимулирование экономической активности собственных производителей.

В связи с этим, рассматриваются последствия экономических санкций не только для России, но и западных стран. Таким образом, потери России оценивались в 2014 г. в 25 млн евро или 1,5% ВВП,

в 2015 г. – уже 75 млрд евро или 4,5% ВВП. Для стран ЕС последствия оцениваются в 40 млн евро или 0,3% ВВП в 2014 г. и 50 млрд евро или 0,4% ВВП в 2015 г. [3].

С одной стороны, санкции оказали негативное влияние на экономику страны в целом и повлекли за собой сокращение объемов производства в отдельных отраслях, рост цен, сокращение доходов бюджета.

С другой стороны, что более важно, это то, что Россия в этих условиях уделяет приоритетное внимание вопросу импортозамещения.

Важнейшее условие насыщения продовольственного рынка – возможность беспрепятственного продвижения продуктов от производителя к потребителю, но существующий дефицит современных складских комплексов и логистических центров, неразвитость дорожной сети сдерживает налаживание системы современной логистики в целом.

В то же время в России уже много лет работают субъекты экономики, активно занимающиеся развитием логистической инфраструктуры – торговые сети, которые опираются на собственные силы и, несмотря на кризис, активно движутся вперед. В сегодняшнее кризисное время торговые сети оказались в выигрыше вследствие общего спада в экономике. Только «Магнит», X5, «Дикси», «Лента» и «О'кей» за полгода 2015 г. ввели 778 000 м² новых торговых площадей, из них около четверти пришлось на «Магнит» [4].

Опираясь на свои логистические мощности, торговые сети практически управляют товарными потоками в экономике и являются агентами продвижения продукции отечественных предприятий к конечному потребителю. Экономическая логика состоит в том, что для стимулирования импортозамещения важно производить товары именно там, где люди их потребляют, поскольку возникают проблемы с логистикой, сохранением качества товаров во время доставки. Именно сети имеют возможность обеспечить доставку этих товаров к потребителю.

Свой вклад в развитие товаропроводящей цепочки и повышение ее эффективности вносят не только отечественные компании. Объектом исследования является ООО «Метро Кэш энд Керри», которое входит в состав немецкой компании «Metro Cash&Carry», которая в свою очередь входит в состав группы компаний «Metro AG», одной из ведущих международных компаний.

В России в ее состав входят предприятия мелкооптовой торговли «Metro Cash&Carry» и гипермаркеты электроники «Media Markt». В России на сегодняшний день открыто 88 торговых центров Metro в 49 регионах страны. Продажи Метро Кэш энд Керри в России за 2015 г. составили 230,400 млрд р. (рост по сравнению с предыдущим годом – 9,8%).

Темп роста продаж Metro в 2015 г. в России замедлился по сравнению с 2014 г. в условиях нынешней экономической ситуации, но, несмотря на это, этот рынок остался одним из основных для развития сети Metro. За октябрь – декабрь 2015 г. сеть Metro выросла на 11 магазинов в восьми странах мира, из пяти новых центров Metro Cash & Carry три открылись в России [1].

Важнейшим источником конкурентных преимуществ Metro является логистика, которая охватывает все виды деятельности. Основной логистической задачей компании является оптимальное управление товарными, информационными и денежными потоками.

Логистика Metro обеспечивает своевременную доставку товаров на полки магазинов компании, контроль за качеством продукции на всех этапах перевозок, и также позволяет снизить себестоимость продукции, сократив количество посредников в цепочке поставок.

Metro Кэш энд Керри имеет отлаженную систему товароснабжения своих торговых центров по всей России через распределительные центры (РЦ). Для различных типов продукции и поставок применяются различные схемы поставки на РЦ, такие как: PAXD – применяется для значительной части поставок продовольственной и непродовольственной продукции без специальных режимов хранения и транспортировки; BBXD – применяется для поставок овощей и фруктов, охлажденной рыбной продукции; CS – применяется для продукции прямого импорта и продукции Глубокой заморозки. Все распределительные центры Metro в России представлены в таблице.

**Распределительные центры
«Метро Кэш энд Керри» в России [1]**

	РЦ Ногинск	РЦ Санкт-Петербург	РЦ Новосибирск	РЦ Аксай	РЦ Лобня
География поставок	Все ТЦ МСС	ТЦ МСС Северо-Западного округа; РЦ Ногинск	ТЦ МСС Сибири – Новосибирск, Омск, Красноярск, Барнаул, Кемерово, Томск, Магнитогорск	ТЦ МСС Южного региона	ТЦ МСС Москвы и Московской области
Схемы поставок	PSXD; BBXD; CS	PAXD	PAXD; CS	BBXD; CS; PAXD	BBXD; CS; PAXD

Еще один фактор, который является сильным преимуществом для компании – поставщики компании «MetroCash&Carry». Компания представляет только тех поставщиков, чья работа и качество продукции устраивает на все 100%. Введение особых экономических мер потребовало оперативных решений.

Компания сохраняет приоритет для российских товаропроизводителей при поиске альтернативных источников закупок или разработке новых решений по замене продуктов; например, 94% мяса и 96% молочной продукции из ассортимента Metro производятся в России. С момента введения санкций доля российских товаров в ассортименте Metro выросла примерно на 30% [2].

Что касается товаров импортного происхождения, то в случаях отсутствия аналогов на российском рынке, Metro сфокусировалась на странах Латинской Америки (Аргентина, Бразилия), Южной Африки, Новой Зеландии, Швейцарии, Китае и ряде других стран.

Руководство компании считает, что, несмотря на экономические санкции, замедление темпов развития российской экономики, надо делать все возможное для того, чтобы продолжить дальнейшее развитие. Каждый рынок имеет свои трудности, однако, российский рынок имеет огромный потенциал и «Метро Кэш энд Керри» продуктивно занимается развитием логистической инфраструктуры товаропроводящей сети. Она имеет в России свои распределительные центры, отлаженную логистику, а также надежных федеральных, региональных и местных поставщиков, в торговых центрах Metro всегда можно найти весь ассортимент товаров, в том числе собственных торговых марок.

Metro Cash and Carry в период кризиса доказала преимущества своей бизнес-идеологии устойчивой к экономическим колебаниям. Metro быстро адаптировалась к новым условиям и на сегодняшний день имеет выгодную стратегическую позицию за счет:

- поддержания стабильного уровня цен;
- осуществления поддержки российским товаропроизводителям, что оказывает положительное влияние на развитие сельского хозяйства;
- развития собственного производства продовольственных товаров и полуфабрикатов;
- оптимального управления товарными, информационными и денежными потоками.

Торговые сети устойчивы к кризисным явлениям в экономике, играют существенную роль на продовольственном рынке большинства регионов России, а в отдельных субъектах РФ занимают ведущие позиции.

Metro ежедневно обеспечивают продуктами питания по доступным ценам население страны, в самых отдаленных уголках Российской Федерации. Кризис наглядно продемонстрировал: торговые сети – основа продовольственной безопасности России.

Библиографический список

1. *Официальный сайт Metro Cash&Carry в России.* URL: <http://metrorussia.com>.
2. *Отраслевой портал unipack.ru – интервью с руководителем по корпоративным и внешним коммуникациям Метро в России.* URL: <http://www.unipack.ru/metro/news>.
3. *Пхалагова Д. Э. «Война санкций» последствия для России и стран Евросоюза.* URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/1144/14052>.
4. *«Сбербанк СИБ» «Infoline-аналитики».* URL: <http://www.vedomosti.ru>.
5. *О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации: размещение официальной статистической информации правительства РФ от 06.08.2014 г. № 560.* URL: <http://government.ru>.
6. *Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности России: Указ Президента РФ от 30.01.2010 г. № 120.* URL: <http://www.consultant.ru>.

Научный руководитель: *В. В. Тарасова*

И. С. Кадникова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Чем «больна» система здравоохранения?

Система здравоохранения является одной из наиболее значимых для самосохранения нации. В теоретических источниках указывается на то, что именно в ней сосредоточены политические, экономические, социальные, правовые и научно-медицинские условия, позволяющие создавать базу для санитарно-гигиенической, противоэпидемиологической защиты населения. Со здравоохранением связаны не только уровень здоровьесберегающей культуры в обществе, но качественные внутренние и внешние для личностей установки по укреплению физического, психического здоровья, обеспечения долголетней активной жизни. В связи с этим представляется интересным не только в рамках экономики, но и социологии попытаться выяснить: на самом ли деле так «больно» здравоохранение, как о нем пишут в современных СМИ, или нет?

По данным ВЦИОМ, только 60% опрошенных социологами респондентов обращаются в государственные, т.е. бесплатные поликлиники, 8% – в платные, а 25% лечатся самостоятельно. Самыми популярными из причин, по которым люди не обращаются в государственную поликлинику, оказались такие, как нежелание пережить большие очереди (16%), предпочтение самолечения, чтобы не брать больничный лист (16%), недоверие компетентности медицинского персонала (10%), сложности в организации записи на прием к специалисту

(8%). В целом, индекс доступности медицинской помощи на 2015 г. составил 38% [2].

В самих медучреждениях, что отмечается во многих публикациях, большинство работающих – люди пенсионного возраста, многие из которых уже не повышают свою квалификацию. Условия работы в большинстве государственных больниц оставляют желать лучшего (старые здания, нуждающиеся в капитальном ремонте, отсутствие должного оборудования в кабинетах). Врачам приходится выслушивать слова недовольства пациентов, видеть даже грубость и хамство с их стороны, но при этом оставаться обязанными оказывать услуги на уровне доброжелательного и качественного подхода.

Проблема финансирования здравоохранения является одной из самых артикулируемых и противоречивых. Одновременно в СМИ появляются сведения о дефиците в свободной продаже в аптеках, медучреждениях препаратов из списка жизненно необходимых и важнейших. Этот дефицит сопровождается увеличением давления на потребителя лекарственных препаратов с целью принуждения его покупать вместо российских более дорогие импортные. В то же время, указывается, что третья часть аптек отказалась от покупки отечественных препаратов «сделав ставку на импорт» [3].

Показатели качества медицинской помощи в РФ в 3 раза хуже, чем в странах ЕС. Считается, что это вызвано «критическим ослаблением системы подготовки кадров в медицинских вузах и недостаточным внедрением современной системы непрерывного медицинского образования» [3]. Думается, что причинами этого явления стали не только перечисленные выше, но и реальные проблемы с подготовкой медкадров. Эта важнейшая для социума работа сегодня ведется под эгидой Министерства здравоохранения РФ, Министерства образования и науки РФ. Аккредитация медвузов продолжает находиться в ведении Федеральной службы по надзору в сфере образования (Рособрнадзор).

В соответствии с законами «Об основах охраны здоровья граждан» и «Об образовании в РФ», разработан комплекс мер по совершенствованию высшего медицинского образования, включающий переход на стандарты 3-го поколения, предусматривающие последовательное увеличение объема практической подготовки студентов, начиная с 1-х курсов на базе вузовских клиник и клинических баз, а также снижение вариативности программ от младших к старшим курсам с полной стыковкой с профессиональными стандартами и стандартами медицинской помощи по базовым направлениям [1]. Это значит, что фактически исключается то, что ранее называлось интернатурой – годичным и более длительным периодом практической подготовки выпускника медвуза к профессиональной деятельности. Казалось бы, логичные

описания перспектив аккредитации уже собственно медработников сегодня оказываются «задачей на перспективу». Но в это время выпускники 18 вузов, начавшие обучение в интернатуре в сентябре 2015 г., с января 2016 г. «оказались не у дел»: у вузов период аккредитации этого направления подготовки завершился 1 января. Затратная во всех смыслах процедура продления аккредитации до 01.09.2016 г. многим вузам оказалась не под силу, а структура, выдавшая ограничительно-разрешительный документ, как бы забыла, что в образовании есть не только календарный, но и учебный год.

Это свидетельствует о серьезных менеджерских проблемах не только в системе подготовки медицинских кадров, но и здравоохранения в целом. Так, эксперты Счетной Палаты РФ делают неутешительный вывод: реформаторская деятельность последних лет по оптимизации системы здравоохранения оказалась провальной. Она не только не улучшила качество оказываемых населению медицинских услуг, но сделала их для населения менее доступными. Предусмотренная реформой «оптимизация» уже в 2014 г. привела к сокращению медицинского персонала на 90 тыс. человек, что при росте числа потребителей услуг на 152,7 тыс. чел. ухудшило качество оказываемой медицинской помощи и значительному росту объема платных услуг. Было сокращено 33 757 больничных коек, закрыто 29 больниц; при этом смертность в больницах в целом по стране выросла на 2,6%, а в 49 регионах (в которых имело место снижение числа госпитализированных пациентов) – на 3,7%.

Как видим, проблемы, кратко перечисленные выше, свидетельствуют о явной «болезни», прежде всего, менеджмента здравоохранения. Подводя итог, укажем, что важнейшей проблемой экономической теории можно считать проблемы социальных последствий принимаемых экономических решений. На уровне региона предстоит еще много сделать для того, чтобы восстановить уверенность граждан в том, что, обращаясь в медицинское учреждение, они получают качественную медицинскую помощь, своевременную консультацию высококвалифицированного врача. Сегодня, не смотря на позитивные перемены в строительстве специализированных центров, те, кто пользуется услугами районных, поселковых поликлиник говорят о низком качестве услуг (некомпетентность персонала, равнодушие врачей, неэффективность рекомендаций, халатность в анализе состояния больного), о плохой организацией работы медицинских заведений (большие очереди, невозможность записаться на прием, длительное ожидание записи). Медицинская помощь становится для многих все менее доступной: ликвидируются (или «оптимизируются» в толковании менеджеров от здравоохранения) медучреждения в «шаговой», дорожают лекарства. При

увеличении нагрузки медперсонала не наблюдается реальный рост его заработка и расширение сферы обслуживания населения «узкими» специалистами. Многих жителей города и области не устраивает перспектива обращения за платными консультациями, а также в отдаленные медицинские центры. Растет уровень недоверия не только к врачам, но и к системе здравоохранения в целом, доступности является не для всех доступной (платные консультации врачей, дорогостоящие лекарства, отдаленность крупных медицинских центров). Все это негативно сказывается на уровне социальной напряженности в социуме.

Библиографический список

1. *Доступность* и качество российского здравоохранения: оценки пациентов Пресс-выпуск ВЦИОМ № 2919. 02.09.2015 г. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115370>.
2. Куликова А. В аптеках сложно купить недорогие российские лекарства. URL: http://b-m.info/obshchestvo/v_aptekakh_rossii_slozhno_kupit_nedorogie_rossiyskie_lekarstva.
3. Улумбекова Г. Э. Здравоохранение России: мифы, реальность, решения. URL: <http://rusrand.ru/analytics/analyticszdravooohranenie-rossii-mify-realnost-reshenija>.

