

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ "CHRONOS"
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ
СБОРНИК НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

**XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
(03 февраля 2018г.)**

г. Москва- 2018

© Научный журнал "Chronos"

УДК 330
ББК У65

Сборник публикаций научного журнала "Chronos" по материалам XXIII международной научно-практической конференции: «Экономика и современный менеджмент» г. Москва: сборник со статьями (уровень стандарта, академический уровень). –М : Научный журнал " Chronos ", 2018. – 28с.

Тираж – 300 экз.

УДК 330
ББК У65

Издательство не несет ответственности за материалы, опубликованные в сборнике. Все материалы поданы в авторской редакции и отображают персональную позицию участника конференции.

Контактная информация организационного комитета конференции:

Научный журнал «Chronos»

Электронная почта: economy@chronos-journal.ru

Официальный сайт: chronos-journal.ru

СОДЕРЖАНИЕ

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

Деньщик Максим Николаевич, Тер-Григорьянц Анна Александровна ВНЕШНЯЯ АУДИТОРСКАЯ ПРОВЕРКА: СБОР АУДИТОРСКИХ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ	4
---	---

МЕНЕДЖМЕНТ

Попова Виктория Николаевна СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В США И НЕКОТОРЫХ СТРАНАХ ЕВРОПЫ	7
---	---

МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI ВЕКЕ

Швидюк Никита Евгеньевич, ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В КАЗАХСТАНЕ	11
--	----

ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Трофименко Елена Юрьевна ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШКОЛЫ ТАНЦЕВ	14
--	----

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

Андрющенко Анастасия Михайловна К ВОПРОСУ О ВЫЯВЛЕНИИ БАНКОМ РОССИИ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ СХЕМ УЧАСТНИКОВ РЫНКА УСЛУГ ЛОМБАРДОВ	20
---	----

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

ВНЕШНЯЯ АУДИТОРСКАЯ ПРОВЕРКА: СБОР АУДИТОРСКИХ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ

Деньщик Максим Николаевич,
*магистрант направления «Экономика»,
Северо-Кавказский Федеральный Университет*
Тер-Григорьянц Анна Александровна
*профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
Северо-Кавказский Федеральный Университет*

EXTERNAL AUDIT: GATHERING AUDIT EVIDENCE

Denshchik Maksim
Master of Economics, North-Caucasus Federal University
Ter-Grigoryants Anna
*Professor at the Department of accounting, analysis and audit
North-Caucasus Federal University*

АННОТАЦИЯ

Аудиторские доказательства являются подтверждением объективности и достоверности выводов аудитора, сформулированных по результатам проведения внешней аудиторской проверки. В данной работе рассмотрены требования законодательства к их качеству и количеству, обозначены основные процедуры их получения.

ABSTRACT

Audit evidence is proof of the objectivity and reliability of the findings of the auditor based on the results of the external audit. In this paper, the legal requirements to their quality and quantity, outlines the key procedures for obtaining them.

Ключевые слова: аудиторские доказательства, аудиторские процедуры, аудиторская информация, аудиторское заключение, бухгалтерская (финансовая) отчетность, профессиональное суждение аудитора.

Key words: audit evidence, audit procedures, audit information, audit opinion, accounting (financial) statements, professional judgment of the auditor.

Объективность аудиторского заключения во многом зависит от достоверности и достаточности доказательств, полученных в процессе внешней аудиторской проверки. Аудиторские доказательства необходимы как осуществляющему проверку аудитору, так и администрации проверяемой организации, являющейся основным пользователем информации. Сбор аудиторских доказательств является важным элементом аудиторской проверки. От того насколько достаточные и актуальные аудиторские доказательства удастся собрать аудитору, зависит достоверность итогового заключения.

Сбор аудиторских доказательств представляет собой получение специалистом (аудитором) в результате проверки информации, на основании которой выдаётся итоговое заключение хозяйствующему субъекту. [2]

К аудиторским доказательствам возможно отнести следующие документы: данные первичного учёта, объяснительные записки сотрудников организации, финансовые отчёты, результаты инвентаризационной деятельности, а также данные, которые предоставляются аудитору от третьих лиц. Исходя из уровня доверия к системе контроля хозяйствующего субъекта, аудитор вправе запрашивать любое количество, виды и источники интересующей его информации. Таким образом, аудитор собирает аудиторские доказательства для своей работы, с целью дальнейшего обеспечения гарантии надёжности проверенной им отчётности. При этом аудитор имеет право не обсуждать с руководством предприятия, какие доказательства он собирается использовать. [1]

Процедуры получения аудиторских доказательств могут быть различными, однако наибольшее распространение получили следующие их виды:

- инспектирование, являющееся простой проверкой записей, документов или материальных активов;
- наблюдение, которое выражается в отслеживании аудитором процессов, выполняемых работниками предприятия;
- запрос, проявляющийся в поиске информации у осведомленных лиц в пределах или за пределами хозяйствующего субъекта;
- подтверждение, которое соответственно является ответом на запрос об информации;
- пересчет, представляющий собой проверку верности арифметических расчетов в первичных учётных документах или выполнение аудитором самостоятельно расчетов;
- аналитические процедуры, которые исследуют закономерности, основанные на данных проверяемого лица. [3]

При получении доказательств аудитору следует руководствоваться, прежде всего, Федеральным стандартом аудиторской деятельности «Аудиторские доказательства» (ФСАД 7/2011, Приказ Минфина РФ от 16.08.2011 N 99н), который предъявляет требования к качеству и количеству аудиторских доказательств, к качеству аудита в целом и профессиональному суждению аудитора.

При этом государство выдвигает требования к доказательствам, которые должны подтверждать или не подтверждать следующие аспекты:

- развитие всех хозяйственных операций, которые возникали в процессе деятельности компании;
- целостное отражение всех хозяйственных операций;
- точность данных и показателей организации;
- отнесение хозяйственных операций к соответствующим отчётным периодам;

- отражение всех операций предприятия на соответствующих счетах бухгалтерского учёта. [3]

Помимо этого всего, в процессе сбора доказательств аудитор должен изучить активы и обязательства компании. Предприятие должно иметь права на все отражённые активы, а обязательства должны представлять собой именно обязательства данного хозяйствующего субъекта. Все активы, обязательства и капитал предприятия должны быть отражены в учёте полностью и в соответствующем размере. [2]

После процедуры сбора информации аудитор систематизирует полученные данные, проводит их анализ, сравнивает данные учётных регистров с собственными наблюдениями, выявляет несоответствия. Если в результате проверки выявляются серьёзные сомнения относительно достоверности отражения хозяйственных операций в бухгалтерском учёте и отчётности, то аудитор должен получить достаточные аудиторские доказательства для устранения таких сомнений.

Таким образом, аудиторские доказательства являются важным подтверждением надёжности и точности выводов аудитора, сформулированных по результатам внешней аудиторской проверки. Сбор аудиторских доказательств осуществляется в процессе инспектирования, наблюдений, запросов, подтверждений, пересчёта, аналитических процедур и др. Осуществляя внешнюю аудиторскую проверку, аудитор зачастую имеет только общее представление о деятельности компании, однако, в ходе проверки он становится полностью осведомлённым о работе предприятия. Чтобы лучше понять, каким образом осуществляются все хозяйственные процессы, аудитор должен изучать всю необходимую документацию, опрашивать работников бухгалтерии и других сотрудников. В процессе анализа полученной информации эксперт идентифицирует объекты учёта, изучает состав затрат, выявляет особенности формирования себестоимости и финансовых результатов. Аудиторские доказательства, отвечающие требованиям федеральных стандартов, гарантируют качество мнения, выражаемого в аудиторском заключении.

Список литературы:

1. Кеворкова Ж.А. Внутренний аудит: учебное пособие /Ж.А. Кеворкова, Т.П. Карпова, А.А. Савин. - М:ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- 319 с.
2. Подольский В.И. – Аудит. Учебник (3-е издание) // Издательство: Юрайт, 2013.
3. Шегурова В.П. Проблемы развития аудита в России. // Актуальные вопросы экономических наук: материалы 3 междунар. науч. конф. – Уфа: Лето, 2016. – с. 105-107

References:

1. Kevorkova J. A. Internal audit: the textbook / J. A. Kevorkova, T. P. Karpova, A. A. Savin. - M:YUNITI-DANA, 2015.- 319 p.
2. Podolsky V. I. Audit. Textbook (3rd edition) Publisher: Urayt, 2013.
3. Segurova V. P. problems of development of audit in Russia. // Actual problems of Economics: materials of the 3rd Intern. scientific. conf. – Ufa: Summer, 2016. – pp. 105-107

МЕНЕДЖМЕНТ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В США И НЕКОТОРЫХ СТРАНАХ ЕВРОПЫ

Попова Виктория Николаевна

*студент Сибирского Федерального Университета,
Институт управления бизнес-процессами и экономики, г.Красноярск*

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE EMPLOYEE MOTIVATION SYSTEMS IN THE USA AND SOME EUROPEAN COUNTRIES

Popova Victoria Nikolaevna

*student of the Siberian Federal University,
Institute for Business Processes and Economics, Krasnoyarsk*

АННОТАЦИЯ

Для достижения целей компании руководству необходимо обеспечить эффективные действия для мотивации сотрудников. Цель статьи - изучить стандарты системы мотивации персонала разных стран. Методология этой статьи включает анализ современных публикаций по теме мотивации сотрудников. Современные концепции мотивации подчеркивают неосознанную сторону мотивации сотрудников. Но на практике одним из основных стимулов для большинства сотрудников является высокий и стабильный доход. Таким образом, мы можем предположить, что только сложная система мотивации с необходимым учетом эмоционального и материального компонента позволит сотрудникам добиться полной отдачи на работе, максимальной эффективности и производительности.

ABSTRACT

To achieve the company's goals, management needs to ensure effective actions to motivate employees. The aim of the article is to study the standards of the personnel motivation system of different countries. The methodology of this article includes an analysis of modern publications on the topic of employees motivation. Modern concepts of motivation emphasize the intangible side of employee motivation. But in practice, one of the main incentives for most employees is a high and stable income. Thus, we can assume that only a complex system of motivation with the necessary consideration of the emotional and material component will allow the employees to achieve full dedication at work, maximum efficiency and productivity.

Ключевые слова: мотивация персонала, система мотивации, стандарты мотивации, международная система мотивации.

Key words: employee motivation, motivation system, motivation standards, international motivation system.

В статье рассмотрим конкретные методы мотивации персонала в разных странах.

Во Франции рабочая неделя сотрудника составляет всего 35 часов. Можно предположить, что французы нетрудолюбивый народ, однако они просто предпочитают не перерабатывать, поскольку такой стандарт рабочего времени одобрен большинством французских фирм. К сравнению в других странах Европы рабочая неделя составляет 40 часов.

Жители Франции очень позитивно относятся к дополнительному вниманию со стороны компании к своей персоне, а точнее они считают, что так и должно быть. Для 65% французов лучшая нематериальная мотивация – скользящий или гибкий график работы.

Жители этой страны уделяют большое внимание социальному и медицинскому страхованию за счет компании, они также не пренебрегают принятием помощи в погашении кредитов.

Для Швеции наиболее ценной является команда, а именно партнерство и последующая дружба. Второе место корпоративного рейтинга занимает перспективная и интересная работа, а вот уже на третьем месте расположилась заработная плата. На данный момент многие шведские компании предоставляют возможность сотруднику выполнять работу на дому, что очень удобно.

В Нидерландах ситуация немного отличается от Швеции, так как на первом месте у любого нидерландца располагаются льготы, компенсации и другие преимущества. Например, если у работника возникает проблема со здоровьем и ему требуется консультация врача, то компания охотно предоставляет несколько оплачиваемых часов своему сотруднику, в течение которых, он может обратиться к специалисту и получить необходимую ему помощь. В случае, если работник отсутствовал на работе в течение трёх месяцев из-за болезни, он получает дополнительный оплачиваемый выходной день, в который может отдохнуть.

Соединённые Штаты Америки считаются идеологами современных методов ведения бизнеса. Они стали основателями таких терминов как «внутрикорпоративная культура» и «Human Resource», что дословно переводится как человеческий или людской ресурс. В США в 20 веке была разработана система материальной и нематериальной мотивации, а также принципы работы с человеческими ресурсами и способы повышения лояльности сотрудников.

Огромное количество американских компаний предлагают своим сотрудникам, помимо материальной мотивации, медицинское страхование за счет компании, различные программы и курсы повышения квалификации, корпоративные обеды и т.д. Руководство предоставляет работникам с детьми возможность выполнять свою работу по гибкому графику, занимается выбором няни, помогает устроить ребенка в корпоративный детский сад или ясли, а также организует праздничные мероприятия для сотрудников и их детей.

Повышение квалификации сотрудника – это один из главных пунктов, которому американцы уделяют должное внимание.