Научный руководитель: *Т. В. Филипповская*

А. В. Кайгородцева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Современный потребительский рынок и сфера услуг Свердловской области

Одна из приоритетных задач государственной политики в Свердловской области, это повышение качества жизни населения. Одним из способов повышения комфортности жизни людей является развитие потребительского рынка, которое будет обеспечивать доступность и качества услуг для всех жителей области. Кроме того, оно является одним из основных факторов экономического развития страны, поскольку его рост стимулирует развитие промышленного производства и сектора услуг. Потребительский рынок – это совокупность отношений, возникающие между государством, производителем, продавцом и покупателем товаров, работ и услуг в процессе их изготовления, реализации, выполнения и эксплуатации.

Основные вопросы, которые волнуют население, касаются торговли продовольственными и непродовольственными товарами, оказания финансовых услуг и услуг связи.

Количество забракованных товаров на рынке непродовольственной продукции увеличивается с каждым годом, по данным Роспотребнадзора. Наибольшее количество браков встречается в одежде и обуви, детских игрушках, бытовой электроники. Причинами такой статистики являются, в большинстве случаев, несоблюдение требований технических регламентов, отсутствие информации о товарах, о производителях и изготовителях. Например, при продаже косметики MonPlatinс в 2013 г. покупателям не предоставлялась достоверная информация о составе продуктов, в результате чего появлялись аллергические реакции. Корректной информацией о товарах также пренебрегают продавцы бытовой электроники, которые продают дорогие товары, не соответствующие нормам стандартов. Пылесос «Кирби» превышает нормы уровня шума, следовательно, его высокая цена не соответствует качеству.

Что касается продовольственного рынка, около 22,5% не отвечает требованиям законодательства. Сюда входят нарушения безопасности, качества, требования к маркировке, фальсификация и отсутствие документов. По результатам проверок, ухудшение качества происходит в масложировой и мясной продукции, а качество молочной, рыбной и алкогольной продукции улучшается.

Особую проблему составляет фальсификация товаров, которая участилась за последние 3 года. Фальсификация товаров обычно производится путем придания товарам типичных признаков, таких как, внешний вид, цвет, консистенция, в то время как другие значимые свойства теряются (витамины, полноценные белки). Нарушители привлекаются к административной ответственности, по которой взыскиваются штрафы и конфискуется некачественная фальсифицированная продукция.

Увеличивается число обращений граждан в Роспотребнадзор по вопросам оказания услуг связи. Темп роста ежегодно составляет 20–23%. Среди крупнейших операторов связи, такие «Билайн», «МТС», «МегаФон», «Мотив», «Ростелеком», были выявлены следующие нарушения: навязывание платных дополнительных услуг, предоставление недостоверной или недостаточное предоставление информации о тарифе и оплате, включение в договор по оказанию услуг требований, ущемляющих права абонента.

В финансовой сфере наиболее актуальными проблемами является навязывание страховых услуг при выдаче кредитов, навязывание дополнительных услуг и взимание комиссий, а также одностороннее изменение банками условий договоров. В 2014 г. было проведено административное расследование в отношении страховой компании по навязыванию дополнительных услуг при заключении договора ОСАГО.

Таким образом, положительные тенденции на потребительском рынке в настоящее время слабо отслеживаются. Контроль и административные штрафы одних нарушений, приводят к поиску новых путей и уловок у недобросовестных организаций. Таким образом, одни нарушения сменяются другими.

Основная причина такой тенденции является получение сверхприбыли путем обмана потребителей. Социальная безответственность предпринимательства является одной из главных проблемой неблагополучия на потребительском рынке. Если же говорить о добросовестных предпринимателях, то здесь проблемой является нежелание вкладывать деньги в развитие своего бизнеса, приобретать современное оборудование и повышать квалификацию персонала. Зачастую, они выбирают уплату штрафов, что является более дешевым и простым методом продолжения деятельности на рынке, нежели соблюдение требований законодательства. Однако, в настоящее время санкции растут, и, следовательно, в дальнейшем ситуация должна измениться.

Влияние на регулирование рынка оказывает и сам потребитель. Повышение правовой образованности и уровня потребительской грамотности в настоящее время растет. И чем более быстрыми темпами будет этот рост, тем быстрее потребительский рынок достигнет своего благополучия.

Научный руководитель *В. М. Гаянова*

Е. А. Лихая

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Состояние рынка молочных продуктов в Свердловской области

Для населения любой страны большое значение имеет рынок продовольственных товаров, так как обеспечивает потребителей продуктами питания. И конечно особое внимание приходится на рынок молочных продуктов. Итак, давайте рассмотрим его состояние в Свердловской области на 2015 г.

Последние семь лет в Свердловской области стабильно наращивается производство молока. В 2015 г. произведено 656,7 тыс. т, что составляет 100,6% к уровню 2014 г.

В 2015 г. прослеживался рост мировых цен на молоко, который к середине года составил 35–40%. В июне 2015 г. наметился понижающийся тренд в динамике мировых цен на молоко: индекс упал до 714 пунктов – ниже минимальных значений декабря 2014 г. (737 пунктов).

По данным министерства сельского хозяйства Российской Федерации, Свердловская область по суточному производству молока занимает 7 место в России, а по валовому производству молока в общественном секторе – 9. Это результат увеличения продуктивности скота и сохранения поголовья коров, которое в Свердловской области составляет на 01.01.2016 г. 117,2 тыс. голов.

С 2009 г. растет продуктивность дойного стада, которая за семь лет увеличилась на 2006 кг молока и достигла в 2015 г. 6 125 кг, а в крупных и средних организациях удой еще выше – 6 237 кг, что на 1 005 кг больше, чем в среднем по России.

С 2014 г. на молочных фермах области началось внедрение роботизированных систем добровольного доения коров и на сегодняшний день уже успешно работает 22 таких установки. Сейчас в условиях современных технологий в регионе содержится уже 27% поголовья скота [1, с. 1].

В 2014 г. состоялось пять заседаний экспертного дегустационного совета по оценке показателей качества молока, молочной продукции, масла сливочного, мяса птицы, колбасных изделий, пива, в том числе 2 выездных в г. Каменск-Уральском, г. Нижнем Тагиле.

В 2015 г. работа экспертного дегустационного совета по оценке показателей качества пищевых продуктов в том числе и молочной продукции продолжена.

Экспертами по качеству, участниками заседания межотраслевой координационной комиссии по мониторингу и оперативному реагированию на изменение конъюнктуры продовольственного рынка Свердловской области, в мае 2015 г. проведено исследование молочных продуктов (сметана м.д.ж. 20%, молоко питьевое пастеризованное м.д.ж. 3,2%, творог м.д.ж. 9%, масло сливочное м.д.ж. 72,5%), изготовленных в соответствии с действующими государственными стандартами и техническими регламентами, реализуемых в организациях розничной торговли.

В торговых предприятиях были отобраны вышеуказанные образцы молочной продукции, вырабатываемые местными производителями и ввозимые на территорию Свердловской области.

В ходе проведенных мероприятий выявлено следующее.

1. Молоко питьевое пастеризованное м.д.ж. 3,2% – одним излучших стал образец ООО «Алапаевский молочный комбинат» (Свердловская область, г. Алапаевск).

В молоке ОАО «Белгородский молочный комбинат», Уральский филиал (Свердловская область, г. Березовский) незначительно отмечена заниженная массовая доля белка.

Образец ООО «Ревдинский молочный комбинат» (Свердловская область, г. Ревда), не в полной мере соответствовал требованиям действующих нормативных документов по микробиологическим показателям, возможно причиной явилось нарушение условий хранения, транспортировки и реализации продукции.

Продукцию ООО «Уралмолоко» (Челябинская область) можно квалифицировать как фальсификат, ввиду использования не молочных видов сырья, добавления растительных масел, занижения массовой доли белка в продукте.

2. Сметана м.д.ж. 20% – ОАО «Белгородский молочный комбинат», Уральский филиал (Свердловская область, г. Березовский) по всем показателям соответствует требованиям действующего законодательства. Продукт вырабатываемый ОАО «Ирбитский молочный завод» (Свердловская область, г. Ирбит), ООО «Талицкие молочные фермы» (Свердловская область, г. Талица), ООО «Ревдинский молочный комбинат» (Свердловская область, г. Ревда), также соответствует требованиям ГОСТ Р 31 452-2012 «Сметана. Технические условия» и Технического регламента "О безопасности молока и молочной продукции» за исключением: в исследованных образцах незначительно занижена массовая доля белка. В сметане, производимой ОАО «Золотые луга» (Тюменская область) отмечена повышенная кислотность, наличие горчинки и неоднородная консистенция.

3. Творог м.д.ж. 9,0% – по результатам лабораторной экспертизы продукт, вырабатываемый ООО «Талицкие молочные фермы» (Свердловская область, г. Талица) признан лучшим, между тем наблюдается незначительное занижение по составу массовой доли белка и жира. По химическим и микробиологическим показателям творог, выработанный ООО «УГМК – Агро» (Свердловская область, г. Верхняя Пышма) соответствует требованиям ГОСТ Р 31453-2013 «Творог. Технические условия»¹. По органолептическим показателям (вкус и запах) данный продукт получил не самую высокую оценку.

Ряд образцов продукции забракован по микробиологическим показателям, что связано с нарушением условий хранения, транспортировки и реализации продукции (ОАО «Белгородский молочный комбинат», Уральский филиал (Свердловская область, г. Березовский), ООО «Новоуральский молочный завод» (Свердловская область, г. Новоуральск). По результатам лабораторной экспертизы в этих образцах выявлена фальсификация по составу используемого сырья.

4. Масло сливочное м.д.ж. 72,5% – по лабораторным исследованиям не соответствуют требованиям Технического регламента «О без-

¹ ГОСТ Р 31453-2013 «Творог. Технические условия». М.: 2014.

опасности молока и молочной продукции» по микробиологическим показателям (ОАО «Кезский сырзавод» (Республика Удмуртия), ООО ТПК «Маслодел» (г. Екатеринбург), ООО «ГД Росмасло» (г. Екатеринбург), ООО «Талицкие молочные фермы» (Свердловская область, г. Талица), ИП Кошечев А. А. (Свердловская область, г. Березовский) [2, с. 1].

Исходя из материала статьи, можно сделать вывод о том, что поскольку в 2014 и 2015 гг. цены падали, росли и снова снижались, ожидать стабильности ценовой конъюнктуры не следует. Цены по прогнозам продолжают расти в течение следующих десяти лет, а спрос будет особенно увеличиваться в период сокращения поставок.

Библиографический список

1. *Свердловская область в 2015 г. сохранила лидирующие позиции в России по производству сельхозпродукции* // Департамент информационной политики Губернатора Свердловской области. URL: http://mcxso.midural.ru/news/show/id/769/news_category/76.

2. *Информация о результатах исследования молочной продукции* // Департамент информационной политики Губернатора Свердловской области. URL: <http://mcxso.midural.ru/news/show/id/695>.

Научный руководитель *В. М. Гаянова*

Ю. В. Мохирев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Логистика возврата в электронной коммерции

Сегодня рынок электронной коммерции можно с уверенностью назвать самой динамичной частью российской экономики. Демонстрируя ежегодный рост, данный рынок можно отнести к одному из самых перспективных и быстрорастущих рынков такого типа в мире. Однако, качественная электронная коммерция в России только начинает формироваться. И на текущий момент интернет-магазинам приходится сталкиваться с огромным количеством проблем. Одной из наиболее значимых является возврат товара и организация возвратной логистики.

Возрастающую потребность в организации возвратной логистики можно объяснить следующими причинами. Во-первых, некоторые компании уже осознали экономическую выгоду управления потоком возвращаемой продукции. Во-вторых, ужесточение законодательства в области защиты прав потребителей, различные правовые и экологические требования, увеличение объема интернет-торговли, сокращение

жизненного цикла продукции оказывают давление на участников рынка и заставляют нести ответственность за производимые и продаваемые ими продукты.

Владельцы интернет-магазинов сталкиваются с возвратом товаров чаще, чем их коллеги, работающие в традиционной торговле. Статистические данные показывают, что возвраты в интернет-магазин могут составлять от 20 до 80%. Объясняется это тем, что при покупке в интернет-магазине не все могут правильно оценить товар.

Виртуальные покупки регламентируются ст. 26.1 Федерального закона «О защите прав потребителей» и «Правилами продажи товаров дистанционным способом» от 27.09.2007 г. Согласно этим документам, покупатель имеет право в течение 7 дней с момента покупки вернуть любой товар без объяснения причин¹. В случае если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, покупатель вправе отказаться от товара в течение 3 месяцев с момента передачи товара.

При отказе покупателя от товара продавец должен вернуть ему сумму, уплаченную покупателем в соответствии с договором, за исключением расходов продавца на доставку от покупателя возвращенного товара, не позднее чем через 10 дней с даты предъявления покупателем соответствующего требования [3].

Выделяются следующие случаи, когда возникает потребность в функционировании возвратной логистики в интернет-магазине: товар доставлен не в место назначения; доставлен испорченный товар; доставлен неработающий товар; клиент отказался от товара.

Анализ возвратов связан с выяснением причин, по которым был возвращен товар. Например, чаще всего товар возвращают, потому что [1]:

- потребителя не устраивают размер, дизайн, цвет или другие параметры товара;

- товар неисправен или работает неправильно;

- товар устарел (следует заметить, что такие случаи бывают редко).

Масштабы возвратной логистики в общемировом масштабе огромны. Затраты на возвратную логистику составляют 4–6% общих логистических издержек. Большую часть возврата продукции инициируют потребители.

Возвратная логистика электронной коммерции включает в себя:

¹ Закон о защите прав потребителей // Межрегиональная общественная организация «Общество защиты прав потребителей». URL: <http://ozpp.ru>.

поддержку клиентов. Для этого создаются Call-центры, электронные почты или онлайн-чаты, по которым клиент может связаться с Интернет-магазином, в случае желания вернуть или отремонтировать товар;

физическое перемещение. Ранее интернет-магазины предлагают производить возврат через «Почту России», которая неудобна клиенту. Однако, за последние два года, произошло значительное улучшение ситуации с доставкой, в связи с появлением и укреплением на рынке альтернативных поставщиков услуг. Также крупные интернет-магазины создают свои собственные склады, центры обработки заказов и службы доставки по всей стране;

складирование. Товары, которые возвращают, должны быть отслежены и помечены;

сортировку. Необходимо производить сортировку товара, который был возвращен. Некоторые из них должны быть отремонтированы и отправлены обратно. Другие утилизированы. Третьи перепроданы; ремонт.

Проблемы, которые возникают при управлении логистикой возвратов: в настоящее время возвратная логистика считается второстепенной функцией, поэтому ей не уделяется достаточное внимание; отсутствие эффективного механизма возврата; низкая эффективность обработки и высокая стоимость.

Преимущества эффективно организованной логистики возвратов:

хорошая репутация. Клиенты реагируют на поведение компаний, и хорошая репутация, полученная при помощи обратной логистики, может создать лояльность клиента, необходимую в долгосрочной стратегической перспективе;

снижение затрат может быть результатом уменьшения операционных издержек. Эффективная обратная логистика также позволяет снизить издержки на хранение и обслуживание складских запасов;

усовершенствование обратной логистики может повысить оборачиваемость активов. Эффективное управление возвратами может помочь оптимизировать количество складских запасов.