Нефинансовые вознаграждения. Речь идет о тех способах вознаграждения сотрудников, которые часто становятся решающими при выборе места работы и составлении впечатления о нем. Много заплатит сейчас может большое количество компаний. Другой вопрос, будет ли эта высокая оплата поддерживаться другими - нематериальными - категориями вознаграждений. И часто эта проблема становится решающей. Под нематериальными, а точнее, нефинансовыми вознаграждениями подразумевают все методы, не касающиеся непосредственно оплаты труда, которые фирмы используют для вознаграждения своих сотрудников за хорошую работу и повышения их мотивации и приверженности к фирме.

По мнению Н.И. Дряхлова и Е.А.Куприянова существует много различных нематериальных вознаграждений.

Во-первых, льготы, связанные с графиком работы. Прежде всего это меры, связанные с оплатой нерабочего времени сотрудника (праздничные дни и отпуск, период временной нетрудоспособности, перерывы на обед и отдых). Крайним случаем льгот такого рода является оплата декретного отпуска. Весьма популярной в последнее время является система "банка нерабочих дней". Работнику предоставляется определенное количество дней в году, которые он может не работать (обычно это количество складывается из нормы отпуска и разумного количества отгулов), и он получает возможность использовать нерабочие дни по своему усмотрению.

Во-вторых, материальные нефинансовые вознаграждения. Этот блок включает все финансовые стимулы, которые компания использует. Прежде всего это различные подарки, которые фирма делает своим сотрудникам. Это могут быть небольшие сувениры, более крупные подарки как символ важности сотрудника для фирмы, семейные подарки к дню рождения, билеты в театр, подарки по случаю рождения ребенка. Кроме того, сюда же относятся различные финансовые "по послабления" сотрудникам. Это в первую очередь оплата медицинской страховки, а также кредиты по льготной программе и скидки на покупку продуктов компании [1].

В-третьих, различные общефирменные мероприятия, не касающиеся непосредственно работы. Это внутрифирменные праздники, посвященные значимым событиям.

В-четвертых, вознаграждения, связанные с изменением статуса работника. Этот блок включает в себя не только продвижение по службе, но и обучение сотрудника за счет компании (часто с последующим продвижением); приглашение сотрудника в качестве выступающего или лектора, предложение участвовать в более интересном или финансово выгодном проекте, а также возможность использования оборудования компании для реализации собственных проектов.

В-пятых, вознаграждения, связанные с изменением рабочего места. Этот блок включает все те меры, которые приводят к изменению технического оснащения рабочего места работника и его эргономики (перенос рабочего места, выделение отдельного кабинета, наем секретаря, предоставление дополнительного офисного оборудования), а также предоставление сотруднику служебного автомобиля [2].

В последнее время четко обозначена тенденция к системному использованию нефинансовых вознаграждений. Во многом это происходит под давлением профсоюзов, в значительной степени из-за объективной необходимости удерживать квалифицированных сотрудников и привлекать новых исполнителей. Эта тенденция привела к возникновению системы "пакета услуг". Когда он используется, работник получает возможность выбрать из нескольких разных вознаграждений то, которое его больше всего интересует в данный момент.

В каждой из рассмотренных стран Европы приоритетные системы мотивации индивидуальны и зависят в первую очередь от человеческих потребностей, норм и ценностей. В США система мотивации включает пять групп факторов, формирующих мотивацию максимально располагающую к высоким трудовым достижениям. Анализируя применение систем мотивации персонала во Франции, Швеции, Нидерландах и США, следует отметить огромное значение на формирование удовлетворенности персонала своей работой нематериальной мотивации: рабочее место, признание сотрудника в коллективе, предоставление льгот и другие.

Список литературы

1. *Дряхлов Н.И., Куприянов Е.А.* Системы мотивации персонала в Западной Европе и США // Проблемы теории и практики управления.- 2002.- № 2.-С. 83-88
2. *Davidson L.* The Power of Personal Recognition. Workforce. Vol. 78. Iss. 7, 1999.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI ВЕКЕ

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В КАЗАХСТАНЕ

Швидюк Никита Евгеньевич,
*студент 1-го курса экономического факультета
Карагандинского Государственного университета имени Е.А. Букетова
1000000 Республика Казахстан,
г. Караганда, ул. Рыскулова дом 27 кв.26*

Shvidyuk Nikita
*1-year student of economic faculty of the
Karaganda State University named E. A. Buketov
1000000 Republic Of Kazakhstan,
Karaganda, St. Ryskulov house 27 sq 26*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются перспективы и актуальные проблемы формирования делового климата на современном этапе развития в Казахстане. Приоритетные направления в улучшении делового климата республики - гарантирование прав собственности, правовое регулирование и налогообложение бизнеса, условий функционирования финансового рынка и рынка труда, создание рыночной инфраструктуры, а также решение таких общих проблем, как коррупция, преступность, политическая нестабильность.

ABSTRACT

The article discusses the prospects and actual problems of formation of the business climate at the present stage of development in Kazakhstan. Priority areas to improve the business climate of the republic - to guarantee property rights, regulation, and business taxation, conditions for the functioning of the financial market and the labor market, the creation of market infrastructure, as well as addressing common problems such as corruption, crime and political instability.

Ключевые слова: деловой климат, инновационные проекты, инвестиционная политика, индустриализация.

Keywords: business climate, innovative projects, investment policy, industrialization.

На сегодняшний день Казахстан заинтересован в инновационных проектах с применением новейших достижений и технологий. Для осуществления данных проектов страна обладает необходимой финансовой и институциональной инфраструктурой и готова выступать не только в качестве получателя инвестиций, но и сотрудничать с инвесторами как активный партнер. Инвестиционная политика является одним из ключевых факторов успешного выполнения второй пятилетней индустриальной программы, ко-

торая началась в Казахстане в 2015 году. Сейчас стоит задача по привлечению новых инвестиций, особенно со стороны транснациональных корпораций. Безусловно, для этого потребуется немало усилий – учитывая, что в мировой экономике сложилась непростая ситуация. За инвесторов идет жесткая борьба.

Во второй пятилетке индустриализации усилия будут сконцентрированы на ограниченном количестве приоритетов. В их числе - металлургия высоких переделов, нефтепереработка, нефтехимия и химическая промышленность (агрохимия и производство химикатов для промышленности), пищевая промышленность, машиностроение, производство строительных материалов. Благодаря обширным запасам природных ресурсов многие воспринимают Казахстан в качестве «пограничного» рынка с широкими экономическими возможностями для международных инвесторов. У Казахстана одна из самых быстрорастущих экономик мира, которая привлекает прямые иностранные инвестиции в большем объеме, чем все другие страны Центральной Азии вместе взятые.

Риск инвестиционных решений лежит на предпринимательском сообществе, но государство оказывает значительное воздействие на инвестиционный климат с точки зрения гарантирования прав собственности, правового регулирования и налогообложения бизнеса, условий функционирования финансового рынка и рынка труда, создания рыночной инфраструктуры, а также решения таких общих проблем, как коррупция, преступность, политическая нестабильность. Политика и практические мероприятия государства играют ключевую роль в формировании инвестиционного климата. В Казахстане существенно снизился уровень бедности, сократилось неравенство доходов, а также произошли значительные улучшения в сфере образования и здравоохранения. Казахстан предпринял ряд шагов в направлении укрепления отношений с международными организациями. За последние пять лет страна последовательно проявляла интерес к углублению сотрудничества с Организацией экономического сотрудничества и развития, главным образом в приоритетных вопросах реформ, в рамках принятой в 2013 году Национальной стратегии развития. Данный факт является четким сигналом инвестиционному сообществу о готовности Казахстана позиционировать себя в качестве ведущей растущей экономики в Центральной Азии. Казахстан нацелен на то, чтобы создать благоприятный инвестиционный климат как в традиционных добывающих отраслях, так и в секторах с более высокой добавленной стоимостью. Страна принимает участие в широком ряде международных инициатив. Казахстан сегодня - это новые возможности и огромный потенциал - как для крупных компаний, так и для среднего бизнеса. Казахстан находится на 32-м месте в Рейтинге мировой конкурентоспособности IMD 2017 года среди 60 стран. Страна вошла в двадцатку стран-лидеров по объему привлеченных прямых иностранных инвестиций.

Представители молодого поколения казахстанцев искренне верят в то, что они будут напрямую интегрированы в мировое экономическое пространство для того, чтобы принимать активное участие в развитии экономики своей Родины.

Список литературы:

1. Балабанов И. Основы финансового менеджмента. М.: Финансы и статистика, 2001. - 461с.
2. Изменение глобального экономического ландшафта: проблемы и поиск решений. Издательский дом ВШЭ, 2011.- 391 с.
3. Минаев С.В. Глобальная экономика: 2009 год. Аналитический обзор. М., РАН ИНИОН, 2010.- 72с.
4. Черкасов В.Е. Международные инвестиции. М, 2009.- 111с.
5. Яковлева Е.А., Агафонова М.С. История мировой экономики. Воронеж, 2010.- 119 с.

References:

1. Balabanov I. Fundamentals of financial management. M.: Finance and statistics, 2001. - 461с.
2. The changing global economic landscape: issues and finding solutions. HSE publishing house, 2011.- 391 p.
3. Minaev S. V., the global economy: 2009. An analytical review. M., INION ran, 2010.- 72s.
4. Cherkasov V. E. International investment. M, 2009.- 111с.
5. Yakovleva E. A., Agafonov, M. S. History of the world economy. Voronezh, 2010.- 119 C.

ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШКОЛЫ ТАНЦЕВ

Трофименко Елена Юрьевна

к.э.н., доцент, ЮУрГУ (НИУ), город Челябинск

Чемерис Дарья Владимировна

магистр, ЮУрГУ (НИУ), город Челябинск

В данной статье рассматривается проблема повышения конкурентоспособности танцевальной школы. Рассмотрена рыночная ситуация в танцевальной индустрии и характеристика потребителей. Предложен ряд мер, направленных на повышение конкурентоспособности танцевальной школы.

This article examines the problem of increasing the competitiveness of the dance school. The market situation in the dance industry and the characteristics of consumers are considered. A number of measures aimed at increasing the competitiveness of the dance school are suggested.

Ключевые слова: конкурентоспособность, продвижение, танцевальная индустрия, клиенты, социальные сети.

Keywords: competitiveness, promotion, dance industry, clients, social networks.

На протяжении последних 10 лет в России активно развивается индустрия танцевальных услуг. Интерес к танцу возрастает под влиянием телешоу и социальных сетей. Число предлагаемых направлений с каждым годом увеличивается, привлекая все больше клиентов. Численность школ танцев растет, а вместе с ней возрастает конкуренция.

Всё актуальнее становится проблема конкурентоспособности школ танцев.

Конкурентоспособность предприятия – понятие многогранное. Оно включает не только ценовые, качественные характеристики продукта или услуги. Большую роль играет уровень менеджмента, конъюнктура рынка, внедрение инноваций, персонал и, конечно, маркетинг.

Маркетинговая составляющая приобретает особое значение, когда остальные характеристики находятся примерно на одном уровне. Разработка и внедрение стратегий по повышению конкурентоспособности осуществляются с ориентацией на наиболее значимые потребности клиентов, изменение предпочтений потребителей, специфику различных сегментов рынка.

Выделяют несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

- 1) рост объемов реализации продукта;
- 2) улучшение качества выпускаемого продукта;

- 3) уменьшение расходов;
- 4) бенчмаркинг.

Рост объемов реализации продукта это наиболее часто применяемы метод повышения конкурентоспособности. Но данный метод не учитывает такие ключевые показатели, как расходы предприятия, прибыль и т.п. А потому, его нельзя считать достаточно эффективным.

Улучшение качества продукта это более сложный метод. Решение проблемы качества улучшит имидж предприятия в глазах покупателей, способствует выходу на внешний рынок, станет основой получения максимальной прибыли.

Уменьшение расходов – это традиционный метод. Он существует давно и хорошо исследован. Выигрышное положение занимает то предприятие, которое достигло наименьших затрат, среди всех конкурентов.

Бенчмаркинг – это систематический процесс поиска и изучения, понимания и адаптация опыта эффективного функционирования компании-конкурента или компаний из смежных отраслей для улучшения собственной работы. Применение полученных сведений даёт возможность поддержать систему постоянных улучшений результативности деятельности [1].

Чтобы разобраться, какие же механизмы, методы, мероприятия необходимы для повышения конкурентоспособности школы танцев, следует познакомиться с текущим положением дел на рынке танцевальных услуг.

Индустрия развивается стремительно. С каждым годом количество предлагаемых направлений растет. Около 10 лет назад список направлений был примерно идентичен в каждой школе: восточные танцы, балльные танцы, народные танцы, уличные направления (вроде хип-хопа и хауса), женские танцы, такие как гоу-гоу и стрип-пластика, растяжка. Это, пожалуй, всё. Но сегодня таким коротким списком мы не обойдёмся.

Особую популярность, помимо традиционных, привычных стилей завоевали так называемые социальные танцы, пришедшие к нам из Латинской Америки. Сальса, бачата, кизомба, меренге, аргентинское танго, реггетон – это лишь малая часть тех социальных танцев, которые предлагают нам сегодня школы танцев. Они сформировали особую субкультуру, выделившись из остальных направлений.