Необходимо при логистике возврата в электронной коммерции оптимизировать управление движения потоковых процессов. Одним из значимых резервов повышения эффективности логистического управления является учет и использование возможности интеграции во взаимодействие совокупности звеньев логистической системы. Для того, чтобы понять процесс создания и функционирования логистической системы, необходимо, в первую очередь, четко понимать, что представляет собой логистическая система [2].

Таким образом, очевидно, что «живой» контакт с покупателем в электронной коммерции практически отсутствует. Сайт и качество

выполнения заказа – две составляющих, по которым покупатель может оценить интернет-магазин. Однако, недостаток в любом из них может привести к потере клиента. Возвратная логистика является неотъемлемой частью выполнения заказа, а для интернет-магазина это является стратегической составляющей. Любая компания в своем бизнесе стремится к совершенству. Для успешного развития предприятия необходимо эффективное управление. Сущность оптимизации системы управления компании заключается в повышении эффективности использования ресурсов предприятия, таким образом, чтобы получать максимально возможный результат при минимальных затратах.

Библиографический список

1. *Левкин Г. Г.* Логистика: теория и практика / Копия учебного пособия для <http://scipeople.ru>.
2. *Савин Г. В., Чеснокова Ю. А.* Логистическая система как полиструктурное образование: Дни науки. Экономический рост в условиях санкций: материалы науч.-практ. конф. Екатеринбург. Изд-во Урал. гуманит. ин-та, 2015.
3. *Правила* продажи товаров дистанционным способом // Российская газета. URL: <http://www.rg.ru>.

Научный руководитель *Г. В. Савин*

А. А. Ошуркова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Механизм управления развитием потребительского рынка региона в современных условиях

В России постепенно увеличивается доля среднего класса. Изменяются приоритеты потенциального потребителя. Цена как конкурентное преимущество постепенно отходит на второй план. Люди все больше заботятся о качестве жизни и собственном здоровье. Потребители постепенно переходят на западные стандарты обслуживания и предпочитают современные форматы, которые позволяют экономить время, деньги и получать качественные услуги в одном месте. От состояния потребительского рынка – уровня цен, ассортимента предлагаемых товаров и услуг, зависит жизнедеятельность населения региона. Роль потребительского рынка в региональной экономике огромна: он обеспечивает связь производства и потребления, сбалансированность предложения и спроса. Поэтому, мы можем говорить том, что

потребительский рынок является одним из ключевых элементов развития региональной экономики [1].

Потребительский рынок – это совокупность отношений, возникающих между продавцами и покупателями работ, услуг, товаров, с одной стороны, и их потребителями – с другой; это отношения по поводу спроса, предложения и реализации предметов и услуг индивидуально-потребления, складывающиеся в торговле, общественном питании, в сфере платных услуг [2].

В настоящее время существует большое количество определений понятия «потребительский рынок», в которых выделяются те или иные социально – экономические особенности развития данного элемента рыночной экономики. Традиционно, его формирование ассоциируется с появлением в России рыночных отношений [1]. Потребительский рынок составляет сферу непосредственного экономического воздействия на человека и фактор социальной стабильности в обществе. Его сбалансированность по ценам, товаропотокам, количеству и качеству товаров и услуг является необходимой составляющей оценки качества жизни населения. Как известно, пространство потребительского рынка определяется территорией, на которой покупатели могут приобрести товар и услугу.

В России сегодня принято выделять следующие виды потребительских рынков: рынок потребительских товаров; рынок средств производства; рынок капитала и капитальных активов; рынок инноваций; рынок духовного, интеллектуального продукта; рынок труда; рынок жилой площади; рынок инвестиций; рынки денег, валюты и ценных бумаг [3].

Потребительский рынок, с одной стороны, является одной из основных составляющих структуры современной рыночной экономики, с другой – автономной системой, в которой отношения между участниками взаимосвязаны и регулируются, прежде всего, государственными правовыми актами. Потребительский рынок как система, имеющая исключительно важное значение для обеспечения жизнедеятельности населения, не может функционировать и развиваться только на основе саморегулирования.

Региональный потребительский рынок – это действующая модель для разработки и реализации социально-экономической политики в регионе. По состоянию потребительского рынка судят об уровне развития экономики и положению населения.

Деятельность потребительского рынка находится в центре внимания законодательной и исполнительной власти всех уровней региона, а политика в области его развития понятна потребителям и всем участникам связанных с ним процессов. Поэтому проблема управле-

ния нормальным функционированием и развитием рынка весьма актуальна и должна рассматриваться в различных аспектах развития рыночной экономики и с позиций его государственного регулирования. Механизм совершенствования организационно-экономических отношений при управлении региональным потребительским рынком должен строиться на основании реализации региональной «политики выравнивания».

В современной практике получили большое распространение два основных подхода к построению государственной региональной политики.

«Политика выравнивания» уровней развития регионов. «Политика выравнивания» – это поддержка отдельных регионов в целях ускоренного развития путем перераспределения средств федерального бюджета в их пользу на определенный период времени за счет других регионов. Объективными основаниями для ее проведения являются экологические катастрофы, экономическая депрессия, неблагоприятные условия и т.д. Примером проведения «политики выравнивания» является приоритетное финансирование восточных земель Германии после ее объединения в начале 1990-х гг. [1].

«Теория полюсов роста» – методологическая основа перестройки территориальной структуры управления во Франции в 1970-х гг. – была выдвинута экономистами – Ф. Перру и Ж. Будевилем. Суть теории – констатация и объяснение неравномерности социально-экономического развития, которое в пространственном плане выступает в виде образования «полюсов роста», способных оказывать сильное влияние на основные факторы производства – капитал и рабочую силу [1]

«Региональный полюс роста» – это набор развивающихся и расширяющихся отраслей, размещенных на определенной территории и способных вызывать активизацию экономической деятельности во всей зоне своего влияния. Образование «полюсов роста» происходит только тогда, когда существует ключевая (ведущая) отрасль промышленности, относящаяся к наиболее динамичным отраслям. Теория не только научно объясняет неравномерность экономического развития регионов, но и указывает один из возможных путей интенсивного решения региональных социально-экономических проблем посредством создания в менее развитых регионах искусственных «полюсов роста», способных оказать сильное организующее воздействие на подъем экономики в регионе [1]. Однако проведенный анализ фактической ситуации на региональном потребительском рынке нам позволяет сделать вывод о том, что сама логика его развития ведет к формированию «полюсов роста». Это, в свою очередь, приводит к усилению дифференци-

ации между городами и районами, что является скорее негативной тенденцией, которая усиливает социальную напряженность в обществе.

Осуществление в России рыночных реформ предоставляет реальные возможности для глубокой социальной ориентации экономики, связанной с ростом производства и развитием рынка потребительских товаров и услуг населению, расширением их ассортимента и повышением качества. Глобализация экономических связей, процессы самоорганизации, продолжающийся рост благосостояния населения регионов, вызывающие потребность в более качественных товарах и услугах, в развитии новых форматов и бизнес процессов торговли, общественного питания и бытового обслуживания, требуют более эффективного социально ориентированного потребительского рынка. На сегодняшний день в сфере потребительского рынка происходят положительные изменения. Если вчера предпринимателя интересовала только прибыль, полученная с наименьшими затратами и в кратчайшие сроки, то сегодня его волнуют стабильность работы и реальные перспективы развития. В последнее время растет число фирм, оказывающих разнообразные услуги населению, а также деловые и профессиональные услуги в сфере производства и управления. Постепенно происходит переориентация бизнеса из сферы торговли в сферу услуг и производства. В России в целом заметно сокращается доля нецивилизованной торговли, доля рынков, киосков, павильонов. Существует тенденция развития торговых центров и повышения роли культурно-развлекательных мероприятий.

Так открывается все большее количество торговых центров с обязательным наличием зоны питания, различными дополнительными услугами, кинотеатрами и т.д. Следуя потребительским предпочтениям, крупнейшие сетевые операторы открывают все большее количество магазинов на территории торговых центров. Тогда основными задачами управления должны быть:

- обеспечение благоприятного предпринимательского климата путем снятия нормативно-правовых, административных и организационных барьеров, препятствующих эффективному развитию бизнеса;

- оказание субъектам потребительского рынка реальной финансово-имущественной и организационно-методической поддержки со стороны государства;

- обеспечение предприятий квалифицированными информационными, консалтинговыми и обучающими услугами;

- создание системы продвижения услуг и товаров, производимых субъектами региональными товаропроизводителями, на муниципальные, региональные, федеральные и международные рынки;

- создание и развитие объектов инфра структуры;

поддержка приоритетных направлений развития малого бизнеса в городах и районах области.

Приоритетными направлениями развития потребительского рынка в рамках организационно-экономического механизма управления рынком должны являться:

производство импортозамещающих и экспортно-ориентированных товаров широкого потребления;

производство и переработка сельскохозяйственной продукции;

развитие объектов инфраструктуры потребительского рынка;

внешнеэкономическая деятельность;

торговая деятельность, связанная с поставкой продукции (работ, услуг) на экспорт;

развитие систем продвижения товаров и услуг;

модернизация системы обеспечения занятости населения и др.

А сам механизм управления развитием потребительского рынка региона в современных условиях должен опираться на следующие принципы:

обеспечения единства экономического пространства региона;

создания равных условий экономического развития территорий (городов и районов);

свободного перемещения товаров, капиталов, рабочей силы и информации;

эффективной защиты экономической среды;

равных правовых условий для свободы экономической деятельности.

Реализация данных задач, направлений и принципов при управлении потребительским рынком региона показывают, что управление должно носить системный и комплексный характер, отвечая на все требования текущей ситуации в экономике.

Таким образом, проанализировав выделенные составляющие потребительского рынка, можно сказать, данный рынок находится в стадии интенсивного развития: расширяется сфера деятельности, появляются новые формы и функции деятельности, растет количество участников рыночной деятельности. Все это вытекает из общемировой концепции глобального развития – консюмеризма (англ. *consumerism*), который охватил весь мир.

Библиографический список

1. *Иневатова О. А., Прокофьева Е. П.* Механизм управления развитием потребительского рынка региона в современных условиях // Вестник ОГУ № 13. 2011. URL: http://vestnik.osu.ru/2011_13/36.pdf.

2. *Потребительский рынок.* URL: <http://ozpp.ru/tesaurus/192/69>.

А. А. Патрушев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Использование логистических технологий в розничной торговле

Актуальность эффективного управления логистическими процессами для предприятий торговли заключается в необходимости выживания и достижения эффективности деятельности в условиях конкурентной среды и постоянно меняющихся рыночных условий. Несмотря на то, что кризисные явления в экономике коснулись и розничной торговли (оборот розничной торговли в России в 2015 г. в сопоставимых ценах упал на 10% по сравнению с предыдущим годом и составил 27,6 трлн р.), сфера розничной торговли все еще демонстрирует свою жизнеспособность. Некоторые розничные сети, наоборот, воспользовались сложившейся экономической ситуацией для расширения торговых площадей, применив корпоративную стратегию концентрированного роста, при которой активно применяется логистическая стратегия минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру [1, с. 50].

На протяжении долгого времени была недооценена роль логистики в обеспечении эффективности предприятий розничной торговли. На сегодняшний день ученые и практики утверждают, что логистика, обеспечивая рациональное управление всеми процессами, повышает эффективность и конкурентоспособность торговых предприятий. Клиенты компании заинтересованы в обеспечении надлежащего качества товаров и уровне цен на них, уровне обслуживания, наличии дополнительных услуг, времени на поиск и приобретение товара в магазине, которые в свою очередь определяются степенью внедрения логистических подходов на розничном предприятии.

Исходя и вышесказанного, можно заключить, что логистика в розничной торговле в первую очередь ориентирована на следующие изменения:

- 1) организацию своевременной доставки товаров на склады розничных торговых предприятий;
- 2) выбор и построение оптимальных маршрутов доставки, сокращение транспортных расходов;

3) внедрение современных IT-систем, контролирующих получение товаров и размещение их на складе, управляющих товарными запасами, производящих инвентаризацию и прочее;

4) обеспечение качественного обслуживания покупателей;

5) быстрое реагирование на изменение рыночной конъюнктуры;

6) использование современных технологий продаж;

7) оптимизация совокупных издержек обращения торгового предприятия, которая в свою очередь ведет к снижению цен и повышению уровня рентабельности.

Технологии управления логистическими процессами позволяют оптимизировать многие бизнес-процессы сетевой розницы, в частности в таких областях как склад, транспорт, управление запасами и легко адаптировать их к рыночным изменениям.

Саму же технологию управления логистическими процессами можно определить как систему операций и процедур, выполняемых персоналом торгового предприятия в установленной последовательности с использованием необходимых для этого методов и технологических средств.

Основной целью применения технологий управления логистическими процессами является повышение эффективности логистических операций, а также их рационализация путем исключения операций, которые не нужны в достижении результата.

Далее представлены современные логистические технологии, используемые ведущими розничными торговыми сетями, представленными на российском рынке в разрезе функциональных областей логистики.

Использование современных логистических технологий розничными торговыми сетями [2, с. 143]

Розничные торговые сети	Логистические технологии в разрезе функциональных областей логистики сетевой торговли
Логистика закупок	
МЕТРО, «Ашан», «Магнит», «Лента», X5 retail group, «О'Кей»	Система электронного обмена данными с поставщиками (EDI); поставки «точно-в-срок» (just in time); смешанная система поставки (комбинированные поставки)
МЕТРО	Система синхронизации мастер-данных (GDSN); интернет-портал для поставщиков Metro Link; система быстрого реагирования (Quick Response, QR)
«Ашан»	Поставки «в полку»
«О'Кей»	Поставки «по сводной ведомости» (консолидированная поставка); логистическое премирование поставщиков
Внутренняя логистика сети	
МЕТРО, «Ашан», «Магнит», «Лента», X5 retail group, «О'Кей»	Паллетный кросс-докинг (cross-docking); пик-бай-лайн (pick-by-line); поставки «точно-в-срок» (just in time)

Окончание таблицы

Розничные торговые сети	Логистические технологии в разрезе функциональных областей логистики сетевой торговли
МЕТРО, «Лента»	Стеллажное хранение
«Магнит»	Двухуровневый кросс-докинг (merge in transit)
«Дикси Групп»	Роллконтейнерное и термобоксовое распределение в торговые точки; метод загрузки машин «точно в последовательности» (just in sequence); система поставок «в ночь»
	Складская логистика
«Магнит», «Лента», «О'Кей», X5 retail group, «Дикси Групп»	Сеть спекулятивных складских помещений (складов)
МЕТРО, «Магнит»	Технология «импортный склад»
«Ашан»	Схема built-to-suit (строительство под заказчика/уникальное строительство склада); система мультитемпературных складов
«Дикси Групп»	Радиочастотная идентификация товаров (RFID) (технология комплектования)
	Логистика продаж и обслуживания
МЕТРО	Доставка профессиональным клиентам (кафе, рестораны др.); кредитная карта МЕТРО; потребительский кредит на товары
«Леруа Мерлен»	Система «ночной логистики»; разнотарифная доставка товаров: «до подъезда» / «до лифта» / «на дачу» / «в комнату на ваш выбор»; система «гибкого» потребительского кредитования
«Ашан»	«Ашан-онлайн» (интернет-магазин непродовольственных товаров с доставкой по всей России); залоговая система использования покупательских тележек
«О'Кей»	«О'Кей – опережая желания» (интернет-магазин с доставкой по всей России)

Обзор логистических технологий, применяемых торговыми сетями, действующими на российском рынке, позволяет сделать вывод о том, что торговые сети на сегодняшний день активно применяют в своей работе логистические технологии, которые помогают им оптимизировать издержки. При этом следует отметить, что перечень применяемых технологий в большинстве своем однороден. Лидерами по использованию логистических технологий выступают иностранные розничные торговые сети МЕТРО и «Ашан». Зарубежные торговые сети, представленные на российском рынке, используют более прогрессивные, сложнотехнические, информационно логистические технологии. Эти технологии впоследствии копируются российскими торговыми сетями и адаптируются под специфику деятельности конкретной торговой сети.