Также не утихает интерес к акробатическим направлениям, таким как *pole-dance* (танец на пилоне) и воздушные полотна. Меняется восприятие этих направлений в обществе, формируется культура, а значит, ещё долго они будут удерживать свои позиции.

Среди современных направлений остаётся востребованным хип-хоп, как основа уличной танцевальной культуры. Набирают обороты Вог, Джаз-фанк, Вакинг, High-Heels (танцы на высоких каблуках). Завоевали сердца людей тверк и дэнсхолл, интересен контемпорари.

Следует отметить и возрастающий интерес общества к классическому танцу. Хотя в провинции эту тенденцию еще не подхватили, в крупных го-

родах, в частности Москве и Санкт-Петербурге, балет пользуется популярностью, ученики мечтают встать на пуанты и участвовать в любительских спектаклях.

Эти направления оказывают большое влияние, когда ученики выбирают школу танцев. Чем больше модных направлений представлено в школе, тем более она востребована.

Стоимость занятий в школах не отличается кардинально. В провинциальных городах стоимость разового посещения колеблется от 200 до 400 рублей. В столичных школах, конечно, цены выше (от 500 рублей). Как показывает опрос одного из крупных танцевальных порталов России We Love Dance, стоимость занятий не оказывает большого влияния на выбор школы танцев. Лишь 6% опрошенных основывают свой выбор на цене. Остальные обращают внимание на преподавателей и расположение школы [3].

Расположение – один из важнейших критериев выбора. Результаты опроса портала We Love Dance говорят, что около 42% людей выбирают школу по месторасположению, а 35% - готовы менять свою школу, если расположение стало для них неудобным [4].

Любой руководитель стремится выбрать для своей школы помещение, которое будет максимально удобно для потенциальных клиентов, с наличием парковочных мест или удобной транспортной развязкой. Сегодня, это, как правило, помещения в офисных комплексах. Сложность в том, что в одном здании может располагаться до трех танцевальных школ, а, значит, расположение перестаёт быть конкурентным преимуществом.

Как же выделиться школе танцев среди конкурентов, при условии, что цена не является для потребителей ключевым фактором выбора, направления распространяются с невероятной быстротой, а плотность распределения школ настолько высока, что конкуренты могут располагаться в одном здании?

Одним из способов повышения конкурентоспособности являются системы лояльности. В сфере, где сложно достичь ценового и территориального превосходства, этот инструмент является одним из первых способов повышения конкурентоспособности, так как позволяет предоставить клиентам более выгодные условия посещения школы.

Примером такой системы может быть скидка при покупке, например, каждого 4 или 6 последовательного абонемента со скидкой. Или бесплатное посещение одного занятия для мамы, которая привела на танцы своего ребенка.

Возможность получения выгод, бонусов не только мотивирует на долговременное посещение, но и привлекает новых клиентов, заставляет отдать предпочтение именно этой школе.

Руководители школ танцев одним из критериев конкурентоспособности школы выделяют насыщенную внутри школьную жизнь. Отчетные концерты, тематические вечеринки, организация мастер-классов популярных

хореографов могут сыграть ключевую роль в конкурентоспособности школы на рынке.

Отчетный концерт это не только развлекательное мероприятие, это еще и прекрасная возможность для учеников проявить свои артистические способности, показать результаты проделанной работы.

Возможность оказаться на сцене привлекает не только детей и подростков, но и многих взрослых. Для кого-то это новый интересный опыт, для кого-то – возможность вернуться в юность, ведь 19% учеников школ танцев занимаются с детства и не хотят оставлять свою привычку.

Кроме того, не будем забывать о пирамиде потребностей Маслоу, одной из ступеней которой является потребность в самоактуализации и развитии собственной личности.

Отчетный концерт может привлекать не только тех, кто хочет выступить, но и зрителей, пришедших посмотреть на своих детей, друзей, близких. Это мероприятие – отличная возможность для школы показать продуктивность работы, заинтересовать потенциальных клиентов.

Тематические вечеринки позволяют погрузиться в атмосферу танца, расслабиться, пообщаться с единомышленниками. Это также способ продемонстрировать полученные навыки, не подвергаясь при этом оценке.

Мастер-классы последние несколько лет стали крайне популярны в школах танцев. Эти мероприятия объединяют новичков и профессионалов, представителей разных школ на одной площадке. Они широко анонсируются, особенно в социальных сетях. Это делает возможным продвигать не только сами мастер-классы, но и школу-организатора. Классы, как правило, проходят на территории школы танцев, а это еще одна возможность привести новых клиентов.

Системы лояльности, внутришкольные мероприятия – это меры, которые легко копируются. Что еще может сделать школу более привлекательной для клиентов?

Социальные сети сегодня – неотъемлемая часть жизни. SMM – это один из самых популярных и доступных способов привлечения внимания. Продвижение в социальных сетях позволяет повысить узнаваемость бренда, увеличивать продажи услуг и товаров, помогает поддерживать активную обратную связь с клиентами, своевременно предоставлять информацию об акциях, изменениях, скидках.

Наиболее предпочтительной площадкой для продвижения школы танцев является Instagram. На это есть ряд причин.

Количество пользователей сервиса ежемесячно составляет свыше 100 млн человек. Уровень активности и вовлечения в данную сеть как минимум в 4 раза выше, чем в Facebook или ВКонтакте.

Данную сеть люди используют буквально на ходу с помощью современных мобильных гаджетов. Визуальный контент воспринимается людьми во много раз быстрее, нежели текстовый.

Ядром аудитории является молодежь в возрасте от 18 до 29 лет. 57% владельцев проверяют свой аккаунт как минимум один раз в день, а 35% пользователей делают это несколько раз в сутки.

Стоит помнить и о том, что эффективное продвижение аккаунта в Instagram — это ежедневная и постоянная работа с фото и их описаниями, тематическими хэштэгами, увеличением аудитории и лайками [5].

«Раскрученные» профили танцовщиков, хореографов известны даже людям далёким от танцевального мира. Возможность попасть на тренировку к «звезде» социальных сетей может существенно повысить интерес к танцевальной школе. Соответственно, необходимо заниматься продвижением преподавателей школы, чтобы завоёвывать внимание аудитории.

Кроме того, можно продвигать профиль самой школы. Отличным примером служит крупнейшая американская школа Millennium Dance Complex в США. Атмосфера и интерьер данной школы знакомы многим пользователям социальных сетей. Видеоролики с классов «гуляют» по различным профилям, собирая огромное количество просмотров.

Конечно, такая известность — дело не одного дня. Необходимо постоянно усердно работать над контентом, чтоб привлечь и удержать внимание потенциальных клиентов. Но не стоит забывать, что одним из мотивов покупки, в данном случае приобретения услуги, является престиж. А престижно сегодня то, что популярно.