В структуре технологий управления логистикой в розничной торговле в большинстве своем представлены информационные техноло-

гии, современное оборудование и техника, а также передовой опыт осуществления процессов.

Благодаря использованию технологий управления в логистике можно рассчитывать на получение следующих результатов:

- 1) снижение трудоемкости выполнения логистических операций;
- 2) снижение объемов запасов;
- 3) повышение точности и скорости выполняемых операций, сокращение количества ошибок;
- 4) значительное сокращение логистических затрат.

Технологии управления логистическими процессами, несмотря на ряд неоспоримых достоинств, обладают также и недостатками. К ним в первую очередь относятся необходимость значительных финансовых вложений, перестройка внутренних бизнес-процессов сетевых компаний, необходимость мотивации сотрудников к внедрению изменений.

В современных экономических условиях перспективным направлением является разработка прогрессивной стратегии использования логистических технологий российскими торговыми сетями: ориентация на постоянное повышение уровня используемых логистических технологий и введение новых технологий.

В целом можно спрогнозировать, что в прорыв в области оптимизации логистических процессов будет достигнут за счет инновационных идей и современных технологий управления, которые и будут определять эффективность бизнеса и конкурентоспособность сетевых предприятий розничной торговли.

Библиографический список

1. *Евтодиева Т. Е.* Применение логистики в розничной торговле // Новая наука: теоретический и практический взгляд. № 2. 2016.
2. *Турзукова Е. А.* Логистические технологии в розничной сетевой торговле, 2015. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23951123>.

А. Н. Попов-Абдул Карим

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Маркетинговые аспекты управления поколением Y

Поколение Y или «миллениалы» подходит к возрасту, когда они становятся все более и более активными как потребители. В тот момент, когда критическая масса представителей данного поколения подойдет к началу их трудовой и потребительской деятельности, они очень сильно повлияют на экономику. Поэтому изучение их поведен-

ческих особенностей как потребителей является значимым в наше время.

Поколение Y (поколение «игрек» или поколение Миллениума (millennials), поколение «некст», «сетевое» поколение, миллениты, эхо-бумеры) – поколение людей, родившихся между 1980 и 2000 гг., а в России к нему относят родившихся с начала горбачевской Перестройки и распада СССР (1990–2000 гг.). Эти люди встретили новое тысячелетие в молодом возрасте. Они росли во время технологических перемен, глобализации и экономических трудностей, что сформировало у них определенные приоритеты и ожидания, дало новые модели поведения и опыт, отличающийся от опыта предыдущего поколения.

Миллениалы являются первым «цифровым» поколением, так как они росли вместе с развитием телекоммуникационных услуг. Можно сказать, что онлайн «мир» (в частности социальные медиа) дал им возможность в любой момент познавать его.

Поколение Y – самые активные пользователи мобильных и носимых устройств, которые они используют не только для рабочих задач, но и для потребительских действий. И хотя 30% из них пользуются четырьмя и более устройствами в день, они все же предпочитают использовать смартфон и планшет (52–61%) для поиска информации о товарах.

Миллениалы очень основательно подходят к процессу покупки товара, 63% из них вначале спрашивают о товаре своих друзей, около 93% читают отзывы о товаре и сравнивают его с другими. Все потому, что для поколения Y очень важно соотношение цены и качества, где качество в приоритете. Так же нужно отметить, что зачастую бренды не так сильно влияют на лояльность миллениалов, как рекомендации членов семьи или друзей, которые основываются на личном опыте, которым они делятся преимущественно через социальные сети (по статистике 38% эхо-бумеров используют системы мгновенного обмена сообщениями и социальные сети чтобы поделиться о своих впечатлениях, о том или ином потребительском опыте: о сервисе, о самом продукте или бренде).

Немаловажным является тот факт, что миллениалы неохотно покупают такие предметы, как машины, дома, музыка и элитные товары. Вместо этого они обращаются к новому набору сервисов, которые предоставляют доступ к продукту без приобретения его в собственность. Что дает начало так называемому «совместному потреблению» (sharing economy). «Через двадцать пять лет каршеринг будет нормой, а владение автомобилем аномалией» – сказал Джереми Рифкин (экономист, писатель, общественный деятель).

Сродство поколения Y с технологиями создает новые формы ритейла. Благодаря легкому доступу к информации о товарах и сравнению цен, миллениалы будут взаимодействовать с теми фирмами, которые предложат им максимальное удобство за низкую цену.

Поэтому для достижения лояльности представителей «цифрового» поколения к компании или бренду целесообразно использовать несколько ключевых маркетинговых стратегий.

1. Сфокусировать внимание на взаимодействии между компанией и потребителем в социальных сетях. Миллениалы проявляют высокую степень активности в социальных сетях, для получения информации о товаре и в наибольшей степени доверяют отзывам составленными друзьями и знакомыми в социальных медиа. К тому же 93% из них приобретают товары по совету знакомых, а 89% верят подобным рекомендациям больше, чем заявлениям самого бренда.

2. Переориентировать контент-маркетинг на миллениалов. По данным опросов, 85% эхо-бумеров проводят предварительное исследование перед приобретением товара или услуги. Они собирают информацию о самой компании, о ее товарах, знакомятся с отзывами клиентов и обзорами в интернете. Поэтому не следует забывать о том, что данная информация должна быть доступной и понятной.

3. Особое внимание необходимо уделить оптимизации процесса покупки как для десктопа, так и для мобильных устройств. Интерфейс должен быть понятен и удобен, скорость загрузки интернет-страницы должна быть высокой. Так же следует обратить внимание на оптимизацию оформления покупки.

4. Миллениалы плохо восприимчивы к прямой рекламе из-за большого количества рекламной информации, получаемой ими во время, проводимое в интернете. Поэтому наиболее эффективными будут наивная (естественная) реклама и методы геймификации.

5. Использование моделей «совместного потребления» для поколения Y является наиболее приоритетным выбором. С одной стороны, это позволяет сэкономить деньги на товаре или услуге и при этом не потерять качество. С другой стороны, эти модели, уменьшая количество отходов, позволяют благоприятно влиять на окружающую среду. Это немаловажно для миллениалов, так они считают себя социально ответственным поколением.

Миллениалы достигли совершеннолетия во времена технической революции, глобализации и кризиса. Все это повлияло на их отношение к жизни и самим себе. Они медлительны в вопросах брака и начала самостоятельной жизни. Они показали отличное от других поколений отношение к собственности, что дало развиваться такому явлению как «совместное потребление».

Научный руководитель *Т. Б. Минина*

Исследование ситуации на рынке туристических услуг

На сегодняшний день Российский рынок туристических услуг переполнен. Конкуренция на этом рынке очень велика, поэтому, чтобы занять свою нишу новому, недавно открывшемуся туристическому агентству нужно очень постараться. К сожалению, множество фирм закрывается в первый год своей деятельности, так и не сумев привлечь клиентов.

Для оценки уровня удовлетворенности потребителей качеством туристических услуг, нами был проведен опрос респондентов в возрасте от 18–45 лет. В ходе опроса было выявлено, что для большей части респондентов важное значение имеет репутация туристической фирмы, расширенный спектр предлагаемых услуг, таких, как: шопинг-туры, свадебные путешествия, а так же продажа ж/д и авиабилетов. Больше половины опрошенных ответили, что предпочли бы узнавать о новых предложениях через социальные сети (ВКонтакте, Instagram). Почти 90% опрошенных ответили, что предпочитают пользоваться услугами какой-то одной конкретной фирмы на протяжении нескольких лет, воздерживаясь от поиска новых агентств. Это свидетельствует о том, что только появившейся фирме на рынке будет очень трудно привлечь потенциальных клиентов.

В связи с получившимися результатами опроса были разработаны рекомендации, направленные на привлечение новых клиентов туристических фирм, а так же методы формирования лояльности клиентов.

1. Самый легкий способ привлечь клиентов – «сарафанное радио». Открывая туристическое агентство, попробуйте связаться с друзьями. Некоторые посетители будут использовать Ваши услуги. Если клиенты будут удовлетворены, то они порекомендуют компанию друзьям, потому что в течение многих лет люди используют услуги тех же самых туристических фирм. В течение нескольких лет Вы сформируете группу постоянных клиентов.

2. Недорогим и эффективным способом привлечь клиентов к туристическому агентству может быть контекстная реклама. Печатаая в интернет-поиске слова, так или иначе связанные с поиском поездок, туров, пользователи обратятся на сайт Вашего туристического агентства. Осуществить продвижение веб-сайта можно через одну из компаний, специализирующихся на контекстной рекламе. Часто такие услуги предложены фрилансерами.

3. Рекомендуется создать группы в социальных сетях и блоги, которые будут заполнены интересными и привлекательными предложениями. Привлеките пользователей, которые интересуются туризмом. Это может быть замечено в их списке интересов. Важно, чтобы кто-то постоянно, почти 24 часа в день, курировал эти группы и блоги, отвечал на комментарии, давал советы, приглашал новых клиентов. Проанализируйте их запросы, так как это может дать пищу для размышлений, натолкнуть Вас для создания новых способов привлечения клиентов. Некоторые фирмы предлагают большие скидки. Действительно ли это стоит того, чтобы стать одной из этих фирм? Пойдите другим путем: сообщайте, что Вы получили новые интересные маршруты для экскурсий. Клиенты думают, что предложения туристических агентств отличаются, главным образом, по цене, но не по содержанию. Докажите, что это не так.

4. Поработайте над названием фирмы. Не все придадут большое значение названию фирмы, но имя работает над имиджем Вашего бренда круглосуточно. Некоторые туристические агентства названы слишком примитивно и распространено. Как правило, что-либо с приставкой-тур. Если Вы создадите яркое, незабываемое имя, то оно даст Вам преимущество.

5. Привлекательность фирм для клиентов иногда зависит от ее местоположения. Это должно быть удобно доступно – и на машине и общественным транспортом. Если туристическое агентство находится во дворах, обозначьте стрелками на тротуаре или повесьте знаки на соседних зданиях, таким образом, чтобы Вас можно было легко увидеть. Это также относится к фирмам, которые открываются в спальных районах. Не бойтесь иметь туристическое агентство там, где у него есть конкуренты: специфика поиска оптимального для себя тура у людей заключается в том, что они обычно посещают по крайней мере 2–3 компании, чтобы выбрать лучшее предложение. Хорошо, если Ваша фирма будет окружена себе подобными.

6. Рекомендуется создать уникальное предложение, которое дифференцирует Вас от Ваших конкурентов. Несмотря на перенасыщение рынка туристических услуг, Вы всегда будете в состоянии найти узкую нишу, которая является все еще незанятой. Туризм событий, экологический туризм, поездка на чемпионаты и концерты суперзвезд - вариантов, чтобы привлечь внимание к Вашим услугам великое множество. Конечно, изобрести что-то совершенно новое в этой области чрезвычайно трудно. В этом случае постарайтесь сделать то, что и ваши конкуренты, но несколько иначе.

7. Увеличьте доверие к своей компании. Как правило, потенциальный турист выбирает компанию, которая давно работает на рынке. Ко-

нечно, недавно созданное агентство может выглядеть подозрительным из-за частых скандалов со многими однодневными фирмами. Если Ваша компания существует не так давно, активно развивайте положительную репутацию. Используйте связи с общественностью, благотворительные акции, тематические онлайн-форумы и блоги.

8. Разработайте потребительскую программу лояльности. Каждый путешественник должен остаться на 100% удовлетворенным Вашим обслуживанием. Попытайтесь предвидеть все потребности клиента, предупредить о возможных проблемах, напомнить о дате отъезда, и по возвращению спросить о впечатлениях. В этом случае он будет говорить о Вас своим друзьям и знакомым, а также рекомендовать Вас как надежную компанию. Внедрите некую бонусную программу для своих лояльных клиентов. Не увлекайтесь только привлечением новых клиентов. Концентрируйтесь на удержании клиентов и их возврату

Таким образом, можно сделать вывод о том, что продвижение новой туристической фирмы в условиях конкуренции возможно, если следовать данным рекомендациям, а также необходимо выбрать нишу, которая еще не занята конкурентами, предлагать более узкий, но уникальный спектр услуг.

Научный руководитель: *Т. Б. Минина*

Т. А. Федорова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Крупнейшие PR-агентства в России

В настоящее время рынок PR-услуг активно развивается, и практически в каждой организации есть соответствующий отдел. В условиях рыночной конкуренции правильный имидж фирмы становится одним из главных факторов обеспечения конкурентоспособности организации. Квалифицированные специалисты по PR пользуются большим спросом и по прогнозам экспертов такая ситуация сохранится в течение длительного времени, так как растет уровень бизнеса, и отсюда возникает спрос в PR-услугах [1].

Рассмотрим рейтинг крупных PR-агентств в России за 2014 и 2015 гг.

Т а б л и ц а 1

Рейтинг PR-агентств в России за 2014 и 2015 гг. [2]

PR-агентство	МедиаИндекс, 2014	МедиаИндекс, 2015
Михайлов и Партнеры	1 731,37	806,03
Социальные Сети	1 264,99	592,79

PR-агентство	МедиаИндекс, 2014	МедиаИндекс, 2015
АГТ	1 156,73	1 130,83
Никколо М	969,48	290,85
SPN COMMUNIKATION	529,41	603,89
PRO-VISION	413,25	401,70

МедиаИндекс – показатель системы Медиалогия, позволяющий качественно проанализировать эффективность PR. Значение МедиаИндекса определяется для каждого объекта (компании, персоны, бренда) в каждом сообщении СМИ. Индекс может колебаться в пределах от –1 000 до +1 000 для каждого сообщения в зависимости от тона упоминания. При анализе МедиаИндекса за период все индексы по всем сообщениям с упоминанием объекта суммируются. Чем выше индекс, тем более ярко и позитивно представлен объект в СМИ.

Рейтинг построен по российским СМИ на основе базы СМИ системы «Медиалогия», включающей порядка 22 100 источников: ТВ, радио, газеты, журналы, информационные агентства, Интернет-СМИ.

Лидерами рейтинга в 2014 г. были, такие PR-агентства как, Михайлов и Партнеры, Социальные сети и АГТ, а в 2015 г. АГТ, Михайлов и Партнеры и SPN COMMUNIKATION.

Также девять российских агентств вошли в международный рейтинг ведущих коммуникационных агентств мира на 2014 г., по версии The Holmes Report и Международной ассоциацией консультантов в области связей с общественностью (ICCO). Это на три агентства больше, чем в прошлом году. Однако отечественным агентствам еще далеко до десятки лидеров, которая не изменилась за год и состоит из представителей французского и американского PR-рынка. Самым крупным отечественным коммуникационным агентством в 2014 г. стало «Михайлов и Партнеры» – 53 строчка рейтинга. За прошлый год оно выросло на 38,7% и заработало 31, 3 млн дол.

Не менее динамично развивается агентство iMARS: за 2014 г. агентство заработало 27,4 млн дол., выросло на 42,4% и поднялось с 82 строчки сразу на 63.

У AGT Communications Group не сильно впечатляющие результаты: за год агентство прибавило только 1,1% и опустилось на 7 пунктов до 67 места. Общий комиссионный доход компании составил 24,3 млн дол.

По итогам 2014 г. у агентства Pro-Vision Communications падение составило 51,6%. За год агентство заработало 4,2 млн дол. и опустилось с 152 на 226 строчку рейтинга.

Motiv Communication 12,7 млн дол., Sobytie Communications – 9,9 млн дол. Rose заняло предпоследнюю строчку рейтинга заработав за год 4,1 млн (+15,6%). Галина Савина, генеральный директор Rose,

отметила, что включение в рейтинг Holmes – очень почетно и является еще одним преимуществом перед клиентами, которые ищут топ PR-агентства в России. Более наглядно можете посмотреть в табл. 2, приведенной ниже.

Т а б л и ц а 2

**Рейтинг ведущих коммуникационных агентств России
на 2014 г. по версии The Holmes Report [3]**

Место	Агентство	Доход, млн дол.	Рост (%)
53	Михайлов и Партнеры	31,3	38,7
63	iMARS Group	27,4	42,4
67	AGT Communications Group	24,3	1,1%
70	SPN Communications	23,1	15,3
87	CROS	19	5,6
110	Motiv Communication	12,7	491,3
142	Sobytie Communications	9,9	209,8
226	Pro-Vision Communications	4,1	-51,6
249	Rose	4,1	

Из этого можно сделать вывод, что российские PR организации активно ведут свою работу. Филиалы иностранных агентств пока находятся на более высоких позициях, чем российские, но нашим есть к чему стремиться.

Библиографический список

1. Горкина М., Мамонтов А., Манн И. PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR. М.: Альпина Паблишер. 2003.
2. PR-агентства – 2014. URL: <http://www.mlg.ru/company/pr/3345>.
3. Брежнева Н. 9 российских PR-агентств попали в мировой ТОП-250. URL: <http://www.sostav.ru/publication/the-holmes-report-16626.html>. Май 2015.

Научный руководитель *Т. Л. Сысоева*

К. Ф. Хабирова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

**Рынок общественного питания Екатеринбурга:
факторы влияния и тенденции развития
в современных условиях**

В современных общественно-экономических условиях формирование и развитие рынка услуг общественного питания находится под влиянием различных факторов, при этом наибольшее влияние оказы-

вают экономические и социально-демографические факторы. Среди них можно выделить инфляцию, девальвацию рубля, экономические санкции и эмбарго со стороны России, снижение реальных доходов населения, рост себестоимости услуг питания.

Сегодня меняются характер, качество и структура услуг общественного питания и несмотря на то, что с рынка уходят предприятия, не выдержавшие конкуренцию, на их место приходят другие. Рынок не стоит на месте и сеть организаций общественного питания Екатеринбурга продолжает развиваться.

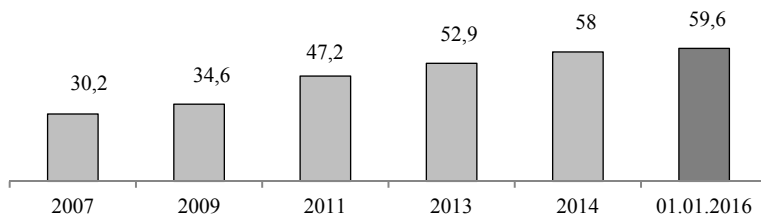
По обороту общественного питания Екатеринбург занимает первое место среди городов России с численностью населения более 1 млн чел. (не считая Москвы и Санкт-Петербурга). За январь – сентябрь 2015 г. оборот общественного питания в Екатеринбурге составил 28,045 млрд р., что примерно в 2 раза выше, чем в Казани (13,67), Перми (13,716) и Ростове-на-Дону (13,45), почти в 3 раза больше, чем в Уфе (10,7) и в 4,5 раза больше, чем в Красноярске (6,192) [3].

На душу населения оборот общественного питания Екатеринбурга также выше, чем в других городах – за январь-сентябрь 2015 г. этот показатель составил 19,19 тыс. р. на человека. В Перми, Казани и Ростове-на-Дону примерно в 1,5 раза меньше, а в Красноярске меньше почти в 4 раза. Это, конечно, связано, с более высокими доходами населения Екатеринбурга. Немаловажную роль играет и тот факт, что Екатеринбург является центром деловой и туристической активности Уральского региона, что обеспечивает приток капитала в сферу общепита [3].

С каждым годом растет и количество предприятий общественного питания, однако 2015 г. показал, что кризис не обошел стороной и эту сферу. В рамках реализации стратегического проекта «Кухня на любой вкус» за январь – декабрь 2015 г. в Екатеринбурге открыто 280 предприятий общественного питания на 13 064 места. В связи с низкой рентабельностью, проведением капитальных ремонтов за отчетный период 2015 г. закрыто 250 объектов на 12 757 мест. Таким образом, прирост числа предприятий общественного питания с начала 2015 г. составил всего 30 объектов, что существенно меньше, чем в предыдущие периоды. В 2014-м г. прирост был 138 предприятий, а в 2013 г. – 142 предприятия. Вот только некоторые заведения, закрытые в 2015 г.: кафе «Дольче Амаро», Шейнкмана, 7, ресторан «Пожарка» и «BarBQ», Луначарского, 128, кафе «Шоколад», Бажова, 68, паб «Гризли», Малышева, 36, кафе и кофейня «Кактус», Декабристов, 16/18, ресторан «Вайзен», Тбилисский, 13 [2].

Одной из главных тенденций развития общественного питания уже давно является рост доли сетевых проектов. Как видно на рисунке на

начало 2016 г. доля сетевых предприятий общественного питания в Екатеринбурге почти в 2 раза больше, чем в недалеком 2007 г. И с каждым годом продолжает увеличиваться.



Доля сетевых предприятий в общем количестве предприятий общественного питания по состоянию на 01.01.2016 г., % [3]

Рост доли сетевых предприятий общественного питания в большей степени происходит за счет роста сети предприятий быстрого обслуживания – такая ситуация держится уже несколько лет и, очевидно, сохранится в ближайшие годы. Высокие темпы роста сети предприятий быстрого питания обеспечиваются появлением новых кафе и ресторанов, в первую очередь в новых торговых центрах, с размещением в них фуд-кортов, и открытием отдельных ресторанов самообслуживания. Происходит это как за счет роста местных сетей, так и международных, федеральных и региональных.

В среднесрочной перспективе можно ожидать сохранения тенденции развития инфраструктуры предприятий общественного питания за счет роста количества предприятий общедоступной сети в гостиницах, деловых центрах и торгово-развлекательных центрах. В том числе это будет происходить за счет открытия предприятий местных сетей общественного питания («Своя компания», Рататуй», «Гризли бар»), увеличения объектов в составе федеральных сетей («Вилка-ложка», «Росинтер Ресторантс Екатеринбург», «Шоколадница») и развития международных сетей («Макдоналдс», «Сбарро», «Сабвей», KFC и др.) [4].

Что касается заведений премиум-класса, то в ресторанном бизнесе в течение последних 2 лет наблюдается тенденция к смещению акцента известных рестораторов с сегмента элитных в сегмент демократичных ресторанов. Это проявляется даже в Москве, а в Екатеринбурге и в других регионах тенденция к увеличению доли заведений среднего ценового сегмента еще более заметна [1].

Все это, объясняется не только насыщением рынка элитных заведений и снижением покупательной способности населения, но введением продовольственного эмбарго на некоторые виды иностранных

продуктов. В целом участники рынка ожидают, что изменения в психологии потребителей и продуктовая «национализация» ресторанного рынка приведут к его развороту от гламура и пафоса к демократичным форматам с понятной простой едой. Сегодня происходит кардинальная перестройка ресторанного рынка – заканчивается эпоха его развития на импортных продуктах, которая длилась более двадцати лет. Переход на отечественное сырье неизбежно повлечет за собой смену вкусов и технологий приготовления блюд. В результате перехода на отечественные продукты больше всего пострадали рестораны европейской кухни, прежде всего итальянской. Заниматься итальянской кухней без итальянских продуктов сегодня не имеет смысла.

На этом фоне наиболее динамично развиваются демократичные заведения, имеющие ярко выраженную специализацию по кухне, что связано с возрождением русской кухни. Появление множества кафе и ресторанов с разными концепциями русской кухни – это, с одной стороны, мода, проявление патриотизма, а с другой – естественное развитие процесса перехода рынка на русские продукты, результат сокращения расстояния между местом произрастания сырья и местом его использования [1].

Следует отметить, что в современных условиях возрастает роль шеф-повара на предприятии, от мастерства и изобретательности которого напрямую зависит конкурентоспособность заведения, сейчас это особенно ярко проявляется.

Среди прочих тенденций можно выделить развитие предприятий новых форматов, таких как, кейтеринг. – в Екатеринбурге на сегодняшний день около 100 кейтеринговых компаний (например, такие компании, как ««Кейтеринбург», «S – кейтеринг»), которые предлагают такие услуги, как:

обслуживание мероприятий – банкетов, фуршетов, коктейль-party, кофе-брейков, пикников на природе и т.д. По сути, мероприятие может быть каким угодно, от разнообразнейших праздников (свадьбы, дни рождения, юбилеи, корпоративные вечеринки и пр.) до деловых событий (семинары, конференции, тренинги, презентации и пр.);

организация питания на предприятиях, т.е. доставка обедов в офисы и учреждения социальной сферы (школы, больницы, детские сады, родильные дома и т.п.).

Еще одно, относительно новое направление – это так называемые антикафе, где нет меню, там посетители платят за проведенное время (поминутная тарификация), они достаточно популярны среди молодежи. Например, антикафе «Коммуникатор», здесь бесплатно предоставляются чай, кофе и печенье. Ставка здесь делается на организацию досуга – регулярно проводятся тематические вечера, мастер-классы.

Что касается перспектив развития рынка общественного питания, то по прогнозу Администрации города ожидается сокращение оборота общественного питания. Плановые показатели развития рынка общественного питания представлены в таблице.

Плановые показатели развития рынка общественного питания в Екатеринбурге в 2016 г. [3].

Показатель	2014 факт	2015 факт	2016 план
Оборот общественного питания в действующих ценах, млрд р.	35,6	39,69	38,2
Оборот общественного питания в сопоставимых ценах, %	107,0	97,1	99,0
Количество предприятий общественного питания на конец года, ед.	2 151	2 181	2 205
Количество посадочных мест на предприятиях общественного питания общедоступной сети, тыс. мест	91,954	92,937	93,5

Перечисленные тенденции обуславливают появление новых видов предприятий общественного питания, рост конкуренции между ними, поглощение неконкурентоспособных. Развитие сферы общественного питания будет в значительной степени зависеть от уровня доходов населения.

Библиографический список

1. *Калянина Л.* Без дыма и капелек // Журнал «Эксперт». URL: <http://expert.ru/expert/2016/07/bez-dyima-i-kapelek>.

2. *Мониторинг* социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» в 2010 г. III квартале 2015 г. URL: <http://екатеринбург.рф>.

3. *Об итогах* развития потребительского рынка муниципального образования «город Екатеринбург» 12 месяцев 2015 г. URL: <http://екатеринбург.рф>.

4. *Прогноз* социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» на 2016 г. и плановый период 2017–2018 гг. URL: <http://екатеринбург.рф>.

Научный руководитель: *В. В. Тарасова*

Д. М. Чекулаева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Анализ рынка общественного питания Екатеринбурга

Питание как процесс употребления пищи удовлетворяет самую насущную потребность человека, выступает необходимым условием

существования людей, их общественной и трудовой деятельности. Общественное питание в своих коллективно организованных формах является важнейшим фактором и механизмом реализации социальной политики.

Сегодня конкуренция на рынке общественного питания, как в России, так и в Екатеринбурге приобрела такую остроту, что уже недостаточно просто «быть», надо быть «лучшим» или, по крайней мере «на уровне» в своем сегменте. Главная тема сегодня – борьба за качество обслуживания. Катастрофически остро уже несколько лет стоит проблема подбора, воспитания и удержания персонала. Помимо этого, перед рынком общественного питания встала проблема законодательства и защиты интересов бизнеса. И эта общая проблема, заставляет конкурентов, забывая о борьбе друг с другом, вспоминать о единстве задач и объединяться, как во всевозможные союзы и ассоциации, чьей задачей является защита интересов бизнеса, так и для проведения съездов и форумов, где есть возможность обсудить общие проблемы и наметить пути их решения, обменяться опытом и продемонстрировать реальную силу и вес сектора, с которым необходимо считаться при принятии решений, его затрагивающих.

Оборот общественного питания в некоторых субъектах Урала ушел в минус впервые с кризисного 2009 г. Негативные экономические тенденции оказались сильнее сформировавшейся за последнее время привычки жителей больших городов питаться вне дома.

Согласно опросу Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), 62% россиян, живущих в городах, пользуются услугами предприятий общественного питания. Походы в ресторан или кафе как способ провести время в той или иной степени востребованы почти у каждого второго горожанина, а четверть опрошенных посещают их регулярно. Фактор расширения клиентуры общепита стал основным инструментом развития рынка, он же поддерживал его в непростом для экономики 2014 г.¹.

К концу 2014 г. системный экономический кризис добрался до Екатеринбургского рынка общественного питания. Рестораторы и владельцы кафе отмечают существенное падение выручки заведений. Снижается и количество посетителей, и средний чек.

В зоне особого риска находятся недавно открывшиеся и не успешные «раскрутиться» дорогие рестораны и бары, особенно – реализо-

¹ *О состоянии розничной торговли и общественного питания Свердловской области в 2009 г.*: Федер. служба гос. статистики, Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Свердл. обл.: информ. записка: (06015). Екатеринбург: ИБК Урал. гос. экон. ун-та, 2008.