Все предложенные методы скорее можно отнести к методам, нацеленным на рост объема реализации продукции. Основная масса рассмотренных мероприятий направлена как раз на привлечение и удержание клиентов.

С другой стороны, обращаясь к SMM, мы скорее говорим о бенчмаркинге. Положительный опыт предпринимателей, ведущих профили в Instagram, а таких сегодня достаточно много, позволяет сделать вывод об эффективности данного инструмента и применимости его в танцевальном бизнесе.

Конкурентоспособность всегда будет одной из важнейших проблем для предприятий, требующих создания принципиально новых способов их анализа и решения. Динамично развивающиеся рынки заставляют предпринимателей искать и обращаться к новым способам повышения конкурентоспособности, в дополнение к традиционным.

Танцевальная индустрия не исключение. Выбрав правильное месторасположение, собрав профессиональный коллектив, необходимо обратиться к созданию каких-либо бонусов для клиента, которые выделяют танцевальную школу из массы конкурентов.

Победа в конкурентной борьбе не может быть разовой и конечной. Это результат постоянно прилагаемых усилий. И сегодня её достижение обуславливается не только предложением качественного товара или услуги, но также дополнительными выгодами, которые будут если не превосходить, то оправдывать ожидания клиента.

Список литературы:

1. Ильин М. Т. Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия. – М.; Лаборатория книги, 2010. – 88 с.
2. Философова Т. Г. Быков В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие под ред. Т. Г. Философовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 295 с. -ISBN 978-5-238-01452-4.
3. Белоусова И.А., Боровых К.О Танцевальные тренды: исследование рынка танцевальных услуг, Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук науч. журн. 2016, № 7-1, URL <http://publikacia.net/archive/2016/7/1/32>
4. WeLoveDance: [сайт]. Как выбрать школу танцев? URL: <http://welovedance.ru/posts/view/kak-vybirayut-shkolu-tantsev>
5. Продвижение в Инстаграм: [сайт]. URL: <http://tilda.education/articles-instagram-promotion>

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 33

К ВОПРОСУ О ВЫЯВЛЕНИИ БАНКОМ РОССИИ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ СХЕМ УЧАСТНИКОВ РЫНКА УСЛУГ ЛОМБАРДОВ

Андрющенко Анастасия Михайловна
*аспирант, РГСУ,
г. Москва, Российская Федерация*

TO A QUESTION OF DETECTION BY BANK OF RUSSIAN OF UNFAIR SCHEME OF PARTICIPANTS OF THE MARKET OF PAWNSHOPS

Andryushchenko Anastasiya Mikhailovna
*graduate student, RGSU,
Moscow, Russian Federation*

Аннотация

Исследуется вопрос об актуальных недобросовестных схемах участников рынка услуг ломбардов, риски вызванные их деятельностью и работа регулятора направленная на противодействия им

Annotation

The report considers current unscrupulous schemes of work in the market of pawnshop services, risks affected by their activities and work carried out by the regulator to counter them

Ключевые слова: микрофинансирование, ломбард, кредит (займ), залог

Key words: microfinance, pawnshop, loan, mortgage

В настоящее время деятельность ломбардов в России регулируется рядом федеральных законов и нормативно-правовых актов. Основными из них является Федеральный закон от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах», который определяет правовые основы как государственного регулирования деятельности ломбардов так и правоотношений, возникающих при осуществлении ломбардами своей основной функции по потребительскому кредитованию граждан под залог движимого имущества, а также оказанию услуг по хранению вещей. [3]

С 2013 года органом, осуществляющим контроль и надзор за деятельностью ломбардов в Российской Федерации стал Банк России, а также ломбарды были отнесены к некредитным финансовым организациям. Данное

определение ломбардов как субъекта финансового рынка, осуществляющего услуги по предоставлению потребительского кредитования граждан обязали ломбарды осуществлять свою основную функцию в соответствии с требованиями Федерального закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)».[4] В том числе за ломбардами был на законодательном уровне закреплён ряд обязанностей перед государством, таких как предоставление отчетности в Банк России, содержащей информацию о деятельности ломбарда и о его персональном составе, осуществлять общение с регулятором через личный кабинет участника финансового рынка и другие. [5]

Однако некоторые организации предпочитают действовать в обход российского законодательства о ломбардах. Они предоставляют гражданам денежные средства в том числе под залог их имущества, не беря на себя никаких обязательств, предусмотренных законом, и получают прибыль от этой нелегальной деятельности.

В соответствии со статьей 2 Закона о ломбардах его основными видами деятельности являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей. Кроме того, фирменное наименование должно содержать слово «ломбард». [3] Такие организации относятся к ломбардам в понимании закона о ломбардах и являются поднадзорными Банку России организациями. Юридические лица, намеренно исключившие из своего наименования слово «ломбард» или изменившие основной вид деятельности по коду ОКВЭД, автоматически перестают быть ломбардом в понимании закона о ломбардах.

Следовательно, у таких организаций нет обязательств по выполнению требований, предусмотренным законодательством Российской Федерации о ломбардах, таких как оформление залогового билета и договора потребительского займа в строгом соответствии установленным формам, ограничению полной стоимости кредита (займа), обязанности по страхованию залогового имущества, соблюдению льготного месячного срока при реализации не востребовавшего залога и других. [3]

Требования законодательства Российской Федерации также подразумевают определенные созданные ломбардом условия для обеспечения сохранности имущества, а также обеспечивают заемщику возможность возврата части денежных средств в случае реализации не востребовавшего залога. Кроме того, Закон о ломбардах четко определяет сумму обязательств заемщика, что исключает возможность навязывания услуг. Все перечисленные требования установлены с целью защиты интересов граждан-заемщиков, поскольку основной клиентский сегмент ломбардного бизнеса характеризуется высокой социальной уязвимостью (в большей или меньшей степени). Именно по этой причине работа деятельность нелегальных кредиторов и «серых» ломбардов приобретает высокие риски с точки зрения защиты интересов населения и поддержания добросовестных участников рынка ломбардных услуг и их деловой репутации. [3]

В течение нескольких лет с момента перехода ломбардов под надзор, теневой сегмент заметно вырос и составляет уже порядка 30 процентов от всего рынка данного сегмента. Для добросовестных участников ломбардного рынка победная ситуация характеризуется высоким риском недобросовестной конкуренции. [11] Главным же негативным трендом данной ситуации является возможное введение потребителей услуг ломбардов в заблуждение, относительно субъекта оказывающего данную услугу, формы предлагаемого ему договора, прав и обязанностей вытекающих из сделки как потенциального кредитора, так и самого заемщика .

Рассмотрим основные виды подобных организаций, осуществляющих недобросовестную деятельность на рынке оказания услуг по предоставлению займов гражданам.

Самым основным и распространенным видом незаконного бизнеса по выдаче потребительских займов является деятельность нелегальных кредиторов. В соответствии со статьей 4 закона о потребительском кредите профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями (к которым отнесены в том числе ломбарды) в случаях, определенных специальными федеральными законами об их деятельности. [4]

Нелегальные кредиторы, как правило, предлагают услуги по предоставлению потребительских займов, как под залог имущества, так и без него. При этом они не являются некредитными финансовыми организациями и не соответствуют требованиям, установленным специальными федеральными законами к микрофинансовым институтам и кредитным организациям. Следовательно, по закону такие организации не имеют права на предоставление потребительских кредитов (займов).

За осуществление профессиональной деятельности по предоставлению потребительских займов (за исключением банковской деятельности) юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, не имеющими права на ее осуществление, предусмотрена административная ответственность в соответствии со статьей 14.56 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. [2]

Дела об административных правонарушениях, предусмотренных данной статьей, возбуждаются органами прокуратуры и их должностными лицами, уполномоченными на данные действия.

Отдельным видом от нелегальных кредиторов можно выделить организации, которые имитируют деятельность микрофинансовых институтов и в том числе ломбардов. Суть работы подобных организаций заключается в внешнем имитировании деятельности легальных участников рынка. В случае с «серыми ломбардами» эти организации как правило используют вывеску либо другие рекламные средства, идентифицирующие их в качестве ломбарда, тем самым потенциальный потребитель вводится в заблуждение.

На ломбардном рынке такие организации зачастую намеренно исключили из своего наименования слово «ломбард» и изменили основной вид деятельности по коду ОКВЭД, таким образом, автоматически переставая быть ломбардом в понимании закона о ломбарде. Согласно результатам анкетирования, проведенного порталом Zaim.com., выяснилось, что 33,3% опрошенных участников профессионального сообщества ломбардов знают много таких организаций, 27,8% могут насчитать от одного до трех нелегалов, и только 33,3% не знают таких. [12]

Такие организации предоставляют населению денежные средства не по договору потребительского займа, содержание которого регулируется Законом о потребительском кредите (займе), а по договорам комиссии или договорам купли-продажи с правом обратного выкупа.

Данные организации зачастую предлагают гражданам выкупить их имущество, но при этом в гражданско-правовом договоре предусмотрено, что физическое лицо-заемщик имеет право на выкуп своего «залога», по зафиксированной в данном договоре, цене и в установленный срок. Подобная сделка по сути, создает аналог ломбардного потребительского кредитования под залог имущества, но только без дополнительного регулирования со стороны Банка России и других органов государственной власти.

При этом, необходимо отметить, что заключение договора купли-продажи вещи (в том числе ювелирных изделий) с обязательством обратного выкупа по цене не ниже цены приобретения, может быть признано притворной сделкой, поскольку, по сути, такого рода сделка направлена на предоставление контрагенту денежных средств на условиях возвратности и срочности под обеспечение вещью, передаваемой в собственность.

Таким образом, систематическое заключение сделок купли ювелирных изделий с обязательством их последующего выкупа может быть признано деятельностью, направленной на «обход» законодательных требований о наличии специального статуса у лиц, осуществляющих деятельность по предоставлению потребительских займов, и, как следствие, расцениваться как незаконная деятельность.

Таким образом основной инструмент по противодействию данному явлению на рынке ломбардов является инструмент — обращение в прокуратуру

Третьим видом недобросовестных участников рынка ломбардных услуг можно выделить так называемые «ломбарды недвижимости», хотя, согласно требованиям Закона № 196-ФЗ, ломбарды могут выдавать займы только под залог движимого имущества. [3] Такие юридические лица осуществляют деятельность по предоставлению денежных средств под залог недвижимого имущества с использованием разнообразных схем, предполагающих комбинацию различных форм договоров. Необходимо подчеркнуть, что речь идет об организациях не являющихся ломбардом в понимании закона о ломбардах и не входящих в круг надзора Банка России.

Также распространенным явлением на рынке в Российской Федерации являются организации, выдающие займы под залог автотранспортных средств граждан. В условиях низкой покупательной способности и повышением требований к заемщику и длительности оформления потребительского кредита в банковском секторе, и при этом, когда гражданину в срочном порядке необходима сумма более 100 тысяч рублей сегмент займов, обеспеченных автотранспортным средством, особо актуален. На рынке наблюдается большое количество организаций, которые предлагают свои услуги по выдаче денежных средств по залог транспортного средства, при этом они не являются ломбардами и не соблюдают требования по обеспечению сохранности имущества, бесплатной парковке, страхованию и ограничению полной стоимости займа. С учетом высокой стоимости транспортных средств, обращение в подобную организацию, не являющуюся добросовестным участником финансового рынка, может быть чревато для гражданина, потерей заложенного имущества и соответственно серьезными материальными последствиями.

Деятельность недоброветных участников рынка отражается на бизнесе легальным ломбардов напрямую. Легальным ломбардам установлены ограничения полной стоимости кредита в соответствии с требованиями закона о потребительском кредите. Можно четко проследить динамику по снижению Банком России полной стоимости кредита для ломбардов на протяжении всего времени регулирования данного вопроса на государственном уровне. Полная стоимость кредита рассчитывается ежеквартально, исходя из средней стоимости кредитов по стат крупнейшим кредиторами сегмента. Таким образом, предложение на рынке само формирует будущую стоимость займов для населения. Динамика полной стоимости для ломбардов следующая в 1 квартале 2016 года для потребительских займов с обеспечением в виде залога автотранспортного средства составляло 86,643 % годовых, а для потребительских займов с обеспечением в виде залога иного имущества - 162,635 % годовых; аналогичные показатели в 1 квартале 2017 года были равны 63,038 % и 122,321 % соответственно; на 1 квартал 2018 года года ограничение по указанным видам займа составляет 65,354 % и 122,065% соответственно. При этом среди ежеквартальных колебаний ставки полной стоимости кредитов для ломбардов можно наблюдать более резкие скачки, в сравнении с годовыми тенденциями. Например во 2 квартале 2016 года полная стоимость кредита для автозаймов упала с 86,643 % до 72,400 %. В сравнении 1 квартала 2016 года полная стоимость кредита для займов с обеспечением в виде залога иного имущества во 2 квартале 2016 снизилась со 162,635 % до 133,139 %. Подобные тенденции могут являться триггером указывающим на нестабильность на рынке услуг ломбардов в части их основного вида деятельности и соответственно их рентабельности. [15]

По мнению участников рынка, в числе причин таких резких скачков полной стоимости кредита для ломбардов во всех категориях является в том числе и деятельность недобросовестных участников сегмента. В теневом

секторе, ставки ниже в виду отсутствия необходимости нести ряд административных расходов, связанных с соблюдением требований законодательства Российской Федерации. Таким образом серые компании могут предлагать потребителям более низкие проценты ставки, что в свою очередь привлекает потребителя, зачастую который в силу финансовой неграмотности может даже понимать в какого рода организацию он обратился и какие именно услуги будут ему предложены или навязаны. Для возможности предложения потребителю конкурентноспособного предложения добросовестным ломбардам тоже приходится снижать процентные ставки по займам обеих категорий. Такая политика в конечном итоге может повлиять на итоговое значение полной стоимости кредита, которое рассчитывается ежеквартально. [12]

Деятельность недобросовестных участников рынка несет также высокий нефинансовый риск для сферы рынка ломбардных услуг, именно, репутационные риски. В данном случае данному риску подвергается не отдельно взятый ломбард, а сама отрасль в целом. Негативное отношение рынку ломбардных услуг может быть сформировано в связи с неудачным опытом взаимодействия с недобросовестными участниками и материальными и моральными потерями граждан. При этом не всегда в сознании гражданина будет идти разграничение между добросовестным ломбардом и серым игроком. Подобная негативная оценка рынка в целом может снизить спрос на услуги.

Так как возможные негативные последствия использования услуг подобных организаций несут в первую очередь их клиенты Банком России ведется работа по повышению финансовой грамотности населения и повышению осведомленности потенциальных клиентов псевдоломбардов и «нелегальных кредиторов» о рисках, которым подвергаются они и их имущество. Так, в ноябре 2015 года на официальном сайте Банка России в разделе «Финансовые рынки» было размещено информационное письмо о деятельности недобросовестных компаний, предлагающих займы под залог имущества по договору комиссии или купли-продажи.

В данном информационном письме Банк России описывает характерные черты «серых» ломбардов и предупреждает о рисках, связанных с обращением в подобные организации. В частности, в письме говорится, что организации, имитирующие деятельность ломбардов, предоставляют займы физическим лицам под залог движимого и недвижимого имущества. Однако они не выдают залоговый билет, а зачастую используют другие виды договоров, в том числе договор комиссии, купли-продажи. Имущество, сданное в организацию, не являющуюся ломбардом, не подлежит обязательному страхованию, заемщику могут отказать в возврате имущества в связи с тем, что оно уже было реализовано. Банк России обращает внимание, что такие организации могут вводить в заблуждение потребителей финансовых услуг, и рекомендует гражданам проявлять осмотрительность, перед заключением

договора обязательно изучить все условия и заключать его только при полном согласии со всеми условиями. [16]

Несмотря на то, что борьбе с недобросовестными участниками рынка микрофинансовых услуг уделяется большое внимание со стороны как Банка России, так и других государственных органов, подобных организаций остается еще очень много, особенно в крупных региональных центрах.

Наилучшим источником информации о незаконной деятельности по выдаче займов являются обращения граждан и добросовестных участников финансового рынка, выполняющих требования российского законодательства и ведущих легальный бизнес. Важно помнить, что «нелегальные» кредиторы и псевдоломбарды, намеренно обходя требования законодательства, забирая себе часть потенциальных клиентов и, как правило, вводя их в заблуждение, наносят вред деловой репутации легального бизнеса. Что приводит к возникновению недобросовестной конкуренции на рынке ломбардов.

Список использованной литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая.

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 27.11.2017, с изм. от 04.12.2017) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая.

3. О ломбардах: Федеральный закон от 19.07.2007 № 196-ФЗ (редакция от 13.07.2015 г.) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая.

4. О потребительском кредите (займе): Федеральный закон от 23.12.2013 № 353-ФЗ (редакция от 03.07.2016 г.) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая.

5. О табличной форме индивидуальных условий договора потребительского кредита (займа): Указание Банка России от 23.04.2014 № 3240-У [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая.

6. О порядке определения Банком России категорий потребительских кредитов (займов) и о порядке ежеквартального расчета и опубликования среднерыночного значения полной стоимости потребительского кредита (займа): Указание Банка России от 29.04.2014 № 3249-У [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая.

7. О формах, сроках и порядке составления и представления в Банк России документов, содержащих отчет о деятельности ломбарда и отчет о персональном составе руководящих органов ломбарда: Указание Банка России

от 30.12.2015 № 3927-У [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая.

8. Андрющенко А.М. Риски развития рынка ломбардов в РФ, Социальная политика и социология.-2016. Т. 15. № 5 (118). С. 9-16.

9. Андрющенко Г.И., Савина М.В. Проблемы управления рисками микрофинансовых организаций. Прикладные экономические исследования. 2014. № 4. С. 18-31.

10. Архимандритова М. Жизнь под кредитом. Банк России как регулятор страховой области. Финансовые мошенничества в Интернете и в сфере дистанционного банковского обслуживания Москва: Издательство ФГБУ «Ред. «Российской газеты», -Вып. 9. 2015. С.53-54.

11. Ломбарды сдали в тень [Электронный ресурс] // Электронная газета «Коммерсантъ». – 2016. - № 206. URL: <http://kommersant.ru/doc/3136197> (дата обращения: 08.12.2017).

12. Ломбарды подешевели [Электронный ресурс] // Электронная газета «Коммерсантъ». 2016. - № 32. URL: https://www.kommersant.ru/doc/2924252?from=doc_vrez (дата обращения: 08.12.2017).

13. ЦБ взялся за ломбарды. Как Банк России борется с недобросовестными игроками в отрасли [Электронный ресурс] // Электронная газета «РБК». – 2016. - № 152 (2308). URL:<http://www.rbc.ru/newspaper/2016/08/23/57bb23ec9a7947f015502a8a> (дата обращения: 07.12.2017).

14. Признания ломбардов: теневой сектор растет [Электронный ресурс] // zaim.com. – 2016. URL: <https://zaim.com/news/novosti-dlya-lombardov/priznaniya-lombardov-tenevoy-sektor-rastet/>

15. Показатели рынка ломбардов за 2016 год. Характеристика основных нарушений, выявляемых Банком России в деятельности ломбардов. Российский микрофинансовый центр [Электронный ресурс]. URL: http://files.rmcenter.ru/year/2017/4/prezentacii2/Prezentaziya_Ilya_Novikov_Forum%20lombardov_ITOG.pdf

16. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. URL: https://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_micro/