ванные в качестве инвестиционных проектов на заемные средства. Впрочем, за последние месяцы Екатеринбург уже лишился целого ряда заведений общественного питания. Прекратило работу Sky safe, располагавшееся в бизнес-центре «Антей», «Уральские цыплята» на Ленина, пивной ресторан «Ганс» на Заводской, бар «Эрнест Хэмингуэй» и сразу три точки в «Рубине» – «Пожарка», «Сарай» и «Кулинар». У последних причина закрытия – как раз отношения с арендодателями и общее снижение прибыльности бизнеса: собственники заведения решили, что арендные ставки в центре Екатеринбурга не вписываются в текущую бизнес-модель их бизнесов [1].

Оборот предприятий общественного питания в Екатеринбурге в 2014 г. составил 26 млрд р. В городе открылось 4 новых ресторана, 25 баров и 21 кафе. При этом на сегодняшний день 60% предприятий общественного питания в Екатеринбурге входят в федеральные или мировые сети.

Уровень обеспеченности жителей заведениями общественного питания в регионе и городе составляет на тысячу жителей 1,1 и 1,5 предприятия соответственно. По обороту общественного питания Екатеринбург занимает третье место в РФ после Москвы и Санкт-Петербурга. Ниже на рис. 1 представлена динамика предприятий общественного питания [2].

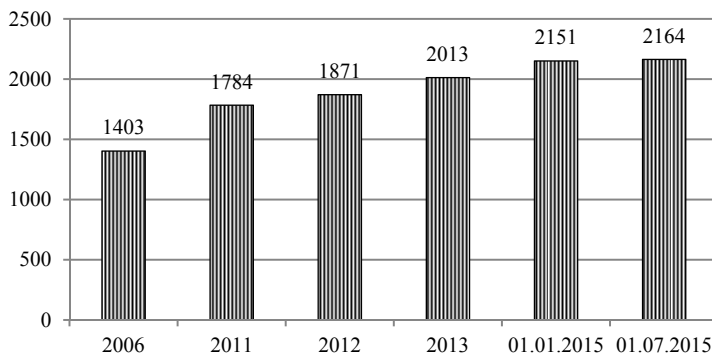


Рис. 1. Динамика количества предприятий общественного питания

С 2006 г. количество предприятий общественного питания увеличилось на 761 объект или на 54%. В течение января – июня 2015 г. открылось 144 предприятия ОП, закрылось 131. Абсолютный прирост 13 объектов общественного питания.

Нужно сказать, что ОП бывают как доступны обывателю – обычному жителю или гостю столицы, так и нет. Поэтому вижу смысл выделить общедоступные ОП в отдельный сегмент и просмотреть, насколько динамика отличается от общего количества (рис. 2).

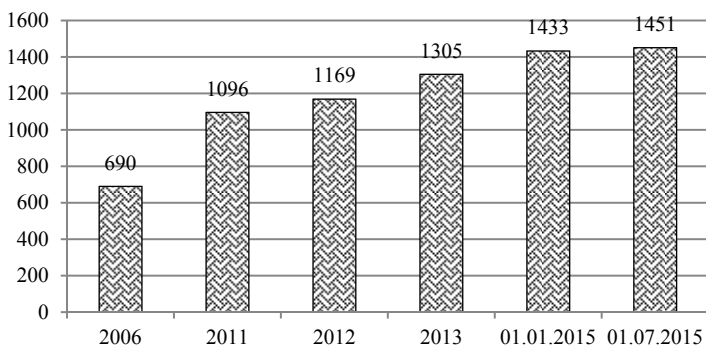


Рис. 2. Динамика количества общедоступных ОП

С 2006 г. количество общедоступных предприятий общественного питания увеличилось на 768 объектов или в 2 раза. Прирост общедоступной сети за 6 месяцев 2015 г. на 18 предприятий. При этом рестораны отмечают, что открытие большинства новых заведений было запланировано еще в 2014 г., и до конца года их число еще вырастет. А вот ждать большого количества новых заведений в 2016 г. не стоит. Всего с 2010 г. в городе стало больше: на 42 ресторана, на 48 баров и на 131 кафе. Структуру предприятий можно посмотреть на рис. 3 [3].

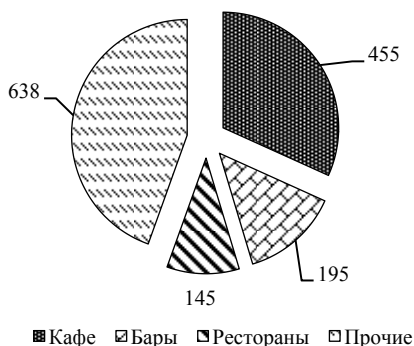


Рис. 3. Структура предприятий ОП

Сегодня к услугам жителей города и его гостей открыты двери чуть менее полутора тысяч заведений общественного питания. Из них большую часть составляют предприятия ориентированные на массовый сегмент – столовые, фастфуд, чайные, кофейни (44%), а также кафе (32%). Заведения класса бизнес и люкс (бары и рестораны) составляют 24%.

В Екатеринбурге растет число сетевых заведений. На начало 2015 г. количество сетевых заведений составляло 193 предприятия: доля местных сетевых операторов общепита составляет 66%, федеральных (включая международные сети) – 34%.

Касательно сегментов рынка общественного питания, наибольшей популярностью среди населения в России обладает сегмент быстрого питания или фаст-фуд. На его долю приходится более половины всех продаж на рынке, тогда как доля ближайшего конкурента – сегмента кафе-териев самообслуживания – всего около 18%.

По причине сложной экономической ситуации и падения потребительского спроса многие заведения общественного питания начали закрываться в конце 2014 г. – начала 2015 г. По оценке некоторых экспертов, доля закрывшихся торговых точек может достичь около четверти всех заведений.

На самом деле в общественном питании, как и в оптовой и розничной торговле, важнейшим показателем эффективности и состояния рынка является оборот денежных средств. На рис. 4 предлагаю проследить, насколько сильно менялся данный показатель в течение нескольких лет.

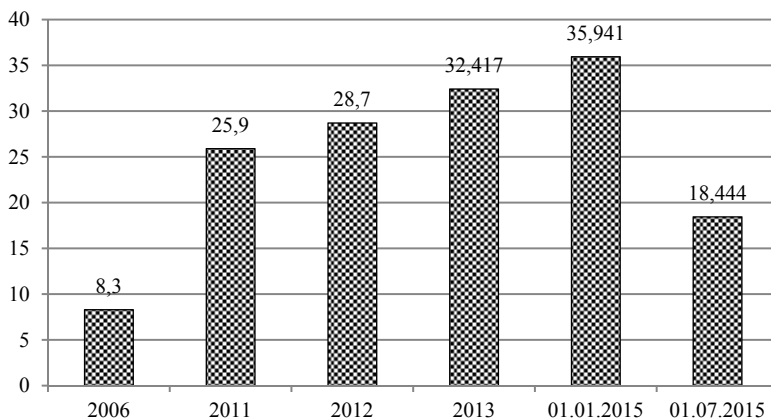


Рис. 4. Динамика оборота ОП, млрд р.

Оборот общественного питания за 10 лет шагнул очень серьезно – в 4, 5 раза. Пик развития рынка общественного питания в регионе пришелся на послекризисные 2010 и 2011 гг. В этот период уровень благосостояния населения восстанавливается к докризисным показателям, а вместе с ним восстанавливается и спрос на общественное питание. Данные говорят о высокой развитости системы ОП в нашем городе. Тем не менее, опираясь на цифры и факторы, которые влияют на корректировку показателей, можно сказать, что сильного скачка в этот год не предусмотрено. В первую очередь это связано с высокой конкуренцией и ситуацией в экономике страны в принципе. По итогам I квартала 2015 г. рынок общепита показал отрицательную динамику – его оборот в сравнении с аналогичным периодом 2014 г. в регионе сократился на 3,6% и составил чуть более 13 млрд р., по городу оборот сократился на 1,3% и составил 8,6 млрд р.

В течение последних лет начала обретать популярность тенденция открытия объектов общественного питания на основе франчайзинга. Данный принцип обеспечивает многостороннюю поддержку со стороны компании-франчайзинг и более быстрое появление потребительской аудитории, однако требует дополнительных денежных трат в виде роялти и паушальных взносов в пользу владельца бренда.

Среди других тенденций на рынке можно также выделить рост популярности сегментов быстрого питания и street-food, а также постепенный приход крупных сетей в более удаленные от центра регионы страны.

По прогнозам экспертов, рынок общественного питания будет развиваться небольшими темпами, несмотря на кризисные условия, и к 2017 г. его оборот может составить 2 трлн р.

Библиографический список

1. «Деловой квартал» – бизнес-портал города Екатеринбурга. URL: <http://www.dkvartal.ru>.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.
3. URL: <http://www.ersds.e-burg.ru>.

*Ю. В. Чижман, А. А. Островских,
Е. В. Штыковская, Л. В. Сибирцева*
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Анализ рынка мобильных устройств

18.01.2016 г. аналитическая компания TrendForce опубликовала результаты исследования российского рынка смартфонов. Доля этих устройств не перестают расти, а в числе лидеров появляется бренд Fly.

Следует отметить из аналитического отчета, в 2015 г. продажи смартфонов в России составили 26,15 млн единиц, что на 22% больше, чем годом ранее. Их доля на всем рынке мобильных телефонов за год поднялась с 50,5% до 60,5%. Спрос на обычные трубки находится в упадке: их реализация в РФ по итогам 2015 г. достигла 17,07 млн шт. против 20,97 и 23,29 млн в 2014 и 2013 гг. соответственно.

Согласно расчетам TrendForce, 67,8% смартфонов, проданных в России в 2015 г., стоили в среднем менее 124 дол. (9 800 р. по курсу на 18.01.2016 г.). Рост популярности недорогих моделей привел к быстрому укреплению бизнеса таких вендоров, как Fly и Explay. Кроме того, китайские производители, вроде Lenovo, Huawei и TCL, активно развиваются на российском рынке в течение нескольких лет и работают над повышением узнаваемости своих брендов в стране.

Крупнейшим продавцом смартфонов в России в натуральном выражении по итогам 2015 г. стала корпорация Samsung. На втором месте расположилась Fly, которой удалось опередить Lenovo и Apple [4].

Аналитики также обращают внимание на Huawei, которая сосредоточилась на маркетинговом продвижении в России. В 2014–2015 гг. компания открыла в стране более 10 розничных магазинов с целью популяризации своей марки. Большие планы Huawei по российскому рынку подтверждают запуск флагманского смартфона Honor 7 и «умных» часов Honor Band Zero в сентябре 2015 г., отмечают в TrendForce.

13.01.2016 г. МТС и «Евросеть» сообщили о первом в истории российского рынка смартфонов падении продаж в натуральном выражении. Выручка при этом растет благодаря повышению цен на устройства.

По предварительным подсчетам «Евросети», в 2015 г. в России было продано 25,5 млн смартфонов, что на 8,4% меньше, чем годом ранее. Этот годовой спад оказался первым в истории рынка, рассказала «Ведомостям» представитель ритейлера Ульяна Смольская.

В «М.Видео», «Связном» и МТС подтверждают падение продаж «умных» телефонов в РФ. Так, согласно данным оператора, в 2015 г.

реализация смартфонов на отечественном рынке сократилась на 8% до 26 млн шт.

В деньгах все еще наблюдается подъем. В «Евросети» оценивают выручку от продаж устройств в 2015 г. в 258 млрд р. (+5% к 2014 г.), в МТС – в 260 млрд р. (+6%).

Ульяна Смольская связывает этот рост с увеличением средней стоимости смартфонов – с 8,9 тыс. р. в 2014 г. до 10,1 тыс. р. год спустя. Аналитики МТС также объясняют растущую выручку «интересом к LTE-устройствам». На их долю пришлось 57% продаж смартфонов (около 150 млн р.) в России в 2015 г. Всего было реализовано 6,7 млн LTE-смартфонов, что превышает суммарный объем продаж за все предыдущие годы.

Смартфоны остались единственным крупным сегментом рынка портативной электроники с растущей выручкой. По данным «Евросети», в 2015 г. продажи простых мобильных телефонов в России упали на 21%, а цифровых камер, планшетов и ноутбуков – на 38, 31 и 23% соответственно.

Розничные сети не стали делать прогноз на 2016 г. Неожиданно могут возникнуть факторы, способные привести как к увеличению, так и к снижению продаж, считает президент «Евросети» Александр Малис [3].

По мнению представителя «Связного» Сергея Тихонова, потребители будут рациональнее подходить к выбору устройств, пользоваться промо-акциями ритейлеров и покупать страховки для дорогих продуктов.

Среди основных факторов развития рынка мобильных телефонов в России специалисты отмечают:

активный рост продаж бюджетных китайских смартфонов, стоимость которых, как правило, меньше 5 000 р. Доля таких устройств превышает 45% продаж.

популяризация смартфонов с поддержкой LTE сетей. В стоимостном выражении рынок LTE-смартфонов по результатам составляет 48,1 млрд. рублей. При этом средняя стоимость подобных устройств за год уменьшилась на 12%, составив 2 260 р.

рост популярности телефонов с одновременной поддержкой 2 сим-карт.

увеличение размеров экрана смартфонов. Даже корпорация Apple, учитывая рыночные тренды, продемонстрировала в текущем году новый iPhone с экраном 5,5 дюйма.

Для анализа мы отобрали пять марок телефонов и четыре самых популярных магазинов электроники в Екатеринбурге – это Связной, Евросеть, М.Видео, Эльдorado.

Анализ телефонов марки Apple показал, что практически все модели телефонов данного производителя представлены в магазинах и находятся в свободном доступе. В среднем в магазинах представлено около 40 моделей. Ценовой сегмент на эти телефоны начинается примерно от 24 000 р., и доходят до 84 000 р.

Анализ телефонов марки Samsung показал, что в каждом магазине представлен разный ассортимент телефонов данного производителя. В Связном представлено всего две модели Samsung Galaxy S6 (64Gb) в двух цветах, модели которые мы отобрали для анализа – отсутствуют. В Евросети представлено всего четыре модели, которые уже достаточно устарели, модели, отобранные для анализа – отсутствуют. М.Видео представляет достаточно широкий выбор, ценовой сегмент на эти телефоны начинается с 4 000 р. и доходит до 58 000 р., всего в магазине представлено 46 моделей телефонов. Эльдorado также предоставляет широкий выбор, ценовой сегмент от 4 000 р. до 58 000 р., всего в магазине представлено 48 модели телефонов [2].

Анализ телефонов Huawei показал, что данная марка телефонов полностью отсутствует в магазине Евросеть. В Связном представлен самый ограниченный выбор из 7 моделей, ценовой сегмент которых от 6 000 р. до 51 500 р.. Магазин М.Видео предоставляет выбор из 14 моделей, их цена начинается от 7 000 р. и доходит до 50 000 р. В Эльдorado самый большой выбор из 20 моделей, цены колеблются от 4 000 р. до 50 000 р.

Анализ телефонов Lenovo показал, что данная марка представлена во всех анализируемых магазинах. Связной предлагает выбор из 17 моделей, ценовой сегмент начинается от 5 000 р. и доходит до 30 000 р. В Евросети представлен самый широкий выбор из 33 моделей, цена которых начинается от 5 000 р. и доходит до 30 000 р. В М.Видео представлено немного меньше, это 26 моделей, цены которых колеблются от 5 000 р. до 30 000 р. В Эльдorado представлен самый маленький ассортимент из 14 моделей, цены которых начинаются с 5000 р. и доходят до 30 000 р.

Анализ телефонов Sony показал, что эта марка представлена во всех анализируемых магазинах. Магазин Связной предлагает самый широкий выбор из 50 моделей, ценовой сегмент начинается с 8 600 р. и доходит до 60 000 р. Евросеть предоставляет меньший выбор из 23 моделей, цены колеблются от 9 000 р. до 60 000 р. М.Видео предлагает самый минимальный выбор из 20 моделей, цены начинаются от 20 000 р. и доходят до 60 000 р. В Эльдorado представлено 34 модели, цены которых начинаются с 8 600 р. и доходят до 59 000 р. [1].

Также мы проанализировали предложения в данных магазинах по Smart часам.

Рынок smart-часов только зарождается и пока скромнен по своим масштабам.

Анализ Apple Watch показал, что не все модели часов данного производителя представлены в магазинах и находятся в свободном доступе. В среднем в магазинах представлено около 19 моделей. Ценовой сегмент на эти часы начинается примерно от 29 000 р., и доходят до 83 000 р.

Анализ Samsung Gear S2 показал, что данная модель отсутствует в магазине Евросеть, в Связном имеются 3 модели, цена от 3 490 до 24 990 р. В магазине М.Видео представлены так же 3 модели, но цена на них здесь начинается от 20 990 до 24 990. В Эльдорадо тоже представлены 3 модели, ценовой сегмент начинается от 20 990 до 27 700 р.

Анализ Sony SmartWatch 3 показал, что эти часы имеются во всех четырех магазинах, которые мы рассмотрели. В Евросети, М.Видео и в Эльдорадо представлено всего 2 модели часов, но цена на них разная, Евросеть – одна модель стоит 1 290 р., вторая модель 11 990; М.Видео – цена первой модели составляет 6990, второй 11990; Эльдорадо – цена 11 999 р. и второй модели 13 599 р. В магазине Связной в наличии есть всего одна модель, цена которой составляет 11 990 р.

Анализ ASUS Zen Watch 2 показал, что в Связном и Эльдорадо имеется 2 модели, они все одинаковые, как и цена, стоимость первой модели 14 990, стоимость второй 15 990 р.; в М.Видео в наличии представлена одна модель и ее цена составляет 15 990 р.

Спустя 18 недель после старта продаж smart-часов второго поколения Samsung Gear S2 количество их активаций превысило аналогичный показатель предыдущей модели на 34%. Согласно собственным данным Samsung Electronics, 49% покупателей выбрали часы Gear S2, а 51% благосклонно отнеслись к часам Gear S2 Classic. Samsung Gear S2 стали первыми «умными» часами от корейского производителя с круглым дисплеем, которые оснащены поворотным bezel. Аксессуар продается как в фирменных магазинах Samsung, так и в специализированных точках продаж бытовой электроники. Согласно полученным финансовым отчетам, с появлением smart-часов Gear S2 на рынке, позиции компании Samsung в высоком ценовом сегменте укрепились как в штучном, так и денежном выражении.

Smart-часы уже несколько лет доступны потребителям, однако они до сих пор являются скорее нишевым, чем массовым гаджетом. Исследовательская компания Allied Market Research опубликовала отчет о перспективах рынка smart-часов. По прогнозам, объем рынка «умных» часов в 2020 г. достигнет почти 33 млрд дол., а это примерно десятая часть возможной выручки глобального рынка смартфонов. Треть продаж придется на США, а лидерами в остальном мире станут

Китай и Азиатско-тихоокеанский регион. Среднегодовой темп роста рынка смарт-часов, по оценкам, составит 67,6% в период с 2014 г. по 2020 г.

Однако, аналитики Allied Market Research ожидают не только банального роста продаж смарт-часов, но и определенные изменения самой индустрии, самое заметное из которых – переход от текущего положения «умных» часов как дополнительного девайса к самостоятельному продукту. Большинство присутствующих сегодня на рынке устройств, включая все часы на базе Android Wear, полагаются в своей работе на смартфон или планшет для получения данных. Аналитики считают, что в будущем смарт-часы научатся выходить в Интернет без помощи «большого брата» в виде смартфона.

Определенные сдвиги в этом направлении уже есть, если вспомнить Samsung Galaxy Gear S и некоторые смарт-часы на базе Android Wear, обладающие функционалом, который пока не поддерживает платформа Google для носимых девайсов. К примеру, у Sony Smartwatch 3 есть поддержка Wi-Fi. Ну и не стоит забывать активное развитие так называемого «Интернета вещей», в котором девайсы будут играть самостоятельные роли и обладать способностью напрямую выходить в Сеть.

Что касается платформ для смарт-часов, то, как и на рынке смартфонов, стоит ожидать разделения на три основных категории: Android, iOS и «другие». Традиционно, iOS будет представлена, фактически одним девайсом – Apple Watch, а Android Wear выберут большинство других производителей. Особняком стоит Samsung, который вполне может заменить в своих смарт-часах Android Wear на Tizen, позиционирующуюся как платформу для «Интернета вещей».

В нынешнем году рынок смарт-часов наверняка перейдет рубеж в 10 млн проданных девайсов, став новым ручейком выручки для разработчиков мобильных приложений, который обещает превратиться в полноводную реку к 2020 г.

В четвертом квартале 2015 г. «умные» часы впервые обошли по продажам швейцарские механические и кварцевые часы, сообщает ресурс MarketWatch со ссылкой на данные аналитической компании Strategy Analytics.

Согласно отчету, за последние три месяца 2015 г. в мире было продано 8,1 млн смарт-часов. При этом основная часть продаж пришлась на Apple Watch (83%) и различные модели смарт-часов Samsung (16%). За тот же период продажи всех механических и кварцевых часов, произведенных швейцарскими компаниями, составили 7,9 млн шт.

Как отмечает портал 9to5mac, в сравнении с четвертым кварталом 2014 г. продажи смарт-часов выросли на 316%. Главным фактором,

обусловившим столь бурный рост рынка, стал выход на рынок Apple Watch весной прошлого года.

В то же время продажи швейцарских часов в конце 2014 г. составили 8,3 млн шт., на 5% больше, чем в прошлом году. Как отмечает MarketWatch, такое падение спроса на классические модели часов было прогнозируемым, а основными его причинами стали снижение спроса в Китае и Гонконге, а также укрепление швейцарского франка [5].

Список использованных источников

1. *Анализ* рынка мобильных устройств. URL: <http://www.vedomosti.ru>.
2. *Анализ* рынка мобильных устройств. URL: <http://www.3dnews.ru>.
3. *Анализ* рынка мобильных устройств. URL: <http://press.trendforce.com>, свободный.
4. *Анализ* рынка мобильных устройств. URL: <http://www.tadviser.ru>.
5. *Анализ* рынка мобильных устройств. URL: <http://yamobi.ru>.

Научный руководитель *В. М. Гаянова*

Н. С. Щукин

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

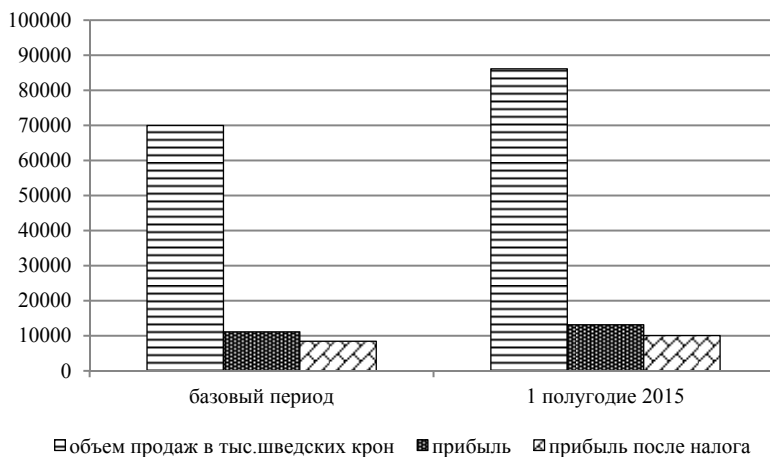
Основа экономического успеха компании Н&М

Для того чтобы определить те факторы в связи с которыми растет успех компании, необходимо узнать ее историю, путь ее развития. История компании Н&М начинается в 40-х гг. XX в. Эрлинг Перссон, разносчик сыров в Стокгольме посетил Нью-Йорк. Во время поездки он увидел много недорогих магазинов качественной одежды. Перссон понял, что заработать можно на массовости товара. Эрлинг открыл небольшую фабрику в Шведском городе Вестерос, где продавал одежду прямо со склада, по очень низкой стоимости.

В 1968 г. одним из акционеров компании стал Мауриц Видфорс, который уже владел несколькими магазинами по продаже одежды для охоты Mauritz Widforss. С того момента название компании поменялось на Hennes & Mauritz, а ассортимент теперь включал одежду для женщин, мужчин и детей.

После этого Н&М успешно и стабильно развивался, новые магазины открывались по всей Европе и Америке. Большой популярностью бренд начинает пользоваться в Германии. К 2013 г. деятельность компании осуществляется в более 49 странах более 2 800 магазинов.

На 07.07.2015 г. этот показатель вырос до 3 600 магазинов и 59 стран-представителей. Это говорит о темпах развития и популярности компании, о том, насколько она востребована. Однако, не стоит забывать, что у H&M нет своей недвижимости, все площади берутся в аренду, что упрощает открытие новых точек продаж.



Экономические показатели
1 Декабря 2014 г. – 31 Мая 2015 г.

На данном графике видно, что по сравнению с базовым периодом, H&M удалось увеличить продажи на 23%, а прибыль на 19%. Это очень высокие результаты, если учесть, что базовым периодом считается аналогичное время прошлого года.

Далее рассмотрим осуществление продаж в различных странах за определенные периоды.

Осуществление продаж в различных странах за определенные периоды [1]

Страна	2015, включая НДС (млн крон)	2014	Изменения в % сек	Изменения в % (местные валюты)	Число магазинов	Новые магазины 2015
Германия	18,148	16,815	8	3	447	7
США	11,793	7,475	58	24	370	14
Великобритания	7,491	5,778	30	11	253	0
Франция	6,477	5,747	13	8	211	6
Китай	5,150	3,234	59	27	290	20
Швеция	4,505	4,295	5	5	177	1

Из данной таблицы следует, что абсолютно во всех странах, где бы не был представлен бренд H&M мы можем наблюдать существенный рост, особенно стоит отметить такие страны как США, Великобритания, Китай.

В этих странах наблюдается наибольший рост продаж, и если Великобритания относительно небольшая страна, то США и Китай являются теми странами, где бренд представлен не в полном объеме ввиду большой площади и численности населения, поэтому руководство компании приняло решение об открытии 14 новых магазинов в США и 20 новых точек в Китае, что скажется на выручке в следующем полугодии.

Так же интересна тенденция развития H&M в России, за II квартал 2015 г., по данным отчета H&M, доход от продаж составил 1,031 млн шведских крон, что на 186 тыс. крон больше, чем за аналогичный период 2014 г. Прирост дохода в шведских кронах составил 22%, а в рублях 48%, данный феномен объясняется колебаниями курсов валют. На территории России было открыто 9 новых магазинов бренда, их общее число достигло 84.

Видя данные графика и таблицы, можно понять, что с каждым годом бренд H&M развивается все сильнее, но какие факторы влияют на этот рост? Политику компании очень точно характеризует высказывание представителя совета директоров H&M Стефана Перссона: «Мода – продукт скоропортящийся. Здесь важны скорость и умение уловить тенденцию еще до того, как она появилась. Главное – выйти с новинкой на рынок первым» [2].

И действительно, товар и коллекции H&M меняются с огромной скоростью. В этом смысле «быстрая мода» играет на руку H&M, поскольку, чем быстрее тенденции меняются, тем больше одежды продаст бренд. Ведь на данный момент H&M ориентирован на молодежь, а современные молодые люди и девушки очень сильно хотят быть модными всегда и везде.

Кроме этого, приветливый персонал всегда помогает клиенту стать покупателем. Так же, H&M использует и уловки, которые есть у большинства магазинов розничной торговли, для того чтобы лучше понять как они работают, я посетил один из магазинов бренда. В каждом магазине все продумано до мелочей, начиная от света, в котором одежда выглядит «приятнее», заканчивая правильно установленными зеркалами, ведь зеркало зачастую является последней инстанцией при выборе вещи.

То, как H&M заботится об экологии, могло бы послужить отдельной темой для статьи об экологическом менеджменте. Сейчас многие люди пытаются заботиться об окружающей среде, и отдают приоритет

тем брендам, которые так же думают о природе. H&M уже 12 лет подряд публикует отчеты о социально-ответственном развитии.

Всего в отчете содержится 13 пунктов экологического направления. Все это не только благотворно сказывается на энергоэффективности и рациональности использования ресурсов, но и на экономических показателях компании. Жители Европы, США уже давно уделяют данной проблеме большое внимание, и, несомненно, зная, что на товарах H&M есть «зеленый ярлык», оценят это по достоинству. Стоит отметить, что покупатели в России так же равнодушно относятся к программе H&M, и каждый день российские магазины сдают 355 кг одежды для вторичного использования и переработки.

Узнав много нового об H&M, можно смело сказать, что бренд идет в ногу со временем, а возможно даже опережает его на шаг. H&M это уже не просто бренд, это стиль жизни тысяч людей. Это гигант в мире розничной торговли одеждой, обеспечивающий огромное количество рабочих мест по всему миру. Работа компании осуществляется с минимальным уроном для экологии, а сотрудничество с H&M обладает минимальными рисками [3]. От производства вещей H&M выигрывают все: начиная от природы и людей из бедных стран, которые эти вещи изготавливают, заканчивая самой компанией и довольными покупателями.

Библиографический список

1. *H & M Hennes & Mauritz AB*. URL: http://about.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/cision/2015/06/1540004_en.pdf.
2. URL: <http://www.hm.com/gb>.
3. *О развитии H&M* // Forbes. 2013.

Научный руководитель *А. А. Древалев*

Е. С. Юрчикова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Современный российский рынок форменной одежды

В настоящее время рынок одежды в России считается перспективным и привлекательным. Несмотря на его постепенное насыщение и замедление темпов прироста, он растет достаточно быстро. В то время как в Европе продажи растут в среднем на 5% в год, в России они по итогам 2014 г. выросли на 10,6% в рублях [2].

При этом российские производители одежды обеспечили только 3,4% совокупного спроса на нее. Столь значительный объем импорта достигается за счет того, что многие отечественные бренды размещают заказы на пошив одежды за границей ввиду сложностей с организацией и ведением производства у себя на родине. Выпуск же одежды на отечественных предприятиях довольно затратен и связан со значительными трудностями. По итогам 2014 г. объем импортных поставок в страну составил почти 968 млрд р. [2].

Особенно перспективными в структуре рынка одежды по функциональному назначению является одежда для беременных – с темпом роста 25,5% в рублях по итогам 2014 г., а также джинсовая одежда и форменная одежда [3].

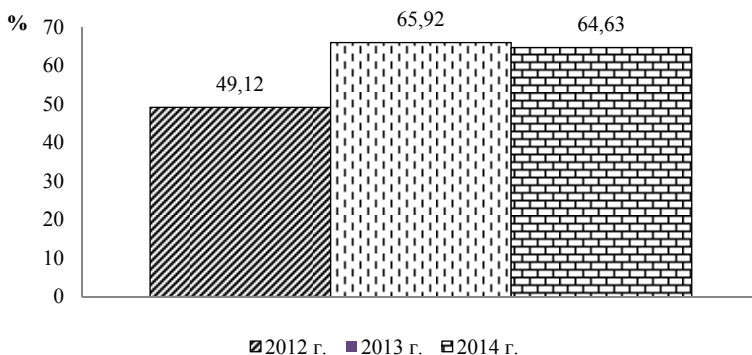
Основным ценовым сегментом в структуре рынка одежды в 2014 г. стал среднеценовой сегмент – 68% всех продаж одежды в стоимостном выражении.

Сегмент женской одежды традиционно занимает большую часть структуры рынка по потребительскому назначению – по итогам 2014 г. на ее продажи пришлось порядка 70% всего рынка. Но наиболее активно в этой структуре развиваются сегменты мужской и детской одежды, увеличив свои продажи в 2014 г. на 13,4% и 16,6% в рублях соответственно.

На основании исследований, проведенных маркетинговой группой «Экспресс-Обзор», в среднем, в 2014 г. каждый мужчина потратил на одежду почти в 3 раза меньше, чем женщина и в 3,6 раза меньше, чем было потрачено на каждого подростка. На детскую одежду в 2014 г. родители потратили в среднем по 11 тыс. р. на каждого ребенка [3].

Лидерами по продажам одежды традиционно являются два региона – Москва и Санкт-Петербург. На их совокупную долю по итогам 2014 г. пришлось почти 40% всего объема продаж одежды в стоимостном выражении.

Так же на рынке представлена форменная одежда. В настоящее время большинство организаций стремятся не только повысить качество оказываемых услуг, но и произвести хорошее впечатление на их потребителя. Работник является лицом организации и его внешний вид неотъемлемая часть имиджа компании. Важны не только внешние характеристики, но и качество форменной одежды, ее безопасность, влияние на рабочий процесс и работника в целом. Динамика развития современного российского рынка форменной одежды представлена на рисунке.



Динамика рынка форменной одежды в 2012–2014 гг., млн шт¹

По оценке DISCOVERY Research Group объем рынка форменной одежды составил в 2014 г. 64,63 млн шт. В сравнении с 2013 г. объем рынка сократился на 2% и составил 65,92 млн шт. Годом ранее рынок форменной одежды в России в натуральном выражении «просел» более существенно – тогда рынок сократился на 24% и составил 49,12 млн шт.

В стоимостном выражении российский рынок форменной одежды оценивается экспертами в 1 млрд дол. Более 90% отечественного рынка профессиональной одежды занимают российские компании-производители.

Однако многие из них размещают заказы на пошив форменной одежды в КНР, таким образом, только реализуя ее в России. По данным официальной статистики в 2014 г. в России было произведено 62,72 млн единиц форменной одежды, что на 3% меньше предыдущего года [1].

По оценке специалистов DISCOVERY Research Group доля форменной одежды на рынке составляет 40%. Под форменной одеждой понимается, одежда одинаковая по стилю, покрою, цвету и ткани специальная (служебная) одежда для создания единого облика военнослужащих, чиновников определённых ведомств [2].

По оценке специалистов DISCOVERY Research Group объем рынка форменной одежды в России в 2014 году составил 25,85 млн шт. По итогам 2014 г. рынок форменной одежды начал восстанавливаться от спада предыдущего года: сокращение рынка составило всего 2%.

¹ Составлено автором по: [1].

По оценке «Экспресс-Обзор», в ближайшие два года российский рынок одежды продолжит расти и по итогам 2016 г. составит 1 241 млрд р.

По оценке DISCOVERY Research Group, сделанной на основе данных официальной статистики, доля импортной форменной одежды на российском рынке составляет 2%.

В 2014 г. объем импорта форменной одежды в Россию составил 606 тыс. штук общей стоимостью 7,62 млн дол. В сравнении с предыдущим годом объем импорта форменной одежды в Россию увеличился в 2 раза. Объем экспорта форменной одежды из России невысок – 11 тыс. шт. в 2014 г. (экспорт вырос почти в 1,5 раза). Производственная одежда – второй наиболее крупный сегмент одежды в структуре импорта. На его долю приходится порядка 27% импорта одежды в Россию. В 2014 г. 90% ввезенной в Россию форменной одежды составляла продукция китайского производства [1].

По оценкам специалистов, три компании занимают более трети рынка форменной одежды: группа предприятий «Восток-Сервис», «Тракт» и «Техноавиа» [3].

По оценке экспертов, в целом объем производства форменной одежды растет, это связано с повышенным спросом различных сфер деятельности на данный вид одежды. В среднем рост рынка форменной одежды оценивается в 10–20% в год в 2015–2016 гг.

Ниже представлен рейтинг основных российских компаний-производителей форменной одежды (см. таблицу).

Структура производства форменной одежды российскими компаниями

№	Наименование компаний-производителей	Примерный оборот, млн. р.	Удельный вес, %	Персонал, человек	Сайт
1	Восток-Сервис	20 000	56	10 000	vostok.ru
2	Техноавиа	5 000	14, 2	3 565	technoavia.ru
3	Энергоконтракт	4 500	13	1 300	energocontractu
4	Тракт	2 980	8, 4	716	trakt.ru
5	Роспейс	1 000	3	400	rosspace.ru
6	Сириус	1 200	3, 4	280	planeta-sirius.ru
7	Модерам	600	2	460	moderam.ru
	Итого	35 280	100	16 721	

Примечание. Составлено автором по: [3].

Представленные в таблице компании-производители демонстрируют самые выдающиеся результаты в данной отрасли и оказывают наибольшее влияние на развитие рынка форменной одежды. Наибольший объем производства представляют фирма «Восток-Сервис» – 56%, «Техноавиа» – 14,2%, а также «Энергоконтракт» – 13%.

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день, рынок форменной одежды заметно увеличивает свои объемы производства и в связи с ростом спроса расширяется и ассортимент форменной одежды, а также появляются новые фирмы-изготовители, преимущественно российские. Для российских фирм выполнение заказов по пошиву форменной одежды является перспективной нишей.

Библиографический список

1. *Бюллетень* иностранной коммерческой информации: БИКИ совместно с экспортеры России. Вып. № 2. 2015.
2. *Спецодежда* СИЗ. URL: <http://siznet.ru/companies>.
3. *Информационный Канал* Subscribe.Ru. URL: <http://subscribe.ru>.

Научный руководитель *Е. В. Рагозинникова*

Содержание

Направление 13. Формирование и развитие финансовой и налоговой политики региона

Амиров П. Х. Проблемы и пути совершенствования налогообложения банковской сферы.....	3
Архипова М. Финансы, валюта и налоги Великобритании	7
Бубенщикова Н. О., Николишина Е. А. Финансовая устойчивость как фактор обеспечения экономической безопасности региона.....	9
Буслова Е. В., Дьячкова В. И. Проблемы онлайн-страхования в России	13
Выскребенцева А. Н. Проблемы налогообложения доходов физических лиц	17
Губенко И. Проблемы финансирования системы образования в России	23
Дьяченко Г. А. Актуальные проблемы развития налоговой системы России.....	27
Козырев А. В. Пути повышения налогового контроля при взыскании налогов с физических лиц.....	31
Копылова О. В. Организация финансирования медицинской помощи мигрантам	35
Лобанова Е. Н. Российский финансовый рынок и направления его развития.....	38
Межекова К. Ю. Инвестиционный налоговый кредит в России и за рубежом.....	42
Межекова К. Ю. Инвестиционная деятельность страховых компаний в условиях кризиса.....	45
Могучая А. И. Проблемы формирования и погашения внешнего долга РФ	47
Оздоев А. Т. Взаимное страхование в Российской Федерации. Проблемы и перспективы развития	50
Самылова А. С. Тенденции и перспективы внедрения лучших практик открытых бюджетов	54
Сивагатова Е. Р. Современное состояние российского рынка перестрахования.....	58
Тимошенко К. А. Реформирование системы налогообложения малого бизнеса	61
Фатыхова А. Введение налоговых каникул для ИП	65
Филиппева А. Проблемы налогообложения транспортных средств.....	68
Фурсова В. В. Социальная направленность НДСЛ.....	70
Фурсова В. В. Налог на роскошь: за и против.....	74
Ханипова З. Налогообложение физических лиц в РФ и возможность применения зарубежного опыта	75
Чадина В. Э. Достоинства и недостатки применения специальных налоговых режимов для индивидуальных предпринимателей	78
Черемных С. В. Теневая экономика Екатеринбурга	84

Чунина Т. А. Современное состояние и перспективы развития налогообложения физических лиц в Российской Федерации. Подходное налогообложение в Уральском федеральном округе	87
Шерстюк Я. Н. Инвестиционные налоговые вычеты	90
Юкляевских Ю. В. Проблемы страхования вкладов в РФ	94

Направление 14. Банки, фондовый рынок и коллективные инвестиции на территории региона

Алешина Е. А. Страхование критических заболеваний	99
Апанович М. С., Рубникович Ю. А. Иллюзия стабильности	102
Бадаева Т. М., Авдеев П. А. Организация и перспективы деятельности паевых инвестиционных фондов	105
Бондаренко Е. С. Хеджирование как способ уменьшения риска по снижению цены	109
Вопсев М. С. Функционирование паевых инвестиционных фондов в условиях экономической нестабильности	110
Голошейкина Е. В. Новые виды страхования на примере страхования интеллектуальной собственности	115
Гордиенко Д. А. Микротранзакции в сфере игр: особенности российского региона	120
Дожд А. Р., Авдеев П. А. Трансфертное ценообразование в банковском секторе	123
Дудник Е. М. Роль центрального банка как мегарегулятора на финансовом рынке	126
Жадобина К. А. Глобализация рынка ценных бумаг	130
Казанцева В. В. Повышение роли НПФ в системе обязательного пенсионного обеспечения	133
Кнаус Ю. А. Свободный обмен	136
Кормильцева А. А. Добровольное медицинское страхование как перспектива доступности медицинских услуг	138
Косачева К. А., Молчун А. А. Страхование как инструмент кадровой политики предприятия	142
Костарева Е. Н. Инвестиционное страхование жизни: особенности продукта, преимущества и недостатки	145
Кошелева В. Мошенничество как бич страхового рынка России	149
Крашенинников М. В. Какова цель фондовой биржи?	152
Лузин И. Е. Влияние менталитета на развитие рынка страхования в России	156
Мазур М. Ю. Портфельные иностранные инвестиции и их роль в формировании денежного капитала предприятия	159
Межекова К. Ю. Слияния и поглощения в банковской сфере	163
Нефедова А. А. Различия в стратегии реагирования на изменение ключевой ставки ЦБ РФ федеральных и региональных банков	165
Николаевская Ю. А. Оценка коммуникативной политики банка ВТБ24 (ПАО)	169
Новикова А. В., Авдеев П. А. Особенности участия на рынке ценных бумаг эмитентов и инвесторов	173

Попова А. А. Состояние российского рынка ипотечного жилищного кредитования в условиях экономического кризиса	175
Рубникович Ю. А., Апанович М. С. Особенности функционирования коммерческого банка в условиях неопределенности	179
Рыбина А. И. Возможности национальных и региональных банков на рынке потребительского кредитования.....	182
Сарафанова М. С. Убыточно или прибыльно ОСАГО для страховых компаний?	184
Сибягатова Е. Р. Проблемы банковского рынка в России	187
Скоропупов А. Е. Капитал корпорации как фактор определения стоимости корпорации	192
Смоляков С. М. К вопросу о перспективах развития краткосрочного кредитования	196
Толстова А. Г. Проблемы и перспективы развития НПФ	199
Тычкова Е. Н. Дивидендная политика публичных компаний: современные реалии Сбербанка России	203
Фоминых В. Д. Роль ПИФов в экономике страны. Российский и зарубежный опыт	205
Цыганова М. С. Процентная ставка рефинансирования как индикатор денежно-кредитной политики Банка России	209
Щекалева Е. А. Банковское кредитование как фактор развития среднего и малого бизнеса	213
Ярушева А. А. Банки Великобритании: фондовый рынок и коллективные инвестиции.....	216

Направление 15. Современный потребительский рынок и сфера услуг региона

Аббазова В. Н., Миннигалиева А. А. Современные подходы к разработке и реализации программы стимулирования сбыта продукции предприятий группы «АШАН».....	220
Власова Е. М., Федорова Т. А. Рынок газированных напитков.....	224
Гилева Е. Д. Анализ рынка фитнес-услуг.....	226
Демидова В., Курбатова В., Белоусова А. Характеристика рынка туристических услуг.....	229
Дорошенко М. С. Современное состояние гостиничного бизнеса в России	233
Ерофеев А. А. К вопросу о способах повышения качества услуг в сфере ЖКХ	235
Завьялова А. В. Анализ проблемы продовольственной безопасности в России на примере торговой сети Metro	238
Кадникова И. С. Чем «больна» система здравоохранения?.....	243
Кайгородцева А. В. Современный потребительский рынок и сфера услуг Свердловской области.....	246
Лихая Е. А. Состояние рынка молочных продуктов в Свердловской области	248
Мохирев Ю. В. Логистика возврата в электронной коммерции	251

Ошуркова А. А. Механизм управления развитием потребительского рынка региона в современных условиях	254
Патрушев А. А. Использование логистических технологий в розничной торговле.....	259
Попов-Абдул Карим А. Н. Маркетинговые аспекты управления поколением Y	262
Слива В. К. Исследование ситуации на рынке туристических услуг	265
Федорова Т. А. Крупнейшие PR-агентства в России	267
Хабирова К. Ф. Рынок общественного питания Екатеринбурга: факторы влияния и тенденции развития в современных условиях	269
Чекулаева Д. М. Анализ рынка общественного питания Екатеринбурга	273
Чижман Ю. В., Островских А. А., Штыковская Е. В., Сибирцева Л. В. Анализ рынка мобильных устройств.....	279
Щукин Н. С. Основа экономического успеха компании N&M	284
Юрчикова Е. С. Современный российский рынок форменной одежды	287

Научное издание

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

Материалы

**XIX Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов**

(Екатеринбург, 27–28 апреля 2016 г.)

Часть 5

***13. Формирование и развитие финансовой
и налоговой политики региона; 14. Банки, фондовый рынок
и коллективные инвестиции на территории региона;
15. Современный потребительский рынок и сфера услуг региона***

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Компьютерная верстка М. В. Брагиной

Поз. 79. Подписано в печать 17.08.2016.

Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 15,6. Усл. печ. л. 17,2. Тираж 11 экз. Заказ 479.

Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета