

**Ю.Н.Гойденко, Ю.В.Рожков**

**ЦЕНЫ НА УСЛУГИ  
КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

теория и практика формирования

---

**Владивосток  
2003**

Министерство образования Российской Федерации  
Хабаровская государственная академия экономики и права

**Ю.Н.Гойденко, Ю.В.Рожков**

**ЦЕНЫ НА УСЛУГИ  
КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

теория и практика формирования

**Владивосток**

Издательство Дальневосточного университета

**2003**

ББК 65.9(2)262  
Г 57

Рецензенты:

**В.А.Останин** – д.э.н., профессор Дальневосточного государственного университета;

**Н.С.Отварухина** – д.э.н., профессор Хабаровской государственной академии экономики и права

**Гойденко Ю.Н., Рожков Ю.В.**

Г 57      Цены на услуги коммерческих банков: теория и практика формирования. Моногр. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2003. – 200 с.

**ISBN 5-7444-1525-4**

Рассматривается теория и практика ценообразования в коммерческих банках и обнажается специфика этого процесса в кредитных организациях. Критически оценивается состояние методологической базы установления цен на услуги банков.

Для студентов, аспирантов и преподавателей экономических вузов, предпринимателей, а также широкого круга читателей, интересующихся проблемами ценообразования.

Г 0604020104  
180 (03) - 2003

ББК 65.9(2)262

**ISBN 5-7444-1525-4**

© Гойденко Ю.Н., Рожков Ю.В., 2003

© ХГАЭП, 2003

© Издательство Дальневосточного университета, 2003

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	<b>6</b>
<b>ГЛАВА 1. ЦЕНА КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ</b> .....	<b>8</b>
1.1. Теоретические основы ценообразования в коммерческих банках.....	8
1.2. Понятие «цена» применительно к услугам коммерческого банка.....	21
1.3. Практический аспект специфики процесса ценообразования в банках .....	28
<b>ГЛАВА 2. ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ВОЗЗРЕНИЙ НА ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ: ОТ ПЛАНА К РЫНКУ</b> .....	<b>34</b>
2.1. Цены в плановой экономике.....	34
2.2. Рыночное ценообразование и государство.....	40
<b>ГЛАВА 3. ОБЗОР ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В БАНКАХ</b> .....	<b>53</b>
3.1. «Назначаемые» цены в реальной банковской практике....	53
3.2. Цена на услуги коммерческих банков в зеркале «дефицита конкуренции» в кредитной сфере .....	58
3.3. Банковский монополизм как один из факторов «некачественных» цен на услуги кредитных организаций .....	67
3.4. Уровень цен на банковские услуги и система рефинансирования коммерческих банков.....	84
<b>ГЛАВА 4. РАССУЖДЕНИЯ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В БАНКАХ И ИХ РЕАЛИЗАЦИИ НА ПРАКТИКЕ</b> .....	<b>94</b>
4.1. Активизация кредитных отношений банков и предприятий реальной экономики на основе отрицательной динамики ссудного процента.....	94
4.2. Практика селективного ценообразования в банках .....	103
4.3. Основные мотивы индивидуального подхода при ценностном ценообразовании .....	114
4.4. Равновесие спроса и предложения на рынке через достижение экономического согласия .....	123
4.5. В развитие темы: товары Гиффена в коммерческом банке.....	131
4.6. Совершенствование механизма принятия эксклюзивных ценовых решений на услуги .....	140

коммерческих банков .....	
4.7. Подход к количественному измерению величины риска финансовых потерь в цене услуги коммерческого банка..	150
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	<b>158</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ</b> .....	<b>161</b>
Практика ценообразования в коммерческих банках .....	161
<b>ГЛОССАРИЙ</b> .....	<b>173</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК</b> .....	<b>196</b>

## **ВВЕДЕНИЕ**

Динамичное развитие товарно-денежных отношений в отечественной экономике и, как следствие, усиление конкуренции между хозяйствующими субъектами, обнажает проблему дефицита внимания к одной из основополагающих экономических категорий – цене. Это стало основной причиной болезненного перехода от директивных цен к ценам рыночным. Есть все основания считать, что вялотекущий процесс трансформации цен, и без того затянувшийся во времени, продолжится и далее.

Зародившееся в недрах плановой экономики понимание роли цены, процессов ценообразования и сегодня активно формирует соответствующий менталитет российских управленцев, экономистов, нередко демонстрируя пренебрежение к объективным законам и требованиям рынка, мировому опыту. Преодоление сложившейся экономической традиции, оторванной от реальности, уже сегодня требует значительных средств, усилий и времени. Нередко мы являемся свидетелями тому, как неквалифицированные действия «ценовиков» оборачиваются трагедией для предприятия, его собственников и персонала. Нет сомнений, что непродуманная ценовая политика, реализуемая на практике, обречена.

Очевидно, что практический опыт применения различных схем ценообразования неудачен ещё и потому, что фактически оторван от научно обоснованной теории рыночных цен и методов их установления.

Со всей остротой недостатки теоретических основ ценообразования в современных условиях представлены на рынке услуг коммерческих банков. Активное заимствование российскими банками зарубежного опыта проведения операций носит, к сожалению, однобокий характер и практический аспект заметно превалирует над теоретическим. В расчёт принимается сиюминутная выгода, а целью ценообразования провозглашается не только покрытие всех издержек, но и получение максимальной прибыли.

Заметим, однако, что ориентация российских кредитных организаций

на преимущественно «опытное», без должной теоретической проработки ценообразование, вовсе не подразумевает полного отказа от научных методов. В тех случаях, когда ценовая политика банка опирается на науку, мы видим широкое разнообразие применяемых моделей и схем, каждая из которых основывается на одном из двух известных подходов к определению цены.

В основе первого подхода – теория, в соответствии с которой, цена услуг, предоставляемых банками – это воплощённые в ней общественно-полезные затраты труда. Второй подход опирается на теорию, при которой цены определяет рынок; они находятся в прямой зависимости от полезности услуги банка для потребителя. В практическом ценообразовании широко применяется и симбиоз этих подходов. При этом учитываются как стоимость услуги, так и её полезность.

Между тем, остаётся фактом то, что теоретические основы банковского ценообразования сегодня весьма условны и применяемые механизмы образования цен в коммерческих банках (нередко неэффективные, а то и попросту ущербные) зачастую опираются лишь на полученный опыт и интуицию.

В данной монографии авторы представили эволюцию научных воззрений в области цен и ценообразования: от первых учёных периода промышленной революции в Западной Европе до наших дней; в доступной для понимания форме описали различные подходы к образованию и установлению цен; высказали мнение о перспективах дальнейшего развития практического ценообразования и его научного обеспечения в коммерческих банках.

## Глава 1

### ЦЕНА КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

#### 1.1. Теоретические основы ценообразования в коммерческих банках

**Р**азвитие российской банковской системы, «стимулированное» финансово-экономическим кризисом 1998 г., в значительной мере обеспечивается и поддерживается ожиданиями существенных перемен в банковском законодательстве. Обнародованное Правительством и Банком России совместное заявление (имеется в виду п. 38 заявления «Об экономической политике на 2001 г. и некоторых аспектах стратегии на среднесрочную перспективу») провозглашает необходимость банковской реформы и определяет её цели, к которым относят:

- повышение эффективности и конкурентоспособности банковского сектора;
- укрепление устойчивости банковского сектора;
- минимизация системных банковских рисков;
- повышение качества реализации банковским сектором функций по аккумулированию сбережений населения и предприятий, их трансформация в кредиты и инвестиции;
- восстановление и укрепление доверия к российской банковской системе со стороны инвесторов, в том числе иностранных, населения;
- предотвращение использования банковской системы для уклонения от уплаты налогов.

Эффективное реформирование, по мнению Банка России [25], подразумевает реализацию ряда практических задач, среди которых: укрепление финансового состояния жизнеспособных кредитных организаций и выведение с рынка проблемных банков; повышение уровня капитализации и

качества капитала; расширение деятельности по привлечению средств населения и предприятий, а также по усилению взаимодействия банков с реальной экономикой.

Решение перечисленных задач немислимо без активной позиции коммерческих банков в области ценообразования банковских услуг. Возросшее влияние рынка, усиление роли сферы обращения в процессе воспроизводства стали причиной того, что ценообразование в банках из второстепенного процесса в период плановой экономики трансформировалось в существенный аргумент конкурентной борьбы на отечественном рынке банковских услуг.

Как сфера научной деятельности ценообразование в коммерческих банках имеет непродолжительную историю и представляет собой попытки исследователей: учёных и практиков, установить научные факты и закономерности, позволяющие объяснить ранее открытые и активно используемые свойства или состояние изучаемого объекта – системы ценообразования, процессов и факторов, формирующих цену банковской услуги. Несмотря на заметный рост интереса к проблемам установления и изменения цен на услуги банков в отдельную науку в виду явной неразработанности теоретической базы ценообразование в коммерческих банках ещё не оформилось.

В отечественных экономических источниках отсутствует описание систем ценообразования в банках. В большинстве своём предлагается обобщение опыта практиков по поводу эффективности применения той или иной методики, различных подходов и схем определения цен на банковские услуги.

Недостаточность теоретических познаний о том, какой должна быть система эффективного ценообразования в банках проявляется и в том, что банки, как правило, подходят к ценообразованию, опираясь на собственный опыт, опыт других участников рынка банковских услуг. В некоторых

случаях, как это случилось с трансфертным ценообразованием [66], которое пришло к нам из-за рубежа, разрабатывают и реализуют собственные концепции, как правило, затратного ценообразования. Справедливости ради отметим, что системы рыночного ценообразования банковских услуг, формы и методы этого процесса, естественно, широко применимы банками. Более того, они совершенствуются, их качество растёт.

Однако важно другое. Эти разработки и практические действия по установлению цен на конкретные банковские услуги не имеют связи между собой, лишены объединяющей основы, то есть целостной, научно обоснованной теории ценообразования в банках.

В той или иной мере процесс ценообразования характерен для любой, даже самой примитивной экономической системы, является атрибутом и одним из инструментов управления ею. Необходимость же ценообразования обусловлена существованием такой экономической категории, как цена. Любая экономическая формация, будь то смешанная, командная, либо рыночная экономика, безусловно, подразумевает широкое использование категории «цена», которая в современном виде сформировалась в процессе трансформации всеобщей формы стоимости в денежную форму.

В ходе эволюции товарно-денежных отношений каждому товару, либо услуге была «присвоена» определённая, меняющаяся под воздействием различных факторов цена, то есть, выраженная в денежной форме стоимость этого товара или услуги.

Как часто потребители задумываются над происхождением таких слов и понятий как «товар» «услуга», «цена», «ценообразование», наконец?

Ежедневно, помногу раз, в магазине, автобусе, кинотеатре, на работе, в гостях люди сталкиваются с ними и даже не задаются вопросом: «Каково истинное происхождение и смысл этих понятий»? Что скрывается за количественной стороной цены? Какова её истинная величина?

Да и стоит ли, покупая, к примеру, килограмм картофеля или попу-

лярную книгу о беспредельных возможностях операционной системы Windows, размышлять о том, каковы истинные корни дефиниции «цена»? Покупателя, скорее, озадачит цена как таковая, её соответствие возможностям кошелька.

Едва ли его беспокоит состав и количественная сторона затрат, понесённых мелким оптовым торговцем при доставке на продуктовый рынок контейнера со свежими овощами. Ещё меньше его будет волновать этимология конкретных понятий: «цена товаров-субститутов», «мировые цены», «ценовая политика», «ценообразование естественных монополий», «затратное ценообразование», «диверсификация цен» и других.

На самом деле в этом нет ничего необычного, и даже вызовут недоумение симптомы массовой любознательности, стремление исследовать основы и происхождение цен, их внутреннее содержание, порядок их определения и установления, законы, по которым они изменяются в ту, либо другую сторону.

Едва ли нас призывают к изучению теоретических основ цен и ценообразования хотя бы одна из двух представленных ниже статей. Скорее всего, для большинства граждан эти и многие другие подобные публикации представляют собой всего лишь очередной поток информации.

Относящиеся к специальным областям науки: «маркетинг», «менеджмент», «ценообразование», «экономика» и другие дефиниции, их содержание в первую очередь интересуют специалистов, изучающих проблемы цен и ценообразования, закономерности и случайные явления их сопровождающие.

То внимание, которое уделяют исследователи проблемам цен, обосновано, поскольку цена, ценовые процессы – неотъемлемый элемент развитого товарно-денежного хозяйства; они оказывают существенное и постоянное влияние на состояние конъюнктуры, ход экономических циклов.

*В целом докризисный период российской экономики может быть поделён на два этапа:*

*На первом этапе (1992-1994 гг.) осуществлялись основные реформы в соответствии с базовыми принципами рыночной экономики: либерализация цен, хозяйственной и внешнеэкономической деятельности, приватизация, демонополизация. Одновременно неустойчивая, непоследовательная денежно-кредитная политика, при которой периоды ужесточения (зима-весна 1992 г., осень 1993 г., осень 1994 г.), умеренно мягкой политики (лето-осень 1992 г., весна-лето 1994 г.), а также социально-политические коллизии 1993-1994 гг. не способствовали макроэкономической стабилизации, прекращению спада производства.*

*В 1994 г. объём промышленного производства составил 56% уровня 1991 г. и 51% уровня 1990 г. Уровень потребительских цен возрос за 3 года в 773 раза (!)...*

(Выдержка из статьи Куранова Г. «Российская экономика в посткризисный период», опубликованной в журнале «Рынок ценных бумаг» (Приложение) в 2000 г.).

Билеты подорожают  
через неделю

*Федеральная энергетическая комиссия (ФЭК), так и не сменив своего названия, попробовала себя в качестве единого тарифного органа. Решением комиссии с 15 января пассажиры будут платить за билеты на поезда дальнего следования на 30% больше.*

*В правлении ФЭК поясняют, что таким образом перевозки станут менее убыточными. Доходы от них будут покрывать расходы не на 70%, как сейчас, а на 80%.*

*Повышены тарифы и на грузовые перевозки – с 20 января на 14%. Утешает только одно – цены на билеты вообще-то должны были вырасти ещё месяц назад.*

(Статья в газете «Тихоокеанская звезда» № 5, 2002 г.)

Очевидная активизация интереса к теме проявляется в лавинообразном росте количества публикаций, увеличении числа экономистов, занимающихся теорией цен, изучением механизма их формирования, поиском наиболее эффективных, отвечающих запросам и покупателей, и продавцов ценовых стратегий. Теоретические проблемы цены, ценовой политики предприятий, как и прежде, остаются предметом острых дискуссий, соперничества между различными школами политэкономической мысли.

Известно, что претендует на изучение теоретических основ современного ценообразования «Микроэкономика». Здесь можно говорить о значительной разработанности темы цен. Через всю многовековую историю экономической мысли красной нитью проходит стремление выявить фундаментальные свойства (скорее – признаки) цены, причины появления понятия «цена» в деловом обороте, определить универсальный порядок ценообразования.

Вопросы «Что такое цена? Как она устроена?», «Как функционирует механизм установления цен? Какие факторы оказывают наибольшее влия-

ние на состояние цены?» будоражат умы учёных – от трактатов античных философов, до оснащенных сложным математическим аппаратом работ современных авторов.

Вместе с тем, несмотря на огромный и расширяющийся поток знаний в области цен, вопросы природы данной фундаментальной экономической категории остаются в центре внимания многочисленных исследователей. Вчитавшись в тезис об уровне изученности денег, высказанный одним из представителей неоклассической школы – Эндрюсом: «Хотя деньги были в числе первых хозяйственных явлений, привлечших к себе внимание человека, и с тех пор постоянно находятся в центре экономических исследований, не существует даже относительного согласия по вопросу о том, что следует обозначать этим словом» [60], не возникает сомнений, что так же можно охарактеризовать знания о цене и ценообразовании.

В работах экономистов, исследующих цену, по-прежнему наблюдается недостаточно чёткое понимание объекта исследования, смешение сущности и формы, явления и его внешних признаков. В современной экономической литературе теоретические споры о цене тесно взаимосвязаны с вопросом об эмпирическом наполнении этого понятия. Развитие и совершенствование ценовых механизмов на практике нередко позволяют «нащупать» правильное решение, добиться определённого единодушия в оценках, сформулировать алгоритм поиска «выгодной» цены. Таким образом, необходимо учитывать, что часть общей экономической теории – «Микроэкономика» пока не отвечает на массу возникающих вопросов и, что крайне важно, имеет существенное ограничение с прагматических позиций.

Многовековой период обращения учёных и практиков к дефиниции «цена» способствовал тому, что удалось найти и дать достаточно ёмкое, содержательное толкование, которое можно было бы отнести к разряду таких понятий, уточнение по которым, может только лишь внести путани-

цу и обеднить принятое всеми содержание.

В толковом словаре С.И. Ожегова [37], направленность которого едва ли может быть определена как экономическая, цена определяется как «...денежное выражение стоимости товара; плата». Близкие по тексту определения дают и иные словари, в основе лексикографии которых – создание нормативных пособий, призванных содействовать повышению культуры речи самых широких читательских кругов.

Обращаясь по поводу рассматриваемой дефиниции к словарям, истолковывающим экономические и аналогичные экономическим термины, например, к словарю Б.А. Райзберга [43], отметим, что и здесь говорится о цене как о «...денежной стоимости единицы товара». В экономическом словаре В.Г. Золоторогова [19] цена также представлена как «...денежное выражение стоимости товара (продукции, изделия и т.п.)».

Ф. Котлер определяет цену как «количество денег, которое должны заплатить покупатели, чтобы получить товар» [26].

В других источниках «цена – фундаментальная экономическая категория, означающая количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара» [43] или «сумма, которую следует уплатить при приобретении товара или услуги» [6].

Таким образом, можно предположить, что понятийный аппарат, связанный с ценой, хотя и с некоторыми оговорками, но изучен и достаточно широко представлен; найдены приемлемые характеристики, в целом состоялась доступная трактовка термина.

Говоря о ценообразовании в коммерческих банках, его теоретических основах, следует остановиться на ценообразовании вообще как «процессе образования, формирования цен на товары и услуги, характеризующемся, прежде всего, методами, способами установления цен...» [43].

Наука и практика различает несколько методов (стратегий) ценообразования, которые можно сгруппировать по принципу:

- ориентации на внутренние факторы (затратный подход) [26];
- ориентации на внешние факторы (ценностный подход) [26];
- смешанного типа.

В основе теорий, ориентированных на внутренние факторы, лежит теория трудовой стоимости, основоположниками которой являются Вильям Петти, Адам Смит, Давид Рикардо, Пьер Буагильбер, Франсуа Кенэ, Сисмонди, и теория факторов производства, которую разрабатывали Жан-Батист Сэй, Фредерик Бастиа, Джон Стюарт, Джеймс Милль, Томас Роберт Мальтус.

Представители теории трудовой стоимости в качестве источника стоимости и цены принимают затраты труда в процессе производства. При этом в качестве объекта исследования они рассматривают как естественную цену (стоимость), так и политическую цену, то есть рыночную цену, определяемую соотношением спроса и предложения.

Большинство представителей теории трудовой стоимости при определении цены исходят из субъективных оценок издержек производства производителем и потребителем. В то же время некоторым из них свойственно рассмотрение исследуемых процессов с позиции подхода, считая, что стоимость товаров определяется не трудом, фактически затраченным на производство товара, а трудом необходимым.

В качестве примера сошлёмся на Адама Смита: «Рыночная цена каждого отдельного товара определяется отношением между количеством его, фактически доставленным на рынок, и спросом на него со стороны тех, кто готов уплатить его естественную цену или полную стоимость ренты, заработной платы и прибыли, которые надлежит уплатить для того, чтобы товар доставлялся на рынок. Эти лица могут быть названы действительными покупателями, а их спрос – действительным спросом, так как спрос достаточен для того, чтобы вызвать доставку товара на рынок... . Таким образом, естественная цена как бы представляет собой центральную цену,

к которой постоянно тяготеют цены всех товаров» [52].

На общественный характер труда, создавшего стоимость, обращал внимание и Сисмонди. Он показал, что величина стоимости связана с отношением между потребностями всего общества и количеством труда, необходимым для удовлетворения этой потребности.

Д. Рикардо утверждал: «Мнение, что цена товара зависит исключительно от отношения предложения к спросу или наоборот, превратилось в политической экономии почти в аксиому и стало источником многих ошибок в этой науке» [44].

Особенностью теории факторов производства является то, что она исходит из равнозначного влияния факторов производства на стоимость. В отличие от представителей теории трудовой стоимости, основоположники теории факторов производства основным источником стоимости и цены считают деятельность не одного, а нескольких факторов: предметов труда, средств труда, самого труда.

Стратегии ценообразования, ориентированные на внешние факторы, опираются на теорию предельной полезности. Эта теория имеет две ветви: теория так называемой австрийской школы и теория экономистов-математиков.

Представителями австрийской школы является Карл Менгер, Фридрих Визер, Евгений Бём-Баверк. Среди наиболее ярких представителей современной школы маржиналистов – Людвиг фон Мизес и Фридрих фон Хайек.

Теория предельной полезности австрийской школы имеет ту особенность, что на место категории стоимости они ставят категорию полезности и рассматривают её в качестве единственного источника формирования цен. Под полезностью при этом авторы понимают способность вещи удовлетворять ту или иную потребность. Согласно теории австрийской школы ценность вещи измеряется величиной предельной полезности этой вещи.

Следует сразу же оговориться. Основные положения теории предельной полезности сформулированы ещё в 40-х гг. XIX в. немецким учёным Г. Госсеном. Однако массовое проникновение маржиналистских идей отмечается лишь в последней трети XIX в., когда работы У. Ст. Джевонса («Теории политической экономии»), К. Менгера («Основания политической экономии»), Л. Вальраса («Элементы чистой политической экономии») заложили основы новой экономической теории.

Несмотря на самостоятельный характер работ, независимость суждений учёных, господствующая парадигма маржинализма покоилась на завоеваниях английской классической школы, в частности, воззрениях Дж. С. Милля, утверждавшего ещё в середине XIX в., что экономическая теория, объясняющая законы стоимости, является завершённой теорией.

На протяжении нескольких десятилетий австрийская школа рассматривалась в западной экономической литературе как генератор маржиналистской идеи, оказывала значительное влияние на общий ход мировой экономической мысли. Между тем, основные идеи австрийских учёных, защищающих данную теорию, стали широко известны в первую очередь, благодаря более доступным для понимания объяснениям этой теории Бём-Баверка.

В опубликованном в 1886 г. главном труде учёного – «Основы теории ценности хозяйственных благ» Бём-Баверк представил доведённое до предельной ясности изложение теории ценности. Автор рассуждает о меновой ценности, называя её не субъективной, как у Менгера, а объективной ценностью, доказывая, что последняя присуща самим материальным благам; даёт чёткое определение субъективной ценности через её предельную пользу.

В отличие от Рикардо, Бём-Баверк, например, в основание стоимости помещает не объективные трудовые затраты, а субъективные потребности: вещь что-то стоит не потому, что она воплощает в себе определённое

количество труда, но потому, что способна удовлетворить ту или иную потребность:

«... теория предельной пользы даёт вполне естественное объяснение и тому, столь поразительному с первого взгляда факту, что малополезные вещи вроде жемчуга и алмазов имеют такую высокую ценность, вещи же гораздо более полезные, например хлеб, железо, – ценность несравненно более низкую, а безусловно необходимые для жизни вода и воздух и совсем не имеют ценности. Жемчуг и алмаз находятся в таком ограниченном количестве, что потребность в них удовлетворяется лишь в очень незначительной степени, и предельная польза, до которой простирается удовлетворение, стоит относительно очень высоко; между тем как, к нашему счастью, хлеба и железа, воды и воздуха у нас обыкновенно бывает такая масса, что удовлетворение всех более важных из соответствующих потребностей оказывается вполне обеспеченным и от обладания отдельным экземпляром или небольшим количеством данного рода материальных благ либо зависит лишь удовлетворение самых маловажных, либо совсем не зависит удовлетворение никаких конкретных потребностей».

К теориям предельной полезности, выдвинутым экономистами-математиками, прежде всего, относится воззрения Уильяма Джевонса и Леона Вальраса. В их теориях использованы системы уравнений, описывающих функционирование хозяйственного механизма, где выделяется особая роль ценообразования. Здесь сохраняется ориентация на спрос, предельную полезность и субъективные оценки.

Изучение проблем общественной полезности в современных условиях является частью направления экономической науки, получившей название оптимального планирования. Основоположниками этого направления считаются отечественные экономисты-математики В.В. Новожилов, В.С. Немчинов, Л.В. Канторович. Созданная ими теория оптимального планирования представлена тремя вариантами: теорией дифференциальных затрат; теорией объективных оценок; системой оптимального функционирования экономики.

Стратегии смешанного типа опираются на экономическую теорию, разработанную английским экономистом А. Маршаллом. Он рассматривал спрос и предложение как две равноценные стороны в ценообразовании.

Маршалл к тому же выступил как родоначальник новой экономической школы – неоклассической. В своей работе «Принципы экономии», опубликованной в 1890 г., учёный, исследуя рыночное хозяйство в период господства свободной конкуренции, объединил идеи классической политэкономии с идеями маржинализма. Соединив, таким образом, полезность с общественными издержками, Маршалл стал «виновником» рождения второй классической ситуации.

А. Маршалл представил взаимодействие рыночного спроса и предложения в виде перекрещивающихся кривых, одна из которых выражает закон убывания предельной полезности конкретного товара для потребителей; другая кривая характеризует закон возрастания предельных издержек для производителей. В свою очередь рыночная ценность товара определяется равновесием предельной полезности и предельных издержек.

Основное содержание стратегий, образующих стратегию смешанного типа, состоит в том, что на величину цены в равной мере воздействуют как внутренние, так и внешние факторы. Цена формируется исходя из условия равенства цены предложения и цены спроса. При этом цена предложения определяется как результат действий внутренних факторов, а цена спроса – как результат действия внешних факторов.

С полным основанием можно утверждать, что каждый из представленных методов востребован, находит полноценное применение и не прекращает совершенствоваться. Примером может служить отечественная экономика, которая, вступив на путь рыночных преобразований, за последние десять лет апробировала несколько моделей ценообразования. При этом каждая из них была оправдана с точки зрения очередного этапа переходного периода.

Здесь показательна трансформация подходов к ценообразованию коммерческих банков. Либерализация цен в 1992 г. и возникновение инфляции привели к тому, что российские банки отказались от действовав-

шей к тому времени модели планового ценообразования и сделали выбор в пользу затратного механизма установления цен. В последующие годы, в частности, в 1993-95 гг. основой ценообразования стала модель инфляционного ценообразования, при которой банки устанавливали цены на свои услуги с учётом темпов инфляции.

В этот период была практически прекращена работа по учёту затрат, а новые подходы, связанные с изучением рынка и установлением цен с позиции экономической ценности банковских услуг, не начаты. С 1996 г. модель использования инфляционного ожидания в ценообразовании изжила себя, поскольку экономика обнаружила первые серьёзные признаки выздоровления, важнейшим симптомом чего стало снижение темпов инфляции.

Современное рыночное ценообразование следует рассматривать как механизм, отличающийся от прежних подходов как минимум двумя основными особенностями: «во-первых, не допускает жёсткого отождествления цены исключительно с формой проявления самой стоимости товара, т.е. общественно-необходимых затрат воплощённого в них труда, и, во-вторых, предполагает обязательное наличие конкуренции» [46].

Система ценообразования в современных рыночных условиях основывается на ряде положений. Не все они доказаны теоретически, отсюда и подход к ним со стороны учёных как к аксиомам рынка.

Среди этих аксиом:

- всё имеет цену, любая потребительская стоимость, не исключая различные виды человеческого труда, землю, природные ресурсы и денежный капитал;

- цены устанавливаются на рынке в результате свободной конкуренции через взаимодействие спроса и предложения;

- цены играют ключевую роль в достижении экономического равновесия, в распределении дохода и богатства.

## **1.2. Понятие «цена» применительно к услугам коммерческого банка**

Рассматривая структуру цен на услуги банков, находим, что она существенно отличается от структуры цен, устанавливаемых на товары и услуги предприятиями и организациями нефинансового профиля. Кроме того, нередко уникальны и схемы их установления, в особенности там, где нашли учёт не только рыночная конъюнктура, но и реальные затраты банка. Эти схемы используются лишь в практике банков, а также тех финансовых организаций, которые оказывают аналогичные банковские услуги.

Теория и практика ценообразования, основные понятия, методы, принципы установления цен на банковские услуги относятся к вопросам, изучение которых в последнее время стало для кредитных организаций настоятельной необходимостью. Это помогает коммерческому банку выбрать тактику и стратегию ведения конкурентной борьбы, понять механизм цивилизованного экономического соперничества.

Не всегда, обращаясь к количественной характеристике банковской услуги, мы говорим лишь о понятии «цена»; последняя принимает иные формы. В повседневной практике банки чаще оперируют другими понятиями: «ставка», «тариф», «котировка», «расценка», «комиссия» и другие.

Так, если «ставка процента по банковской ссуде составила 16% годовых», то мы знаем, что речь идёт о цене услуги банка, в размере 16% годовых. Приобретая валюту, мы обращаем внимание на действующие курсы иностранной валюты по отношению к валюте национальной: курс Банка России, курс покупки и курс продажи валюты коммерческим банком. Цена услуги банка по инкассированию денежных средств и ценностей (инкассация) – это тариф на услуги инкассации. А цена драгоценных металлов: золота, серебра, платины и палладия, установленная Банком России в качестве ориентира при совершении сделок покупки-продажи, определяется как котировка (пример 1-1).

<b>ПРИМЕР 1-1</b>								
<b>Котировки драгоценных металлов, установленные Банком России</b>								
Дата котировок	Золото		Серебро		Платина		Палладий	
	покупка	продажа	Покупка	продажа	покупка	продажа	покупка	продажа
01.11.2001	252,20	268,21	3,72	4,1	352,55	402,63	273,75	302,33
02.11.2001	253,09	269,16	3,68	4,07	354,96	405,38	283,56	313,16
05.11.2001	252,09	268,09	3,67	4,06	354,29	404,61	282,82	312,35
06.11.2001	251,46	267,42	3,58	3,96	352,63	402,72	284,78	314,50
08.11.2001	252,69	268,74	3,60	3,98	349,36	398,98	280,50	309,78
09.11.2001	250,35	266,24	3,59	3,97	353,09	403,25	280,80	310,12
12.11.2001	250,71	266,63	3,57	3,94	359,82	410,93	285,15	314,92
<b>Источник: Бюллетень банковской статистики, № 12, 2001 г.</b>								

В данном примере котировка выражает уровень цен, установленных и объявленных Банком России на определённые календарные дни. Пример 1-2 даёт общее представление о сложившихся ценах кредитных ресурсов на финансовом рынке.

<b>ПРИМЕР 1-2</b>				
<b>Информация о состоянии кредитных ставок на финансовом рынке</b>				
Кредитные ставки на 10.01.02 (% годовых)				
Срок, дней	МІВOR (руб.)	LIBOR (\$)	LIBOR (иена)	LIBOR (евро)
1	6,75	1,7725	0,0475	3,345
7	11,72	1,825	0,05125	3,35
30	17,11	1,83	0,05813	3,35125
60	–	1,83	0,06663	3,34325
90	17,22	1,83125	0,0875	3,3335
180	20,22	1,935	0,09813	3,31888
360	21,56	1,35	0,10125	3,44625
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 2, 2002 г.</b>				

Не будет лишним отметить, что понятие «ставка» применяется очень широко и в банковской практике встречается едва ли не чаще других.

Причина использования различных понятий применительно к одной и той же характеристике, то есть цене банковских услуг кроется в специфике

рынка услуг, которая во многом определяется его сложным образованием, имеющим широкие границы и представленным различными уровнями. В рамках рынка банковских услуг действуют так называемые «субрынки», каждый из которых отличает определённый вид услуг (рис. 1.1).

Рынок банковских услуг	Субрынки	Финансовый рынок: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ссудных капиталов</li> <li>• Ценных бумаг</li> <li>• Иностранной валюты</li> <li>• Драгоценных металлов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ссудные</li> <li>• депозитные</li> <li>• вкладные</li> <li>• трастовые</li> <li>• инвестиционные</li> <li>• андеррайтинг</li> <li>• по управлению денежной наличностью</li> <li>• учётные</li> <li>• дисконт дисконтные брокерские услуги</li> </ul>
		Рынок услуг по операциям с недвижимостью	<ul style="list-style-type: none"> <li>• инвестирование капитала в недвижимость</li> <li>• брокерская деятельность по операциям с недвижимостью</li> <li>• лизинг</li> <li>• ипотечное кредитование</li> <li>• аукционная реализация недвижимости</li> </ul>
		Рынок специальных услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>• расчётные</li> <li>• кассовое обслуживание</li> <li>• ведение счетов</li> <li>• услуги по хранению ценностей</li> </ul>
		Рынок интеллектуально-информационного продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>• финансовое консультирование</li> <li>• финансовое планирование</li> <li>• аудит и консультирование мелких кредитных организаций</li> <li>• информационные услуги</li> <li>• инженерно-экономическая экспертиза</li> </ul>
		Рынок прочих услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>• посреднические операции по реализации товарных запасов</li> <li>• организация страхования</li> </ul>

Рис. 1.1. Основные рынки и характеризующие их банковские услуги

Процесс увеличения числа субрынков, количества оказываемых на них банковских и прочих услуг объективно предопределён ходом развития банковского сектора экономики, а, следовательно, способствует расширению понятия «цена», придавая ему новые формы.

Рынок услуг банков достаточно широк, разнообразен, на нём предла-

гаются различные, как традиционные банковские, так и небанковские услуги, характерные для предприятий других отраслей. Процесс роста числа субрынков, количества оказываемых на них банковских услуг объективно предопределён ходом развития банковского сектора экономики, а, следовательно, способствует расширению понятия «цена», придавая ему новые, более современные формы. Как показывает анализ практики, процесс расширения рынка банковских услуг не только не угасает, но даже активизируется. Примером тому может служить интернет-банкинг (пример 1-3), новый вид услуг, предоставление которых есть результат широкого применения банками современных интернет-технологий.

<b>ПРИМЕР 1-3</b>
<b>Е-возможности Е-бизнеса</b>
<p>Интернет-банкинг (способ удалённого управления банковским счётом через Интернет) является новым уровнем банковских услуг. Его предшественниками были такие разновидности банкинга как <u>PC banking</u> (управление счётом через модемное соединение персонального компьютера с банковской сетью), <u>telephone banking</u> (обслуживание счетов по телефону и <u>video banking</u> (система интерактивного общения клиента с персоналом банка). Но использование Интернета сделало интернет-банкинг несомненным лидером среди систем удалённого управления счётом, значительно повысив эффективность банковских операций.</p> <p>Не удивительно, что цитаделью интернет-банкинга стали США, вообще электронный бизнес, как, впрочем, и многие нововведения, в этой стране наиболее распространены. По прогнозам специалистов, к концу 2001 г. системами интернет-банкинга будет пользоваться до 21% населения США. Количество банков, предоставляющих услуги дистанционного управления счётом через Интернет, в США составляет 1 383, во всей Европе же их при этом всего 1 205 (Германия – 355, Франция – 172, Италия – 228, другие европейские страны – 450), в Латинской Америке – 258, Азиатско-Тихоокеанском регионе – 32, в Африке – 23. Крупнейшие банки мира Deutsche Bank и Bank of New York уже сегодня проводят через Интернет 70-80% всех платежей.</p>
<b>Источник: Журнал «Финансовый бизнес», № 9, 2001 г.</b>

Существует множество разнообразных причин распространения новых банковских услуг. Одной из таких причин следует считать дерегулирование финансового сектора экономики со стороны правительства и Банка России, которое позволит менеджерам банков более свободно разрабатывать новые виды и формы банковских услуг, превращая банк в так

называемый «финансовый универмаг»<sup>1</sup>. Принцип действия современных американских банкиров, например, сводится к непреклонному правилу: если клиент пришёл в банк, то не должно быть такой финансовой услуги, которую ему не могли бы оказать.

Среди иных побудительных мотивов отмечается стремление банков к диверсификации собственного бизнеса и завоеванию новых стратегических зон, поскольку на действующих рынках развивается не только межбанковская конкуренция; активизирует своё участие в бизнесе небанковские институты (пример 1-4). «Экономическое преимущество диверсификации банковских услуг, отличающихся от тех услуг, которые предлагают конкуренты, состоит в том, что она даёт менеджерам банка рычаг ценообразования. Если все банковские операции представляются фактически идентичными, у данного банка нет основания заботиться о повышении цен на них. Однако если банковскому отделу удастся провести успешную диверсификацию данной банковской услуги в отличие от конкурентов, то он сможет установить на неё более высокую цену и получать более высокую прибыльную маржу от каждой проданной сервисной единицы» [48].

Есть и ещё один убедительный довод в пользу того, что коммерческие банки расширяют зоны своего участия, проникают на рынки нетрадиционных для банков услуг. Попытки банков (во многих случаях, успешные) диверсифицировать деятельность, увеличить количество зон стратегического хозяйствования обусловлены ещё и стремлением снизить кредитный риск. По авторитетному заявлению Банка России «...в структуре потенциальных потерь (банков – Ю.Г., Ю.Р.) 70% приходится на кредитный риск, 25% – на риск ликвидности и 5% – на рыночный риск»... «В нынешних условиях финансовые институты уже не могут вести прибыльный бизнес без инвестиционной деятельности и диверсификации бизнеса» [21].

---

<sup>1</sup> Место, где клиентам предоставляются различные финансовые услуги: открытие сберегательного счёта; осуществление инвестиций; платежей; страхование; получения брокерских услуг.

<b>ПРИМЕР 1-4</b>
<b>Новые соперники банков</b>
<p>Активность профессиональных участников фондового рынка в первом полугодии заметно возросла. Обороты с ценными бумагами у большинства рассмотренных компаний в 2-3 раза превысили показатели аналогичного периода прошлого года. За этот же период котировки наиболее ликвидных российских акций выросли в 1,5-2 раза. Таким образом, активность инвесткомпаний на открытом рынке повысилась, в частности, за счёт привлечения новых клиентов... Между тем, во втором полугодии ситуация может заметно измениться. Падение фондовых индексов на Западе уже вызвало ответную реакцию российского рынка.... При этом интернет-компании уже поняли, что демпинговать, снижая минимальные условия доступа на рынок, бессмысленно: расширение клиентуры не оправдывает понесённых на это расходов.... Лидерство по оборотам пока сохраняет консервативная группа компаний «Тройка Диалог». Объём операций с ценными бумагами компании этой группы превысил в первом полугодии 240 млрд руб. и фактически сравнялся с оборотами за весь 2001 г.... Вместе с тем, «Тройка Диалог» остаётся универсальной компанией, в равной степени работающей и с акциями, и с облигациями, и с векселями... Укрепилась и другая тенденция... Компании резко увеличивают объёмы операций с корпоративными облигациями. Этому способствует и резкое расширение рынка. Год назад номинальный объём рынка составлял около 50 млрд руб. В настоящее время он превышает 80 млрд руб. и по этому показателю составляет конкуренцию рынку ГКО-ОФЗ. К тому же по ликвидности некоторые бумаги корпоративных эмитентов не уступают гособлигациям, а по доходности заведомо превосходят их... Для большинства компаний профильным остаётся участие в финансовом консультировании, скупке акций, сделках слияния и поглощения – и довольно успешное, составляя серьёзную конкуренцию российским банкам. Так, в начале сентября «Альфа-банк» стал финансовым консультантом РАО «ЕЭС России» по вопросам реструктуризации холдинга... почти одновременно с РАО нефтяная компания ЮКОС выбрала ИК «Ренессанс Капитал» финансовым консультантом по консолидации акций ВНК... Тот же «Ренессанс Капитал» участвовал в сделке по продаже компании «Святой источник» швейцарскому концерну Nestle. По некоторым оценкам, объём сделки составил около \$80 млн, то есть коммиссионные, консультанта вполне могли тянуть на \$1 млн.</p>
<b>Источник: Журнал «Коммерсант деньги», № 37, 2002 г.</b>

Какими бы ни были методы расчёта и установления цены, данный количественный параметр всегда остаётся важнейшей обобщающей характеристикой товаров и услуг. Едва ли в современных условиях можно себе представить, что какая-либо из экономик могла бы «упразднить» цену, вывести данную дефиницию из делового оборота. Да это просто абсурд!

Тем не менее, отношение к понятию «цена» в различные времена, при различных условиях и в различных странах имеет существенные отличия. Определяющим в этом случае, конечно же, является принятое в конкрет-

ном обществе экономическое устройство. Если, к примеру, в условиях капитализма цена – одно из важнейших, ключевых понятий, то экономика периода государственного планирования воспринимает цену не иначе как вспомогательный, второстепенный инструмент.

Механизм государственного планирования цен на каждый товар, от швейной иглы и карандаша до теплохода и самолёта таков, что особых заминок при определении ценовых значений, как правило, не могло возникнуть. Это и понятно. Поскольку планированию цен предшествовала большая и кропотливая работа многих институтов (различных НИИ, министерств и ведомств) по формированию нормативно-методической базы ценообразования. Здесь во главу угла поставлены фиксированные, неизменные в течение длительного времени цены, назначаемые «сверху». Значит, цены определял не рынок и его конъюнктура, а норматив и план.

Таким образом, «поиск» цены в командно-административных экономиках был сведён к своевременным и точным арифметическим расчётам, позволяющим увязать ряд принципиальных экономических позиций, таких как, к примеру, ВВП, номенклатура товаров, среднедушевой доход.

Войдя в рынок и упразднив систему нормативных цен, российская экономика на первых порах не только не освободилась от необходимости планирования цен, но и приобрела дополнительные проблемы, связанные с практическим отсутствием теоретической базы их установления. Мы стали свидетелями и до известной степени заложниками «корявой», не подкреплённой теорией практики установления цен.

Между тем, будет справедливым указать, что формируемые наспех, «на ходу» цены сыграли определённую положительную роль. Они способствовали пониманию важности теоретической базы ценообразования. Неудачи же, а если точнее – провалы в ценообразовании рассматривались как сигнал к смене стратегии и тактики ценообразования.

Хотя ценам издавна, как уже нами указывалось, отводилось важное

место в арсенале методов, применяемых различными субъектами как рыночной, так и других экономик, отношение к ним на протяжении многих десятилетий неоднократно менялось. И сегодня некоторые теоретические проблемы цен и ценообразования являются полем острых дискуссий, соперничества между противоборствующими школами политэкономической мысли. Главный водораздел при этом проходит между сторонниками теории цен, формируемых на основе затрат и теорией цен, основанных на потребительском предпочтении.

### **1.3. Практический аспект специфики процесса ценообразования в банках**

Как было отмечено ранее, структура цен на услуги банков имеет некоторые особенности. Обратимся, например, к структуре цены, устанавливаемой банками на наличную иностранную валюту. Известно, что банки, предлагая населению услуги, связанные с валютно-обменными операциями, устанавливают два курса (цены): курс продажи и курс покупки иностранной валюты. Важно отметить, что операции банков с наличной иностранной валютой носят определённо спекулятивный характер, то есть, основная задача банка – получить максимально возможную положительную курсовую разницу. В этом состоит смысл и идея самой сделки.

Формирование обменного курса (порядок и величина) происходит под воздействием ряда факторов, инициируемых Правительством и Банком России, коммерческими банками, определяющими обменный курс, банками-конкурентами и потенциальными клиентами, формирующими спрос. Некоторую роль играют и другие факторы, не обозначенные выше, но их влияние не так заметно, нередко носит неустойчивый характер и, как правило, эти факторы учитываются нечасто.

Определяется общий уровень курсов валюты с учётом курса ино-

странной валюты, установленного Банком России к «рублю Российской Федерации для целей учёта и таможенных платежей». Обратим внимание, что курс Банка России вовсе не призван быть атрибутом, обязательным параметром, учитываемым в цене предлагаемой коммерческим банком валюты. Законодательство не предусматривает обязательную «привязку» курсов. Тем не менее, курс иностранной валюты по отношению к российскому рублю, устанавливаемый Банком России, на практике является фундаментом обменного курса в коммерческом банке.

Влияние Банка России этим не ограничивается. Мерой, исключающей возможное развитие всплеска спроса на иностранную валюту, вызванного действиями банков, является «предел отклонения курса покупки наличной иностранной валюты и платежных документов в иностранной валюте за наличные рубли от курса их продажи за наличные рубли в размере 15%». Эта мера введена Указанием Центрального банка РФ от 21.08.98 г. № 323-4 «Об установлении предела отклонения курса покупки наличной иностранной валюты и платёжных документов в иностранной валюте от курса их продажи» и до настоящего времени не потеряла своей актуальности.

Далее, опираясь на уровень конкуренции, состояние спроса на инвалюту, банк определяет норму спекулятивного дохода от операции.

Завершающий этап при формировании курса – учёт в цене налога на операцию покупки гражданами иностранной валюты. Налог был установлен в соответствие с федеральным законом «О налоге на покупку иностранных денежных знаков и платёжных документов, выраженных в иностранной валюте» № 120-ФЗ от 21.07.1997 г. и взимался до 01.01.2003 г., когда закон утратил свою силу. Но поскольку налог действовал (и не безуспешно) продолжительное время, целесообразно будет в рассматриваемом примере о нём вспомнить. Ниже (см. рис. 1.2) дана структура обменных курсов валюты.

Обратим внимание, что законом не предусматривается взимание на-

лога с покупки иностранной валюты у граждан, отчего в структуре цены покупки валюты такая составляющая как налог отсутствует.

Когда речь идёт о ценообразовании, сопровождающем такую банковскую услугу, как предоставление ссуды, следует особо подчеркнуть, что это наиболее ответственная задача в области ценообразования в банке. К тому же это ещё и проблема выбора между прямыми интересами банка и клиента, которые, как известно, не совпадают. Успешная реализация этой задачи, применительно к услуге по выдаче банковских ссуд, во многом определяет финансовое благополучие и имидж банка.

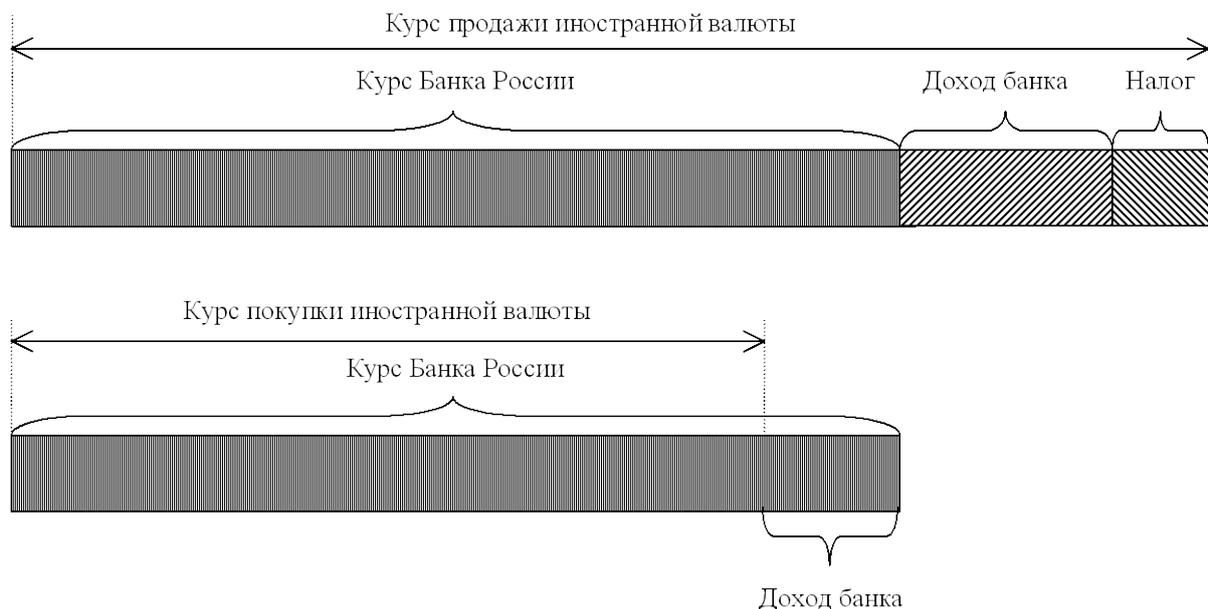


Рис. 1.2. Структура обменных курсов наличной иностранной валюты

Как свидетельствует анализ мирового и отечественного опыта, существует несколько схем определения величины ссудного процента. В одних случаях банк ставит перед собой задачу погасить затраты и получить прибыль, в других – банки, расширяя своё присутствие на рынке, и занимая недостаточную его долю, осуществляют демпинговое ценообразование и размещают ресурсы по ценам ниже их привлечения. Третья группа банков и вовсе осуществляет ценообразование, ориентируясь лишь на уровень цен конкурентов. Четвёртая группа банков, ориентированная лишь

на кредитование учредителей (как правило, это – мелкие кредитные организации) вынуждена считаться с запросами владельцев банка и вообще игнорировать рыночные методы ценообразования.

Каждый из подходов справедлив; только в одних случаях так считают менеджеры банка, а в других – потребитель банковской услуги. К большому сожалению, равновесия интересов, о котором известно из экономической теории, не достигается.

П. Роуз, рассматривая практику установления процентной ставки по кредиту, характеризует следующие модели ценообразования [48]:

- установление ставки по кредиту по принципу «стоимость плюс»;
- модель ценового лидерства;
- установление ставки ниже прайм-рейт<sup>2</sup>;
- модель установления максимальной ставки (ставка «кэп»<sup>3</sup>);
- установление ставки по принципу «стоимость – доходность».

Обратимся к наиболее распространённой в отечественной практике ценообразования модели установления цен – «стоимость плюс». Известно, что банк осуществляет свою деятельность благодаря наличию в ресурсной базе средств клиентов, привлечённых, как правило, на условиях платности, срочности и возвратности.

Платность привлечённых ресурсов по большей мере и является точкой отчёта, определяющей цену банковской ссуды. То есть, банк, формируя цену на данную услугу, предусматривает полное погашение понесённых им затрат по привлечению ресурсов. По разумению менеджеров банка такой подход в полной мере отражает состояние рынка: банковские услуги по-прежнему в дефиците и цена формируется так, как это выгодно продавцу услуг – банку.

---

<sup>2</sup> Прайм-рейт (*prime rate*) – принятая ведущими банками процентная ставка по кредитам.

<sup>3</sup> Ставка «кэп» (*cap rate*) – верхний предел процентной ставки по кредитному договору, выше которого действующая процентная ставка подниматься не может.

В случае определения величины цены ссудного капитала, когда банк опирается на модель «стоимость плюс», важным является необходимость учёта в цене операционных расходов и собственной прибыли. Поэтому упрощённая модель ценообразования здесь может иметь вид (см. рис. 1.3).

$$\text{Ссудный процент} = \text{Затраты по привлечению кредитных ресурсов} + \text{Расходы по обеспечению кредитной деятельности банка} + \text{Маржа}$$

Рис. 1.3. Модель формирования ссудного процента

Итак, издержки коммерческого банка при проведении ссудных операций представлены двумя компонентами, каждый из которых состоит из отдельных элементов (см. рис. 1.4).



Рис. 1.4. Группировка компонентов затрат коммерческого банка при расчёте величины ссудного процента

Такова теория процесса. Если же говорить о практическом ценообразовании, требующем проведения расчёта издержек, мы сталкиваемся с затруднениями.

Во-первых, цены привлечённых ресурсов с рынка межбанковских кредитов (МБК) подвержены постоянным изменениям, из-за чего возникает необходимость систематического пересмотра величины ссудного процента. Причём региональные банки, не обладая серьёзными финансовыми ресурсами, не могут оказать никакого влияния на формирование цен на МБК. Да и участие этих банков в межбанковском кредитовании (получении кредитов) эпизодическое.

Во-вторых, для расчёта фактических расходов и, соответственно, определения реальной процентной ставки общую сумму привлечённых и заёмных ресурсов необходимо «очистить» от части активов. Речь идёт о специфических активах, поддерживающих ликвидность банка. Эти активы сосредоточены на неоплачиваемых счетах Банка России в виде остатков на корсчетах и счетах депонирования части привлеченных ресурсов в виде фондов обязательного резервирования.

В-третьих, необходимо иметь механизм отнесения общих расходов по обеспечению функционирования банка на его собственно кредитную деятельность, а также правила определения величины той надбавки к цене кредита, которая оправдана общебанковскими расходами.

В приведённых выше примерах – демонстрация различных подходов к ценообразованию банковских услуг. Практика «наработала» широкую палитру эффективных, в понимании банков, методов установления цен. Но, следует признать, что результаты их применения неоднозначны. В этой связи задача экономической науки – разобраться в основах ценообразования, выявить ведущие принципы и дать рекомендации практическим работникам.

## Глава 2

### ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ВОЗЗРЕНИЙ НА ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ: ОТ ПЛАНА К РЫНКУ

#### 2.1. Цены в плановой экономике

**И**стория человечества в любой момент готова предъявить доказательства тому, что цена, в любом её проявлении, существовала всегда. Будь то древний человек, обменивавший плод своего труда (например, изготовленный им наконечник стрелы) на соответствующие блага, предъявленные соплеменником, либо современный торговец спортивным инвентарём – все они предлагают товар с учётом того, что этот самый товар имеет цену.

Пожалуй, нет необходимости доказывать очевидное: ценообразующий механизм функционирует во всех общественно-экономических формациях. В каждом случае он, конечно же, специфичен, обладает определёнными чертами и отражает сложившиеся производственные отношения, уровень развития производительных сил. Тем не менее, ни одна модель ценообразования не может быть вечной, догматичной, неизменной; она развивается и совершенствуется вместе с развитием и совершенствованием общественно-экономических формаций.

Недостатки планового ценообразования связаны со сложностью системы согласования цен, сложным затратным механизмом определения и установления цен, запоздалой (иногда и полным отсутствием) реакцией на изменения спроса, невозможностью охватить большое разнообразие товаров, предотвратить «вымывание» дешёвых товаров под видом обновления ассортимента, искусственным сдерживанием цен, усиливающим дефицит, «дикими» и непопулярными среди населения методами повышения общего уровня цен (пример 2-1).

**ПРИМЕР 2-1****Валентин Павлов не искал в финансах счастья**

10 января 1991 г. Валентин Павлов<sup>4</sup> официально заявил, что никакой денежной реформы не будет. Потому что она не поможет – нужны более комплексные методы оздоровления экономики. А поздним вечером 22 января, после закрытия сберкасс, Валентин Павлов в программе «Время» объявил, что банкноты 50 и 100 рублей выпуска 1961 г. меняются на купюры нового образца. На обмен купюр населению давалось три дня. Менять можно было по месту работы. Кто не работал – в сберкассе по месту жительства (при этом в паспорте ставился специальный штамп). В первые три дня можно было обменять 350 рублей. В последующие полгода можно было постепенно обменять до 1,5 тысяч рублей, сославшись на то, что это не превышает годовую зарплату советского человека. Чтобы обменять крупные суммы, необходимо было доказать легальность источника... . На момент реформы в купюрах 50 и 100-рублёвого достоинства было сосредоточено около 30% наличной денежной массы СССР т.е. 40 млрд рублей. На руках у населения из этих денег находилось около 30 млрд руб. В первые дни гражданам удалось обменять 10 млрд руб. Потом ещё столько же. 10 млрд обменять так и не удалось. ... . Было объявлено, что замораживаются вклады граждан в Сбербанке. В месяц можно было снимать не более 500 рублей. В результате оказались замороженными вклады на сумму 23,9 млрд рублей. Наконец, реформа заключалась в том, что розничные цены с 2 апреля повышались в три раза (для частичной компенсации этого повышения все зарплаты повышались на 60 рублей в месяц)... . Для чего всё это делалось? Для того, чтобы изъять из обращения как можно больше денег и обесценить оставшиеся. Помогло ли это экономике и Валентину Павлову? Он хотел путём конфискации и обесценения денег сделать так, чтобы граждане перестали сметать с полок магазинов те немногие товары, которые там ещё находились. Не помогло – товаров в магазине так и не прибавилось... . Спустя ровно год уже новым властям посткоммунистической России была проведена либерализация цен, перед которой реформа просто меркнет. Цены стали возрастать на тысячи процентов в год – замороженные Валентином Павловым вклады мгновенно испарились.

**Источник: Газета «Коммерсант», № 56, 2003 г.**

В командно-административной экономике, где преобладает государственная собственность, регулирование хозяйственных процессов осуществляется через планирование. Цена, как экономический инструмент, привязана к плану и установлена государством. При этом провозглашаются следующие цели государственной политики ценообразования:

- приближение цен к общественно необходимым затратам труда на производство различных видов продукции и определение плановых про-

<sup>4</sup> До августа 1991 г. – председатель Совета министров СССР, член ГКЧП.

порций, эффективности отдельных предприятий, объединений, отраслей и всего народного хозяйства;

- экономическое стимулирование научно-технического прогресса и улучшения качества продукции, создания и внедрения новой техники, экономное использование ресурсов;

- создание благоприятных условий для укрепления экономических основ союза рабочего класса и колхозного крестьянства, то есть эквивалентного обмена между городом и деревней, преодоления их существенного различия;

- содействие росту народного благосостояния, выравнивания уровня жизни в разных регионах страны.

Опыт показал, что ни одна из поставленных перед плановым ценообразованием экономических целей не была достигнута.

Ход истории доказывает, что экономическое хозяйство, ориентированное на государственную собственность, директивные планы, товарный дефицит, единые цены на однородную продукцию, товары и услуги обречено. Это хозяйство неминуемо начинает лихорадить, обнажаются давно назревшие проблемы, возникает необходимость коренных перемен (пример 2-2).

В плановом хозяйстве, которое помимо всего прочего характеризуется практическим отсутствием полного хозяйственного расчёта на предприятиях, в ценообразовании имелись крупные недостатки и диспропорции. Это обстоятельство определённым образом нивелировало роль цены как одного из экономических рычагов эффективного руководства социалистическим производством. На протяжении длительного времени цены в основном выполняли учётно-расчётную функцию и служила мерой затрат; демонстрировали, во что обходится обществу производство товаров. Отсюда и эволюция данной функции осуществлялась в направлении наиболее полного отражения в ценах общественно необходимых затрат.

**ПРИМЕР 2-2****Государственный монополизм или кооперация?**

Возьмите любой учебник политической экономии, и вы прочтёте, что в Советской стране доходы работающих определяются количеством и качеством их труда. 70 лет учителя и пропагандисты повторяли эту фразу, как аксиому. Но в жизни приходится отделять замысел от действительности, идеи от реальности, стремления от результатов деятельности. Государство присвоило себе право, якобы от лица общества, определять, какой труд можно считать общественно необходимым. И пытается вычислить его величину, хотя сделать это попросту невозможно. Общественно необходимый труд – это тот воплощённый в товаре труд, который признаёт необходимым для себя потребитель, покупающий товар. Единственной формой признания его как необходимого служит торговая сделка между производителем товара и его покупателем. И покупателю абсолютно безразлично, сколько физического или умственного труда воплощено в данном товаре. Он сопоставляет свою потребность в нём со своими платёжными возможностями. Либо покупает товар и тем самым признаёт воплощённый в нём труд, либо отказывается его покупать, и тогда товаропроизводитель вынужден констатировать, что его труд необходимым не признаётся. Общественно необходимый труд – это абстракция, не поддающаяся количественному измерению. Идея реализовать эту абстракцию на практике послужила инструментом установления жёсткого предела заработной платы рабочим, который якобы отражает «общественную необходимость труда каждого из них. Фактически же этот предел указывает лишь возможности, которыми располагает государство после того, как вычтет из стоимости, произведённой рабочими, все свои затраты. Для этого государство отработало так называемый механизм планового ценообразования, точнее, механизм формирования монопольных цен на все виды продуктов. За основу берётся уровень сложившихся издержек производства продукта. Затем изыскиваются возможности их уменьшения. К оставшейся сумме прибавляется некоторая величина, которая называется нормой накопления. И цена готова. И независимо от того, имеет ли покупатель необходимые платёжные средства, соответствует ли качество товара потребностям покупателя, он вынужден этот товар брать, ибо в условиях господства монополии другого продавца такого товара ему не найти. А раз другого в обществе нет, то государство получает возможность уверенно заявить, что оно действует «от лица общества», что данная установленная им цена отражает в полной мере общественно необходимые затраты на производство данного товара».

**Источник:** Этот трудный, трудный путь / Рук. авт. кол. Л.И. Абалкин, П.Г. Бунич. – М.: Мысль, 1989. – 269 с.

В рамках командно-административной экономики дальнейшее развитие производительных сил натолкнулось на исторически сложившиеся, во многом устаревшие, превращающиеся в тормоз общественного прогресса, формы производственных отношений. Методы планирования, организация хозяйственного расчёта, система цен и финансово-кредитных рычагов, в

целом хозяйственный механизм оказались не в состоянии обеспечить решение новых задач.

Ведущий государственный орган цен – Госкомцен Союза ССР, соответственно, его структуры на местах в практике ценообразования проводили политику централизации при установлении цен и тарифов на подавляющее большинство видов продукции, товаров и услуг. Такой подход создавал и поддерживал условия для диктата производителя над потребителем. Кроме того, и это крайне важно, в этот период не совершенствовались ни методология, ни теория ценообразования. А сами принципы научного управления системой цен, как единым целым, был искажён.

Таким образом, исторический опыт позволяет сделать ещё один вывод из его уроков. Он состоит в том, что по мере развития производительных сил и роста масштабов производства, качественных преобразований в научно-технической области, в общественных потребностях и составе трудовых ресурсов наблюдается изменение объективных условий расширенного воспроизводства. Эти изменения происходят постепенно.

Изменения в ценообразовании при плановой экономике наблюдались, например, в структуре цен. Здесь отмечаем активизацию разделительных процессов между оптовыми и розничными ценами. Существовавшая ранее жёсткая связь потребительских и оптовых цен, ввиду укрепления возможностей централизованного перераспределения, постепенно исчезает. Цены произвольно, в угоду общим интересам, вне всякой зависимости от издержек, прибыли могли как снижаться, так и повышаться, отражая возможности общества для широкого манёвра.

Новые явления накапливаются годами, но со временем они достигают таких масштабов, что приводят к коренному, можно сказать радикальному изменению условий расширенного воспроизводства и экономического роста. Поскольку эти изменения в экономике не учитываются, неизбежно накопление негативного потенциала, который рано или поздно приведёт к

серьёзным потрясениям, рождая нездоровые процессы и явления в экономической и социальной жизни страны.

Во второй половине 80-х гг., то есть накануне радикальных рыночных преобразований в России, о проблемах плановой экономики говорили на самом высоком партийном уровне (пример 2-3).

<b>ПРИМЕР 2-3</b>
<b>Перестройка централизованного управления экономикой</b>
<p>Одним из важнейших элементов новой хозяйственной реформы является радикальная реформа ценообразования. Без неё переход к новому хозяйственному механизму невозможен. Старый хозмеханизм, сориентированный на затратный, ресурсный подход, создал адекватную систему цен, в которой отражались не общественно необходимые затраты труда, учитывающие достижения научно-технического прогресса, средний уровень издержек на производство продукции, а всемерную затрату ресурсов, которые в сочетании с монополизмом отраслей и ряда предприятий приводили к необоснованному росту цен, а также к громадному объёму дотаций, если цены искусственно поддерживались на необоснованно низком уровне. Сложилась ситуация, когда те производители, у которых цены на продукцию необоснованно занижены, не имеют стимулов к наращиванию производства, а у тех, кто из-за завышения цен получает избыточную прибыль, - нет стимулов к росту эффективности производства за счёт внедрения новой техники, снижения себестоимости, экономии всех видов ресурсов. Ясно, что без радикальной реформы ценообразования невозможен переход на полный хозрасчёт и самофинансирование, ибо они должны базироваться на полном и всестороннем учёте затрат и результатов и иметь внутренние стимулы к постоянному росту эффективности. При этом радикальная реформа ценообразования будет комплексной, то есть в процессе её проведения будут пересмотрены все виды цен и тарифов, обеспечена органическая связь между оптовыми, закупочными и розничными ценами и тарифами. В ценах найдут отражение общественно необходимые затраты труда на производство и реализацию продукции, её потребительские свойства, платёжеспособный спрос. При пересмотре цен в них будут учтены плата за все виды ресурсов, а также затраты на охрану окружающей среды. Будут установлены научно обоснованные соотношения оптовых цен на продукцию сырьевых и перерабатывающих отраслей, а в конечном итоге любому виду цен и всей их системе будет придан ярко выраженный противозатратный характер.</p>
<p><b>Источник: Советская экономика: новое качество роста: Учебное пособие. Для системы полит. учёбы / Под ред. Л.И. Абалкина. – М.: Политиздат, 1989.</b></p>

Уже в рамках указанного выше периода (а если быть точным, то 17 июля 1987 г.) высшим партийно-хозяйственным руководством страны было принято постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР «Об

основных направлениях перестройки системы ценообразования в условиях нового хозяйственного механизма». «Новый механизм» ценообразования уже спустя 5-7 лет стал обретать черты рыночного, а решение КПСС и Правительства (как нельзя, кстати, принятое в период поиска путей выхода из так называемого «застоя») стало предтечей этого процесса.

## **2.2. Рыночное ценообразование и государство**

С внедрением в экономику рыночных отношений кардинально меняется значение цены и ценообразования в экономических процессах. Переход к рынку потребовал качественных изменений в отношении к цене, ценоформирующему механизму. На смену существующей централизованно планируемой модели установления цен, в основе которой лежит общественная собственность на средства производства, приходит новый порядок, предусматривающий активное использование товарно-денежных отношений. Кардинально пересматривается и отношение к цене. И это справедливо, поскольку цена относится к такой экономической категории, раскрытие сущности которой позволяет не только определить отличие рыночной системы хозяйствования от плановой, но и показать, как можно преимущества такой системы использовать на практике.

В рыночном хозяйстве ценам отводится ключевая роль, а к самим методам ценообразования возникают новые, разнообразные подходы. Существенному ограничению подвергается роль и функции органов государственного управления и регулирования в области цен. Несмотря на то, что по мере перехода к рыночной экономике предприятия и их собственники самостоятельно, на свой страх и риск, с полной экономической ответственностью за свои действия принимают производственно-экономические, (в том числе, ценовые) решения, актуальность государственного регулирования отдельных направлений и сфер экономики остаётся высокой. В этой

связи небезынтересно обратиться к теоретическим воззрениям Дж. М. Кейнса – родоначальника принципиально нового направления экономической мысли.

Вся теория Кейнса пронизана мыслью о том, что сам рыночный механизм не в состоянии автоматически обеспечить устранение экономических кризисов в стране. По его мнению, стихийные отношения, складывающиеся между спросом и предложением, вовсе не обозначает достаточного размера потребительского спроса и новых инвестиций. Учёный настаивает на том, что государство должно осуществлять регулирование экономики, оказывать воздействие на склонность к потреблению, предельную эффективность, норму процента. Следовательно, подразумевается, что нормальное функционирование рыночного механизма проблематично, при полном отказе от государственного управления ценами и процессом ценообразования.

Сегодня мало кто сомневается в том, что коммерческие банки в различных областях деятельности испытывают давление со стороны государства. Не только в России, где рыночные отношения «в новинку», но и в странах «дикого» Запада, товарно-денежные отношения которых формировались веками, это влияние значительно (пример 2-4). Вместе с тем, справедливость и необходимость этого влияния не бесспорна.

Западные исследователи, в частности, известный американский учёный Питер С. Роуз, отмечают: «Сегодня продолжают бушевать споры о том, нужны ли вообще регулирование и надзор за деятельностью коммерческих банков. Как считает эксперт по банковскому делу Джордж Бенстон: «вероятно, пришло время осознать, что финансовые институты являются просто предприятиями и специального регулирования требуют только некоторые аспекты их деятельности» [48].

Мировая история знакома с различными уровнями взаимоотношения государства с субъектами финансово-кредитной области экономики: от

невмешательства в дела банков до полного и беспелляционного подчинения последних государству. Это влияние ощущается и в такой области финансово-хозяйственной деятельности банков, как ценообразование.

<b>ПРИМЕР 2-4</b>
<b>Политика финансовых репрессий</b>
<p>Контроль за процентными ставками заключается в директивном установлении минимальной ставки по депозитам и максимальной ставки по кредитам. Минимальные депозитные ставки находятся на уровне или с небольшой премией к ставке рефинансирования. Максимальная кредитная ставка привязывается либо к депозитной ставке, либо к ставке рефинансирования. С помощью контроля за процентными ставками власти регулируют издержки привлечения капитала для заёмщиков и прибыльность банковского сектора. Прямые ограничения процентных ставок широко используются на ранних этапах рыночного развития. Например, Банк Кореи в период промышленной экспансии в 1960-1980 гг. устанавливал максимальную ставку по каждому виду кредитов и депозитов частных банков. В конце 1980 г. произошло дерегулирование процентных ставок, ограничения остались только на верхний предел ставки по депозитам со срочностью более двух лет.</p> <p>В настоящее время контроль за процентными ставками применяется в Индии, Непале, Китае и Вьетнаме... Во всех перечисленных случаях, регулируя временную структуру процентных ставок, денежные власти стремятся обеспечить свободный доступ бедных слоёв населения и малого бизнеса к кредитным услугам с минимальными издержками. Однако потолки процентных ставок столь низки, что процентные платежи по кредитам не покрывают даже операционных расходов банков. Неудивительно, что коммерческие структуры пытаются всяческими путями уклониться от работы с нежелательными клиентами... В то же время власти опасаются дерегулировать процентные ставки из-за некредитоспособности заёмщиков и слабости банков. В КНР, например, банковская система увязла в безнадёжных кредитах, объём которых достигает 20% совокупных активов банков... Либерализация и последующий рост процентных ставок неизбежно приведут к дефолту, отсутствию дальнейшего финансирования производства и краху сектора госпредприятий. Это в свою очередь может вызвать банковский кризис и иметь самые серьёзные последствия для госбюджета и экономики страны в целом.</p>
<b>Источник: Журнал «Банковское дело», № 8, 2002 г.</b>

Как это ни парадоксально звучит, но в условиях рынка, в переходных экономиках состояние цен на услуги коммерческих банков (тарифы, котировки, ставки, курсы и тому подобное) во многом сформировано так, как это понимает государство и его уполномоченные институты.

Казалось бы, рыночные отношения, свободная торговля (в том числе и

на рынке банковских услуг) диктуют единые правила хозяйственных отношений. И эти правила широко известны: спрос определяет предложение; цены представляют собой результат торгов между продавцами и покупателями. Однако практика существенно отличается от теоретических канонов.

Среди государственных институтов, влияние которых в той, либо иной мере испытывают банки, Банк России выделяется особо. Следует отметить, что в отдельных случаях это влияние носит исключительный характер и полностью «определяет» цену конкретной услуги банка. Чем же продиктованы действия государства в лице Банка России, обозначившего своё участие в определении общего уровня цен как значительное?

Начнём с того, что «в России ЦБ совмещает две функции: государственную и коммерческую. Государственная функция – это обеспечение стабильности национальной валюты, её эмиссия, регулирование деятельности коммерческих банков и надзор за ними, валютное регулирование... . Коммерческая функция – это собственно деятельность обычного субъекта рынка, в том числе и с целью получения прибыли» [11].

Банк России, как хозяйственно-экономическая единица заинтересован в положительных результатах деятельности многих банков, что не в последнюю очередь определяется непосредственным финансовым участием главного банка страны в капиталах ряда кредитных организаций. Если же «учесть долю в капитале банков федеральных или муниципальных структур, а также предприятий в государственной собственности, то государственным в той или иной мере могут считаться почти 650 действующих банков» [32].

Это обстоятельство оправдывает действия Банка России по выдвижению и поддержке «своих» представителей в составе наблюдательных советов крупнейших отечественных банков (пример 2-5).

<b>ПРИМЕР 2-5</b>
<b>ЦБ выдвинул кандидатов в наблюдательный совет Сбербанка</b>
<p>Банк России предложил свои кандидатуры в наблюдательный совет Сбербанка: председатель ЦБ Сергей Игнатьев, его заместители Олег Вьюгин, Татьяна Парамонова и Георгий Лунтовский, директор Сводного экономического департамента Надежда Иванова, главный аудитор Валерий Ткаченко, начальник МГТУ Константин Шор. По квоте Центробанка также прошли министр финансов Алексей Кудрин, первый замминистра Алексей Улюкаев, замминистра Бэлла Златкис, замминистра экономического развития Аркадий Дворкович и первый заместитель управляющего делами президента Сергей Ковалёв. От миноритарных акционеров выдвинуты директор по корпоративным исследованиям Hermitage Capital Management Вадим Клейнер и член совета директоров «Газпрома» Борис Фёдоров, управляющий директор ОФГ Илья Шербович и председатель её наблюдательного совета Чарльз Раян. Наблюдательный совет банка будет избран на годовом собрании акционеров, которое пройдёт в июне.</p>
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 64, 2003 г.</b>

Пожалуй, такое объяснение, как наличие прямого финансового интереса в результатах деятельности банков можно считать убедительным.

Обратим внимание ещё на один аспект взаимоотношений государства и коммерческих банков в области ценообразования. В рамках прямого влияния на цены в банках, государство законодательно закрепило за собой право определять перечень услуг банков, проводимых последними без оплаты. Например, в соответствии с постановлением Правительства «совершение завещательного распоряжения производится гражданином... в том банке, в котором находится этот счёт...» и при этом «завещательные распоряжения совершаются бесплатно» [1]. Бесплатными они являются для граждан и для государства, но только не для коммерческого банка.

Из анализа практики следует, когда речь идёт о социальных программах, реализация технической стороны которых поручена банкам, цены во взаимоотношениях «банк-клиент» отходят на второй план, а нередко, попросту исключаются. Тем не менее, считаем, что это вовсе не означает, что государственные программы должны реализовываться за счёт коммерческих банков.

Другим примером может служить приём, обработка и зачисление на

счета бюджетов различных уровней налогов с физических лиц. Расходы банков, сопровождающие эти операции, остаются непокрытыми, поскольку по ним государство запрещает взимать оплату. На наш взгляд, в этом случае целесообразно говорить о фактически косвенном налогообложении банков, где базой выступают объёмы совершаемых операций без оплаты, а ставка налога – непокрытые затраты, связанные с их осуществлением.

Примеров, когда банки оказывают неоплачиваемые услуги, множество. Они, как выясняется в ходе изучения проблемы, не единичны. Однако перечисление этих фактов не входит в сферу наших интересов. В конечном итоге, продемонстрировав даже единственный случай такого вмешательства государства (Банка России) в ценовую «кухню» коммерческих банков, можно говорить о созданном прецеденте; возможности и, даже, опасности дальнейшего тиражирования аналогичных действий в отношении иных услуг банков.

Очевиден вывод, что особое расположение государства к коммерческим банкам, в частности, в вопросах цен, представляет собой атрибут банковской деятельности, некое *conditio sine qua non*, то есть, условие, без которого нельзя обойтись. Поскольку это в действительности так, следует оценить методологическую основу этих действий. Набор методов ценового регулирования со стороны государства самый разнообразный и эти методы поддаются классификации (см. рис. 2.1).

Степень влияния прямых и косвенных методов на ценообразование в банках различна. Этот тезис следует пояснить. Имея в капиталах шести крупнейших отечественных банков более чем 50-ти процентную долю, Банку России достаточно «задать» уровень цен только в этой группе кредитных организаций. Что же касается других банков, то действующие в них механизмы ценообразования в первую очередь испытывают давление со стороны крупных кредитных организаций, занимающих доминирующее положение на рынке. А, значит, явное «участие» Банка России в формиро-

вании цен в этих банках может быть ослаблено, стать непрозрачным.



Рис. 2.1. Классификация методов ценового регулирования

Прямое воздействие Банка России на уровень цен в коммерческих банках обнаруживается посредством использования последними ценовых ориентиров, точнее сказать – ценовых установок государственного банка. В качестве примера приведём действия коммерческих банков по установлению цен на рынке драгоценных металлов.

В этой области банковского бизнеса влияние государства на общий уровень цен предельно велико. Достаточно сказать, что при отсутствии курсовой политики, которую, как известно, проводит Банк России, деятельность коммерческих банков на рынке драгметаллов невозможна. Более того, без ценовых ориентиров, обозначенных Банком России, операции с золотом, платиной, палладием, серебром попросту незаконны.

Совсем недавно рынок драгоценных металлов для отечественных коммерческих банков был практически недоступен. Теперь же он активно осваивается, чему во многом способствует законотворческий процесс государства и ценовая политика Банка России.

Итак, мы определили, что ключевая роль на данном рынке отведена государству, которое представлено Банком России. Именно этот участник оборота золота и других драгоценных металлов самостоятельно формирует общий уровень цен, как в части продажи, так и в части покупки.

Монопольное право государственного банка на установление цен на драгоценные металлы закреплено законодательно и отражает не столько мировой опыт в данном вопросе, сколько ранее заложенные принципы и подходы, определённые ещё в условиях директивной экономики.

Следующий пример, вернее, теоретическая модель, позволяет проследить связь цены банковской услуги с проводимой государством фискальной политикой.

Налоги, сборы, пошлины и платежи, образующие систему финансовых взаимоотношений банка с государством, по-разному отражаются в ценах на услуги. Одни из них входят в состав затрат, другие уменьшают балансовую прибыль и являются прямой надбавкой к цене, формирующей доходы банка.

Во всех случаях налоговая составляющая цены оказывает на неё количественное влияние; изменение величины налогов является сигналом к изменению цены услуги (см. рис. 2.2).

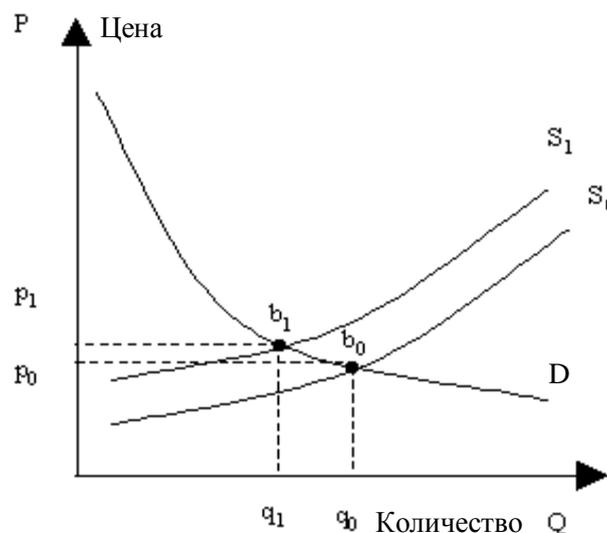


Рис. 2.2. Зависимость равновесной цены от налогового бремени

Точка  $b_0$  на графике имеет координаты  $(p_0; q_0)$  и характеризует равновесное состояние между спросом на банковскую услугу (кривая спроса  $D$ ) и предложением на неё (кривая предложения  $S_0$ ). Введение налога, либо его увеличение неминуемо повышает цену до  $p_1$  (тем самым, банки перекадывают налоговое бремя на потребителя услуги) при снижении объёма спроса до  $q_1$ . В противном случае, когда динамика (например, рост) налоговой составляющей в цене не изменит её величину, мы можем говорить о том, что банк намерен снизить норму прибыли по услугам. В условиях недокапитализации банков такие действия маловероятны.

Рыночная экономика (переходные к рынку модели), в отличие от экономики плановой, допускает использование различных механизмов регулирования деятельности коммерческих предприятий, которые базируются на использовании экономических методов. Поэтому развитие рыночного ценообразования предполагает кардинальное изменение принципов формирования цен.

Мировой опыт подтверждает, что в банковском секторе экономики,

как ни в какой другой сфере, так сильно не проявляется участие государства (пример 2-6).

<b>ПРИМЕР 2-6</b>
<b>Централизация и регулирование в банковском секторе экономики</b>
<p>Несмотря на современную тенденцию дерегулирования финансовой системы, степень централизации и государственного контроля остаётся значительной. Централизация и регулирование имеют исторические корни. Американская история в муках доказала, что централизация и общественный контроль, нравятся они или нет, служат обязательными предпосылками эффективности банковской системы. Примерно к началу XX в. конгресс начал во всё большей степени осознавать это. Децентрализация банковского дела из-за разновидности бумажных денег, плохого денежного регулирования и денежного предложения, не соответствующего нуждам экономики, неудобна и вносит беспорядок. Избыток денег может усложнить опасные инфляционные проблемы; недостаток денег может затормозить рост экономики, препятствуя производству и обмену благ и услуг. Соединённые Штаты и очень многие зарубежные страны на горьком опыте убедились, что децентрализация, нерегулируемая банковская система вряд ли способны обеспечить предложение денег, в наибольшей степени способствующее благосостоянию экономики в целом. Небывалая паника 1907 г. стала последней каплей, переполнившей чашу терпения конгресса. Для изучения денежных и банковских проблем и выработки направления действия конгресса была образована Национальная комиссия по деньгам. Конечным результатом её работы стал Закон о Федеральной резервной системе 1913 г.</p>
<p><b>Источник:</b> Макконнелл Кэмпбэлл Р., Брю Стэнли Л. <i>Экономика: Принципы, проблемы и политика</i>. В 2 т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т. 1 – М.: Республика, 1995.</p>

Повышенное внимание государства к функционированию банковской системы в нашей стране никоим образом не отличает российскую экономику от экономики зарубежной. Напротив, именно опыт наиболее развитых стран, в первую очередь США, стал основой созданного в России института контроля за деятельностью банковских учреждений.

Кроме косвенного и прямого влияния на состояние цен банковских услуг государство, как отмечено выше, участвует и в капиталах коммерческих банков, оценивая, правда, это участие как малоэффективное.

Проведённая в 2000 г. Правительством РФ инвентаризация имущества компаний, в капитале которых имеется доля государства (выдержки из доклада председателя Правительства Российской Федерации «Об оценке

результатов деятельности и инвентаризации имущества банков, инвестиционных фондовых и финансовых компаний, в капитале которых имеются доли государства, и мерах по улучшению их работы» даны в примере 2-7), подтвердила этот вывод.

<b>ПРИМЕР 2-7</b>
<b>Состояние финансового участия государства в капиталах коммерческих банков</b>
<p>По состоянию на 1 июля 2000 г. в РФ действовало 469 банковских и небанковских кредитных организаций, в составе участников (акционеров) которых входит государство). Зарегистрированный уставный капитал этих организаций составляет 33,4 млрд руб., доля государства – 7,2 млрд руб. При этом в 36 из них государству принадлежит контрольный пакет акций, а в 45 – блокирующий. Доли государства в капиталах кредитных организаций представлены в следующих формах: принадлежащие федеральным органам государственной власти, субъектам РФ; организациям, капитал которых, в свою очередь, полностью или частично принадлежит государству. Правительство России и Банк России участвуют в капитале 30 банков (без учёта банков, находящихся под управлением Государственной корпорации «Агентство по реструктуризации кредитных организаций – АРКО). Доля государства превышает 50% в Сбербанке России, Внешторгбанке (ВЭБ), Внешторгбанке (ВТБ), Российском банке развития (РосБР), Российском экспортно-импортном банке (Росэксимбанке) и Всероссийском банке развития регионов. Основной проблемой в деятельности банков с государственным участием остаётся низкая эффективность управления принадлежащим государству пакетами акций.</p> <p>...О расплывчатости государственного участия свидетельствует тот факт, что в 80% банков доля государства не превышает 25%. Кроме того, управление политикой банков с государственным участием носит разрозненный ведомственный характер.</p>

Встревоженное неэффективностью финансовых вложений в банковский сектор, государство выводит активы из большей части кредитных организаций, рассчитывая при этом не только сохранить собственное влияние на банки, но даже усилить его. Кстати сказать, рычагов влияния у него более чем достаточно: борьба с фактами легализации незаконно полученных доходов; контроль за соблюдением основных показателей деятельности кредитных организаций, их соответствия международным стандартам; мониторинг финансово-экономической деятельности банков с целью исключения возможных потерь денежных вложений граждан и ряд

других. Таким образом, «новая политика» Банка России в отношении коммерческих банков будет строиться с учётом современных требований к банковскому надзору.

Комментируя подходы к так называемой «политике решительности» Заместитель Председателя Банка России в интервью корреспонденту газеты «Коммерсант» сказал: «Смотрите, что происходит сейчас в банковском надзоре. С одной стороны, в этой области большие достижения, если учесть, что десять лет назад банковского надзора в России попросту не было... С другой стороны, столь стремительное развитие системы надзора привело к возникновению болезни роста, характерной не только для нас, но и для других стран, где надзор относительно молод. Болезнь заключается в том, что надзорные органы больше обращают внимания на форму, чем на содержание своей работы. Они действуют по принципу: если есть инструкция, значит надо требовать её выполнения. И проверяют именно выполнение инструкций. Более развитый надзор в тех странах, в которых он существует уже более ста лет, устроен по-другому. Там формальное соблюдение инструкций стоит на втором месте, а на первом находится оценка будущего банка».

Отсюда следует, что государство не готово передать рынку управление банковской системой. Активно пропагандируется тезис об опасности таких шагов в политике по отношению к финансово-кредитной сфере, которые ограничивают свободу Правительства и Банка России; предоставляют банкам больше прав и возможностей.

Мы рассмотрели лишь несколько примеров влияния государства, уполномоченных им институтов на цену услуг коммерческих банков в условиях рынка. Но этого вполне достаточно, чтобы резюмировать:

1. Рыночная экономика, каким бы уровень «рыночности» ни был, допускает и поощряет как косвенное, так и прямое участие государства в процессе ценообразования услуг коммерческих банков. Это влияние раз-

лично в цене каждой услуги банка.

2. Несмотря на то, что регулирование и надзор за банками представляет собой часть государственной экономической политики, к настоящему времени не только отечественная, но и мировая экономическая мысль не могут дать утвердительный ответ на вопрос о необходимости и степени государственного влияния на цены, формирующиеся в недрах коммерческих банков.

3. Причин, по которым государство столь активно действует в области установления цен в банках, несколько. На наш взгляд, основными могут быть:

- влияние мирового опыта сложившихся отношений государства и коммерческих банков;

- желание снизить (более того, исключить) возможность инициирования глобального экономического кризиса, как правило, зарождающегося в недрах финансовых (в первую очередь, банковских) структур;

- непосредственное участие государства в банковском бизнесе;

- поощряемая обществом практика решения части социальных проблем государства за счёт финансовых структур, коммерческих банков.

4. Практика «участия» государства в формировании цен коммерческими банками опирается на действующее законодательство, «вооружёна» идеологией и методологией и, скорее всего, имеет историческую перспективу.

## Глава 3

### ОБЗОР ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В БАНКАХ

#### 3.1. «Назначаемые» цены в реальной банковской практике

**Ш**ироко известно, что вхождение в рынок предусматривает постепенный, в некоторых случаях, длительный, но, безусловно, последовательный процесс развития и применения соответствующих методов ценообразования. Применительно к банковскому сектору экономики, как это следует из сложившейся отечественной и зарубежной практики, трансформация всего процесса ценообразования отличается особенной продолжительностью.

Заручившись небывалой для других сегментов экономики поддержкой государственных органов, замешанной на страхе последних потерять контроль над важнейшим сектором – банковским, кредитные организации активно эксплуатируют предоставленную возможность и пока успешно «уходят» от необходимости принимать цены на собственные услуги такими, как это себе представляет рынок. Как раньше, так и теперь коммерческие банки активно используют так называемые «назначаемые» цены (*administered prices*).

Известно, что «...термин «назначаемые цены» был впервые введён в оборот в 30-е гг. (*прошлого столетия – Ю.Г., Ю.Р.*), чтобы провести различие между ценами, которые устанавливаются спросом и предложением и ценами, предположительно устанавливаемыми продавцами в одностороннем порядке. С тех пор этот термин широко используется особенно теми, кто считает, что в экономической системе США властвуют крупные корпорации. Некоторые критики обвиняли профессиональных экономистов в том, что последние игнорируют роль цен в американской экономике

и представляют дело таким образом, будто бы все цены устанавливаются спросом и предложением. Как считает большинство этих критиков, американская экономика сегодня в значительной степени контролируется монополистами и олигополистами, которые не обращают никакого внимания на спрос и предложение, а вместо этого используют свою рыночную власть для манипулирования ценами, в соответствии со своими собственными узкими эгоистическими интересами» [61]. Конечно же, рождению термина предшествовала практика применения в условиях рынка механизма назначения цен.

Пожалуй, нам следует несколько подробнее остановиться на вопросе об истинных мотивах правительств различных стран, предложить обустройство банковского ценообразования таким образом, чтобы не рынок, а сами банки определяли уровень цен на предоставляемые услуги.

Поскольку цены, действующие на рынках предложений услуг коммерческих банков, во многом определяют благополучие, либо наоборот, неуспех кредитной организации, контроль (как прямой, так и опосредованный) за ними со стороны правительства более чем актуален. Помимо этого, по мере развития и становления банковской системы в стране, регулирование приобретает всё более зримые и значимые очертания.

Печально известный финансовый кризис августа 1998 г. «выкосил» до 40% российских коммерческих банков. В начале апреля 1999 г. главой Банка России названы цифры: из 2 500 банков на рынке осталось лишь 1 473, причём только 70% из них могут быть отнесены к группе стабильных банков. Кроме того, серьёзные проблемы испытывали 18 крупнейших системообразующих банков, на долю которых приходится до 50% всех активов российских банков.

Несмотря на столь плачевное состояние отечественных банков, продолжение массовой ликвидации кредитных организаций по причине неустойчивого финансового положения не произошло. Международный опыт

свидетельствует, что «...даже в странах со стабильной экономикой правительства, как правило, вынуждено поддерживать «больные» банки в силу причин социально-политического характера. Так, в монографии «Международный опыт реструктуризации банковских систем» автор ссылается на исследования, проведённые в 24 промышленно развитых странах и охватывающие период с 1980 по 1995 годы. Выяснилось, что две трети проблемных банков были спасены тем или иным способом. Какую-то часть банков предполагается спасти и в России. И имя «доктора» уже известно – Агентство по реструктуризации кредитных организаций...» [55].

Правительства вынуждены «включаться» в программу спасения коммерческих банков, поскольку «цена» фактических финансовых потерь настолько велика, что грозит национальной безопасности (пример 3-1). Практикой определено, что системным банковским кризисом может быть обозначено «...стремительное и масштабное (по мнению специалистов Всемирного банка, не менее 2% национального дохода) ухудшение качества банковских активов под влиянием неблагоприятных факторов макроэкономического, институционального, регулятивного характера» [24].

Поспешная и непродуманная политика лицензирования коммерческих банков при слабом надзоре и низкой квалификации банковского персонала ведёт к банкротству кредитных организаций. В свою очередь дерегулирование процентных ставок и банковских операций «подталкивает» банки на проведение рискованной кредитной политики.

Мы ещё раз констатируем: современная отечественная и зарубежные банковские системы организованы так, что государственное регулирование является обязательным условием их деятельности. При этом система регулирования включает: «...специальную законодательную базу, регулируемую банковскую деятельность, прежде всего вопросы банкротства и ликвидации банков; надзорные органы, призванные снизить риск банков-

ских операций частично путём ограничения конкуренции; институт «кредитора в последней инстанции», то есть специальный финансовый орган (например, центральный банк), обладающий достаточными средствами и соответствующими властными полномочиями для вмешательства в деятельность отдельных банков с целью предотвращения кризиса» [24].

<b>ПРИМЕР 3-1</b>		
<b>Стоимость разрешения банковских кризисов в отдельных странах</b>		
Страна	Период (годы)	Стоимость разрешения кризиса
Аргентина	1980-82	55,3% ВВП
Бразилия	1995	от 5 до 10% ВВП
Чили	1982-84	41,2% ВВП
Испания	1977-85	5,6% ВВП
США	1982-91	от 3 до 5% ВВП; по оценкам 1990 г., приведённая стоимость государственных расходов составила 150 млрд долл., частных – 100 млрд долл.
Филиппины	1981-87	В 1992 г. потери составили 3% от суммы активов кредитной системы
Финляндия	1991	8% ВВП
Венгрия	1990-93	10% ВВП
Малайзия	1985-88	4,7% ВВП
Мексика	1994	11,7% ВВП
<b>Источник: Rafael Del Villar, Daniel Backal, Juan P. Trevino, Experiencia Internacional en la Resolucion de Crisis Bancarias. Banco de Mexico, Direccion General de Investigacion Economica, Documento de Investigacion No. 9708, Diciembre, 1997.</b>		

Такая «забота» государства о состоянии банковской системы страны тем более актуальна в условиях, когда значительная часть российских коммерческих банков продолжает функционировать в условиях непосредственного финансового участия государства в капиталах кредитных организаций.

Обращаясь к истории развития банковского дела в различных государствах, можно предположить, что ближайшие перспективы российских кредитных организаций, с точки зрения государственного влияния, пожалуй, ясны. Это, подразумевает выбор особого пути и механизмов становления и развития конкуренции на рынке услуг коммерческих банков.

Дефицит кредитных организаций при растущем, но необеспеченном спросе на их услуги «подогревается» недостаточностью законодательной базы, целенаправленными действиями государственных органов по «укреплению банковской системы», представляющей собой тривиальный и непосредственный пошаговый контроль деятельности коммерческих банков.

Можно предположить, и к этому есть все основания, что так называемая контролируемая конкуренция в банковском секторе экономики является вынужденной, единственно правильной мерой, обеспечивающей режим устойчивого функционирования кредитных организаций. Но при этом следует принимать неизбежность различного рода потерь, сопровождающих в условиях рыночных отношений контролируемые экономические процессы. Эти потери объективны. Последствия же контролируемой конкуренции до конца не ясны, и необходимость этого процесса по-прежнему ставится под сомнение.

В ряду таких потерь мы отмечаем цену на услуги коммерческих банков, которая при неразвитом экономическом соперничестве, как правило, выражает интересы сильной стороны – защищённого от конкурентных баталий коммерческого банка, «отстраивающего» свой бизнес на олигополистическом рынке. Противная же сторона, а это, как известно, потребитель услуг банков, вынуждается к пассивным действиям, в основе которых – потребление услуг не самого высокого достоинства.

Справедливости ради отметим, что современный российский рынок уже сегодня пытается предъявить отечественным банкам и их конкурентам (имеется в виду, что на рынке банковских услуг свой «товар» предлагают и продают не только банки, но и иные кредитно-финансовые организации, не являющимися банками) повышенные требования. Планка качества в некоторых случаях устанавливается достаточно высоко. И об этом пойдёт речь далее.

### 3.2. Цена на услуги коммерческих банков в зеркале «дефицита конкуренции» в кредитной сфере

Особенный режим ведения бизнеса коммерческими банками, проявляющийся в беспрецедентных мерах регулирования основных направлений финансовой деятельности, предусматривает формирование определённых традиций особенного ценообразования в кредитных организациях и предлагает рынку цены, отличные от тех, которые могли быть продиктованы самим рынком. Иными словами, рыночная модель ценообразования на услуги банков остаётся только теорией и не имеет практического применения, а её графическое изображение (см. рис. 3.1) демонстрирует определённую независимость интересующего нас механизма от рынка.

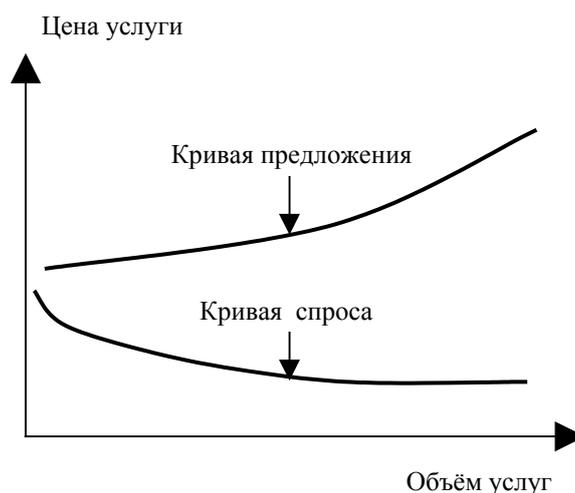


Рис. 3.1. Иллюстрация «автономии» механизма ценообразования от требований рынка

Среди всего перечня самых разнообразных услуг банков, пожалуй, можно отобрать лишь несколько услуг, цены на которые действительно сформированы под воздействием спроса и предложения и могут быть предъявлены в качестве примеров дееспособности и применимости рыночного механизма установления цен. Эти примеры, однако, не отражают общей тенденции в ценообразовании услуг и едва ли могут быть признаны показательными. В обычной практике поиск необходимой цены осуществ-

ляется по иной схеме. Здесь в основание цены заложен «интерес» коммерческого банка.

Не секрет, что уровень цен (ставок) по ссудам, предлагаемым коммерческими банками рынку, не соответствует экономическим интересам как потенциальных, так и действующих заёмщиков. Для большинства из них ссудный процент – непосильная ноша, полноценный повод для отказа в собственном развитии. Жалоб в прессе по этому поводу предостаточно.

Объективно, динамика значений средневзвешенной процентной ставки по кредитам юридическим лицам характеризуется отрицательным наклоном (см. рис. 3.2), между тем, рентабельность деятельности большей части предприятий или даже отраслей слишком мала для обеспечения прибыльной деятельности в случае востребования масштабных банковских займов на пополнение оборотного капитала.

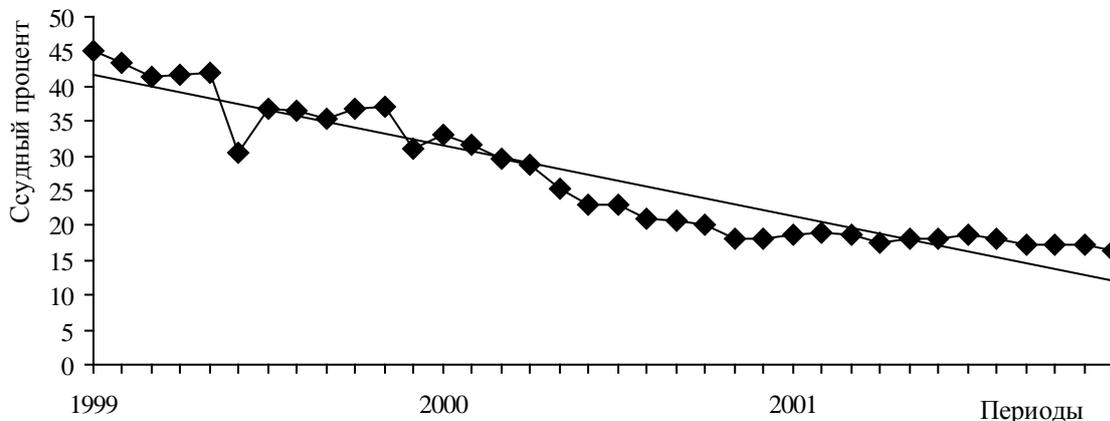


Рис. 3.2. Динамика средневзвешенных процентных ставок по ссудам [55,56]

В течение всего периода проводимых в России реформ не утихают дискуссии об уровне участия отечественных банков в экономическом подъеме предприятий реального сектора. Если в одних случаях доказывается право банков выбирать наиболее доходные рынки и эффективные инструменты, то в других – говорится об общественном характере кредит-

ных организаций, а, следовательно, определённой ответственности финансовых институтов за общий уровень развития экономических субъектов.

И в одном, и в другом случае конечный потребитель услуг коммерческих банков, а это, конечно же, человек, пока, остаётся в проигрыше; предприятия и банки не в состоянии решить задачу о справедливом распределении кредитного риска и источниках роста ресурсной базы кредитных организаций.

Апеллируя к действительно универсальной роли кредитных организаций (широко известно, что деятельность коммерческих банков, так или иначе, но затрагивает экономических интересов всех без исключения субъектов экономики), оппоненты сторонников свободного выбора настаивают на более масштабном участии банковского капитала в укреплении и развитии наметившихся положительных тенденций к устойчивому экономическому росту. Конечно же, здесь, в первую очередь, речь идёт об увеличении финансовых вложений банков в предприятия реальной экономики.

Следует признать, что системный кризис 1998 г. значительно оживил активность банковской сообщества в области кредитования указанного сектора экономики. Это факт, что за последние 2-3 года наметился значительный рост как краткосрочного, так и долгосрочного кредитования предприятий и организаций. В этой связи, вслед за Банком России [56] отметим, что к концу 1999 г. объём кредитования составил 507,1 млрд руб.; 2000 г. – 851,5 млрд руб.; 2001 г. – 1 337,4 млрд руб. К началу июля 2002 г. объём кредитов, выданных российскими банками возрос до 1 715,6 млрд руб. [4]. Среднегодовые темпы прироста суммарного ссудного портфеля при этом возросли в 1,6 раза. По данным Банка России [15] кредиты, представленные банками реальному сектору, уже к 01.04.02 г. составили 147,1% от предкризисного уровня (к 01.07.98 г.), в то время как двумя годами ранее (к 01.04.99 г.) этот уровень не превышал 57%.

«Кредитный «бум», начавшийся в 2000 г., стал возможным благодаря одновременному воздействию нескольких факторов, среди которых наибольшее значение имеют:

- ◆ быстрое и успешное восстановление российской банковской системы после кризиса 1998 г. Если к концу 2000 г. величина привлечённых средств банков в реальном выражении составила 119% от уровня I полугодия 1998 г., а величина собственных средств – 90%, то к июлю 2002 г. эти показатели достигли 148 и 132% соответственно (фактор ресурсов);
- ◆ увеличение количества заёмщиков вследствие подъёма промышленного производства и повышения уровня доходов предприятий... (фактор расширения спроса);
- ◆ стабилизация валютного курса, сделавшая невыгодным для банков держать значительные активы в валютной ликвидности. За 2000 г. рубль в реальном выражении укрепился на 12,3%, за 2001 г. – на 9,8% при этом ставка по рублёвым кредитам за этот период составила 23% (фактор альтернативы);
- ◆ улучшение качества кредитов, вызывшееся, прежде всего, в снижении доли так называемой сомнительной задолженности в общем объёме кредитов с 14% на конец 1999 г. до 6% в I полугодии 2002 г. (фактор риска);
- ◆ ограниченность альтернативных кредитованию экономики операций в связи с «замороженным» состоянием рынка государственного долга... . Можно сказать, что на нынешнем этапе слабая развитость рынка госдолга стимулирует банки не к дополнительному кредитованию предприятий, а, напротив, ухудшает их ликвидность и уменьшает доходы» [45].

Абсолютный и относительный рост ссудного портфеля подтверждают, что отечественные коммерческие банки стали более кредитоспособными, а предприятия реальной экономики – повысили платёжеспособность. В промышленности, например, доля банковских займов в финансировании оборотного промышленного капитала достигла 12,4% (против 7,6% в 1997 г.).

Несмотря на то, что эти показатели всё же не убеждают (объёмы выданных кредитов не обеспечивают и десяти процентов от общей потребности предприятий в заёмном капитале), можно уверенно говорить о явной смене курса банков; происходит переориентация кредитной политики в сторону активного посредничества по переводу сбережений в реальные производственные инвестиции.

И это – закономерный процесс. Он приветствуется участниками экономических отношений, особенно теми из них, кто активен с точки зрения собственного динамичного развития и, следовательно, всерьёз озабочен вопросом доступности к банковскому капиталу; представляет себе значимость займов, понимает меру ответственности за качественное управление кредитными ресурсами, в случае необходимости, готов отвечать перед банками-кредиторами.

Статистика подтверждает, что потребности, равно как и возможности субъектов экономики в отношении ссудного капитала неумолимо сближаются. Более того, современные аргентарии<sup>5</sup> уже сегодня имеют известный избыток готовых к размещению ресурсов. Это – потенциальные инвестиции в реальную экономику, направление которых, между тем ограничено рядом условий. Ниже показана схема сближения интересов предприятий и банков (см. рис. 3.3) в вопросах кредитования, спрогнозирована возможная перспектива.

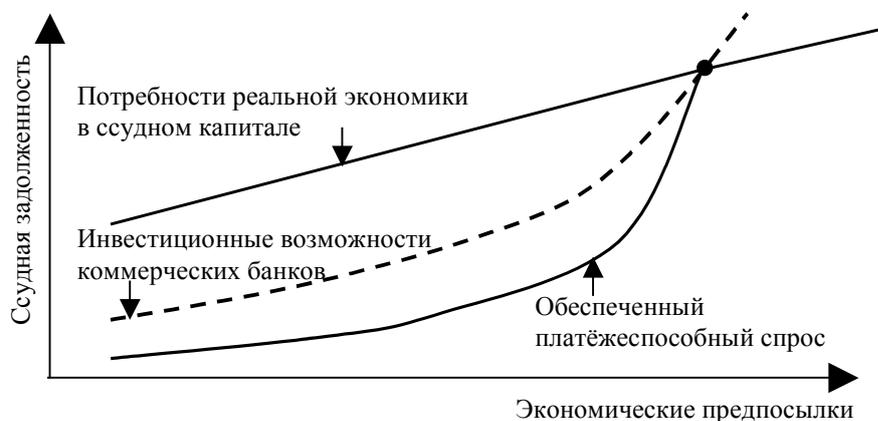


Рис. 3.3. Иллюстрация потребностей и возможностей реальной экономики в удовлетворении кредитного «голода»

Данная модель отражает сложившуюся практику, когда возросшие кредитные возможности банковских институтов (следует, между тем,

<sup>5</sup> Банкиры в Древнем Риме, осуществляющие приём денег на хранение и выдачу ссуд клиентам.

признать, что эти возможности в действительности пока ещё мизерные) и реальный платёжеспособный спрос экономических субъектов неуклонно сближаются. По оценке Центра экономической конъюнктуры, показатель реальной платёжеспособности в целом по промышленности на 1 января 2002 г. составил 35,1%, увеличившись по сравнению с 1 января 2001 г. на 8,4 п.п. [51].

Однако будем реалистами и признаем, что возможности банковских займов по целым отраслям экономики весьма и весьма ограничены. Такое положение, к слову, характерно как для страны в целом, так и для отдельных её регионов и федеральных округов. Заметный рост экономического потенциала, к сожалению, не создал ощутимых предпосылок для масштабного перевода банковских активов на рынок ссудных капиталов.

Состояние и динамика развития банковского сектора региональной экономики едва ли прибавляют оптимизма в рассуждениях о ближайших перспективах. На фоне общего недофинансирования российской экономики, экономика регионов тем более не в состоянии заручиться финансовой поддержкой коммерческих банков.

К примеру, по данным ГУ Банка России по Хабаровскому краю, коммерческими банками края в 2001-2002 гг. обеспечен более чем полуторный рост ссудной задолженности. Если к 01.04.01 г. остаток ссуд составлял 10,7 млрд руб., то к 01.04.02 г. этот показатель получил заметное приращение и составил 16,6 млрд руб. Вместе с тем, замечательная динамика ссудного портфеля никоим образом не решает проблему достаточности заёмного капитала для предприятий большинства отраслей экономики края. Потребности в заёмном капитале экономических субъектов, действующих на периферии, не покрываются даже активами крупнейших, общенациональных банков (точнее сказать, активами представленных в регионах филиалов крупнейших банков), такими как, например, Внешторгбанк, Сбербанк, Альфа-банк и другими.

К тому же, этот процесс происходит на фоне низкой насыщенности экономики РФ банковскими институтами. Для сравнения: на каждый филиал в Бельгии приходится 717 жителей, в Швейцарии – 835, в ФРГ – 1 000, во Франции – 1 314, в Англии – 1 331, в Японии – 1 780, в США – 2 214, России же, примерно 3 000 жителей» [23].

Низкая насыщенность российских территорий и городов банковскими продуктами (особенно отдалённых регионов) формирует негативный фон и генерирует псевдорыночные настроения, в том числе в области ценообразования банковских услуг; развивается наименее перспективная форма конкуренции – ценовая.

Несмотря на то, что коммерческие банки на протяжении всего периода рыночных преобразований в российской экономике относительно быстро подчиняли свою деятельность новым требованиям, экономический спор, «замешанный» на цене услуг банков, остаётся важным инструментом получения конкурентного преимущества. Заметная роль при этом отводится определённой группе предприятий-заёмщиков свободного банковского капитала, мнение по цене которых воспринимается банками не иначе как руководство к действию.

Предприятиями таких отраслей экономики как топливная, чёрная и цветная металлургия, химия и нефтехимия, лесная и деревообрабатывающая, то есть, теми, чей успех в бизнесе во многом определяет мировая конъюнктура, как раз и «стимулируются» соревнования банков по цене. К слову сказать, норма прибыли на вложенный капитал среди предприятий данных отраслей наиболее высокая и на общем фоне низкорентабельной деятельности большинства предприятий выглядит не иначе, как демонстрация рыночной силы, преимущества перед конкурентами и банками.

Предприятия преимущественно перечисленных выше отраслей активно и небезуспешно добиваются для себя права пользоваться «справедливой» ценой на банковские ссуды.

Можно было бы предположить, что усилия наиболее привилегированной части клиентов банков принуждают последних к масштабному снижению цен по ссудам. На самом же деле мы являемся свидетелями обратного эффекта и фиксируем значительное расслоение значений процентного процента. Интервал между пограничными значениями цены по предложенным банками ссудам достигает 20 процентных пунктов.

За этим может следовать важный вывод. Принимая ценовые условия, предъявляемые наиболее влиятельными клиентами и снижая величину процентного процента, банки, между тем, не намерены снижать общую процентную маржу, и компенсируют потери по доходам за счёт менее значимых клиентов, предлагая им ссуды по значительным ценам (см. рис. 3.4).

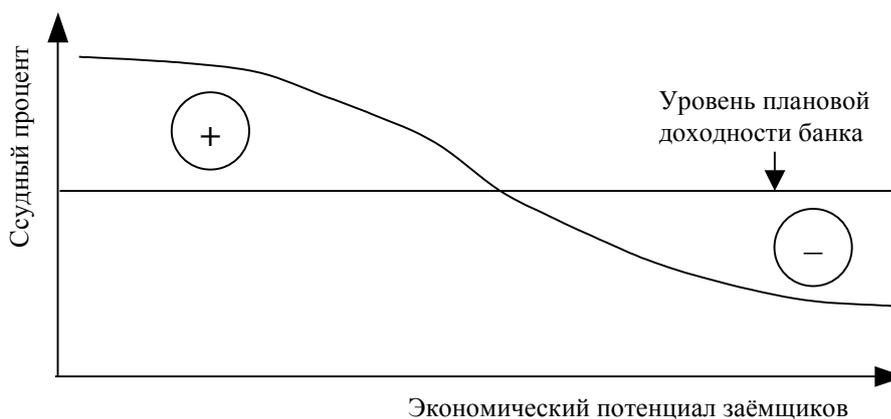


Рис. 3.4. Кривая изменения процентного процента

Как правило, клиенты, принимающие большинство из ценовых условий банков — представители малого и среднего бизнеса, предприятия с низкорентабельной деятельностью. Среди основных задач таких предприятий значится пополнение оборотных средств любыми доступными способами, в том числе и за счёт «дорогих» банковских займов.

Таким образом, давление на коммерческие банки с целью снижения процентного процента со стороны наиболее успешных, экономически устойчивых предприятий генерирует негативный для большинства других пред-

приятный процесс роста ставок по кредитам. Низкие ставки по ссудам для «избранных» оборачивается дополнительным бременем для «рядовых» заёмщиков. В этом, на наш взгляд, и состоит обратный эффект ценового натиска на банки.

Между тем и в данном случае, когда мы оцениваем возможность влияния клиента на состояние цены услуги банка, следует учитывать мировой опыт; он подсказывает, что на определённом этапе в отношениях с реальной экономикой может наступить «похолодание», свидетельствующее о перенасыщении банковской системы негативными результатами финансового сотрудничества (пример 3-2).

<b>ПРИМЕР 3-2</b>
<b>Банк Японии решил воздержаться от увеличения объёма средств, вливаемых в экономику</b>
Токио. Банк Японии принял решение не менять денежную политику и воздержаться от увеличения объёма облигаций, покупаемых у национальных банков, передаёт агентство Bloomberg. На ежемесячном собрании Центробанк решил оставить верхний лимит на покупку государственных облигаций на отметке 1,2 трлн иен (\$ 9,9 млрд). Банк также намерен оставить ограничение на резервные средства, доступные банкам, в размере 20 трлн иен. На двух предыдущих совещаниях Банк Японии принимал решение увеличить размер средств, вливаемых в экономику страны, тогда как кредитные ставки были снижены почти до нулевой отметки. Экономисты полагают, что увеличение этих средств не поможет улучшить ситуацию до тех пор, пока правительство не разрешит вопрос с безнадежными кредитами банков, размер которых составляет 52,4 трлн иен ...
Банк Японии пытается вывести одну из крупнейших мировых экономик из рецессии, в частности, путём урегулирования безнадежных долгов, поскольку банки предпочитают не предоставлять новые кредиты. Пока не будет решён вопрос со старыми. «Банк Японии продолжает внимательно наблюдать за динамикой корпоративных займов, а также за эффектом ускорения списания безнадежных кредитов банков», – говорится в заявлении Центробанка.
<b>Источник: Журнал «Финансы и кредит», № 2, 2003 г.</b>

Поскольку в условиях рынка (либо неразвитого, квазирынка) существуют и активно применяются неадекватные свободной конкуренции методы ценообразования, то это предполагает необходимость государственного мониторинга, суждения со стороны клиентов о качестве предоставляемых банками услуг именно с этих позиций.

### **3.3. Банковский монополизм как один из факторов «некачественных» цен на услуги кредитных организаций**

Существует мнение, что коммерческие банки функционируют в условиях значительной межбанковской конкуренции. Этот тезис активно поддерживается и развивается в средствах массовой информации, в банковских, финансовых кругах, среди потребителей банковских услуг. Причём, по мнению наиболее активных пропагандистов мифа о конкуренции на рынке услуг коммерческих банков, экономическое соперничество нарастает, приобретает более жёсткие формы, совершенствуется.

И всё же самыми неистовыми выразителями этого мнения, конечно же, являются коммерческие банки. Среди фактов, подтверждающих, по их разумению, рост конкурентной напряжённости: продолжающийся процесс банкротства коммерческих банков; нарастающая борьба за платёжеспособного клиента; ценовые войны, связанные с переделом рынка ссудных капиталов; практика недобросовестной рекламы и антиреклама, имеющая признаки «компромата» на конкурента и многое другое. Нельзя не согласиться, что всё перечисленное – объективно существующие реалии, которые, тем не менее, не являются абсолютным доказательством того, что конкурентные отношения между кредитными организациями приобретают более цивилизованный, то есть полезный для рынка и потребителей облик.

Из теоретических постулатов известно, что конкуренция способствует значительному росту качества поставляемых на рынок товаров и услуг. При развитых конкурентных отношениях успешная реализация произведённой продукции возможна лишь тогда, когда товаропроизводитель, либо торгующее предприятие предложат покупателям своих товаров наиболее выгодные по цене, качеству, характеру поставки условия.

И наоборот, неразвитость экономического соперничества, наличие явных проявлений монополизма способствует тому, что все те преимущества для потребителя, о которых говорилось выше, попросту исчезают. Как уже

не раз отмечено в различных источниках «...монополизация рынка негативно сказывается на тарифах, комиссионных вознаграждениях, ставках банков по предоставленным услугам» [16]. Хрестоматийные истины о том, что только лишь при конкуренции возможны экономически обоснованное снижение цен на товары и услуги, рост объёмов их потребления здесь в расчёт не принимаются.

Говоря об условиях ведения банковского бизнеса, с точки зрения типологии рынка, уточняем, что банки функционируют в условиях олигополии, при которой несколько кредитных организаций обслуживают потребности значительного числа покупателей банковских услуг.

Переход к рынку «запустил» в активный оборот большое количество понятий, смысловая нагрузка которых загадочна и даже вызывает недоумение. Среди них следует особо выделить «банковский монополизм». Отважимся утверждать, что банковский монополизм – дефиниция весьма туманная, не имеющая в России реального воплощения. Ведь различные аспекты монополизма банков не обозначены в научных исследованиях как проблемные, а законодатели и практики их попросту игнорируют.

Законодательная база этой проблематики глубиной не отличается. Наиболее значимым документом в этой области является Конституция РФ, определившая (ст. 34) основу отношения к монополизму, при котором «не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию». Эти вопросы нашли отражение и в ряде законов. К примеру, федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» обозначил «организационные и правовые основы предупреждения, ограничения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции» на товарных рынках. Есть закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», определивший предметом регулирования «отношения, влияющие на конкуренцию на рынке ценных бумаг, рынке банковских

услуг, рынке страховых услуг и рынке иных финансовых услуг и связанные с защитой конкуренции на рынке финансовых услуг».

Федеральный закон «О естественных монополиях» определяет правовые основы федеральной политики в отношении естественных монополий в России и направлен на достижение баланса интересов потребителей и субъектов естественных монополий, обеспечивающего доступность реализуемого ими товара для потребителей и эффективное функционирование субъектов естественных монополий.

В рамках требований Конституции РФ сформулированы антимонопольные правила, выведенные в ст. 32 Закона «О банках и банковской деятельности», в соответствии с которыми «кредитным организациям запрещается заключать соглашения и осуществлять согласованные действия, направленные на монополизацию рынка банковских услуг, а также на ограничение конкуренции в банковском деле». Здесь также (ст. 5) определён полный перечень услуг банков, подлежащих регулированию.

К нормативно-правовым актам, направленным на защиту рынка от произвола банков-монополистов можно отнести, пожалуй, ещё и Уголовный кодекс РФ (УК РФ), нормы которого (ст. 178 «Монополистические действия и ограничение конкуренции», гл. 22 «Преступления в сфере экономической деятельности») обозначают борьбу антимонопольных органов уголовно-правовыми средствами. Примечательно, что правовые нормы, направленные на защиту конкуренции, появляются в уголовном законодательстве не впервые. Принятие в 1991 г. первого российского антимонопольного закона (о нём нами сказано выше) потребовало соответствующих изменений и дополнений в действующий к тому времени УК. В этой связи гл. 7 УК «Должностные преступления» была дополнена ст. 175 «Нарушения антимонопольного законодательства», установившей уголовную ответственность должностных лиц органов власти, управления или хозяйствующих субъектов за неисполнение в срок законных предпи-

саний антимонопольных органов.

Мы перечислили фундаментальные правовые акты антимонопольного законодательства в отношении коммерческих банков и их услуг. В свою очередь приказы министерства Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства составляют методический пласт нормативно-правовых документов по этим проблемам. К примеру, приказ министерства № 466 от 21.06.2000 г. утверждает порядок определения доминирующего положения финансовой организации по управлению ценными бумагами. Другой приказ (№ 467 от 21.06.2000 г.) со ссылкой на соответствующий закон даёт перечень видов финансовых услуг (применительно к банкам речь идёт о банковских операциях и сделках), подлежащих антимонопольному регулированию. В третьем случае приказ данного ведомства (№ 730 от 02.10.2000 г.) утверждает методику определения оборота и границ рынка финансовых услуг.

Как видим, складывается некоторая законодательная и нормативная база, призванная обеспечить развитие и совершенствование конкурентных отношений. Между тем, это вовсе не предполагает, что ожидаемое качество будет достигнуто.

Всё же указанная база, ограниченная по объёму и неоднозначная по содержанию, не решает большинства проблем банковского монополизма. Как, к примеру, на практике министерство по антимонопольной политике реализует контроль исполнения положения главы 4 закона «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», запрещающего федеральным органам исполнительной власти Российской Федерации «предоставлять одной или нескольким финансовым организациям льготы, ставящие их в преимущественное положение по отношению к другим финансовым организациям, работающим на одном и том же финансовом рынке»? Ну, а если уж не силами администрации субъекта федерации, а исключительно собственным умением банку удалось сконцентрировать в пассивах большую

часть «бюджетных» счетов, фактически перекрыв рынок наиболее привлекательных краткосрочных ресурсов для банков-конкурентов то, как в этом случае будут оцениваться действия и состояние банка? Недобросовестная конкуренция? Доминирующее положение? Монополизация рынка? По этому поводу будет уместным обратиться к следующему [61].

«Согласно старой мудрой поговорке, не стоит доверять козлу стеречь капусту. Следует ли полагаться на государство в сохранении конкуренции в экономике? История государственного вмешательства в экономическую жизнь показывает, что забота об индивидуальных интересах конкурентов играла в ней, во всяком случае, не меньшую роль, чем забота о конкуренции. И это не одно и то же. Хотя в наших спорах так часто и легко одно подменяется другим. Отсюда можно сделать вывод. Государство предпринимает, либо вынуждено предпринимать такие действия, которые ограничивают возможности потенциальных продавцов предлагать конкурентам более выгодные условия или более привлекательные возможности. Эти действия государства накладывают ограничения на конкуренцию, несмотря на доводы в их защиту. Конечный результат определённых ограничений может заключаться в сохранении конкуренции, поскольку защищается значительное число конкурентов, которые в противном случае были бы вытеснены из отрасли. Но каков бы в некоторых случаях ни был долговременный эффект, любые оценки государственной политики в отношении конкуренции, важно начать с признания одного принципа: закон, который ограничивает конкуренцию, ограничивает конкуренцию. Одно из наиболее часто приводимых оправданий таких законов состоит в том, что они сохраняют конкуренцию, предотвращая «хищнические (*predatory*) действия»

Не всегда, тем не менее, мы находим тому достойное подтверждение.

Так, явная неуверенность законодателей и разработчиков правил и условий допуска на российский финансовый рынок банков с иностранным капиталом, а это выражается в непоследовательных действиях, принятии непродуманных разрешительно-запретительных решений, ставит под сомнение стремление государства улучшить конкурентную среду.

Вне всякого сомнения, заметное влияние на уровень конкуренции на рынке банковских услуг окажет вхождение России во Всемирную торго-

вую организацию (ВТО). С одной стороны, процесс проникновения иностранных банков не российский рынок создаёт дополнительные условия для развития экономического соперничества, способствует формированию более активной конкурентной среды. И в самом деле:

«Сбалансированное открытие национального рынка для прямой конкуренции с иностранными банками позволяет: повысить капитализацию и ёмкость национальной банковской отрасли за счёт средств иностранных банков; привлечь иностранные инвестиции, в том числе в развитие банковской отрасли; усилить конкуренцию в секторе банковских услуг, что приведёт к повышению их качества и снижению цены; использовать передовые банковские технологии и ноу-хау; осуществлять инвестиции в масштабах, значительно превышающих возможности российских банков» [34].

Вместе с тем, опережающие темпы интеграции инобанков в российскую экономику создают реальную угрозу дальнейшему относительно устойчивому развитию отечественной банковской системы поскольку:

«...средства, привлечённые на российском рынке, будут в основном вывозиться за рубеж и размещаться там. Такая ситуация наблюдается уже сегодня. Например, на 28 банков, подконтрольных нерезидентам в России, приходится 10% активов банковского сектора. Активы среднего банка этой группы почти в шесть раз превышали активы среднего российского банка. В их деятельности превалирует специализация, связанная с оттоком капитала. Чистые активы составляют 45% активов этой группы, что гораздо выше среднего уровня (18%). Доля же кредитов реальному сектору равна всего 27% по сравнению с 40% в среднем по банкам РФ. Зато депозиты физических лиц за 9 месяцев 2001 г. увеличились на 70%, что более чем вдвое превышает средние темпы прироста соответствующего показателя по банковской системе в целом» [34].

Даже приближённый, поверхностный анализ состояния российской банковской системы, конкретных коммерческих банков убеждает нас в том, что принимаемые меры недостаточны для решения масштабной задачи вывода отечественного банковского сектора на международный уровень конкурентоспособности.

Далее. Остаются неоспоримым фактом примеры, выстраивания бан-

ками своей ресурсной базы на 30% и более за счёт бюджетных средств: банк «Ханты-Мансийский» имеет в пассивах до 60,64% бюджетных средств, АК «БАРС» – 50,43%; «Ермак» – 73,43%; Далькомбанк – 38,12%; Татагропромбанк – 70,50%; «Таймыр» – 86,47%; Банк «Санкт-Петербург» – 31,52%. Банк Москвы, имея ресурсную базу в 11 раз меньшую, чем у крупнейшего федерального банка – Сбербанка России, по объёму привлечения бюджетных средств (28,8 млрд руб.) опередил Сбербанк. Доля бюджетных средств в пассивах Банка Москвы составляет 51,34% [49].

Институт так называемых уполномоченных коммерческих банков, действующих и в центре, и на периферии позволяет властным структурам влиять на концентрацию и активное использование в коммерческих целях бюджетных средств, снижая конкурентные возможности других банков (пример 3-3).

<b>ПРИМЕР 3-3</b>
<b>Развитие рынка финансовых услуг: вопросы конкурентной и антимонопольной политики</b>
<p>Сложившаяся система государственных банков, ориентированная на обслуживание околобюджетных потоков, тормозит развитие здоровых конкурентных отношений, аккумулируя значительную долю рыночных ресурсов и мешая нормальному процессу ценообразования на рынке денежного капитала ... Сохраняется концентрация активов банковской системы в крупнейших банковских учреждениях страны. На 50 крупнейших по активам банков приходилось более 75% суммарных активов банковской системы, почти 80% от общего кредитования юридических лиц, около 70% от общей суммы средств, привлечённых банками от предприятий и организаций. Показатели концентрации финансовых учреждений по активам свидетельствуют о достаточно высокой степени монополизации рынка банковских и страховых услуг, что в том числе вызвано сокращением общего числа зарегистрированных финансовых институтов ... Немаловажным вопросом остаётся использование бюджетных средств в качестве элемента недобросовестной конкуренции в регионах. Анализ поступающей из территориальных управлений МАП России позволяет сделать вывод о том, что в некоторых регионах складывается ситуация, когда местные руководители пытаются перераспределить бюджетные потоки в пользу «дружественных» кредитных организаций, минуя процедуры конкурсного отбора, установленные бюджетным и антимонопольным законодательством.</p>
<b>Источник: Журнал «Аналитический банковский журнал», № 1, 2001 г.</b>

Протекционизм органов федеральной и субфедеральной власти обеспечивает избранной части коммерческих банков поступление бесплатных ресурсов, создаёт льготный режим ведения банковского бизнеса. Перевод счетов бюджета на казначейскую основу видоизменил, конечно, эту проблему, но не решил её полностью.

На практике мы имеем достаточно примеров, когда решения в пользу того, либо иного банка принимает не рынок, а конкретные люди, облечённые властью (пример 3-4). Едва ли подобные действия госчиновников способствуют развитию и совершенствованию конкурентных отношений на рынке финансовых услуг.

<b>ПРИМЕР 3-4</b>
<b>Минфин ушёл из Автобанка</b>
<p>Как стало известно «Ъ», на днях Минфин приступил к переводу зарплатных счетов сотрудников из Автобанка во Внешторгбанк (ВТБ). В самом министерстве этот шаг своего руководства объясняют желанием перевести работающих здесь чиновников на обслуживание в дружественный госбанк. Как сообщили «Ъ» в Минфине, заявление об открытии карточных рублёвых счетов во Внешторгбанке сотрудники министерства написали на прошлой неделе. Факт перевода зарплатных счетов из Автобанка в ВТБ «Ъ» подтвердили в обоих банках и в пресс-службе Минфина. Информацией о конкретных сроках выдачи пластиковых карт ВТБ, по которым сотрудники Минфина будут получать зарплату, в пресс-службе министерства не располагают. «Причин, по которым осуществляется такой перевод, нам не сообщили», – заявил «Ъ» представитель пресс-службы Минфина. Однако в кулуарах министерства прозвучало следующее объяснение со ссылкой на руководство: «Госслужащий должен получать зарплату в госбанке». Правда, до сих пор тот факт, что Автобанк не является госбанком, Минфин не смущал. Куда более правдоподобна другая версия происходящего: Минфин недоволен скандалом вокруг банка, акции которого уже год пытается отсудить его бывший владелец Андрей Андреев. Впрочем, потеря клиента в лице Минфина не слишком ударит по финансовым интересам Автобанка и его нового владельца – ИБГ «НИКойл». Ведь в штате Минфина всего 1 657 сотрудников. Другое дело, как на это отреагируют другие клиенты, ведь Минфин – это имиджевый клиент. Выбор госбанка в лице ВТБ не случаен. Напомним, что с осени прошлого года наблюдательный совет этого банка возглавляет министр финансов Алексей Кудрин. «Минфин – это один из наиболее значимых и важных для нас клиентов с большим количеством работников и с хорошей перспективой выстраивания зарплатных схем с использованием карт», – считает вице-президент Внешторгбанка Василий Титов: по его мнению, решение руководства Минфина о переводе зарплатных счетов его сотрудников в ВТБ продиктовано соображениями удобства».</p>
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 38, 2003 г.</b>

Поскольку организован и действует институт уполномоченных банков и существует практика монополизации рынка через привлечение бюджетных средств, возможно, стоит ограничить перечень услуг и операций, проводимых уполномоченными банками? Мы понимаем председателя Комитета по кредитным организациям и финансовым рынкам Госдумы РФ А.Н. Шохина: «В силу лёгкого доступа к бюджетным ресурсам уполномоченные банки не должны иметь возможность действовать в других секторах рынка банковских услуг. Иначе они вступают в недобросовестную конкуренцию с коммерческими банками, не имеющими столь лёгкого доступа к бюджетным средствам» [63].

К вопросам, не имеющим пока законодательного решения, следует отнести и состояние крупнейшего российского монополиста де-факто – Сбербанка России, концентрация денежных средств населения у которого, превышает семьдесят процентов. Не имея официального статуса банка, действия которого направлены на монополизацию рынка банковских услуг и ограничение конкуренции в банковском деле, Сбербанк России, тем не менее, сосредоточил в своих пассивах большую часть рублёвых и валютных средств населения из общего числа денег, доверенных частными лицами банкам. На начало 2001 г. во вклады физических лиц Сбербанк России привлек более 340 млрд руб. В то же самое время общий объём привлечения средств физических лиц всеми коммерческими банками страны – 453, 2 млрд руб. Банк усиливает свое присутствие и на рынке валютных депозитов, повысив в первом квартале 2001 г. долю с 45,3% до 54,3%. «Проблема актуальна не только в связи с обращениями граждан, но и по объективным экономическим причинам. Удельный вес Сбербанка РФ в совокупных активах банковской системы составляет на 01.10.2000 г. – 26,3; в остатках средств на расчётных и текущих счетах клиентов – 20,2%; в объёме кредитов реальному сектору экономики – 30,4%; в общем объёме вложений в государственные ценные бумаги в рублях – 59,7%; в общем

объёме вкладов населения – 76%. Кредитная и тарифная политика Сбербанка России оказывает сильное влияние на работу других кредитных организаций. Имеет макроэкономическое и социальное значение. Рыночная капитализация Сбербанка РФ на 01.09.2000 г. составила лишь 714 млн долл., что уступает крупнейшим банкам Польши и Чехии (капитализация американского Citicorp приближается к отметке 250 млрд долл.)» [5].

Продолжая тему Сбербанка России, отметим, что это – крупнейшая полугосударственная коммерческая банковская структура доминирует не только на рынке привлечения средств физических лиц. За 1999-2000 гг. кредитная политика Сбербанка России и его место на кредитном рынке страны претерпели значительные изменения. Доля банка на рынке кредитов предприятиям увеличилась с 20 до 40% [64]. Величина ссудного портфеля банка к 01.01.2001 г. достигла 281 млрд руб. [42], в то время как суммарный объём кредитов, предоставленных всеми банками, составил 956 млрд руб.).

В последнее время действительный статус отдельных российских банков стал вызывать повышенный интерес общественности. Появились мнения, выражающие озабоченность монопольным положением наиболее влиятельных из них: «Истинная демонополизация рынка банковских услуг в том смысле, как её трактует закон (закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» – Ю.Г., Ю.Р.) без разрушения самой структуры Сбербанка невозможна (что в краткосрочной перспективе и невозможно, и нежелательно)» [42]. Ну, зачем же «разрушать»? Такой банк можно попросту «распилить» на сеть дочерних банков. Деление Сбербанка по «окружному» принципу делает такой механизм создания дочек практически безболезненным. Да и субъекты Федерации получили бы мощные банки, действительно заинтересованные в развитии регионов, а не как сейчас, перекачивающих деньги в центр.

Будет справедливым, если мы обратимся и к опыту зарубежных стран.

Ведь мировая банковская система также идёт по пути роста концентрации банковского капитала. Так «... количество банков в США сократилось с 13 123 в 1988 г. до 9 215 в 1997 г. Эта страна характеризуется низкой концентрацией банковского капитала (26% в 1997 г.). Однако страны с уже имевшейся значительной концентрацией банковского капитала в 1980 г. (например, Швеция, Нидерланды) также показали дальнейшее значительное увеличение этого показателя к 1997 г.» [9].

Каким же образом монопольное положение ряда коммерческих банков влияет на процесс ценообразования услуг?

Прежде чем говорить об этом влиянии определимся с типом самого рынка. С точки зрения монополизации рынок банковских услуг, если его рассматривать как единый рынок, следует определить как рынок несовершенной конкуренции. Это утверждение вытекает из состояния данного рынка: на рынке действует ограниченное число системообразующих банков, поддерживаемых в различных формах государством, органами управления субъектов федерации и занимающих господствующее положение на рынке. (До кризиса 1998 г. Банк России называл их «опорными». Но, после разрушения большинства этих банков, отказался от этого термина). Это же обстоятельство характеризует рынок банковских услуг как олигополию.

Ценовое давление, а в некоторых случаях и диктат банков-монополистов можно наблюдать в различных сферах ведения банковского бизнеса. Наиболее отчётливо это давление проявляется на рынках стратегически важных, значимых для любого коммерческого банка, там, где происходит формирование и размещение банковских ресурсов. Именно здесь, на рынке ссудных капиталов образуется большая часть доходов коммерческих банков.

Занимая доминирующее положение на рынках федерального, регионального или же городского уровня, коммерческие банки имеют возможность влиять на общий уровень цен предлагаемых услуг, добиваясь при

этом роли ценового лидера.

Мы уж говорили о практике создания и укрепления позиций уполномоченных банков, формирующих ресурсную базу за счёт бюджетных средств и концентрируя большую их часть в собственных пассивах. Индальгенция в отношении бюджетных средств, полученная уполномоченными банками, обеспечивает реальные преимущества перед банками-конкурентами. Среди таких преимуществ – экономическая основа ведения долгосрочного ценового спора на наиболее привлекательных рынках. Известно, что в условиях олигополии метод ценовой конкуренции теряет актуальность (длительное её ведение истощает банковские ресурсы). На многих рынках предпочтение отдаётся неценовым методам экономического соперничества. Вместе с тем, когда речь идёт о возможностях уполномоченных банков, с точки зрения ценовой конкуренции им нет равных. Поскольку себестоимость привлечённых ими ресурсов ничтожно мала, а внутренняя стоимость банковских услуг<sup>6</sup> сопоставима с банками-конкурентами, общая «цена» ресурсной базы позволяет уполномоченным банкам удерживать, к примеру, на рынке кредитования юридических лиц наименьшую из возможных конкурентных величин ссудного процента, обеспечивая при этом отбор и кредитование наиболее эффективных проектов. Будет справедливым, если мы обратим внимание на существование иных подходов к распределению привлекательных ресурсов, например, средств пенсионного фонда России (пример 3-5). В этом случае можно говорить о «рыночном» подходе к распределению ресурсов.

Другим примером влияния монопольного положения банка на состояние цен банковских услуг может служить практика установления процентных ставок на депозиты физических лиц. Зарубежный опыт свидетельствует, что в условиях жёсткой конкуренции борьба за данную

---

<sup>6</sup> Коэффициент, характеризующий сложившуюся величину затрат, не покрытых полученными комиссионными и прочими доходами, на каждый рубль продуктивно размещенных средств.

группу депозитов, открываемых в коммерческих банках, не позволяет отдельным банкам осуществлять на финансовом рынке контроль над ценами [48]. Здесь не отдельные банки, а рынок, в конечном счёте, устанавливает уровень цен.

<b>ПРИМЕР 3-5</b>
<b>Пенсионные накопления поделят десять банков</b>
<p>В распоряжении «Ъ» оказался проект постановления «О порядке и критериях отбора кредитных организаций для обслуживания операций со средствами обязательного пенсионного страхования». Приложение № 1 к нему устанавливает критерии, по которым правительство отберёт банки для обслуживания всех сделок и операций с пенсионными накоплениями. Они начнутся уже в этом году, когда средства пенсионных накоплений начнут уходить из госсистемы в частные управляющие компании. Процесс передачи и инвестирования пенсионных накоплений тесно переплетается с банковским обслуживанием. ПФР будет передавать средства в управляющие компании через банковские счета... Таким образом, каждая пенсионная копейка будет так или иначе отражена на банковских счетах. В результате через банковскую систему будут ежегодно проходить сотни миллиардов рублей. Однако пойдут они далеко не через все банки. Обслуживать операции с пенсионными накоплениями смогут лишь банки, победившие в правительственном конкурсе. Даже критерии. Позволяющие участвовать в нём, весьма строги. Эти требования отсекали более 99% участников рынка. Оценив лишь количественные критерии. Можно говорить не более чем о восьми-десяти банках-участниках. Среди них Банк Москвы, Внешторгбанк, Газпромбанк, Росбанк, «Петрокоммерц», МДМ-банк. Когда определятся участники конкурса, конкурсная комиссия будет оценивать их по конкурсным показателям и набранным баллам.</p>
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 40, 2003 г.</b>

В отечественной практике большинство банков из тех, которые полагают лицензией Банка России на привлечение средств населения (96,1% всех банков), имея в своём арсенале набор различных видов вкладов, различающихся как по срокам привлечения, так и по цене, основные параметры депозитов (и в первую очередь, процентные ставки) формируют под влиянием ценовых и прочих характеристик банков, занимающих доминирующее положение.

Выступая в качестве ценовых ориентиров, процентные ставки, устанавливаемые банками-лидерами (бесспорным лидером на рынке привлече-

ния средств физических лиц, как уже отмечено выше, является Сбербанк России) обозначают интервалы, в пределах которых прочие банки реализуют депозитную политику. Изменение цен на определённый вид или целую группу вкладов банком-лидером служит сигналом для соответствующей корректировки цен прочими банками.

С проявлением недобросовестной конкуренции со стороны доминирующего банка можно столкнуться и на рынке валютно-обменных операций. Специфика ценообразования услуг банков при покупке-продаже наличной иностранной валюты такова, что уровень цен (нижний и верхний пределы курсов валют, устанавливаемых коммерческими банками), в законодательном плане практически не ограничен. Исключением являются ограничения, устанавливающие предел отклонения курса покупки наличной иностранной валюты и платёжных документов в иностранной валюте за наличные рубли от курса их продажи за наличные рубли в размере 15%.

В силу различных причин, созданных самими же банками и носящих тактический характер (избыток или недостаток инвалюты, решение о необходимости изменения доли, занимаемой на рынке, проблемы рублёвой ликвидности и т.п.), банки могут прибегнуть к ценовым атакам на конкурентов, устанавливая курсы иностранной валюты, неадекватно отражающие состояние цен на рынке. Доминирующее положение в этом случае позволяет банку «скорректировать» рыночную цену в своих интересах. Отметим: меры ценового давления со стороны таких банков на федеральном уровне менее ощутимы, чем, например, на региональных рынках.

В рамках практики ценообразования банковских услуг и воздействия на цены со стороны коммерческих банков-монополистов необходимо обратить внимание ещё на один аспект. Финансовые организации (коммерческие банки, в том числе), занимающие доминирующее положение, как это определено законом «О защите конкуренции на рынке финансовых

услуг», не имеют права устанавливать цены банковских услуг такими, как это им представляется необходимым в каждом конкретном случае. На это прямо указывает статья «Злоупотребление финансовой организацией доминирующим положением». При этом «установление при заключении договора необоснованно высокой (низкой) цены на предоставляемую финансовую услугу» рассматривается как противоправное действие, нарушение антимонопольного законодательства, влекущего за собой «гражданско-правовую, административную или иную ответственность».

Напомним, не все банковские услуги являются предметом контроля со стороны антимонопольных органов. Из перечня видов финансовых услуг, подлежащих антимонопольному регулированию, выпадают операции и услуги, оказываемые банками, но не относящиеся к банковским операциям и услугам.

Общеизвестно, что коммерческие банки осуществляют свою деятельность на различных рынках. На рынке услуг по операциям с недвижимостью банки осуществляют брокерскую деятельность, инвестируют капитал в недвижимость, проводят ипотечное кредитование, аукционную реализацию объектов недвижимости. На рынке интеллектуально-информационных продуктов банки осуществляют финансовое консультирование физических и юридических лиц, финансовое планирование и консультирование небольших кредитных организаций, информационное обслуживание, экономическую экспертизу проектов. Значительно, и не без основания, расширен интерес банков к услугам на рынке так называемых специальных услуг, среди которых можно выделить наиболее заметные услуги: расчётно-кассовое обслуживание, ведение банковских счетов, хранение ценностей. В рамках диверсификации услуг и расширения стратегических зон ведения бизнеса банками активно осваиваются другие рынки и предлагаются новый ряд услуг.

Среди новейших услуг, освоенных банками и предложенных ими на

рынках – брокерские услуги по купле-продаже страховых полисов, участие в деятельности страховых компаний, брокерские операции с ценными бумагами, консультирование в области налогообложения, управление пенсионными программами, финансовое консультирование руководящего персонала предприятий-клиентов, предложение займов по программам развития малого бизнеса и другие. Налицо расширение номенклатуры неконтролируемых антимонопольными органами услуг, операций и сделок, проводимых коммерческими банками. Следовательно, потенциальная монополизация отдельных рынков частью банков, опережает законодательную базу и подтверждает её слабость. Между тем у МАПа есть и определённые успехи (пример 3-6).

<b>ПРИМЕР 3-6</b>
<b>Банк Москвы проигрывает МАПу</b>
<p>Министерство по антимонопольной политике оказалось как никогда близко к первой крупной победе в защите конкуренции на финансовых рынках. Вчера Арбитражный суд Московского округа удовлетворил кассационную жалобу МАПа и признал законность его требования к правительству Москвы отменить распоряжение о переводе счетов муниципальных организаций в Банк Москвы, контрольный пакет акций которого принадлежит городским властям. В марте 2001 г. Департамент государственного и муниципального имущества (ДГМИ) города Москвы рекомендовал государственным унитарным предприятиям и учреждениям города перевести бюджетные счета в Банк Москвы. В декабре МАП признал, что это распоряжение нарушает антимонопольное законодательство, и представил ДГМИ отменить распоряжение. Но ДГМИ подал иск об отмене предписания МАПа. В первой инстанции МАП выиграл, но проиграл апелляцию.</p>
<b>Источник: «Ведомости», 04.04.2002 г.</b>

Интенсивное освоение новых (для банков) услуг – объективный процесс, вызванный усиливающейся конкуренцией, как со стороны других финансовых организаций, так и в связи с энергичными усилиями по внедрению в банковское дело небанковских институтов, к примеру, фирм, осуществляющих торговлю ценными бумагами. Современный банк рассматривается как финансовый институт, предлагающий широчайший спектр услуг, прежде всего, относящихся к кредитам, сбережениям и

платежам, и выполняющий многообразные финансовые функции в отношении различных сфер экономики.

Подведём итог. На фоне развернувшихся бурных дискуссий относительно реформы российской банковской системы, предусматривающей, в том числе, законодательное оформление порядка гарантирования банковских вкладов, исключения (как альтернатива – значительного вывода) доли государства из капитала коммерческих банков, изменение статуса Банка России, проблемам защиты и развития конкуренции, фактам злоупотребления банками доминирующим положением на рынках банковских услуг, проявлениям монополизма в банковской сфере внимания, как и прежде, уделяется мало.

Усиление монополии отдельных банков, функционирующих как в границах федерального, так и региональных (городских) рынков банковских услуг не стало предметом широкого обсуждения среди профессионалов, темой научных исследований. Недостаточная правовая защита конкуренции на рынке банковских услуг, лояльность антимонопольных органов к банкам-нарушителям способствует развитию концентрации капитала банковских структур. Перечень негативных последствий активного функционирования банков-монополистов и их экономического воздействия на состояние рынка банковских услуг включает, помимо прочего, и диктат цен на рынке, ведущий к снижению потенциала конкурентной среды, ослаблению позиций банков-конкурентов и ущемлению их законных прав и прав потребителей услуг.

Решение отмеченных проблем нельзя ожидать в ближайшее время. Консерватизм властей, слабость российской банковской науки, отсутствие действенной системы арбитражного судопроизводства в части борьбы с монополизмом, да и современное состояние отечественной кредитной сферы, пока не расположенной к основательным преобразованиям, внушают стойкий пессимизм.

### 3.4. Уровень цен на банковские услуги и система рефинансирования коммерческих банков

Мы уже говорили о том, **что** способствует определению цен на услуги коммерческих банков; приведены различные примеры установления цен, предприняты попытки объяснить логику действий банковского менеджмента, принимающего решение относительно величины платы по оказанным потребителям услугам. Очевидно, что количественные значения цен формируются под воздействием как внутренних, так и внешних факторов. Говоря о коммерческом банке, как об открытой системе, которая «... не является самообеспечивающейся, ... зависит от энергии, информации и материалов, поступающих извне, ... имеет способность приспосабливаться к изменениям во внешней среде и должна делать это, для того, чтобы продолжить своё функционирование» [29], мы подразумеваем, что любая величина цены, установленная в банке и предъявленная рынку, сформирована как под воздействием внутренних, так и внешних факторов.

Нет, и не может быть цены на услуги коммерческих банков, отражающей влияние только лишь внутренних сил, например, общественной цены производства. В конечном итоге данный фактор не является единственным, так как мотивами установления конкретного значения цены обязательно будут и внешние факторы. Если же мы говорим, что цена сформирована под воздействием внешних факторов, к примеру, конкуренции, это вовсе не означает, что на принятие решения о цене никак не повлияли факторы внутренние.

Принято считать, что так называемая «ставка рефинансирования Центрального банка» (в практике банковской системы США известна как учётная ставка Федеральной резервной системы) оказывает самое непосредственное влияние на уровень цен коммерческих банков, точнее сказать, на уровень процентов по привлечённым и размещённым ресурсам,

стимулирует изменения объёмов денежной массы в стране, развивает активность в реальной экономике. В этой связи, как следует из доклада Банка России [38]: «...обоснованное снижение рыночных процентных ставок, удешевление кредита – это критическая точка, с достижением которой открывается возможность разрешения ряда хронических проблем развития российской экономики:

- создаются реальные условия для развязывания кризиса неплатежей, свёртывания бартера, для реального укрепления платёжной и финансовой дисциплины;

- появляются условия для пополнения оборотных средств и улучшается финансовое положение жизнеспособных предприятий; объективно выявляются и те производства, которые неконкурентоспособны и тормозят развитие всей экономики;

- у предприятий появляется реальная возможность наращивать накопление и осуществлять эффективные инвестиции в развитие производства.

... Банком России достаточно часто пересматривалась ставка рефинансирования, что соответствовало поставленной задаче её постепенного снижения в русле общей политики по снижению рыночных процентных ставок и доходности финансовых инструментов. Учитывая экономическую ситуацию и замедление темпов инфляции, Банк России постепенно снизил ставку рефинансирования со 160 до 24% годовых».

Вне всякого сомнения, здесь присутствует стремление главного банка страны доступными методами, без административного нажима влиять на банковские цены. Так и есть, что на протяжении длительного периода действовало правило, когда ставка рефинансирования «управляла» ценой банковских кредитов и депозитов; представляла собой реальный инструмент, грамотное использование которого могло оказывать существенное влияние на общий уровень рыночных цен (и не только на услуги финансо-

вых институтов). Установленный порядок, можно сказать, система отражали общемировую тенденцию (пример 3-7).

#### **ПРИМЕР 3-7**

Процентная ставка, по которой ФРС готова предоставлять кредиты коммерческим банкам, известна как учётная (дисконтная) ставка. Частные банки используют эту возможность получения кредита в двух различных целях: 1) для корректировки уровня наличных денежных резервов в случае, когда они не достигают желаемого или требуемого норматива регулирования ФРС уровня; 2) для получения в своё распоряжение средств, которые банк может одолжить клиентам, если это принесёт ему прибыль. Центральные банки обладают мощным средством, которое они могут использовать для воздействия на предложение денег высокой эффективности (*наличность в обращении вместе с резервами наличности, хранящиеся в центральном банке – Ю.Г., Ю.Р.*) и объёмов кредитования, доступных частному сектору: они могут поднимать и снижать учётную ставку. Её снижение повышает для банков привлекательность займа через дисконтное окно, а когда число займов увеличивается, расширяется денежная база и доступность кредитов в экономике. Напротив, увеличение учётной ставки снижает для частного финансового сектора привлекательность заимствования у центрального банка. Более высокая ставка дисконта может даже стимулировать досрочное возвращение ранее взятых кредитов.

**Источник: Сакс Дж., Ларрен Ф.Б. Макроэкономика. Глобальный подход.**

Это – иллюстрация наиболее устойчиво работающего механизма денежно-кредитного регулирования. Заимствованная у Запада (в первую очередь, у США) модель управления денежной массой демонстрирует способность решать в условиях российской экономики сложные задачи сдерживания инфляции.

Между тем, этот механизм далёк от совершенства:

«Экономисты-монетаристы, включая Милтона Фридмена и других, в частности, Роберта Лукаса из Чикагского университета, однозначно считают, что Fed не следует увлекаться активной денежной политикой, пытаясь вывести страну из экономического спада или препятствуя инфляции... Они утверждают, что подобная политика, несмотря на хорошие намерения, слишком часто проводится неправильно и в итоге может не уменьшить, а, наоборот, усилить экономическую нестабильность и инфляцию. Для того, чтобы избежать соблазна проводить активную денежную политику путём операций на открытом рынке или посредством изменения учётных ставок и резервных требований, приверженцы монетарной теории предлагают Fed неукоснительно следовать простому правилу –

правилу постоянного роста денежной массы. Правило постоянного роста денежной массы состоит в необходимости поддержания постоянных темпов роста объёма денег; эти темпы должны быть в то же время достаточно низкими, чтобы избежать значительной инфляции» [59].

Этим, как видно, сказано немало. И в рамках сложившейся к началу 2003 г. модели, адаптированной к российским реалиям, мы просматриваем серьёзные отклонения от «стандарта». Сложилась практика, когда ставка рефинансирования, ранее, как известно, в полной мере отражающая общий уровень цен на банковские ссуды и депозиты, перестала выполнять функцию полноценного общеэкономического индикатора, некоего мерила, если хотите, ориентира, на который волей-неволей «равнялись» рыночные ставки.

Рассмотрим ситуацию более внимательно и разберёмся в ней, проанализировав российскую практику. Фактические темпы роста потребительских цен в РФ уже не первый год превышают целевые ориентиры. Расчёты Банка России по росту потребительских цен в 2001 г. на 12%, уже к 01.10.01 г. не подтвердились: рост цен за девять месяцев составил 15,2%. В целом же по году этот показатель остановился на отметке 18,6%.

Несмотря на то, что воздействие Правительства и Банка России на инфляционные процессы ограничено (многие рычаги находятся вне сферы контроля Банка России и относятся к структурным факторам ценообразования), использование отдельных инструментов составляют государственную экономическую политику.

Последовательное формирование и отладка рыночных механизмов, действующих в условиях российской экономики, не исключает, как нам известно, государственное управление, точнее сказать, регулирование, отдельных, в первую очередь, ключевых её направлений.

В смешанной экономике, а российская экономика к таковой уже может быть отнесена, государственные органы власти и управления играют

значительную роль. Осуществляя финансирование собственной деятельности через государственную систему налогов, госструктуры оказывают как прямое, так и косвенное воздействие на цены, процентные ставки, объём и структуру производства. В отличие от первых пореформенных лет, для которых была характерна «беспомощность центральной государственной власти, доходившая до полного паралича» [62], сегодня роль государства в регулировании экономики стала более весомой, осмысленной и, что очень важно, прозрачной.

Макроэкономическое регулирование, осуществляемое государством, обрело реальные очертания лишь в середине 90-х гг., когда резко обострились проблемы обвала производства, инфляции, безработицы, «бегства» капитала и другие. Важнейшей составляющей современной экономической политики Правительства РФ при этом стало денежно-кредитное регулирование, основная цель которого – достижение стабильного экономического роста, подавление инфляции, выравнивание платёжного баланса.

Одним из инструментов денежно-кредитного регулирования, осуществляемого Правительством совместно с Банком России, является рефинансирование банков с учётом того, что формы, порядок и условия рефинансирования устанавливаются Банком России.

Для понимания того, насколько инструмент рефинансирования банков действенен и оказывает влияние на экономические процессы в стране, стимулирует снижение цены на ссудный капитал, влияет на деятельность ссудозаёмщиков, прежде всего, промышленных предприятий, обратимся за помощью к статистике.

Известно, что кризис 1998 г. оказал благоприятное воздействие на активность банков при кредитовании предприятий реального сектора, домохозяйств, других субъектов хозяйства и права. При этом заметно возрос объём полученных различными категориями заёмщиков кредитов.

Так, к концу 1999 г. объём кредитования (без учёта кредитов банкам)

составил 507,1 млрд руб. (годовой темп прироста – 1,4 раза); 2000 г. – 851,5 млрд руб. (в 1,7 раза); 2001 г. – 1337,4 млрд руб. (в 1,6 раза) [11].

На этом фоне «общая сумма задолженности по кредитам Банка России по состоянию на 1 октября 2001 г. составила 11,5 млрд руб., что на 1,1 млрд руб. меньше, чем на 1 января 2001 г. 10,5 млрд руб. – составляет задолженность по кредитам, предоставленным Банком России банкам в мае 1998-1999 гг. по отдельным решениям Совета директоров Банка России...» [40]. Если же учесть, что выделенные банкам 10,5 млрд руб. это «стабилизационные кредиты» [18], становится ясным, что рефинансируя банки на сумму около 1,0 млрд руб., Банк России попросту игнорирует важнейший инструмент денежно-кредитной политики – рефинансирование банков, ограничивая тем самым способность банков кредитовать реальный сектор экономики.

Дадим количественную характеристику участия главного банка страны в восстановлении кредитных возможностей коммерческих банков и рассчитаем показатель рефинансирования. Значение показателя, как оказывается, мизерное и не превышает 0,08% кредитов коммерческих банков. Это означает, что предприятиям промышленности, сельского хозяйства, транспорта, торговли и прочим отраслям экономики, физическим лицам банковский капитал ссужается по максимально высоким рыночным ставкам.

Вновь обратимся к зарубежным источникам. П. Роуз подчёркивает: «Повышая учётную ставку, ФРС делает более дорогими новые займы, предоставляемые с использованием «учётного окна». Это удерживает некоторые банки от заимствования резервов, что может вести к замедлению темпов роста банковского кредита. Снижение учётной ставки стимулирует заимствование банками средств у ФРС. В этой ситуации банки могут начать проведение более либеральной политики в предоставлении кредитов своим клиентам. Изменение учётной ставки как будто влияет на другие процентные ставки финансовой системы, обычно смещая их в том

же направлении, в каком меняется учётная ставка. Наконец, изменение учётной ставки, по-видимому, оказывает психологическое «уведомительное воздействие» настраивая потребителя на рост или снижение процентных ставок» [48].

В развитых странах ставка рефинансирования относится к важным инструментам денежно-кредитного регулирования. С её помощью центральные банки воздействуют на ставки межбанковского рынка, цену депозитов физических и юридических лиц, величину ссудного процента. Практика показывает, что даже незначительное изменение учётной ставки ФРС США, нередко выражаемое четвертью процента, оказывает значительное влияние на состояние экономики, поскольку при изменении ставки «включается» тонкий механизм настройки важных экономических процессов.

Когда речь идёт об отечественной экономике, особенно на современном её этапе, о заметном влиянии ставки рефинансирования на основные макроэкономические и денежно-кредитные показатели говорить не приходится. Мы не находим каузальной связи между изменением объёмов ВВП, денежной массы, уровня инфляции, средневзвешенных ставок по кредитам и учётной ставкой Банка России (пример 3-8).

Между тем, оппоненты могут возразить: «А как же быть с налогообложением? Ведь ставка Банка России в этом вопросе крайне важна». Так и есть, в кредитных отношениях предприятий реального сектора и банков ставка рефинансирования играет роль индикатора предельной ставки по банковскому кредиту, при которой затраты по уплате процентов за пользование ссудой могут быть отнесены на себестоимость работ и услуг.

Однако, средневзвешенные ставки по краткосрочным (до 1 года) банковским кредитам, предоставленным юридическим лицам, уже к началу 2002 г. не превышали 18,5%. Это означает, что, например, снижение ставки с 25% (данная ставка действовала до 08.04.02 г. включительно) до 23% никакой принципиальной роли для основных, «стратегических» заёмщиков

банков не сыграло. Затронуты лишь интересы клиентов, формирующих меньшую часть кредитного портфеля банков и оказывающих незначительное влияние на общие результаты деятельности в своих отраслях.

**ПРИМЕР 3-8**

Банк России с 17 февраля снизил ставку рефинансирования с 21 до 18%. Это девятое последовательное понижение ставки с лета 1999 года. Нынешнее значение ставки рефинансирования – минимальное за последние пятнадцать лет существования рыночного типа в России. Однако конечным заёмщикам не стоит ожидать автоматического удешевления рублёвых кредитов. Ведь если в зарубежных странах ставка рефинансирования центрального банка задаёт нижний уровень безрисковой стоимости денежных ресурсов в экономике и все рыночные ставки превышают её и следуют в своей динамике за ставкой рефинансирования, то в России ситуация обратная. Ставка рефинансирования систематически ниже средней рыночной кредитной ставки и в своём движении следует за изменением номинальной кредитной ставки и инфляции. А механизм рефинансирования коммерческих банков со стороны ЦБ так и не создан. ... Так, доходность ОФЗ со сроком обращения 9,5 года составляет сейчас 10,6% годовых, ставка на рынке МБК сроком на один месяц колеблется от 10 до 15% годовых, а кредитные ставки предприятиям – от 15 до 17% годовых. Единственное, весьма вероятное следствие решения ЦБ – снижение уровня ставок по депозитам в Сбербанке, а вслед за ним – и в коммерческих банках, хотя уже более двух лет средний уровень ставок по вкладам даже не покрывает инфляцию. Интересно отметить, что стоимость рублёвых кредитов предприятиям в последние два года находится на уровне, едва превышающем инфляцию, так что средняя реальная ставка по кредитам слабо положительна. В этом смысле сетования предпринимателей на дороговизну кредитов банкирам на свой счёт относить не стоит: номинальная кредитная ставка снижается в меру торможения инфляции. А работать себе в убыток банкиры не могут, тем более что реальная ставка по рублёвым депозитам и так отрицательная, что тормозит рост депозитной базы.

**Источник:** Журнал «Эксперт», № 7, 2003 г.

Другим инструментом денежно-кредитной политики Правительства и Банка России является управление денежной массой через установление ориентиров её роста. Из экономической теории известно, что состояние денежной массы и уровень банковского процента по ссудам имеют тесную, причинно-следственную связь. Эта связь характеризуется обратной зависимостью значений: рост денежной массы сопровождается снижением средней величины ссудного процента. Изучая динамику ряда интересующих нас показателей, находим подтверждение этому (см. рис. 3.5).

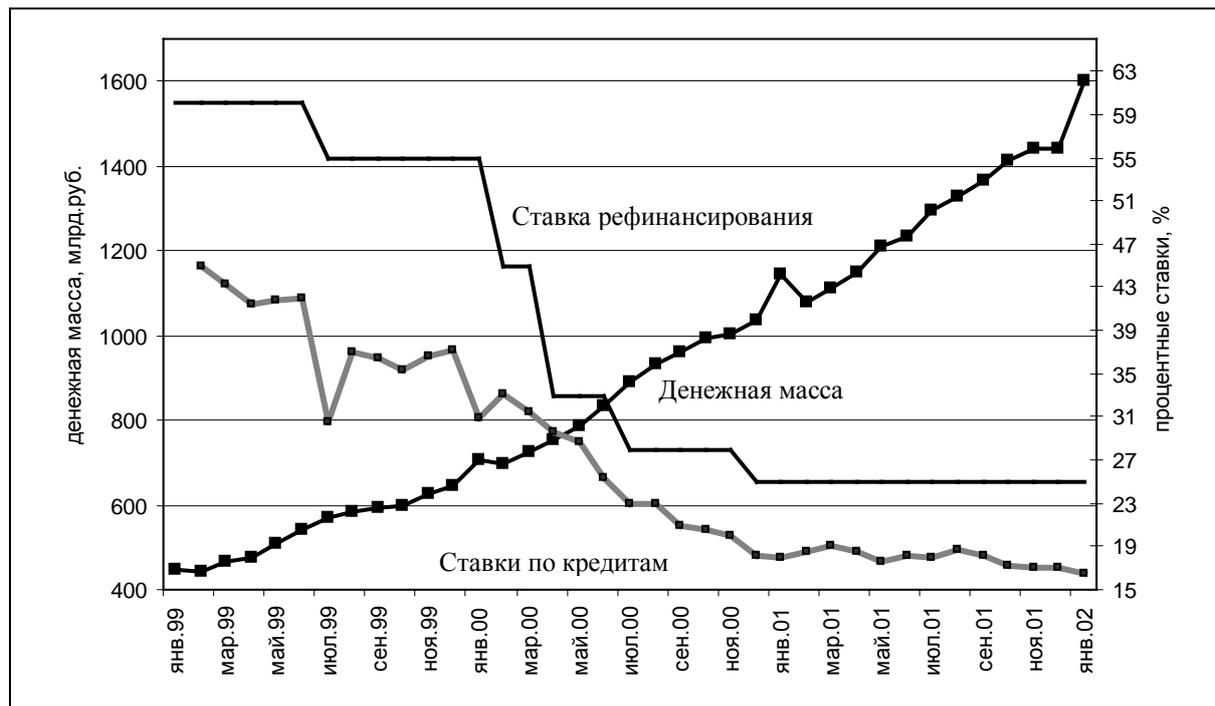


Рис. 3.5. Корреляция значений денежной массы и процентов по кредитам

Примечательно, что в течение трёх лет (1999-2001 гг.) ставка рефинансирования, хотя и «следовала» за ссудным процентом (как видно из рис. 3.5), между тем, заметно от него отставала: на фоне ставки Банка России, среднее значение ссудного процента коммерческих банков оставалось ниже. Справедливости ради следует отметить, что ставка рефинансирования уже в ближайшее время будет «работать» так, как ей и предписано теорией. Тому есть некоторые предпосылки (пример 3-9).

Дж. М. Кейнс утверждал, что «изменение количества денег оказывает влияние на величину эффективного спроса, прежде всего посредством воздействия на норму процента» [22]. Тем самым, снижение рыночной нормы процента, ведёт к росту выгоды от капиталовложений; стимулирует совокупный инвестиционный и потребительский спрос. Значит, сложившиеся в российской экономике тенденции, следует воспринимать как некоторый сигнал, подтверждающий позитивные сдвиги в вопросе ценовой привлекательности предлагаемого на рынке ссудного капитала.

<b>ПРИМЕР 3-9</b>
<b>ЦБ РФ намерен сделать «работающей» ставку рефинансирования банков</b>
<p>Москва. Банк России планирует изменить статус ставки рефинансирования и сделать её более «работающей» при проведении операций по кредитованию банков, сообщил первый заместитель председателя ЦБ РФ Олег Вьюгин, выступая на конференции «Кредитование экономического роста: проблемы и перспективы», организованной Институтом комплексных стратегических исследований. «Ставка рефинансирования должна равняться ставке «окна постоянного доступа», – сказал он, пояснив, что под этим он имеет в виду однодневные кредиты». О. Вьюгин считает, что «ставка открытого окна» должна быть достаточно высокой, поскольку к этому роду заимствований кредитные организации смогут обратиться в любой момент. На сегодняшний день однодневное кредитование производится Банком России посредством операций РЕПО. О. Вьюгин отметил, что ЦБ РФ планирует установить коридор для процентных ставок по депозитам и однодневным кредитам. Он подчеркнул, что ставки не будут объявляться, а Банк России «будет их иметь в виду, исходя из понимания уровня инфляции». «Мы создадим достаточно ясные ориентиры по процентным ставкам на денежном рынке, подчеркнул первый зампред ЦБ РФ». Вместе с тем он отметил, что совет директоров Банка России пока не принимал никаких решений по этому поводу.</p>
<b>Источник: Журнал «Финансы и кредит», № 2, 2003 г.</b>

Рассмотрев практику реализации отдельных положений денежно-кредитного регулирования по обеспечению экономического роста и повышения инвестиционной привлекательности в экономике, можно сделать выводы:

- во-первых, устойчивое снижение средневзвешенных процентных ставок по кредитам позволило увеличить объём кредитования предприятий реального сектора экономики;

- во-вторых, Банк России демонстрирует невнимание к проблемам реального сектора: рефинансирование банков, как источник денежного предложения, являющийся первоочередным среди прочих инструментов денежно-кредитной политики, в полной мере не работает;

- в-третьих, непосредственное влияние денежно-кредитной политики на состояние ряда экономических показателей (инфляция, денежная масса, обменный курс) вызывает определённые сомнения. Иначе, чем можно объяснить отклонения заявленных денежными властями целевых ориентиров от фактических значений («ошибки» значительны: 50-200%)?

## Глава 4

### РАССУЖДЕНИЯ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В БАНКАХ И ИХ РЕАЛИЗАЦИИ НА ПРАКТИКЕ

#### 4.1 Активизация кредитных отношений банков и предприятий реальной экономики на основе отрицательной динамики ссудного процента

**У**наследовав от государственного социализма формальные патерналистские институты (в том числе в области кредитования), реальный сектор на протяжении всего периода реформирования отечественной экономики испытывает существенный недостаток в краткосрочном и долгосрочном кредитовании, инвестициях. Необходимость активного пополнения оборотных средств предприятий, обновления капитала, с первых дней реформ превратилась в одну из наиболее острых проблем российской экономики. На этом фоне рестрикционная денежно-кредитная политика Правительства и Банка РФ создали и поддерживали функционирование порочного механизма, мультиплицирующего нарушения в сфере финансовых расчётов (см. таб. 4.1).

Таблица 4.1

Просроченная кредиторская задолженность предприятий и организаций к ВВП (в денонмированных рублях)

Годы	Объём ВВП [47], млрд руб.	Просроченная кредиторская задолженность [3], млрд руб.	Уровень накопленных долгов к ВВП, %
1993	171,5	16,4	9,6
1994	610,7	90,4	14,8
1995	1 540,5	238,9	15,5
1996	2 145,6	514,4	24,0
1997	2 478,6	756,1	30,5
1998	2 696,3	1 309,2	48,6
1999	4 545,5	1 445,3	31,8

В соответствии с оценками отечественных экономистов «в 1992 и 1993 гг. доля убыточных предприятий составила соответственно 15 и 14%, а к концу 1994 г. ... она достигла 32%. Рентабельность по всем отраслям экономики снизилась с 29% в 1992 г. до 26% в 1993 г., а к концу 1994 г. её уровень упал до 14%. Возник дефицит собственных финансовых ресурсов предприятий. Пополнение их оборотных средств в январе-сентябре 1994 г. происходило за счёт увеличения собственных оборотных средств лишь на 3%, кредитов и займов на 7%, а кредиторской задолженности и прочих пассивов – на 90%» [8]. Как показывают исследования взаимодействия банков и предприятий, банки пока не сумели направить имеющиеся кредитные ресурсы в наиболее эффективные сектора экономики (пример 4-1).

<b>ПРИМЕР 4-1</b>
<b>Масштабы неинвестирования в российской промышленности</b>
<p>...Самые благополучные предприятия в большей мере изолированы от банковского сектора. Кредитование промышленных предприятий долгое время не рассматривалось банками в качестве привлекательной сферы деятельности. Однако в последние два года ситуация несколько изменилась. Теперь число банков-респондентов РЭБ (<i>Российский экономический барометр</i> – Ю.Г., Ю.Р.), считающих кредитование промышленности выгодным, превышает число тех, кто по-прежнему относит такие операции к невыгодным. При этом надо иметь в виду, что кредиты промышленным предприятиям обычно составляют не более 25-35% общего объёма кредитного портфеля банков и их доля не растёт... Это подтверждает и другой факт – растущее стремление предприятий осуществлять капитальные вложения за свой счёт: 13% среди неинвесторов и 36% среди инвесторов называют собственные ресурсы одним из главных источников средств для капитальных вложений. К концу 1998 г. данная тенденция усилилась: уже каждое пятое предприятие среди инвесторов рассчитывали в основном на собственные силы, то есть подтверждается отмеченная выше тенденция к изоляции от банковского сектора именно благополучных производителей.</p>
<b>Источник: Журнал «Вопросы экономики», № 10, 1999 г.</b>

Стало очевидным, что дефицит оборотных средств отечественных нефинансовых экономических агентов наиболее активно развивался в период раскручивания инфляционной спирали. В этот период кредитные вложения банков в данный сектор не превышали 10-15% ВВП. Проводя аналогию с другими странами, можно говорить, что эти показатели ниже сред-

немировых; к примеру, данный показатель в Люксембурге – 150%, Германии – 113%, Франции и Японии – 90%).

Но и сегодня, преодолев период рецессии, при относительно умеренных уровнях инфляции, говорить об устойчивых позитивных изменениях, качественном росте полностью удовлетворённого платёжеспособного спроса не приходится. Как бы ни снижался за последние годы ссудный процент, его величина по-прежнему для большинства заёмщиков остаётся непомерной ношей, поскольку норма прибыли остаётся ниже нормы банковского процента.

Здесь уместно вспомнить слова английского учёного, политэконома Д. Рикардо: «Он (*процент по ссудам – Ю.Г., Ю.Р.*) регулируется не учётным процентом Английского банка, составляет ли последний 5,4 или 3%, а нормой прибыли, которая может быть получена при затрате капитала и которая совершенно не зависит от количества или стоимости денег. Выдаст ли банк ссуды 1, 10 или 100 млн, он всё равно не может на продолжительное время изменить рыночную норму процента. Банк может уменьшить только стоимость денег, которые он, таким образом, выпускает» [44].

Сложившаяся в последнее время положительная динамика объёмов кредитования институциональных единиц реального сектора утверждает нас в мысли, что низкая деловая активность банков среди нефинансовых предприятий – пройденный этап.

Анализ релевантной информации (динамичный ряд показателей ВВП, кредитных вложений в экономику, суммы активов коммерческих банков) позволяет обозначить позитивную тенденцию в банковском секторе: кредитные учреждения, ранее изолированные от материальной основы своего функционирования, возвращают ссудный капитал в производственную сферу (см. табл. 4.2).

Как видно, «перелив» банковского капитала происходит довольно вяло, а высокие темпы роста абсолютных показателей краткосрочного кре-

дитования реального сектора слабо отражаются на изменении удельных показателей, и значит качественного улучшения структуры оборотного капитала, заметного роста его реальных объёмов пока не произошло.

Таблица 4.2

Динамика объёмов банковских кредитов  
в реальном секторе экономики

Годы	Объём ВВП, млрд руб. [47]	Кредитные вложения в экономику, млрд руб. [47]	Доля кредитов в ВВП, %	Активы банков, всего, млрд руб. [36]	Доля кредитов в активах, %
1993	171,5	30,0	17,5	83,6	35,9
1994	610,7	83,6	13,7	200,6	41,7
1995	1 540,5	134,5	8,7	342,3	39,3
1996	2 145,6	202,3 <sup>7</sup>	9,4	497,7	40,6
1997	2 478,6	206,9	8,3	622,7	33,2
1998	2 696,3	300,2	11,1	933,1	32,2
1999	4 545,5	445,2	9,8	1586,4 [50]	28,1
2000	7302,2 [39]	763,4 [12]	10,5	2365,2 [50]	32,3

Это факт, что рынок ссудных капиталов не в состоянии предложить и банкам, и их заёмщикам некую ценовую стабильность, определённые гарантии в том, что складывающиеся тенденции (неважно, намечается ли долгосрочный рост или, напротив, падение) носят долгосрочный характер.

«В 1999-2000 гг. после резкого роста 1998 г. происходило постепенное снижение уровня процентных ставок. Высокие инфляционные и девальвационные ожидания после кризиса 1998 г. способствовали поддержанию доходности по кредитам и депозитам на очень высоком уровне. В начале 1999 г. темпы роста цен и курса доллара были заметно ниже ожидаемых и закладываемых в процентные ставки, а реальная доходность по рублёвым инструментам оказалась на очень высоком уровне. Но постепенно по мере снижения инфляционных и девальвационных ожиданий начался процесс падения процентных ставок. В результате средневзвешенные процентные ставки по рублёвым кредитам предприятиям и организациям сроком до одного года снизились с 40-45% (в начале 1999 г.) до, примерно, 20% (в I квартале 2001 г.)» [34].

<sup>7</sup> Здесь учтены кредиты, предоставленные физическим лицам (оценка: 14-16 млрд руб.).

Среди причин, запустивших и до последнего времени поддерживающих механизм регрессивных изменений оборотных средств предприятий (например, либерализация цен; непродуманная и поспешная приватизация; разрыв между реальным сектором экономики и финансовыми структурами; «бегство» капитала за рубеж; недопустимый уровень налогообложения; значительная роль государства в формировании задолженности и другие), особое место занимает цена предлагаемых банками для реального сектора экономики ссуд.

Методы статистики дают возможность оценить связь между ссудным процентом и объёмом кредитования. Можно увидеть, что в течение 2000-2001 гг. снижение средневзвешенных процентных ставок по кредитам, предоставленным коммерческими банками предприятиям и организациям, сопровождалось ростом объёмов предоставленных кредитов (см. рис. 4.1). Как видим, процесс снижения ссудного процента генерирует рост выданных кредитов.

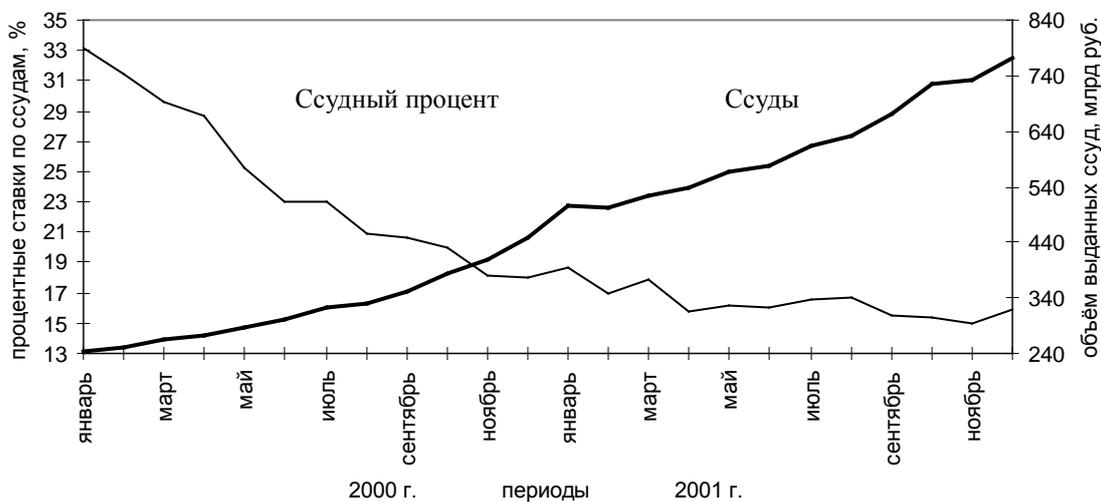


Рис. 4.1. Корреляционная зависимость между ссудной задолженностью и ссудным процентом

Проведённые расчёты показали, что линейный коэффициент корреляции ( $r$ ), характеризующий степень тесноты связи ссудного процента и объёма выданных ссуд за рассматриваемый период, составил  $-0,8519$ .

Примечательно, что в 2000 г. степень тесноты связи ( $r = -0,9194$ ) была выше аналогичного показателя в 2001 г. ( $r = -0,7076$ ), что может свидетельствовать о наличии других не менее значимых, чем цена, факторов, влияющих на объём кредитования оборотных средств предприятий. Тем не менее, рассчитав коэффициент детерминации ( $r^2$ ), можно сделать вывод: в течение 2000-2001 гг. 85,2% вариации объёмов выдачи кредитов реальному сектору экономики объясняется вариацией величины ссудного процента.

Поскольку сама по себе величина коэффициента корреляции не является доказательством наличия каузальной связи между ссудным процентом и объёмом кредитования, а лишь даёт оценку степени взаимной согласованности в изменениях рассматриваемых признаков, обратимся к основам теории спроса и предложения и рассмотрим роль цены в условиях конкурентного рынка применительно к рассматриваемому вопросу.

Рыночный механизм (если быть точнее, то его модель), функционирующий под влиянием взаимодействия спроса на кредитные ресурсы и цен на них, можно представить в виде основной диаграммы «спрос-предложение» (см. рис. 4.2).

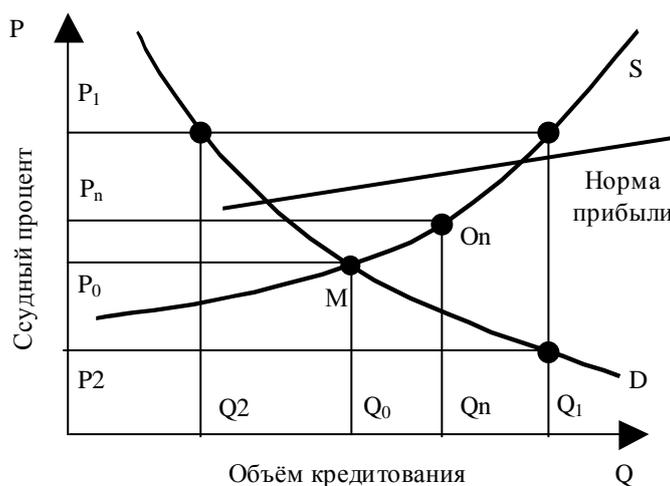


Рис. 4.2. Модель механизма, действующего на рынке ссудных капиталов

На диаграмме ось ординат характеризует величину ссудного процента (P) за единицу получаемого (предлагаемого) ссудного капитала, то есть, здесь измеряется цена банковской ссуды. На оси абсцисс обозначается количество получаемых клиентами (предлагаемых банками) ссуд (Q).

Кривая спроса (D) позволяет оценить спрос на получение банковских ссуд в зависимости от установленных рынком цен. Рост ссудного процента предполагает снижение масштабов и темпов прироста заимствований со стороны клиентов и наоборот, если рынок снижает цену по ссудам – кривая спроса подтверждает рост потребления заёмных средств.

Кривая предложения (S) указывает на динамику возможного количества предоставляемых банковских ссуд в зависимости от величины ссудного процента: чем выше ссудный процент, тем больше предложений со стороны коммерческих банков по объёму кредитования; снижение величины ссудного процента «подталкивает» банки на поиск более выгодных рынков, снижение объёмов выданных ссуд.

С позиции предложения, рост цены и количества оказываемых услуг – прямо пропорциональны: чем больше значение ссудного процента, тем больше ожидается предложений со стороны коммерческих банков. Рост ссудного процента (в особенности, если этот рост подкреплён реальными потребностями со стороны рынка), подразумевает активизацию кредитной деятельности банков. За счёт вывода низкодоходных активов с других рынков, роста депозитной базы банки могут быстро увеличить предложения по ссудам.

Точка M с координатами  $(P_0; Q_0)$  – точка равновесия спроса и предложения, где количество предлагаемых рынком услуг по предоставлению ссуд ( $Q_0$ ) с заданными ценами ( $P_0$ ) полностью соответствует потребностям клиентов. Вместе с тем, данная модель отражает идеальное состояние рынка, когда спрос и цена уравновешены. На практике же действие рыночного механизма не столь явно и бескомпромиссно. Ссудный рынок

подвержен влиянию большого числа факторов, воздействие которых отклоняет цены от равновесного состояния.

Предположим, ссудный процент, под воздействием некоторых сил принял значение  $P_1$ . В этом случае, банки будут готовы «одать» рынку отличный от равновесного ( $Q_0$ ) объём ссуд ( $Q_1$ ). Поскольку рынок потребителей ссуд оказался невосприимчив к новой цене ( $P_1$ ), предложенный банками дополнительный объём кредитных ресурсов окажется неостребованным. То есть, налицо дефицит спроса на фоне нереализованных предложений со стороны кредитных организаций. По предложенной цене ( $P_1$ ), рынок в состоянии принять лишь часть банковского капитала, объём которого ( $Q_2$ ) в свою очередь, не может устроить банки.

Несовпадение интересов «продавца» (банков, определяющих цену ссуд) и «потребителя» (предприятий реального сектора экономики) по цене в конечном итоге приведёт к тому, что:

- или «продавец» ослабит «ценовой напор» и снизит ставку ссудного процента до приемлемого значения (к примеру, до  $P_0$ );
- или «потребитель» услуг согласится с заданными ценовыми параметрами «продавца» и объявит о готовности принять ценовые условия ( $P_1$ ) для всего объёма кредитования ( $Q_1$ ) и при этом кривая спроса ( $D$ ) неминуемо сместится вправо, демонстрируя равновесие на рынке;
- или «потребитель» и «продавец» скорректируют свой спрос и предложения, найдя иные, приемлемые для обеих сторон параметры цены и объёма ссуд.

На практике возможен любой из этих вариантов. Но следует помнить, что для конкурентного рынка недопустима практика, когда норма прибыли предприятий ниже ссудного процента, то есть, в нашем случае «потребитель» не может принять условия, при которых ссудный процент больше, чем  $P_n$ .

Диаграмма «спрос-предложение» позволяет проследить и иную си-

туацию, когда величина ссудного процента ( $P_2$ ) занижена. В этом случае возникает дефицит предложения, который не будет восполнен до тех пор, пока цена ссудного процента остаётся низкой. В конечном итоге, непокрытый спрос на банковский капитал со стороны «потребителя» создаст давление на повышение цен и вернёт их в состояние равновесия ( $P_0$ ).

Здесь можно резюмировать, что показатель общего объёма кредитования достаточно жёстко связан с величиной ссудного процента: рост ссудного процента снижает активность экономических субъектов в части краткосрочного и долгосрочного заимствования и, наоборот, снижение ссудного процента создаёт предпосылки к накоплению в пассивах предприятий и организаций банковских кредитов. *Tertium non datur* (третьего не дано).

Рассмотрев практический и теоретический аспекты взаимоотношений банков и предприятий нефинансового сектора, можно сделать выводы:

1. По мере улучшения в стране макроэкономической ситуации, характеризующейся экономическим ростом, снижением инфляции, увеличением реальных денежных доходов населения, инвестиционной активностью, более весомую и значительную роль стали играть отечественные банки.

2. Ресурсные возможности банков в части кредитования реального сектора не исчерпаны и осуществлены не более чем наполовину.

3. Наиболее существенными предпосылками реализованного роста ссудной задолженности коммерческих банков (по её абсолютному значению) стали:

- преимущественный рост ликвидности рынка кредитования предприятий нефинансового сектора, в сравнение с другими рынками (оценка с позиции кредитора);
- изъятие банками из оборота низкодоходных активов и применение иных финансовых инструментов (к примеру, ссуд);
- последовательный рост доступности по цене банковского капитала

(оценка с позиции заёмщика).

4. Тезис о противоречии интересов кредитных организаций (банки, как продавцы финансовых услуг стремятся повысить величину рыночного ссудного процента) и нефинансовых экономических агентов (предприятия заинтересованы в снижении цены ссудного капитала), ни что иное, как паралогизм, поскольку рост оборотных активов предприятий, обусловленный последовательным снижением ссудного процента, активно формирует высокий устойчивый платёжеспособный спрос.

5. Явная (теоретически обоснованная и проверенная практикой) причинно-следственная связь между динамикой ссудного процента и суммами кредитов определяет креативный характер процесса непрерывного изменения цены банковских кредитов: объективное снижение величины ссудного процента открывает перед коммерческими банками новый ёмкий рынок.

#### **4.2. Практика селективного ценообразования в банках**

Рыночные преобразования в экономике РФ создали условия для уважительного отношения к главному инструменту коммерческой политики предприятий – цене, механизму её формирования. Хотя практика демонстрирует противоречивость в подходах к установлению цен, общий настрой не оставляет сомнений: идёт активный поиск путей качественного ценообразования.

Говоря о практике формирования цен в банках, стоит уточнить, что особенности кредитных организаций как институциональных экономических единиц, их уникальность в части предлагаемых на рынке продуктов несомненны. Тем не менее, можно не сомневаться в наличии единой теоретической платформы ценообразования для любого из участников процесса, будь то промышленные гиганты, небольшие предприятия торговли

и общепита, транспортные фирмы, страховые компании или банки.

С другой стороны, это не означает адекватности механизмов установления цен на кредитные ресурсы, услуги сапожной мастерской или стоматологической поликлиники. Изучая опыт и сравнивая практику ценообразования различных финансовых институтов (коммерческие банки, страховые организации, кредитные союзы, кооперативы и товарищества, инвестиционные и пенсионные фонды и т.п.), можно констатировать: нет единого, универсального подхода приемлемого для каждого из них. Несмотря на сходство, точнее говоря, единообразие целей различных организаций, представленных на финансовых рынках (получение прибыли или ренты на вложенный капитал), используемые ими инструменты различны.

Оценивая уровень, методы, стратегию и тактику ценообразования в среде коммерческих банков, казалось бы, единообразных по функциям и целям, можно также увидеть существенные различия. Их причины многочисленны; среди них уровень монополизации банковского рынка, расхождения в номенклатуре и объёмах услуг, сложившийся уровень и потенциальные возможности платёжеспособного спроса на услуги со стороны клиентов, корпоративные традиции и внутренняя культура, влияние человеческого фактора, состояние ресурсной и капитальной базы, равно как и другие, определяющие ценовые характеристики услуг банка.

Именно поэтому банковские менеджеры давно пришли к выводу о необходимости в рамках общей ценовой политики развивать механизм формирования и использования индивидуальных цен; то есть, внедряя селективный подход к клиентам, выделять среди них наиболее/наименее значимых для кредитной организации.

В представленном перечне причин, человеческий фактор, пожалуй, занимает особое место. В конечном счёте, любое решение, в том числе и ценовое, принимает человек, будь то финансовый менеджер, осуществляющий ценовое планирование, либо руководитель банка, авторитарно

установивший интервал цен. Каждый участник процесса на своём уровне в силу полномочий, давления внешних факторов и собственных представлений вправе обозначить рамки, либо установить вполне определённое значение цены на услугу банка. И от того, насколько ценовое решение «справедливо» в отношении каждого из наиболее активных и весомых субъектов рынка, зависит как успех, так и неудача ценового проекта или же кредитной организации в целом.

Конечно, есть масса ценовых манипуляций, когда большинство решений принимаются коллегиальными органами (ставки по ссудам и депозитам, тарифы на услуги юридическим и физическим лицам и т.д.) и роль конкретного человека, пусть даже облечённого правом принятия окончательного решения, не так уж и велика. Вместе с тем, следует учесть:

- большинство отечественных коммерческих банков относится к числу средних и мелких банков;

- во-вторых, в мелких и в большей части средних банках механизм ценообразования значительно упрощён. Он представляет собой не столько систему глубокого и всестороннего изучения факторов, формирующих уровень цен, сколько стандартный набор действий по их копированию с цен банков-конкурентов.

Нет ничего странного в том, что цена банковской услуги нередко отражает субъективное мнение отдельного менеджера кредитной организации. Тем более, если речь идёт о ценах, требуемых частых, иногда даже и ежедневных корректировок. Например, курс покупки и продажи иностранной валюты.

Существует определённая логика, сопровождающая порядок валютного курсообразования. Если обратиться к практике Банка России, то эта логика направлена на формирование и поддержание в актуальном состоянии политики валютного курса, значимой составляющей общегосударственной денежно-кредитной политики. Так, в 2002 г. квинтэссенцией поли-

тики Центрального банка РФ по отношению к иностранным валютам стало «рыночное курсообразование с использованием режима плавающего курса рубля» [40]. События планетарного масштаба, например, война в Ираке в 2003 г., вынуждают Банк России прибегать к коррективам политики, рыночное курсообразование при этом уступает место иным методам (пример 4-2).

<b>ПРИМЕР 4-2</b>
<b>Доллар держится на Банке России</b>
<p>Вчера объём торгов на единой валютной сессии ММВБ составил около \$ 44 млн. Между тем накануне он достиг рекордной за последний месяц отметки – почти \$ 500 млн. А курс уже две недели держится на отметке 31,38 руб. за доллар. В то время, как на мировом рынке доллар совершает немислимые кульбиты, в России он находится под контролем Центробанка... И в последние два дня фактически единственным покупателем американской валюты выступал Банк России. По оценке дилеров, в понедельник Банк России выкупил не менее \$ 300 млн, во вторник – \$ 500 млн. По словам валютного дилера Доверительного и инвестиционного банка Дмитрия Моностыренко, «весь день стояли на отметке 31,38 руб. за доллар: верх его не пускали дорогие рубли, вниз – бид (заявка на покупки. – «Ъ») Центрального банка»... Банк России жёстко контролирует внутренний валютный рынок, но и перед ним стоит вопрос, продолжать покупки долларов на текущем уровне или пойти на очередное ослабление американской валюты. На ближайшие дни дилеры не видят существенных причин для изменения обстановки, и до конца недели дилеры ожидают сохранения стабильного курса. ЦБ не заинтересован в нервном рынке и поэтому не допустит колебаний курса.</p>
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 55, 2003 г.</b>

В свою очередь, узкокорпоративная логика коммерческих банков направлена на формирование таких цен по операциям с иностранной валютой, которые бы обеспечили банку в одних случаях достаточную рублёвую ликвидность, в других – высокую норму спекулятивного дохода.

Реализация этих интересов в ходе курсообразования в коммерческих банках доведена до автоматизма, осуществляется узким кругом лиц (отсюда крайняя степень субъективизма в цене) и не учитывает «пожеланий» потребителей услуги.

Если разобраться, то в банковской сфере действительно широко прак-

тикуется и поддерживается некоторый конфликт (диссонанс) по поводу ценообразования услуг кредитной организации. Этот конфликт носит обычно «интеллектуальный» характер и не всегда его можно охарактеризовать как негативный и разрушительный.

Рассмотрим график функции затрат (выражает отношение к меновой стоимости) в зависимости от полезности (выражает отношение к потребительной стоимости) банковской услуги. На оси ординат откладываются значения затрат банка, связанных с оказанием банковской услуги. Ось абсцисс – это шкала полезности услуги (см. рис. 4.3).

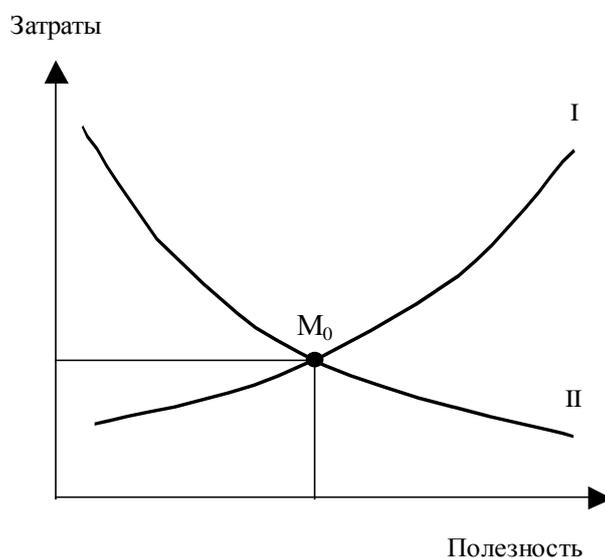


Рис. 4.3. Модель качественного ценообразования в коммерческом банке

Линия I представляет собой «кривую предложения услуги» и характеризуется общим положительным наклоном, при котором рост полезности услуги банка предполагает увеличение затрат на её осуществление: чем выше (оценка продавца услуги в лице финансового менеджера) полезность услуги, тем значительнее затраты банка на её оказание. И наоборот, снижение полезности услуги ведёт к уменьшению затрат по ней. Следовательно, являясь переменной величиной, и выполняя роль своеобразного индикатора, полезность «формирует» уровень затрат на услугу.

Простой пример. Если предприятие испытывает значительную потребность в кредитных ресурсах (то есть полезность испрашиваемой ссуды для предприятия крайне велика), то коммерческий банк в состоянии в кратчайшие сроки осуществить привлечение средств на любых разумных условиях. Этими ресурсами могут быть межбанковские кредиты, депозиты, банковские векселя, а также денежные средства, доступность которых, как правило, продиктована ценой. Более высокие цены, объявленные банком, позволяют в сжатые сроки сформировать требуемые по объёму и качеству пассивы.

Значит, рост полезности услуги (в качестве услуги банка в данном случае мы рассматриваем предоставление ссуды) требует соответствующих затрат, поскольку в основе ссудного процента (цены банковской услуги) лежит процент депозитный (см. рис. 4.4).

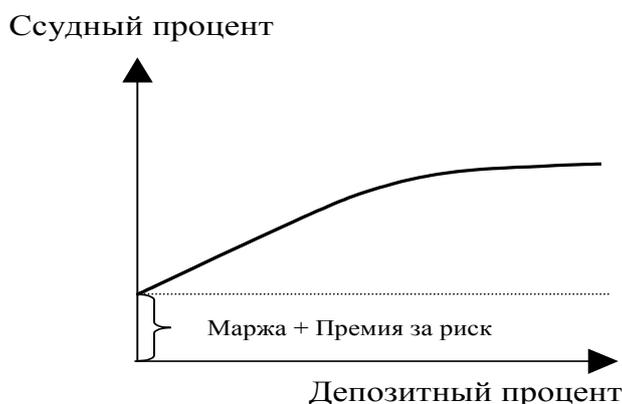


Рис. 4.4. Корреляция ссудного и депозитного процентов

Обратим внимание на то, что прямая зависимость между затратами и полезностью услуги, как правило, возникает в тех случаях, когда в ценовой политике банка в качестве основного метода ценообразования провозглашается затратный метод.

Линия II характеризует позицию потребителя банковской услуги. «Кривая потребительского предпочтения» — убывающая. Потребитель настаивает: векторы динамики полезности услуги и затрат на её осуществ-

ление разнонаправлены: чем выше полезность услуги, тем меньше затрат должно быть включено в её меновую стоимость, да и сама меновая стоимость должна быть незначительной в том случае, если полезность услуги максимально высокая.

Позиция потребителя предельно ясна. Об этом писал ещё Адам Смит [52], который утверждал, что вещи, имеющие величайшую потребительную стоимость, часто обладают малой или даже не обладает вовсе меновой стоимостью, и наоборот, вещи, обладающие величайшей меновой стоимостью, имеют малую потребительную стоимость или вовсе лишены её. В качестве примера он приводит воду, воздух и золото. Вода и воздух чрезвычайно полезны, они прямо необходимы для существования, однако при обычных условиях за них нельзя ничего получить в обмен. Напротив, золото, хотя полезность его в сравнении с воздухом или водой очень мала, обменивается на большое количество других благ.

Справедливость «претензий» потребителя можно проиллюстрировать на примере услуг кредитных организаций по расчётно-кассовому обслуживанию (см. рис. 4.5). Такой ресурс как средства юридических лиц на расчётных счетах имеет для коммерческих банков, в силу особенностей их функционирования, колоссальное значение. Сама «судьба» этих кредитных организаций во многом зависит от наполняемости пассивов средствами клиентов.

Кривая, характеризующая поведение банка (в части уровня цен по расчётно-кассовому обслуживанию) в зависимости от величины средств на счетах клиентов-потребителей услуг, – убывающая. То есть, цена коммерческого банка по оказанию данной услуги (обслуживание счёта, безналичные операции по счёту, кассовое обслуживание, приём и перечисление платежей, операции с чеками, услуги инкассации и другие операции) тем меньше, чем больше средств находится на совокупности счетов клиентов.

Когда речь идёт о наиболее значимых клиентах, цена услуги может

принимать и условно отрицательное значение. Если суммарный остаток средств на счетах клиента достигает определённого значения (в нашем случае это точка пересечения кривой с осью абсцисс  $M_0$ ) и превышает его, плата по услугам расчётно-кассового характера не взимается. Более того, за остатки средств на счетах банк начисляет и выплачивает клиенту некоторую сумму, являющуюся его доходом (к примеру, в точке  $M_1$ ).

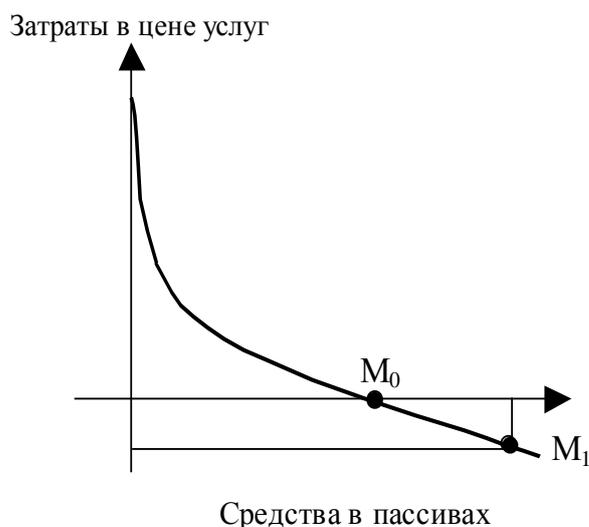


Рис. 4.5. Стимулирование полезности услуги банка

Аналогичной кривой могут быть описаны позиция и действия банковских маркетологов, которые предпочитают «обходить» вниманием издержки, но более внимательны к таким понятиям как «конкуренция» и «потребитель».

Наши примеры дают наглядную иллюстрацию тем случаям, когда последовательные действия менеджеров банка сопровождаются последовательными и однонаправленными действиями его клиентов, получающих услугу. И наоборот, действия клиентов генерируют адекватную реакцию банка. Практика, конечно, не всегда так идеальна; нередко интересы контрагентов попросту не совпадают. Так, коммерческий банк с полным основанием может принять решение об увеличении цены услуги, к приме-

ру, до  $p_1$  (см. рис. 4.6).

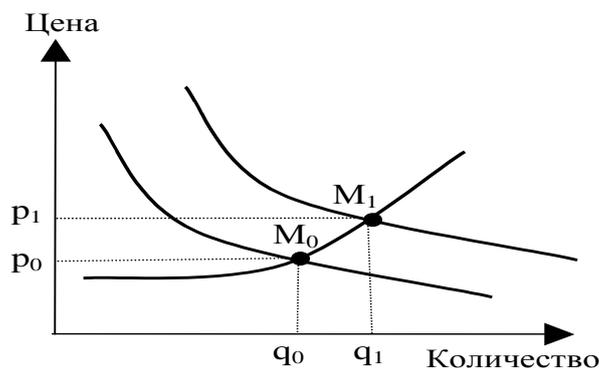


Рис. 4.6. Реализация права банка на формирование цены

В этом случае, если потребитель услуг принимает цену, кривая спроса сместится вправо, обеспечивая тем самым равновесие на рынке (точка равновесия интересов  $M_1$ ). Из этого следует сделать следующий вывод: баланс разнонаправленных интересов продавца и покупателя банковских услуг, равно как скоординированные и уравновешенные усилия финансистов и маркетологов, позволяют добиваться качественного ценообразования в банке. В противном случае, если цена не принята покупателем, рынок получает некоторый избыток предложений, явный дефицит удовлетворённого спроса.

В свою очередь таким же правом, то есть, правом влиять на цену услуги, обладает и потребитель этой услуги, требующий (предлагающий) понизить цену, сместив точку равновесия, например, к  $M_2$  (см. рис. 4.7). Теперь уже банку необходимо принимать решение; согласие позволит ему при более низкой цене ( $p_0 > p_2$ ) оказать большее количество услуг ( $q_2 > q_0$ ). При этом точка равновесия переместится в положение  $M_2$ . Ценовое «давление» розничного клиента на банк, к сожалению, нельзя рассматривать как сложившуюся систему, повседневную практику. Банк допускает некоторый диктат со стороны клиента только в тех случаях, если речь идёт о крайне выгодных для него проектах: ссудных, депозит-

ных, расчётных и иных, когда велика вероятность потери значимых для банка клиентов. Тем не менее, ценовые послабления во взаимоотношениях с наиболее привлекательными для банка клиентами ломают сложившиеся стереотипы, пробивают «брешь» в стене устоявшихся (нередко, догматических) правил.

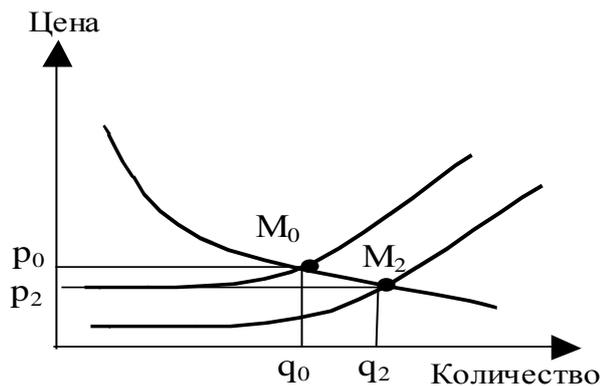


Рис. 4.7. Реализация права потребителя влиять на цену

Таким образом, когнитивный диссонанс, вернее сказать, выводы, базирующиеся на нём, позволяют интеллектуальному потенциалу сторон находить верные и, главное, взаимовыгодные ценовые решения. Учёт сторонами всех обстоятельств, факторов, условий установления цен на конкретную услугу, принятие на этой основе взвешенного, конструктивного решения, отвечающего требованиям контрагентов, в конечном итоге может сформировать устойчивую «привычку» добиваться баланса интересов.

Резюмируем.

1. Практика определения и установления цен в коммерческих банках, помимо всего прочего, вырабатывается под постоянным давлением сторонников затратного и ценностного подходов в ценообразовании. В силу особого статуса банковской сферы как в период развития рыночной экономики (это наблюдается в современной России), так и в условиях уже сложившихся товарно-денежных отношений (как это есть в наиболее

развитых странах), это давление не ослабевает.

2. Требования сторонников рыночного ценообразования, когда цены на услуги банков устанавливаются в зависимости от состояния спроса и предложения на банковские услуги справедливы, подкреплены практикой, имеют соответствующую теоретическую основу. Такой подход приветствуется потребителями услуг.

3. Более, чем это следует из теоретических канонов, применимо в практике и затратное ценообразование. Такой подход, аналогично ценностному, естественен, проверен временем, соответствует интересам продавца услуг, то есть, коммерческого банка. Стратегия затратного ценообразования, пожалуй, превалирует в российских банках.

4. Предпочтения, отданные одной из стратегий (вероятность этого велика), формируют состояние стабильного прессинга одного из участников рынка.

5. Ценовой диктат банка, равно как и аналогичные действия потребителей банковских услуг способствуют развитию негативных процессов во взаимоотношениях сторон; складывается как избыток, так и дефицит удовлетворённого, платёжеспособного спроса.

6. Взаимные «претензии» контрагентов по цене, в основе которых лежат корпоративные интересы, полученные знания и устойчивые убеждения относительно правил ценообразования в банках, нередко приводят к нахождению наиболее эффективных для обеих сторон цен. Интеллектуальный конфликт, таким образом, развивается в рамках поиска наиболее эффективной цены банковской услуги и может рассматриваться как неотъемлемое условие, атрибут качественного ценообразования.

### **4.3. Основные мотивы индивидуального подхода при ценностном ценообразовании**

На протяжении десятилетий не утихает спор о том, какой должна быть сбытовая политика коммерческих структур. В одних случаях, убедительно доказывается необходимость обязательного и полного учёта всех затрат, понесённых в ходе финансово-хозяйственной деятельности: «Компания стремится установить такую цену, которая покрывала бы не только издержки производства, распространения и сбыта товара, но и обеспечивала должную норму прибыли за приложенные усилия и риск. Издержки компании могут быть важным элементом в стратегии формирования цен» [26].

В других же случаях, наоборот, призывают ориентироваться на потребительскую ценность и уровень удовлетворения ожиданий потребителей: «Ключ к выгодному ценообразованию лежит в осознании того, что покупатели на рынке, а не издержки определяют цену, по которой может быть продан товар» [35].

Помимо этого, существуют и активно пропагандируются несколько иные подходы, как правило, позиционируемые между двумя полярными взглядами.

Во всех случаях практического использования стратегий ценообразования (назовём эти подходы так), в качестве весомого аргумента предъявляются фундаментальные теоретические исследования, подтверждающие обоснованность действий финансовых менеджеров и маркетологов кредитных организаций.

Известно, что коммерческие банки весьма значительно отличаются от других экономических субъектов рыночных отношений, а порядок предоставления услуг делает их по настоящему уникальными. Функционируя на различных рынках, банки могут оказывать массу разнообразных услуг, цена каждой из которых может формироваться по индивидуальной схеме.

При этом если рыночная сила какого-либо коммерческого банка невелика, «...компании должны ориентироваться на потребителя – предоставлять своим целевым потребителям наивысшую ценность..., должны освоить ... технологию рынка» [26]. Если же речь идёт о востребованной услуге, которая к тому же в силу различных причин находится в дефиците, о ценообразовании с ориентацией на потребности потребителя предпочитают не вспоминать и ценообразование строится по принципу «издержки плюс прибыль», то есть в основу цены помещаются затраты кредитной организации.

Критически оценивая состояние банковских ценовых стратегий, авторы книги «Маркетинг в банке» [54], к примеру, отмечают: «Традиционно плохое развитие ценовой стратегии в банковской сфере, обусловлено практикой установления цен без адекватного учёта структуры затрат. Кроме того, ценовые стратегии, разрабатываемые банками, редко увязываются с общей стратегией маркетинга, что также является причиной недостаточного использования ими такого мощного фактора воздействия на рынок, как цена».

Надо признать, что развивающаяся быстрыми темпами отечественная банковская система весьма восприимчива к внешним переменам и легко «подстраивается» под любые возникаемые требования рынка, проявляя свою конъюнктурность. Вместе с тем, коммерческие банки, функционирующие в этой развивающейся системе, оставляют за собой право действовать (и действуют) нерыночными методами; широко распространена практика, когда речь идёт о дефицитных банковских продуктах, диктата цен, то есть, прямого навязывания потребителю важнейшего параметра услуги.

По счастью, интенсивное реформирование российской экономики, рост её рыночного качества, увеличение степени проработанности законодательной базы заметно снижает пресс «банкократии» и позволяет гово-

речь о первых успехах рыночного ценообразования в банковской среде. Несмотря на состояние рынка банковских услуг с точки зрения его монополизации, уже сегодня различимы первые попытки внедрения в практику банков ценностного подхода к ценообразованию (ценностное ценообразование «...призвано обеспечить, прежде всего, получение большей прибыли за счёт достижения выгодного для фирмы соотношения «ценность/затраты» [27]).

Итак, мы не протестуем против того, что интересы потребителей банковских услуг действительно значимы для банков, и они учитываются при определении цен. Мы также согласны с тем, что ценовые стратегии, в основе которых лежит ценностный подход, возможны; их полноценное внедрение вероятно.

Учитывая мировой опыт, состояние отечественного рынка банковских услуг, низкий уровень концентрации банков в стране, следует озаботиться следующим: «А существуют ли сегодня объективные причины, условия для развития ценностного ценообразования на рынке банковских услуг и услуг, предоставляемых банками<sup>8</sup>?». Думается, немедленного однозначного ответа мы не получим.

Коль скоро мы утверждаем, что ценообразование, в основу которого помещены ценовые предпочтения потребителей, – объективная реальность, следует разобраться: «Что же стимулирует функционирование данного механизма?». Обратимся к модели рыночного ценообразования (см. рис. 4.8).

Равновесное положение спроса (кривая D) и предложения (кривая S), достигнутое в точке O, характеризуется ценой (p) при количестве полученных услуг (q). Если же потребитель претендует на более льготные ценовые

---

<sup>8</sup> Следует различать понятия «банковские услуги» и «услуги, предоставляемые банками». Второе понятие более широкое и включает ряд иных услуг, которые по действующему законодательству не являются банковскими услугами.

условия при получении услуги коммерческого банка (например, рассчитывает получить услугу по цене  $p^1$ ), то соответственно изменится и количество услуг ( $q^1$ ). Равновесие интересов банка и клиента вновь восстановлено ( $O^1$ ).

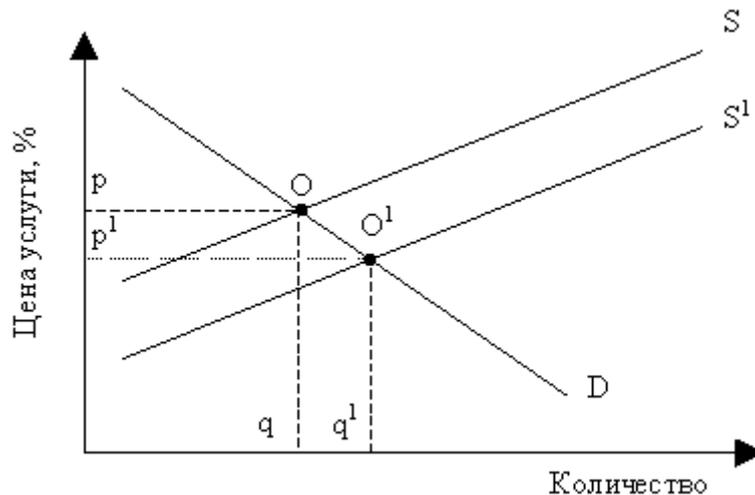


Рис. 4.8. Равновесие спроса и предложения на услуги коммерческих банков

Разберёмся с другой ситуацией, когда банки, в рамках ценообразования на основе ценности продукта (услуги), удовлетворяют ценовую «прихоть» клиента (см. рис. 4.9). Имеет место потребность получить услугу банка по более низкой цене, не меняя при этом количественные характеристики (ценовой диктат потребителя).

Предположим, что точка  $O$  с характеристиками  $(p; q)$  выражает равновесие между спросом и предложением. Теперь представим, что банк вынужден снизить цену до  $p^1$ , предоставляя тот же объём услуг ( $q$ ). Кривая  $D$  (кривая спроса) переместится влево ( $D^1$ ). В этом случае коммерческий банк может:

- отказать потребителю услуг в снижении цены; в свою очередь и сам потребитель может отказаться от услуги банка;
- согласиться с предложением о снижении цены и тогда кривая предложения ( $S$ ) также переместится, уравнивая спрос и предложение в точке  $O^1$  с характеристиками  $(p^1; q)$ .

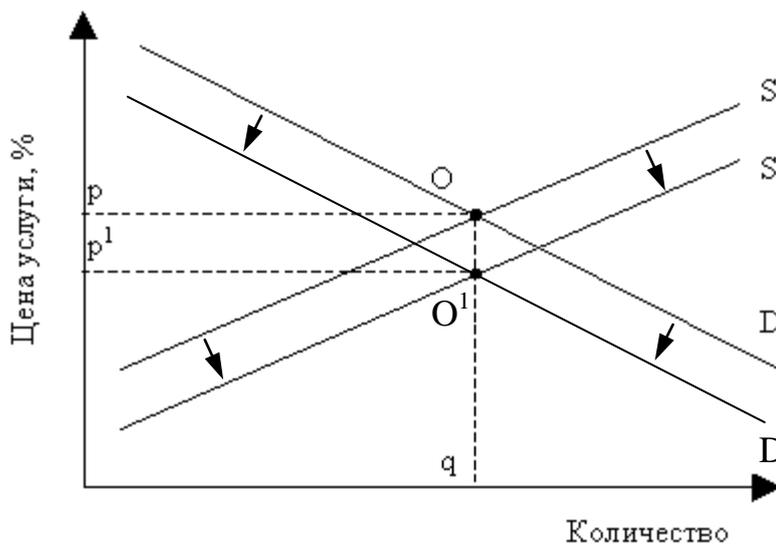


Рис. 4.9. Механизм ценового диктата потребителя услуг

Несложно заметить, что ценовые изменения, инициированные покупателем, в данном случае носят явно выраженный дискриминационный характер. При этом продавец услуг поставлен перед дилеммой: принять либо отвергнуть предложения о снижении цен.

Нельзя, между тем, однозначно утверждать, что в кредитных организациях эти стратегии доминируют, либо имеют явные к этому тенденции. Как следует из сложившейся практики, рыночный механизм, когда спрос определяет предложение (в том числе и ценовое), в условиях функционирования системы «банк – клиент», «работает» весьма условно.

Одним из примеров ценностного ценообразования, пожалуй, может служить подход к формированию цены к такому продукту как ссуда. Здесь следует дать пояснение, о каких именно ссудах мы говорим.

Поскольку дефицит платёжеспособного спроса среди российских предприятий и организаций (в первую очередь, среди экономических агентов реального сектора) по-прежнему достаточно велик, объектом ценностного ценообразования (это особенно актуально в настоящее время) выступают крупные компании. Так называемые «VIP-клиенты» выгодно отличаются (оценка банка) от других клиентов масштабностью финансо-

вых отношений с банками. Ссуда такому клиенту (как правило, подобная категория клиентов банка имеет привлекательное и устойчивое финансовое положение) воспринимается как достаточно выгодное помещение банковского капитала; этим клиентом банк дорожит, идёт ему навстречу, ведёт за него постоянную борьбу с банками-конкурентами.

«Потеря» такого клиента (особенно неожиданная) чревата для банка потерей ликвидности, крупными убытками; есть прецеденты, когда действиями лишь одного VIP-клиента «обеспечен» крах ресурсной базы банка и, как следствие, уход последнего с рынка: «...Банк России ввёл временную администрацию в «Инвестиционной банковской корпорации...» и «...самым большим ударом для ИБК (*«Инвестиционная банковская корпорация» – Ю.Г., Ю.Р.*) стал перевод счетов «Роснефти» во Всероссийский банк развития регионов» [7].

Складывается практика, когда при «правильном подходе этот бизнес (*имеется в виду обслуживание VIP-клиентов – Ю.Г., Ю.Р.*) приносит значительный комиссионный доход, а объём привлечённых средств от крупных частных вкладчиков может составлять значительную долю в общей структуре пассивов даже для банков, изначально ориентированных на работу с юридическими лицами... Действительно, по некоторым оценкам, рентабельность обслуживания VIP-клиентов в среднем 15-20%... Тенденции... говорят о том, что финансовые институты оценили перспективность этого направления и начинают его развивать. Так, сейчас практически все крупные банки, входящие в первую «тридцатку» (Альфа-банк, Автобанк, Росбанк и др.), имеют специальные подразделения, занимающиеся обслуживанием VIP, и персональных менеджеров» [20].

Определяя цену ссуды для наиболее значимых клиентов, банки нередко стоят перед выбором: либо потеря клиента, либо демпинговая цена. И, как правило, решение принимается в пользу низкой цены, которая нередко не только не обеспечивает получение банком прибыли, но и не покрывает

его расходов на привлечение и обслуживание ресурсов.

Анализ показывает, что «питательной средой» для практики столь широкого применения неэффективного ценового метода конкурентной борьбы за клиента является существенный размах в ценах привлекаемых банками ресурсов. То есть, на одном и том же федеральном рынке функционируют банковские структуры, имеющие различный уровень себестоимости услуг и эти различия значительны (см. рис. 4.10).

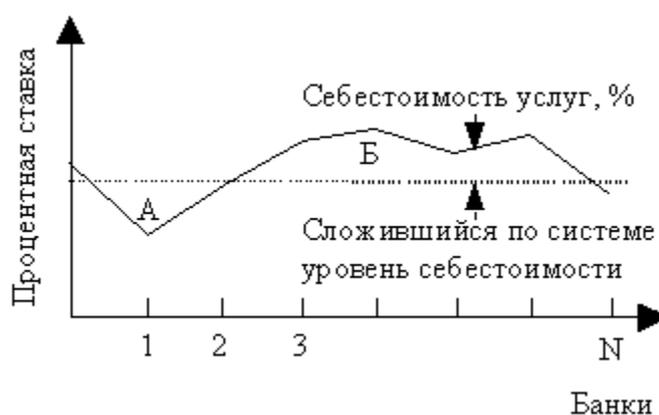


Рис. 4.10. Отклонения показателей себестоимости услуг

В зоне «А», например, (зона характеризуется более низким уровнем себестоимости услуг, чем в целом по системе) мы отмечаем широкие возможности для ценовых манёвров банков. При необходимости «дешёвая» ресурсная база кредитной организации позволяет значительно снизить цену ссуды и удовлетворить ценовые претензии VIP-клиента.

Иное дело, когда мы обращаемся к зоне «Б». Банки, чья себестоимость находится выше сложившейся, ограничены в возможности конкурировать по цене. В тоже время и в этой группе банков возникает иницируемая наиболее «ценными» клиентами-заёмщиками потребность снижения процентного процента.

Нередко в результате «ценовых баталий» процент принимает немислимо низкие для рынка значения, а потери некоторых банков от

реализованной политики фактического демпинга, покрываются за счёт других, более доходных операций и услуг.

В перечне наиболее существенных факторов, генерирующих давление на цену ссуды, находится такой фактор как территориальная принадлежность банка. Известно, что московский рынок ссудных капиталов отличается тем, что он сформирован банками с относительно дешёвой ресурсной базой. Для них работа с региональной клиентурой (не только лишь через специально организованную филиальную сеть на местах) также привлекательна, как и для любого иного банка, тем более, что: «Банковский рынок в Москве очень конкурентный: на 617 банков приходилось 813 тыс. предприятий и организаций (1 317 предприятий на 1 банк), а в регионах на 705 банков приходилось 2,7 млн предприятий и организаций (3 856 предприятий на банк)» [31]. К тому же следует учесть, что до 80% финансовых ресурсов страны сосредоточены в Москве, то есть, находятся на счетах столичных банков.

Кросс-субсидизация<sup>9</sup> действительно достаточно часто применяется коммерческими банками; для многих из них это, пожалуй, единственный путь к сохранению клиентской, а значит и ресурсной базы. В практике коммерческих банков, особенно тогда, когда речь идёт о банках мелких, либо «средней руки», не обладающих авторитетом крупной финансовой компании, приспособление цен подобным образом, как оказывается, вполне востребованный процесс.

В некоторых случаях, в том случае, когда банки прибегают к активному и полномасштабному кредитованию с использованием ценностного ценообразования, это становится предметом особого внимания и, нередко, резкой критики (пример 4-3).

Дж. М. Эванс книге «Маркетинг» отмечает: «После того, как ценовая

---

<sup>9</sup> Поддержание уровня цен, не соответствующего себестоимости некоторых продуктов при высоких ценах, взимаемых за другие продукты.

стратегия начинает претворяться в жизнь, она обычно требует постоянной точной «надстройки» для учёта изменений в издержках, конкуренции и спросе. Цены могут приспособляться посредством изменений в преysкурантах, оговорок, наценок, дополнительных надбавок, компенсаций. Важно, чтобы цена использовалась как адаптивный механизм» [65].

<b>ПРИМЕР 4-3</b>
<b>Сбербанк обвинили в льготном кредитовании олигархов</b>
<p>Миноритарный акционер Сбербанка России – компания Hermitage Capital Management обвинила менеджмент банка в потере \$ 851 млн. Акционер утверждает, что именно в таком объёме Сбербанк недополучил прибыль из-за льготного кредитования олигархов и неэффективного управления банком. Компания Hermitage Capital Management выпустила пресс-релиз, в котором обвинила наблюдательный совет Сбербанка в «пренебрежении ролью независимых директоров, что отражается в дальнейшем ухудшении корпоративного управления». Как известно, последний наблюдательный совет банка отказался рассмотреть предложения директора по корпоративным исследованиям Hermitage Вадима Клейнера о повышении эффективности работы Сбербанка. И он решил обратиться к широкой общественности. В своём заявлении Hermitage указывает, что Сбербанк России субсидирует олигархов, имеет неконкурентную структуру затрат, убыточные кредиты, неэффективный головной офис и ограниченный набор услуг. В итоге, по подсчётам компании, в течение полугода Сбербанк обязан выплатить по требованию вкладчиков \$ 22,3 млрд, а получить он может за тот же период только \$ 11,5 млрд от реализации активов. «Результатом может стать недополучение вкладчиками \$ 10,8 млрд либо погашение обязательств Сбербанка государством», пишет в своём докладе Вадим Клейнер. По его наблюдениям, долгосрочное кредитование корпоративных клиентов Сбербанка обеспечивается в основном за счёт привлечения краткосрочных вкладов населения, результатом чего является потенциальный кризис ликвидности.</p>
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 69, 2003 г.</b>

Ранее мы обращались к конкретному примеру ценностного подхода при установлении цен. Стоит ещё раз уточнить, что «уступки» банков при кредитовании «крупного» бизнеса на самом деле вызваны не столько пониманием кредитными организациями важности и полезности ценностного ценообразования, сколько стремлением «перебить» ценовые предложения банков-конкурентов и сохранить клиента в своём активе любыми способами.

Таким образом, возвращаясь к вопросу о стимулировании механизма

ценностного ценообразования, сегодня едва ли стоит предполагать, что поиск наиболее рационального соотношения «ценность/затраты» обусловлен рыночной ориентацией коммерческих банков. Будет вернее, если мы заявим о вынужденных и избирательных действиях банков, направленных на использование ценностных методов и стратегий в ценообразовании. Ведь дефицит банковских услуг, доминирующее положение продавца на рынке по-прежнему стимулируют кредитные организации к диктату цен.

#### **4.4. Равновесие спроса и предложения на рынке через достижение экономического согласия**

Непродолжительная история товарно-денежных отношений в России пока не позволяет рассчитывать на быстрый «запуск» полноценных рыночных механизмов во всех (если не в большинстве) экономических процессах. Заложенные в период плановой экономики «традиции» формирования и принятия решений, когда государство одновременно выражало интересы общественного договора и конкретного гражданина или юридического лица (в нашем случае – потребителя), сильны и сегодня. Их проявления можно наблюдать практически во всех областях деятельности экономически активных субъектов, будь то коммерческие фирмы или домохозяйства. Практика участия государственных органов в рыночных процессах совершенствуется; формируются законодательная основа тесного «сотрудничества» рыночных и государственных институтов (пример 4-4).

Отметим: в наиболее развитых странах, где диктат рынка торжествует уже не одно десятилетие, а может даже и столетие, мы также фиксируем мощное влияние государства, направленное на активное и бескомпромиссное управление производственно-экономическими процессами. У Макконелла и Брю мы находим: «Воздействие государства на экономику наиболее ощутимо через налогообложение и правительственные расходы, одна-

ко, существует много других путей вмешательства государства в экономическую жизнь. Например, за последние два десятилетия значительно возросла регулирующая роль государства. Государственное регулирование экономики вызывает важные последствия для производства, занятости, производительности труда, уровня цен и размещения ресурсов» [28].

<b>ПРИМЕР 4-4</b>
<b>ЦБ будет указывать судам, кого можно банкротить</b>
<p>Банковский комитет Госдумы рекомендовал внести ко второму чтению поправки к закону о банкротстве банков. Согласно им, Центробанк будет решать, выдавать ли суду разрешение банкротить банк... По словам зампреда банковского комитета Госдумы Павла Медведева, «эти поправки касались технологических моментов процедуры банкротства кредитных организаций». Между тем, председатель комитета по собственности Виктор Плескачевский заявил «Ъ», что принятые поправки фактически дают право Центробанку разрешать или запрещать суду банкротить банк. «Нельзя согласиться с тем, чтобы Центробанк совмещал и регулирующую, и надзорную функцию относительно банкротства. Согласно поправкам к закону, кредитор может возбудить процедуру банкротства через суд, только если у него на руках имеется заключение ЦБ о целесообразности этого банкротства», - заявил он «Ъ».</p>
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 71, 2003 г.</b>

Опыт стран с развитой рыночной экономикой, между тем, нельзя отождествлять с доказательством того, что государственное вмешательство помогает «невидимой руке» рынка управлять хаотичным, на первый взгляд, движением интересов сторон: продавцов и покупателей товаров.

Как раз, наоборот, вмешательство государства в рыночные процессы в этих странах рассматривается как вынужденные превентивные меры, направленные на обеспечение эффективности рыночных процессов и, главное, поддержание экономической безопасности страны. «Зачем государственным структурам вмешиваться в рыночную экономику?» восклицают авторы «Экономики» [59] и тут же находят ответ: «Общий аргумент в пользу государственного вмешательства заключается в несостоятельности рынка. Подчас рынки не могут эффективно распределять ресурсы, и государственное вмешательство призвано улучшить функционирование экономики» [59].

Теоретическая модель рынка предполагает, что при определённых условиях предложения по цене и объёму товара со стороны продавца уравновешивается спросом на него со стороны потребителя. Равновесие на рынке, таким образом, демонстрирует экономическое согласие сторон принять товар с определёнными характеристиками по цене и количеству. Уточним, что под дефиницией «экономическое согласие» понимается готовность участников рыночных отношений принять такое решение по цене товара (услуги), которое полностью, либо частично удовлетворяет экономическим интересам покупателя и продавца. Достижение состояния экономического согласия между участниками рынка представляет собой весьма важное условие и для эффективного функционирования механизма ценообразования в коммерческих банках.

Как бы это ни было парадоксально, но в одном из самых рыночных институтов, банке, цена на услуги достаточно часто формируется на основе предпочтений одной стороны – продавца. Другая же сторона, потребитель услуг, вынуждена довольствоваться малым, а именно, самой услугой.

Мы готовы привести массу примеров тому, как коммерческие банки повсеместно узурпируют право рынка и формируют ценовой ряд исходя только лишь из собственных экономических интересов. В основе мотивации кредитной организации в этих случаях лежит возможность получения пресловутой прибыли, причем, в максимальных её размерах. Эти действия, к слову сказать, корреспондируются с важнейшим положением федерального закона «О банках и банковской деятельности», определяющим прибыль целью кредитной организации.

Доминирование интересов банка над интересами потребителей его услуг продиктовано и состоянием рынка. Широко известно (и мы это уже отмечали выше), что банки осуществляют свою деятельность в условиях олигополии. То есть, рынок услуг, предлагаемых коммерческими банками таков, что ограниченное количество кредитных организаций обслуживает

интересы значительного числа потребителей, формируя при этом дефицит предложения. Отсюда, совершенно логично, что в этих условиях ни одна из сторон не будет стремиться к экономическому согласию: теория такова, что олигополия предполагает давление продавца на интересы покупателя; едва ли потребитель услуг в состоянии противостоять ценовому натиску коммерческого банка.

С другой стороны, если детализировать взаимоотношения банков и их клиентов, то есть потребителей услуг, практика оказывается несколько иной. Обращаясь к понятию «рынок услуг коммерческих банков», мы как бы обобщаем, сводим в единое целое всё то, что окружает этот рынок; воспринимаем его единым и неделимым. Но даже при этом, мы далеки от мысли, что ценовой диктат кредитных организаций представляет собой норму, так сказать, обычное состояние взаимоотношений на рынке услуг банков.

Существуют и активно пропагандируются иные методы, когда цена формируется, например, под давлением потребителя услуг, либо в основе цены лежат цены конкурентов. Нередко мы различаем другие рынки, где функционируют банки. И эти рынки отличают явные тенденции к развитию и становлению конкурентных отношений.

Современные рынки услуг коммерческих банков нельзя назвать рынками, где господствуют только лишь определённые методы ценообразования. Это не так. На самом деле, мы имеем дело с большим разнообразием подходов, каждый из которых в той, либо иной мере отражает состояние рынка, экономическую пользу конкретной услуги, рыночную силу банка или потребителя его услуг.

Одновременно с этим мы можем констатировать, что в ряде случаев, когда речь идёт об установлении цены на услуги банка, на первый план выходит рыночный торг. В основе виртуального, либо действительного торга, нередко сопровождающего процесс ценообразования, как правило,

лежит стремление сторон повысить или, наоборот, понизить цену услуги.

Рост цены размещения ссудного капитала – несомненное благо для банка, но, одновременно с этим, и дополнительная ноша для ссудозаёмщика. В свою очередь, размещаемые в банках депозиты юридических и физических лиц тем привлекательнее для кредитной организации, чем ниже по ним процентные расходы.

Едва ли можно представить себе обратное, когда предприятие, нуждающееся в пополнении оборотных средств за счёт займов, добивается этого наиболее дорогостоящим способом, требуя увеличения банковского процента за пользование ссудой. Наоборот, клиент банка нередко настаивает на снижении платы даже в тех случаях, когда ссудный процент и без того низкий и уже не отражает ни конъюнктуру рынка, ни уровень затрат кредитора, то есть коммерческого банка.

Поиск ценового решения приводит стороны к конфликту интересов: коммерческий банк пытается продать услугу с максимальной прибылью, а клиент, в свою очередь, рассчитывает на более полный учёт собственных интересов. «Перетягивание каната», таким образом, определяет некую наиболее приемлемую для сторон цену, принятие которой фиксируется договором.

В этом экономическом споре (нередко процесс поиска оптимальной для сторон цены носит скрытый характер) важная роль отводится психологической и финансово-экономической готовности кредитной организации вступить в него. Позиционирование банка, запас его прочности играют в этом случае замечательную роль.

Не в последнюю очередь следует отметить при этом и «вес» самого клиента, значимость которого во многом определяет предрасположенность банка к лояльному торгу по цене. Ниже (см. рис. 4.11) дана характерная для этого случая кривая, отражающая динамику ценовых уступок коммерческого банка.



Рис. 4.11. «Поведение» кривой экономического согласия в зависимости от значимости клиента

Как видно из рисунка, между готовностью банка к уступкам клиенту в цене и уровнем его значимости (условная характеристика клиента) существует прямая зависимость. Чем больше значимость конкретного клиента, тем выше уровень готовности банка принимать его ценовые условия. Таким образом, коммерческий банк активно демонстрирует готовность к экономическому согласию. А его задачи в этом случае предельно просты и заключаются в необходимости сохранить на обслуживании клиента.

Отсюда следует, что экономическое согласие достигается тем быстрее, чем внушительнее влияние клиента на финансово-экономические показатели коммерческого банка. Любопытно, что на определённом этапе (точка А) банк становится «невосприимчив» к значимости клиента. Его готовность к ценовым уступкам даёт сбой, наступает период насыщения. На этом этапе, каким бы «важным» ни был клиент, дальнейшие уступки банка теряют экономический смысл, поскольку они (уступки) настолько велики, что их последствия сопоставимы с разрушительной силой окончательной потери клиента банком. В этом случае попросту теряется целесообразность экономического согласия.

Представленная выше модель функционирует, она не единожды реализована на практике. «Выдавливание» клиентом, либо банком дополнительных для себя уступок (льгот, благ и т.п.), потеря осторожности, обыч-

но, приводит стороны к полному разрыву отношений. При этом, как правило, проигравшая сторона – коммерческие банки.

Если речь идёт о так называемых «карманных банках», либо банках, настроивших свой бизнес лишь на определённого клиента, неуступчивость кредитной организации оборачивается для последней трагедией.

Можно привести примеры, когда банковский бизнес разрушается ввиду слабого финансового менеджмента, неуступчивости или расточительности руководства в отношениях со значимыми клиентами. К счастью, эти примеры единичны и характеризуют, скорее, исключения, нежели тенденцию в бизнесе. Они же, между прочим, подчёркивают важность достижения экономического согласия, настраивают стороны (и в первую очередь, коммерческие банки) на конструктивный диалог, сбалансированную самооценку возможностей.

Всё же, зададим себе вопрос: «А так ли важно экономическое согласие сторон, в тех случаях, когда мы говорим об установлении цен на услуги коммерческих банков?». Возможно, что ценовой диктат на данном этапе становления российской банковской системы представляет собой прогрессивный инструмент, применение которого оберегает от анархии, ненужных поисков «справедливой» цены, угрозы системных кризисов?

Пожалуй, что ответ должен быть утвердительным: «Да, важно! Но только в том случае, если мы говорим о рыночной экономике, действующих в её рамках механизмах». Альтернатива этому известна. Это сложившаяся практика установления цен на услуги банков, при которой, в одних случаях, коммерческие банки «выжимают» из клиента прибыль, а в других, клиент, пользуясь некоторой уникальностью своего положения (очень часто – монопольного), сам назначает банку цену, которая позволит воспользоваться услугой банка.

Размышления на тему об экономическом согласии приводит нас к парадоксальному (если оценивать ситуацию с точки зрения практика) выводу

о том, что рост числа значимых для банка клиентов представляет собой реальную угрозу финансовому благополучию кредитной организации. В свою очередь, представители малого и среднего бизнеса, сотрудничая с банком, создают платформу для устойчивого банковского бизнеса. И это в действительности так и есть. «Крупный бизнес», в особенности, если речь идёт о монопольных структурах, способен полностью подчинить интересы банка собственным интересам и, спекулируя на этом, добиться конкурентных преимуществ по ряду важнейших рыночных позиций, например, в области инвестиций в основной и оборотный капитал; позиции же самого банка, по-видимому, будут обеднены. Ресурсы, запас прочности по себестоимости могут быть истощены. В этом, пожалуй, заключена негативная сторона погони за капиталоемкими предприятиями в ущерб отношений с субъектами среднего и малого бизнеса, работающими не столь эффективно, но не менее эффективно, как, к примеру, монопольные структуры наиболее значимых отраслей экономики.

Тема достаточности и сбалансированности финансовых отношений банков и промышленно-торгового капитала не нова, некоторым образом исследована, но требует более глубокого изучения и осмысления; в рамках данного материала её полностью, естественно, не раскрыть.

Таким образом, подводя итоги, следует отметить следующее:

- экономическое согласие во взаимоотношениях продавца и покупателя услуг следует рассматривать как один из важнейших элементов эффективно функционирующего механизма ценообразования в банках;
- сложившаяся практика определения и установления цен на услуги банков такова, что поиск ценового паритета во мнениях участников рынка скорее исключение, чем правило;
- обозначены и активно развиваются отношения давления на экономические интересы одной из сторон;
- обычаи рыночного ценообразования, когда «включается» механизм

определения и общественного информирования справедливой, с точки зрения обеих сторон, цены, слабы;

- на фоне явного доминирования позиций коммерческих банков, их ценовой гегемонии, нередкими стали проявления агрессивности и со стороны потребителей услуг кредитных организаций. Предприятия, обладающие мощной финансовой поддержкой, аккумулирующие в своём бизнесе значительные денежные ресурсы, успешно «сбивают» цены, предлагаемые банками, и отстраивают практику подчинения интересов финансовых организаций интересам реального сектора экономики;

- готовность банка к ценовым уступкам тем выше, чем значительнее и масштабнее потенциальный клиент; взвешенный подход кредитной организации к собственным возможностям способствует сохранению состояния устойчивого равновесия;

- экономическое согласие, как форма взаимоотношений кредитных организаций и их клиентов (в первую очередь, субъектов реального сектора), по праву считается атрибутом товарно-денежных, то есть, рыночных отношений, которые у нас, к сожалению, в дефиците. Это обстоятельство во многом определяет уровень цен, сформированных на рынке.

#### **4.5. В развитие темы: товары Гиффена в коммерческом банке**

Нам известен один из главных постулатов рыночной экономики: в условиях товарно-денежных отношений за формирование равновесной цены на конкретный товар «отвечают» рыночный спрос и рыночное предложение. При этом кривая спроса представляет собой убывающую функцию, а кривая предложения – возрастающую. Напомним, как устроен механизм рыночного ценообразования (рис. 4.12): снижение цены на услугу инициирует рост спроса на неё. В свою очередь, равновесие на рынке достигается за счёт того, что продавец услуг принимает условия рынка и «подстраивает»

ет» цену и объём продаж под потребности рынка.

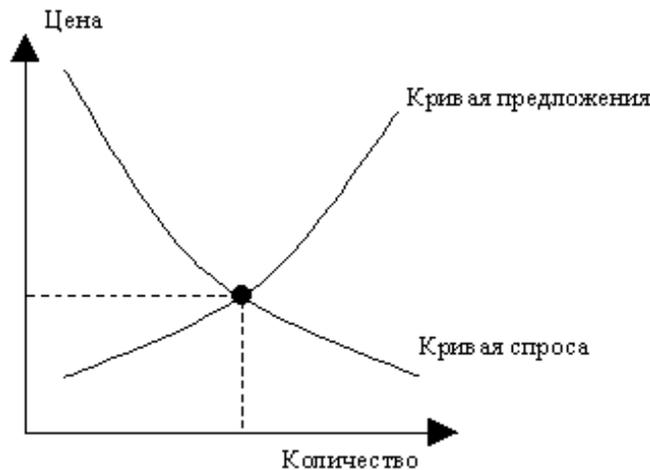


Рис. 4.12. Модель рыночного ценообразования

Известно также, что существует, хотя и редко упоминается, научная (иные называют её «псевдонаучной») гипотеза о том, что рынок располагает товарами, которые в определённых условиях могут нарушать закон спроса и предложения. Иными словами, спрос в модели рыночного ценообразования не убывающая, а возрастающая функция. Товары же, выступающие в качестве «катализаторов», нарушающих указанный закон, называются «товарами Гиффена»<sup>10</sup>, соответственно событие, вызвавшее нарушение закона – «парадоксом Гиффена».

Несмотря на то, что первые исследования в отношении данных товаров проведены ещё в XIX веке, единодушия в раскрытии их внутренней сущности, да и реальности самого существования до сих пор нет. Одни учёные утверждают, что не следует ожидать, что в реальном мире будут обнаружены товары Гиффена или товары с возрастающими кривыми спроса: «Такого рода блага никогда не были найдены» [59]. Другие авторы доказывают обратное, утверждая, что эти товары существуют и обращаются на рынке. С завидной настойчивостью они демонстрируют примеры

<sup>10</sup> В конце XIX в. английский статистик Р. Гиффен выдвинул гипотезу, что при каждом повышении продажных цен на картофель спрос на него возрастает.

«неправильного» поведения кривой спроса, описывают условия, вызвавшие гиффеновский парадокс. Предположив, вслед за последователями гипотезы Гиффена, что такие товары реально существуют, рассмотрим возможную графическую модель изменения спроса на них (рис. 4.13).



Рис. 4.13. Участок Гиффена на кривой спроса

Отрезок, обозначенный как «участок кривой спроса, характерный для товаров Гиффена», действительно демонстрирует противоречие, «несогласие» с канонами рыночного закона, о котором мы сказали. Рост цены (от  $P_1$  к  $P_2$ ) до определённого момента сопровождается ростом объёмов (от  $Q_1$  к  $Q_2$ ) реализуемых товаров. Сам товар, его сущность, а также определённые условия, сопровождающие его оборот, программируют поведение потребителей, отличное от предписываемого законом спроса и предложения.

Характер кривой спроса на товар таков, что на известном этапе её вектор вновь равнонаправлен вектору нормальных<sup>11</sup> товаров. То есть, можно предположить, что дальнейший рост цен в конечном итоге привёл бы к падению объёмов потребления услуги. Это, означает, что о «парадоксе Гиффена» можно говорить, оценивая ценовую ситуацию на рынке в статике, а не в динамике. Впрочем, доказательств существования данных

<sup>11</sup> В экономической теории, которая рассматривает множество различных товаров, особенно выделяют нормальные товары и «товары Гиффена».

товаров не виртуально, умозрительно, а реально пока так и не найдено.

Понятие «парадокс Гиффена» обычно рассматривают как явление, атрибут только лишь товарного рынка. Но об этом феномене интересно поразмышлять применительно к рынку услуг коммерческих банков. К сожалению, экономическая литература, представляющая банковский бизнес, не содержит не то что полемики, но даже упоминания о парадоксе Гиффена. Мы же считаем, что тема эта в научном плане интересна. Она, пожалуй, сродни широко известным апориям (парадоксам) древнегреческого философа Зенона (около 490-430 лет до нашей эры), которого Аристотель считал основателем диалектики. До сих пор апории «Ахиллес», «Стрела» и другие изучаются нашими школьниками и студентами. Хотя, возможно, время изучения рассматриваемой нами проблемы не пришло.

Если говорить о банковском бизнесе, то вряд ли мы сумеем разглядеть тень, отдалённый признак того, что входит в категорию «жизненно важные товары или услуги», как, к примеру, тривиальный гиффеновский картофель. Достаточно вспомнить «иерархию потребностей Маслоу», где физиологические потребности (в первую очередь, потребность в пище) лежит в основе поведения человека: «Человек, испытывающий голод, будет сначала стремиться найти пищу, и только после еды будет пытаться построить себе жилище. Живя в удобстве и безопасности, человек сначала будет побуждаться к деятельности потребностью в социальных контактах, а затем начнёт активно стремиться к уважению со стороны окружающих. Только после того, как человек почувствует внутреннюю удовлетворённость и уважение окружающих, его важнейшие потребности начнут расти в соответствии с его потенциальными возможностями» [29].

С другой стороны, развитие современного общества, конечно же, немислимо без функционирования системы коммерческих банков. Но это вовсе не означает, что деятельность банков настолько важна, что мы без особого труда обнаружим интересующие нас объёкты. И всё же...

Как правило, потребители услуг коммерческих банков стремятся разглядеть в них совокупность полезных потребительских свойств, среди которых цена занимает важнейшее место. Обычно, подход клиента к цене неоригинален: цена привлекательнее та, уровень которой ниже. Интересующие же нас услуги банков, должны отвечать несколько иным требованиям. Обозначим их ещё раз: рост цены сопровождается ростом спроса; кривая спроса возрастающая.

Поиск «ненормальных гиффеновских товаров» на рынке услуг кредитных организаций можно начать, например, с анализа взаимоотношений коммерческого банка с VIP-клиентом. Интересно «порыться» среди любых прочих услуг, при создании ажиотажного спроса на которые, обозначенная выше закономерность проявляется в полной мере, а также внимательно присмотреться к валютному рынку.

Приведём ярчайший пример ажиотажного спроса на услуги банков. В августе 1998 г., с первых дней разразившегося в России глобального экономического кризиса, зафиксирован резкий всплеск спроса на иностранную валюту. Создавшиеся к этому времени условия, при которых повышенный спрос на доллары США не только не сдерживался ростом цены (курса продажи), но и искусственно «подогревался» коммерческими банками, моделировали реальную обстановку существования товаров Гиффена, то есть, услуг банков со свойствами товаров Гиффена.

Далее. Особенности иностранной валюты, (той, которая считается мировым резервным средством) таковы, что, помимо высоких платёжных свойств, она нередко превращается в выгодное помещение капитала; в некоторых случаях (в современных экономических условиях в России – крайне редко) именно вложения в конвертируемую иностранную валюту создают эффект преимущественного роста реальных денежных доходов над инфляцией. Отсюда, возможно, неуёмное стремление российских граждан к скупке инвалюты; чем выше курс продажи, тем выше спрос,

стремление к накопительству. В свою очередь снижение курса продажи даёт необычный (только на первый взгляд) сигнал о необходимости снижения валютных «запасов» частными лицами (пример 4-5).

<b>ПРИМЕР 4-5</b>
<b>Доллар потерял в России один год</b>
<p>Прошли очередные две недели, и курс доллара опустился ещё на одну ступеньку вниз. Вчера на торгах единой торговой сессии он достиг отметки 31,2 руб./\$ – на 8 копеек ниже уровней пятницы. Ступенчатое укрепление рубля продолжается уже два месяца. За это время американская валюта обесценилась относительно российского рубля на 2%. В результате доллар вернулся на позиции годовой давности. Движение курса, как и в предыдущих случаях, произошло стремительно. Как только вчера валютные дилеры заметили отсутствие на торгах Центрального банка, они сразу начали играть на понижение. Достижение очередного уровня поддержки дилеры связывают как с появлением на рынке Банка России, так и с закрытием коротких позиций банками. Вместе с тем объём торгов на ЕТС нельзя назвать значительным – менее \$ 100 млн.</p>
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 65, 2003 г.</b>

Рассмотрим конкретный пример, где обозначены динамические ряды величин: курс инвалюты по отношению к российскому рублю и суммарный объём проданной инвалюты физическим лицам (см. табл. 4.3).

Таблица 4.3

Отдельные показатели, характеризующие движение наличной иностранной валюты в 2001 г.

Дата	Среднемесячный курс продажи, руб./ед. валюты	Продано иностранной валюты физическим лицам, млн долл.
январь	28,8871	732,9
февраль	28,9150	709,1
март	28,9520	761,4
апрель	29,0359	736,2
май	29,2171	779,2
июнь	29,3409	818,0
июль	29,4234	913,1
август	29,5416	989,7
сентябрь	29,5847	749,9
октябрь	29,6592	883,1
ноябрь	30,0403	1 050,7
декабрь	30,5947	1 179,4

Как видно (рис. 4.14), изменения рассматриваемых значений (объём и курс продажи иностранной валюты) однонаправлены. Более того, если оценить степень корреляции значений в рядах (расчётный коэффициент корреляции очень высок и составляет  $r = 0,912$ ), можно заключить, что мы наблюдаем прямую связь между показателями.

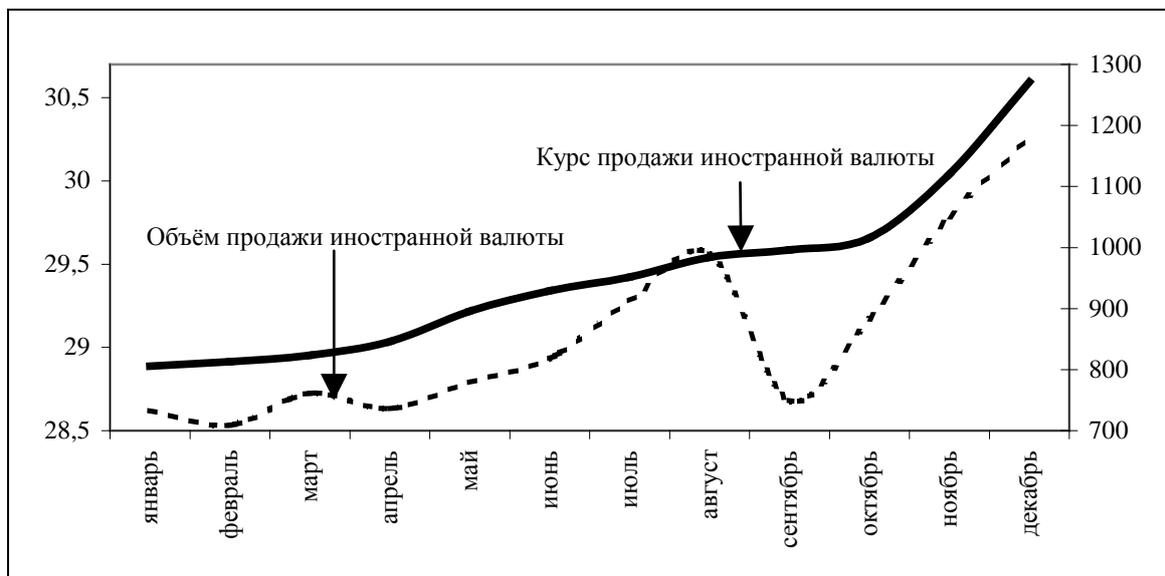


Рис. 4.14. Динамика курса и объёма продажи иностранной валюты в 2001 г. [14]

Помимо этого, если использовать ещё один статистический показатель – коэффициент детерминации (в нашем случае,  $R^2 = 83,2$ ) – то обращает на себя внимание, что 83,2% вариации значений объёмов продаж инвалюты объясняется вариацией курса её продажи. Это значит, что причиной роста объёмов потребляемой физическими лицами инвалюты, как это ни парадоксально, является рост её обменного курса.

Мы далеки от мысли, что именно в случае с услугой по продаже наличной иностранной валюты можно говорить о товарах Гиффена. И вот почему. «Сама по себе величина коэффициента корреляции не является доказательством наличия причинно-следственной связи между исследуемыми признаками, а является оценкой степени взаимной согласованности в изменениях признаков» [17]. Таким образом, высокая степень корреляции

набора показателей вовсе не доказывает, что рост продаж иностранной валюты (долларов США) обусловлен только лишь (или даже в основном) ростом её курса. Здесь всего лишь обнаружена тенденция, обращено внимание на определённую динамику.

И ещё о примерах. Сегодня не только за рубежом, в наиболее развитых странах, но и в России появился повышенный спрос на потребление предметов роскоши. Есть ли они среди услуг кредитных организаций?

Среди средств поддержания репутации можно выделить вклады части российских граждан в зарубежных банках. Рост использования потребления банковских услуг для доказательства обладания богатством, как видим, не ограничивается ростом цен.

Приведённые примеры демонстрируют частные исключения из правил и законов рынка: по мере того, как коммерческие банки увеличивают цену на собственные услуги, спрос на них растёт. Если же говорить не об исключениях, а о закономерностях, следует различать услуги, спрос на которые лишь на определённом этапе парадоксален (псевдотовары Гиффена), от услуг (если таковые существуют на самом деле), каждый этап роста цены на которые, сопровождается ростом потребления (см. рис. 4.15.)

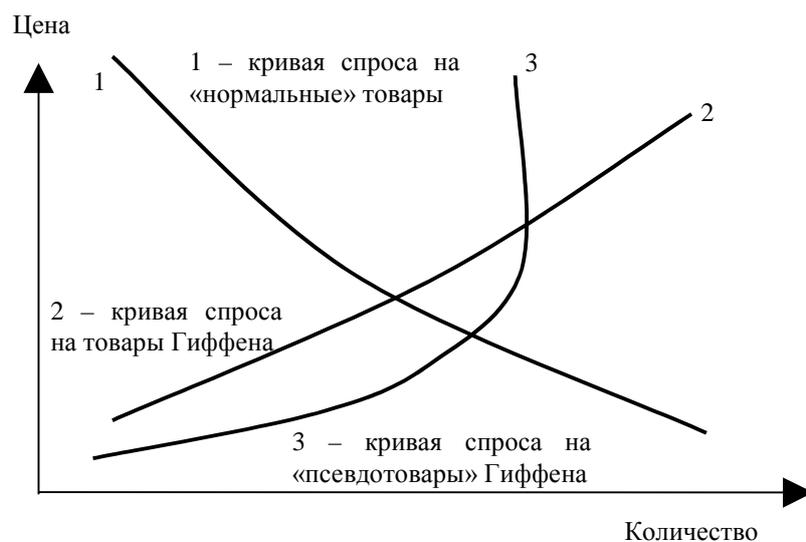


Рис. 4.15. Характер кривых спроса на товары и лжетовары Гиффена

Нет сомнений в том, что само понятие «товары Гиффена» достаточно сложно и многопланово. Многие учёные в своих исследованиях это не единожды доказывали. Возможно, что и сами эти товары – фантом, некий призрак, ловко преследующий незадачливых исследователей, вооружённых только лишь желанием доказать собственную правоту. Тем более что речь идёт о товарах не самой первой, жизненной необходимости, а об услугах коммерческих банков.

Между тем, факт существования, либо предположения о реальном существовании товаров Гиффена, как выясняется, играет определённую позитивную роль в деятельности коммерческих банков. Это обстоятельство, при умелом построении маркетинговой стратегии, позволяет внести в деятельность банка разнообразие, а главное, развить общее положительное отношение к банку со стороны клиентов, укрепляет финансовые позиции кредитной организации.

Отношения банка с VIP-клиентами (в некоторых случаях отношения с данной категорией клиентов определяет, насколько успешно функционирует банк) нередко выстраиваются, в том числе, благодаря тому, что в составе услуг банка существуют до некоторой степени уникальные, эксклюзивные услуги, потребление которых выгодно отличает «очень важную персону». Не секрет, что «показное потребление» часто отличает успешный бизнес, удачливых предпринимателей и формирует настойчивую потребность у последних «выделиться» количеством особых (в том числе и по цене) банковских услуг.

Резюмируем:

- «парадокс Гиффена», как историческая загадка, да настоящего времени не имеет окончательного разрешения. Внятные и доказательные объяснения, способные «помирить» сторонников и противников существования «неправильных» товаров, к сожалению, пока не представлены;

- на рынке услуг коммерческих банков мы встречаем услуги, характер

поведения которых во многом схож с поведением «товаров Гиффена». Основным в этом поведении следует считать положительный наклон кривой спроса;

- вектор кривой спроса таких товаров не отличается постоянством; на определённом этапе, когда наступает «ценовое насыщение», объём спроса на них при росте цен только снижается;

- весьма спорным, как и прежде, остаётся предположение, что товары Гиффена существуют реально;

- идея относительно существования товаров, спрос на которые растёт по мере повышения цены на них, весьма актуальна, имеет практическое воплощение, перспективна с точки зрения развития финансовых отношений банка с наиболее значимыми клиентами.

#### **4.6. Совершенствование механизма принятия эксклюзивных ценовых решений на услуги коммерческих банков**

Рыночные преобразования прививают отечественным предприятиям и организациям не только идеологию новой экономики, но и предлагают к использованию конкретные инструменты ведения бизнеса. В одних случаях копирование «западных» образцов приводит к успеху, в других, в силу различных обстоятельств, включая и ущербность самого инструмента, даёт противоположный результат. Особенно это относится к ценообразованию, где, казалось бы, устоялись авторитетные позиции западных ценовых схем.

Между тем, российская экономическая наука по отношению к банковскому ценообразованию проявляет поразительное безразличие. Истоки безразличия понятны: фактическая монополизация банковской сферы отбивает интерес учёных «входить» в эту сферу.

До сих пор «белыми пятнами» выглядят многие процессы установления цен. Не до конца раскрыты сущность и методы ценообразования,

взаимоотношения ценовых контрагентов и т.д.<sup>12</sup>

В частности, практически не даны ответы на вопросы о ценообразовании, связанном с ориентацией на состояние конкурентной среды, то, что мы предлагаем назвать понятием «тендерное ценообразование».

Тендер, общеизвестно, относится к инструментам, использование которых позволяет повысить отношения рыночности экономических субъектов. Использование понятия «тендер» в науке и хозяйственной практике достаточно обширно. Различные его модификации и варианты наблюдаются в случаях, когда:

- речь идёт о международных торгах, предметом которых являются различные товары и услуги;

- покупатель, желая приобрести товар, объявляет конкурс среди потенциальных продавцов, выбирая тех из них, которые предлагают наиболее качественные (с заданными характеристиками) товары;

- объявляется конкурс по размещению заказа на закуп оборудования или привлечения подрядчиков для сооружения комплексных объектов, либо выполнения иных работ;

- говорится о наличии письменного предложения, заявки, либо извещения о намерении поставить товар по срочному контракту на фьючерской бирже;

- подразумевается заявление о подписке на ценные бумаги или на участие в торгах и т.д.

Тендерные мероприятия стали распространённой формой деловых отношений и в других областях деятельности хозяйствующих субъектов, например, когда в основу тендера положена цена товара или услуги.

Экономический словарь определяет понятие «тендер», имеющего

---

<sup>12</sup> По существу одним из первых крупных научных исследований в России, посвящённым проблемам ценообразования услуг коммерческих банков, является наша монография «Ценообразование в коммерческих банках». – Хабаровск, РИЦ ХГАЭП, 2002. – 180 с.

«английские» корни, как «...цена на товар, предложенная его производителем, исходя из уровня цен, предлагаемых его конкурентами» [43]. Иными словами, тендер представляет собой некоторое значение цены на предложенный продавцом товар, при определении которой исходят, прежде всего, из возможных цен конкурентов, а не из уровня собственных издержек или величины спроса на товар.

Таким образом, в определённом смысле тендерное ценообразование – это механизм установления цен на товары, при котором ведущая роль отводится ценам конкурентов. Здесь понятие «тендерное ценообразование» вводится преднамеренно, с целью объявить о наличии различий в схемах установления цен при данном ценообразовании и ценообразовании, где инициатива определения цен отдаётся конкурентам. Вместе с тем, тендерное ценообразование и ценообразование, в основе которого лежат цены конкурентов не стоит отождествлять. Эти методы самостоятельны.

Из практики следует, что тендерное ценообразование, как подход, при котором продавец, ориентируясь на цены аналогичных товаров у компаний-конкурентов, принимает эксклюзивные ценовые решения, востребован. Он отражает общее настроение значительной части продавцов, в первую очередь, тех из них, которые предлагают конкурентные и по качеству, и по цене товары.

Достаточная «популярность» данного метода объяснима.

Во-первых, это обусловлено относительной простотой самого механизма, в основу которого положена информация о состоянии цен на аналогичные товары и услуги у конкурентов.

Во-вторых, «тендерные» цены, предлагаемые на рынке не «скачут» по мере того, как мы переходим от продавца к продавцу, а демонстрируют количественную солидарность.

В-третьих, сформированные таким образом цены вызывают у потребителей доверие и уверенность в справедливости отражения истинной

ценности товара или услуги.

В-четвёртых, явно выраженная рыночная сущность метода, в основе которого мы не находим стремления покрыть любые, даже самые невообразимые (обычно, необоснованные) затраты, позволяет рассчитывать на то, что общий уровень цен будет снижаться по мере усиления конкуренции.

Используемые на товарных рынках методы установления цен так или иначе актуальны для ценообразования услуг коммерческих банков.

Таким же образом можно оценить меру использования в практике коммерческих банков и тендерного ценообразования? То есть, мы констатируем, что коммерческие банки в ходе реализации собственной ценовой политики используют тендерное ценообразование как один из методов установления цен на услуги.

Предельно важно следующее. Как это ни парадоксально, но конкурентные рынки услуг банков в большей степени функционируют лишь в мысленном представлении Правительства и Банка России, нежели в реальных условиях (по уровню монополизации рынки услуг коммерческих банков во всём мире относятся к олигополии). Поэтому говорить о значительном экономико-ценовом соперничестве между банками не приходится. Вместе с тем, рынок, где небольшое количество продавцов (банков) достаточно чувствительных к политике ценообразования и маркетинговым стратегиям друг друга торгуют (оказывают услуги) с большим количеством покупателей, с точки зрения тендерного ценообразования, весьма перспективен.

Важно акцентировать внимание ещё на одной условности. Коммерческие банки – уникальные институциональные единицы. Их деятельность фиксируется на различных сегментах рынка (фондовый, валютный, денежный и т.д.), характеризуемых определённым уровнем конкуренции. Если в одних случаях очерчены мощные конкурентные течения на рынке (например, конкуренция банков за право обслуживать счета наиболее привлека-

тельных клиентов), то в других – отмечается полное отсутствие таковых. Примером может служить «право» некоторых банков на осуществление операций по приёму налоговых платежей.

Обратимся ещё раз к ценообразованию, основанному на учёте поведения конкурентов. Ф. Котлер утверждает: «В олигополистической отрасли, ... компании обычно назначают одинаковую цену. Небольшие компании следуют за рыночным лидером: они изменяют свои цены вместе с изменением цен лидера рынка, а не в том случае, когда изменяется спрос или их издержки»[26]. Обратимся к отечественной практике (пример 4-6).

<b>ПРИМЕР 4-6</b>
<b>Сбербанк снизил ставки</b>
<p>Пресс-служба Сбербанка распространила сообщение о снижении процентных ставок по ряду кредитов и вкладов. Это уже второй подряд случай снижения этим банком процентов вслед за снижением ЦБ ставки рефинансирования. Последнее масштабное снижение ставок по рублёвым кредитам для физических лиц было проведено Сбербанком два с половиной года назад – тогда они упали с 26-28% до 19-23% годовых... После такого изменения ставок Сбербанком придётся пересмотреть свою кредитную политику и другим российским банкам, которые сейчас выдают кредиты физическим лицам в среднем по 22-25% годовых. Другая новость, объявленная Сбербанком, менее приятна для физических лиц – он снизил на 2-3 процентных пункта ставки по долгосрочным рублёвым вкладам. Так, по вкладу «Пополняемый депозит Сбербанка России на 1 год и 1 месяц» ставки упали с 13-14% до 11-11 = 2,25% годовых, а по вкладу «Особый Сбербанка России на 2 года» – с 15,5-16,5% до 12,5-13,5% годовых... Снижение Сбербанком ставок по вкладам вслед за снижением Центробанком ставки рефинансирования, похоже, становится традицией... Вслед за Сбербанком, контролирующим, по данным Госкомстата на 1 декабря 2002 года, 67,8% рынка частных вкладов, снизят ставки и другие банки. Так, член правления Альфа-банка Мачей Лебковски заявил «Ъ», что ставки банка по вкладам в рублях скоро будут понижены «пропорционально снижению ставки рефинансирования». «Сбербанк задаёт рынку фактически новый уровень процентных ставок. С учётом этого изменение условий по депозитам физических лиц коммерческими банками примет системный характер», – полагает начальник управления банковских продуктов МДМ-банка Андрей Звёздочкин.</p>
<b>Источник: Газета «Коммерсант», № 37, 2003 г.</b>

В тех случаях (они не так уж и редки, как кажется), когда конкуренция слаба, либо её нет совсем, а рынок испытывает давление банка-монополиста, рассуждать о тендерном ценообразовании не приходится; в

этих условиях тендерный механизм попросту не работает. Банки к нему не обращаются, поскольку в данной конкретной ситуации он неэффективен.

Поэтому на практике тендерное ценообразование, каким бы востребованным оно ни было, применимо лишь в определённых условиях, когда коммерческие банки ограничены в праве диктовать цены и вынуждены «прислушиваться» к рыночным лидерам, принимать их ценовые условия. В противном случае, механизм даже не «запускается» коммерческими банками в действие.

Сегодня, в силу специфики банковского сектора экономики, на рынках функционирования коммерческих банков главенствующее положение, как, впрочем, и ранее, сохраняется за продавцами услуг, то есть, – банками. Между тем, темпы становления и развития финансового рынка, обращения банковских и аналогичных им услуг, несмотря на непродолжительную историю российской кредитной системы, создают реальные предпосылки к формированию условий перехода к более цивилизованным формам общения продавца и покупателя банковских услуг.

Обратимся к одному из определяющих аспектов в деятельности банков, именно к способности эффективного вложения банковского капитала в высокодоходные, вместе с тем, относительно безрисковые активы. Статистика демонстрирует, что в активах среднего банка имеется довольно убогий перечень финансовых вложений, позволяющих формировать доходную часть кредитной организации. Среди этих немногочисленных инструментов превалирует краткосрочное кредитование.

По данным Банка России [13] по состоянию на 01.05.02 г. ссудный портфель коммерческих банков на 72% «набит» краткосрочными (до 1 года) ссудами. Всего же доля ссуд в активах банков на эту же дату достигла 48% [41]. Таким образом, ссуда представляет собой тот реальный актив, под который банки планируют к получению (и получают) значительную долю доходов. По оценкам Банка России, рост объёмов кредитования

реального сектора экономики обусловил стабильное увеличение и объёма, и удельного веса полученных процентных доходов по ссудам [53].

Поэтому логичен вывод: удовлетворение банками платёжеспособного спроса клиентов является поводом для бескомпромиссной конкуренции среди кредитных организаций. Апелляция к мировому опыту позволяет заключить, что совершенствование экономических отношений, сопровождающееся ростом производственного потенциала страны, способствует развитию кредитных отношений. При этом конкуренция, по мере того, как промышленно-экономические единицы будут набирать производственную и финансовую мощь, будет эволюционировать.

На практике так и происходит. Реальное экономическое соперничество между банками особенно сильно в случаях обслуживания VIP-клиентов, когда «сопротивление» и неуступчивость банка в каких-либо вопросах, инициированных клиентом, чревато отказом последнего от услуг «строптивного» банка. Позиции данной категории клиентов достаточно сильны. Они продиктованы крайне важными для коммерческих банков обстоятельствами, среди которых: перспектива динамичного развития компаний; обладание внушительными финансовыми ресурсами, капиталом, способным приносить значительный доход с оборота; лояльность компании к банку, развивающая положительный имидж кредитной организации.

Потеря VIP-клиента всегда ставит банк в невыгодное положение в сравнении с конкурентами. Значимый клиент без особых усилий (в том числе, помимо собственного желания) формирует и тиражирует негативное отношение к банку со стороны других клиентов. Сам факт ухода «масштабного» клиента из банка нередко демонстрирует несостоятельность последнего как финансового консультанта и снижает рейтинг популярности банка, значение присвоенного ему публичного коэффициента<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Публичный коэффициент, присвоенный банку каким-либо рейтинговым агентством, не обязательно отражает истинное финансово-экономическое положение банка.

надёжности. А ведь такой клиент, уходя, обедняет ресурсную базу банка и укрепляет её у конкурентов. Едва ли банку следует рассчитывать, что этот клиент вновь вернётся к нему на обслуживание. Практика доказала, что клиенты, особенно те из них, кто ведёт достаточно прозрачный, легальный бизнес, а значит, раскрывают банку всю финансово-экономическую информацию, отличаются завидным постоянством в отношениях с банками.

Существует и учитывается спектр и иных причин, побуждающих банки формировать особый подход к значимым клиентам.

Названные обстоятельства и есть та платформа, на которой зарождается потребность в индивидуальном подходе к клиенту (в нашем случае, речь идёт об установлении адресных цен на услуги банков). Реализация же этой потребности, как уже отмечалось выше по тексту, «поручена» тендерному ценообразованию.

Не секрет, что прямая и косвенная зависимость банка от отношения к нему представителей крупного бизнеса (из практики следует, что к наиболее привлекательным для банка клиентам относится именно эта категория предприятий и организаций) нередко определяет как финансовый успех, так и провал коммерческого банка. Именно поэтому банки заведомо поставлены в зависимые условия и часто вынуждены принимать дискриминационные для себя условия финансовых взаимоотношений. Проявлением такой дискриминации с полным правом можно считать установление более низких (более высоких<sup>14</sup>) цен на услуги банка.

Кросс-субсидизация, таким образом, принимает форму полуофициального составного элемента ценовой политики банка, она активно культивируется и развивается.

Насколько же распространён данный метод в практике коммерческих банков? Учитывая рыночный характер и целевую направленность метода

---

<sup>14</sup> Если банк оказывает услугу, привлекая ресурсы клиента в пассивы по более высоким ставкам, чем сложились на рынке, мы также говорим о льготных ценах на услуги банка.

(метод эксклюзивен и нацелен на определение цены услуг, оказываемых избранной категории клиентов), можно заключить, что широкого распространения, в отличие от других, более известных методов, тендерное ценообразование не получило. Вместе с тем, справедливо и то, что значимость данного подхода от этого не снижается.

Наоборот, в арсенале кредитных организаций имеется и при необходимости достаточно активно используется инструмент, позволяющий банку позиционировать себя на рынке ссудных капиталов ценовым лидером, легко адаптировать цены в зависимости от конкретной ситуации, «идти навстречу» пожеланиям (как правило, эти пожелания принимают форму требования и даже ультиматума) определённой части клиентов.

«Вес» данного инструмента в общей схеме ценообразования настолько существенен, что его избирательное применение способно внести коррективы в общее состояние рыночных цен по ссудам (см. рис. 4.16).

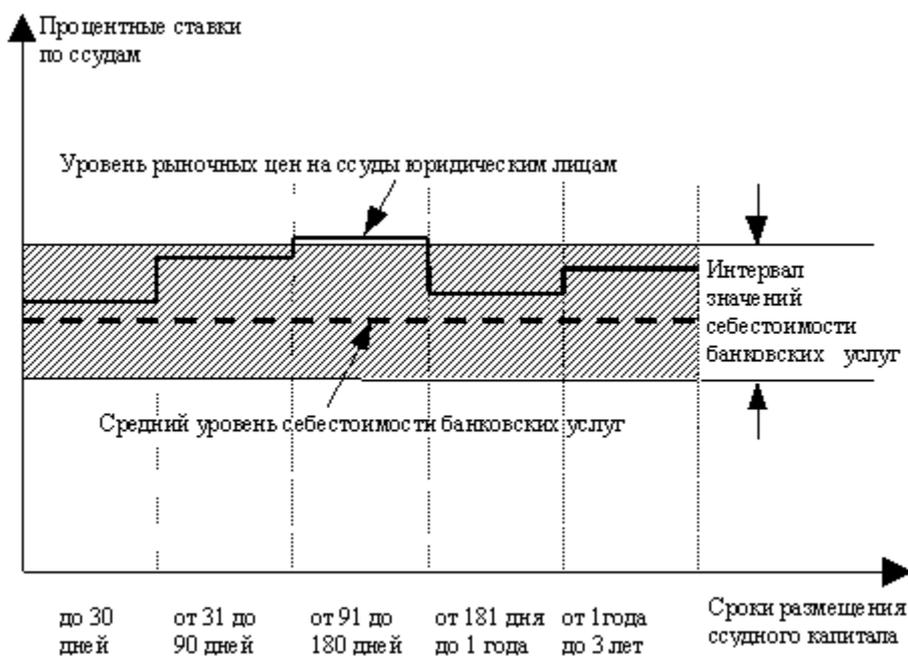


Рис. 4.16. Процентные ставки по ссудам и себестоимость банковских услуг

В условиях мощного государственного влияния на процессы, происходящие в системе, дефицита методов, отличающих рынок, к примеру, от

планового хозяйства, тендерное ценообразование проявляет себя как некая предтеча, настойчивый сигнал к возможным рыночным преобразованиям и в таком, малочувствительном к общеэкономическим реформам сегменте экономики, как банковский.

Как показывает зарубежный опыт, исторически выдержанные бескомпромиссные позиции государства по принципиально важным вопросам деятельности коммерческих и псевдокоммерческих<sup>15</sup> банков едва ли будут ослаблены. И в нашем случае (при рассмотрении вопросов ценообразования), в документах и реальных действиях Правительства и Банка России, никак не обозначено стремление к либерализации отношений с кредитными организациями, в особенности, коммерческими банками.

Управляемая государством отечественная банковская система сегодня ограничивается малым, а именно, набором адресных преференций, доступных, между прочим, избранным.

Мы не ставили задачу поиска преимуществ, либо недостатков тендерного ценообразования. Тема требует обширных исследований. К тому же, применение метода нередко сопряжено с риском формирования демпинговых цен; банки не заинтересованы в таком развитии событий. Об этом методе вообще-то следует говорить как о некотором уникальном явлении в хозяйственно-экономической жизни коммерческих банков.

Рассмотрев некоторые аспекты тендерного ценообразования, резюмируем, что данный метод не просто применяется и развивается, но он и явно различим среди калейдоскопа практикуемых банками ценовых инструментов, и имеет неплохие перспективы использования.

---

<sup>15</sup> Подразумевается, что часть банков, традиционно относящихся к коммерческим, и имеющим долю государства в уставном фонде более 50%, de facto – государственные. См, например: Состояние банковского сектора РФ в 2001 г. // Вестник Банка России. – 2002. – № 32.

#### 4.7. Подход к количественному измерению величины риска финансовых потерь в цене услуги коммерческого банка

Известно, что банковская деятельность, особенно та её часть, которая характеризуется активными операциями, несёт на себе печать вероятностного наступления неблагоприятных событий – риска финансовых потерь. Финансовыми потерями могут оказаться убытки коммерческого банка от:

- невозвращённых ссуд;
- невыплаченных процентов за пользование ссудой;
- снижения котировок ценных бумаг;
- банкротства или ухудшения финансового положения компании-эмитента финансовых активов;
- неблагоприятного изменения курса иностранной валюты;
- других событий, возникших неожиданно, вопреки первоначальным расчётам и предположениям.

В кредитных организациях о возможных финансовых потерях знают не понаслышке: потенциальные потери сопровождают в банках каждую активную операцию<sup>16</sup>. При этом действует нехитрое правило: чем больше планируемый доход (доходность) операций, тем выше вероятность наступления неблагоприятных событий – риска финансовых потерь. Риск и доход (доходность) таким образом, представляют собой две взаимосвязанные и взаимообусловленные финансовые категории.

Графически зависимость риска от предполагаемых доходов (доходности) может быть описана различными кривыми (см. рис. 4.17), например, кривыми I, II или III. Однако важно другое. Во всех случаях между доходом (доходностью) и риском существует прямая зависимость, при которой попытки увеличить доход (доходность) сопровождаются неизменным ростом потенциальных (нередко и фактических) потерь.

---

<sup>16</sup> Риск финансовым потерям подвержены не только активные, но и пассивные операции.

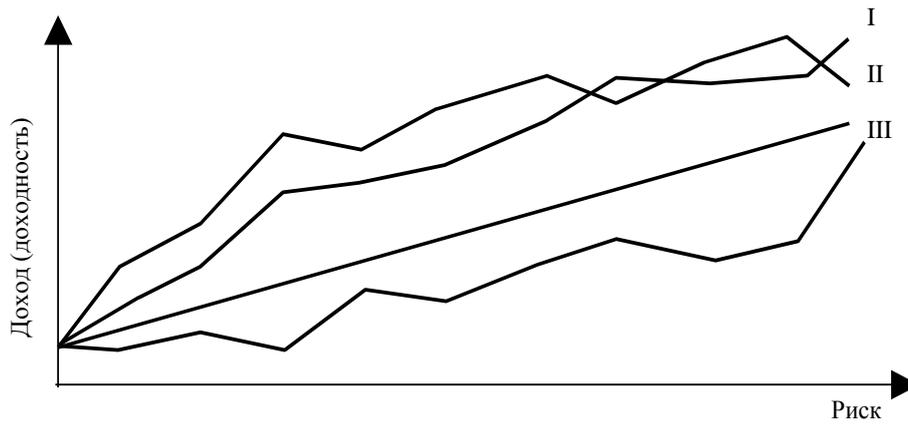


Рис. 4.17. Зависимость риска от дохода (доходности) финансовых активов

Используя подход Банка России при классификации рисков по финансовым инструментам<sup>17</sup> альтернативу «риск-доходность» можно представить по-иному (см. рис. 4.18).

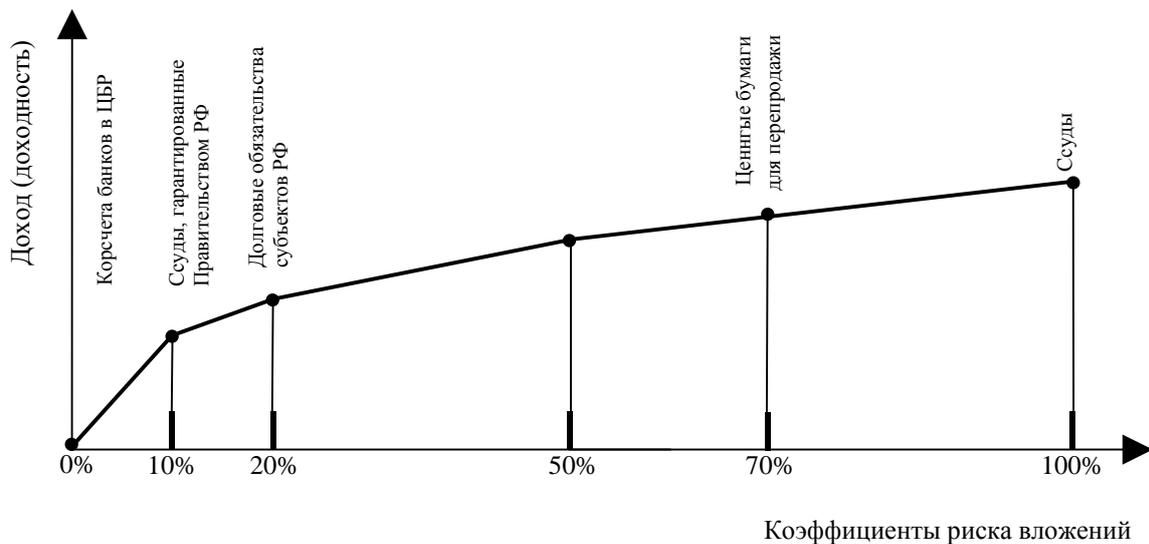


Рис. 4.18. Вариант формализации риска вложений

Среди многих причин, побуждающих коммерческие банки устанавливать ту либо иную цену на собственные услуги, риск, пожалуй, выделяется тем, что его количественная оценка крайне затруднена.

<sup>17</sup> Классификация рисков дана в инструкции ЦБ РФ № 1 от 01.10.97 г.

Бесспорно, в банках рассчитывают себестоимость услуг, контролируют и регулируют норму достаточной прибыли, оптимизируют издержки. Здесь разработаны и имеют широкое практическое применение различные методики по расчёту лимитов риска при проведении операций. Вместе с тем, весьма актуальной остаётся проблема количественной оценки риска, то есть числового его выражения (в виде, к примеру, процентов, долей, денежных единиц и т.д.), реализация которой позволяет банкам рассчитывать на более эффективное управление риском; использовать различные меры, позволяющие в определённой степени прогнозировать и предвосхищать наступление искомого события – финансовых потерь.

В практической деятельности необходимую оценку уровня риска финансовых потерь позволяют формировать статистические методы. Для анализа рисков наиболее часто применяются математические методы, особенно те, в основе которых лежит теория вероятностей. Из книги Е. Стояновой следует: «Риск имеет математически выраженную вероятность наступления потери, которая опирается на статистические данные и может быть рассчитана с достаточно высокой степенью точности» [58].

Применительно к экономическим задачам, решаемым в банках, когда, например, определяется цена услуги, методы теории вероятностей сводятся к расчёту значений возможного наступления событий, а также выбору из возможных событий наиболее предпочтительного в основе которого – наибольшая вероятность математического ожидания. Другими словами, математическое ожидание какого-либо события равно абсолютной величине этого события, умноженной на вероятность его наступления.

В современных условиях российской экономики, когда коммерческие банки приступили к активной фазе кредитования предприятий и организаций реального сектора, достаточно актуальным представляется вопрос величины ссудного процента, предлагаемого кредитными организациями в качестве платы за пользование банковским капиталом.

Очевидно, что мы можем говорить о том, что условия по цене ресурсов определяет рынок, где и будут устанавливаться конкурентные ставки по ссудам. Вместе с тем, следует помнить, что наряду с банками-конкурентами, банками-монополистами, потребителями услуг банков, то есть всеми теми, рыночными силами, которые формируют уровень ссудного процента, реальным ценовым фактором выступает ещё и банк-кредитор. И в его интересах не последняя роль отведена:

- покрытию понесённых процентных расходов;
- покрытию понесённых косвенных расходов;
- получению гарантированной прибыли;
- гарантиям от риска потерь.

Если определять цену ссуды с позиции интересов банка-кредитора (а это не такое уж и редкое явление, учитывая уровень монополизма в банковской сфере), то мы сталкиваемся с проблемой количественной оценки «гарантий от риска потерь», то есть необходимостью определения величины некоторой надбавки к базовой ставке. У П. Роуза находим формулу для расчёта «ставки по кредиту любому конкретному заёмщику...» [48].

$$\begin{array}{rcccl} \text{Процентная ставка} & & \text{базовая} & & \text{надбавка} \\ \text{по кредиту} & = & \text{ставка} & + & \text{за риск} \end{array}$$

По Роузу в качестве базовой ставки выступает «самая низкая ставка, предлагаемая наиболее кредитоспособным клиентам по краткосрочным кредитам в оборотный капитал», рассчитанная как сумма предельной стоимости привлечённых средств для кредитования заёмщика, операционных расходов банка и желаемой маржи. В свою очередь надбавка за риск есть плата банку за возможные (потенциальные) финансовые потери.

В силу различных обстоятельств необходимые данные, позволяющие «построить» математическую модель ожидания события, зачастую отсутствуют, а неопределённость хозяйственной ситуации, ближайших перспек-

тив её изменения вынуждает действовать с учётом собственного опыта, нередко, опираясь на интуицию. При этом важное место занимает экспертная оценка, то есть, проведение экспертизы, обработка и использование её результатов при обследовании некоторых изучаемых объектов.

Принятие экспертной оценки представляет собой комплекс последовательных логических и математико-статистических методов и процедур, связанных с деятельностью экспертов по обработке требуемой для анализа и принятия решения информации. В основе экспертной оценки лежит способность специалиста (то есть, его знания, умения, опыт, интуиция) отыскивать необходимые, наиболее верные в конкретном случае решения.

Следует подчеркнуть, что метод экспертных оценок предусматривает использование различного инструментария для определения величины риска, сопровождающего ссудные операции; наиболее удачным среди них считается использование оценок в виде баллов.

Исходя из практики применения метода, необходимо учесть, что при бальной оценке важно придерживаться определённых правил. К примеру, оценка осуществляется в пределах бальной шкалы  $0 < R < m$ , в зависимости от степени предпочтений эксперта при выборе; ранжирование от 0 (маловероятное событие) до «m» (очень высокая степень вероятности).

С целью демонстрации практического решения задачи по определению количественного значения риска финансовых потерь при выдаче ссуд, воспользуемся указанным методом и оценим полученные результаты.

Не будет лишним уточнить, что важным моментом в ходе экспертных оценок является их достоверность. Суждения экспертов субъективны, основаны на собственном восприятии, личных предположениях о возможных потерях. В этих условиях допустимы существенные разногласия, и даже противоречия в оценках экспертов, несмотря на то, что эксперты – это подготовленные специалисты, имеющие опыт практического кредитования, реально оценивающие экономическую ситуацию, возможности

потенциального ссудозаёмщика своевременно и в полном объёме выполнить свои обязательства перед кредитором (в нашем случае – банком).

В ситуации достаточно высокого влияния на конечный результат субъективных факторов (мнения конкретного эксперта), вопрос достоверности (что крайне важно, обоснованности и справедливости в отношении определённого клиента) полученных результатов в действительности стоит чрезвычайно остро. Существующие сегодня способы определения «качества» экспертных оценок основаны на предположении, что в случае согласованности действий экспертов достоверность результатов гарантируется.

С целью оценки согласованности выводов и мнений экспертов, воспользуемся коэффициентом конкордации ( $W$ ), значение которого может быть определено с помощью следующей формулы [10]:

$$W = \frac{\sigma_{\phi}^2}{\sigma_{\max}^2}$$

где:  $\sigma_{\phi}^2$  - фактическая дисперсия суммарных оценок, данных экспертами;  
 $\sigma_{\max}^2$  - дисперсия суммарных оценок, в случае, когда мнения экспертов полностью совпадают.

Величина коэффициента конкордации достаточно динамична и изменяется в пределах от 0 до 1. Иными словами, если коэффициент равен 0, то можно сделать вывод о том, что никакой согласованности во мнениях экспертов попросту нет; оценки даны некачественно, акценты расставлены неверно, общий итог ошибочен. В данном случае такие оценки не могут служить основанием для каких бы то ни было обобщений и выводов. В свою очередь, возможный вариант, когда коэффициент равен 1, свидетельствует о полной согласованности оценок экспертов.

В практике случаи полной согласованности в оценках экспертов, когда  $W = 1$ , редки, особенно если число экспертов измеряется десятками или сотнями; полная согласованность в выводах должна рассматриваться

как исключение, а не правило. Если обратиться к источникам, где рассматривается методика использования экспертных оценок [10], достаточным уровнем согласованности считается коэффициент конкордации более 0,7.

		Предполагаемая плата за риск, включаемая банком в ссудный процент, %																						
		0,0	0,5	1,0	1,5	2,0	2,2	2,4	2,6	2,7	2,8	2,9	3,0	3,1	3,2	3,3	3,4	3,5	3,6	3,8	4,0	4,5	5,0	5,5
		Экспертная оценка (баллы от 1 до 23)																						
Эксперты	1	1	2	3	4	5	7	6	15	12	17	19	21	22	23	20	18	13	16	14	11	10	9	8
	2	1	2	3	5	4	7	6	12	13	16	19	20	22	21	23	18	17	11	15	14	10	9	8
	3	1	2	3	4	5	6	7	13	14	16	17	20	21	23	19	22	15	18	11	12	10	8	9
	4	1	2	3	5	4	7	6	11	13	16	18	19	20	21	22	23	17	12	15	14	10	8	9
	5	1	2	3	4	5	7	6	12	13	11	17	19	20	21	22	23	18	16	15	14	8	10	9
	6	1	2	3	4	5	6	7	13	12	14	18	21	23	22	20	19	11	17	16	15	10	8	9
	7	1	2	3	5	4	6	7	12	13	14	22	19	21	23	20	11	18	17	16	15	9	10	8
	8	1	2	3	4	5	6	7	14	16	17	22	21	19	20	23	18	11	15	13	12	10	9	8
		Сумма баллов, выставленная экспертами по соответствующей плате за риск																						
		8	16	24	35	37	52	52	102	106	121	152	160	168	174	169	152	120	122	115	107	77	71	68
		Ранжирование величин платы за риск по результатам экспертных оценок																						
		21	20	19	18	17	16	16	12	11	7	5	4	3	1	2	5	8	6	9	10	13	14	15

Используя показатели, собранные в таблицу, проведём расчёт коэффициента и ответим на вопрос: «Достаточно ли согласованны выводы экспертов при оценках того, какой должна быть плата клиента за риск финансовых потерь банка при размещении капитала в ссуды?».

Каждому значению платы за риск (интервал от 0 до 5,5%) соответствует ряд оценочных величин, выраженных в баллах (от 1 до 23 баллов).

Среднее значение суммарной оценки «m» величин процентных ставок (как предполагаемая плата за риск), назначенных «n» числом экспертов составляет  $\frac{1}{2} * n * (m+1)$  и в нашем случае равно 96. Значение фактической

дисперсии суммарных оценок ( $\sigma_{\phi}^2$ ) равно 2 801,5 [Ошибка! Закладка не определена.]. Значение дисперсии суммарных оценок при полной согласованности ( $\sigma_{\max}^2$ ) равно 2 944,0. Откуда значение коэффициента конкордации:  $W=0,952$ . Коэффициент ( $W=0,952>0,7$ ) свидетельствует, что оценки экспертов согласованы и могут быть применены в качестве основы для определения искомого значения – процентной ставки, используемой в цене (ссудном проценте) банковской услуги (ссуде). В нашем случае эксперты «проголосовали» в пользу платы за риск (надбавки за риск) в 3,2%.

В данном примере рассмотрен методический подход к оценке риска, сопровождающего ссудные операции кредитных организаций. Метод, как уже было отмечено выше, даёт субъективную оценку и, значит, не лишён изъянов. Вместе с тем следует учесть, что относительная простота расчётов, основанная на методах общей статистики, позволяет широко использовать предложенную схему в банковской практике, особенно в тех случаях, когда высока вероятность финансовых потерь и необходимы взвешенные, обоснованные решения относительно цены предлагаемых услуг.

Таким образом, можно констатировать, что на кредитном рынке, который характеризуется высоким уровнем конкуренции, качеством предоставляемых услуг, банк-кредитор, определяя величину ссудного процента (цену ссуды), скорее принимает процентную ставку, предложенную рынком, а не устанавливает её самостоятельно. Другое дело, если рынок подвержен давлению со стороны банков-монополистов. В этом случае цена услуги растёт последовательно, по мере того, как банк, занимающий нишу ценового лидера, планирует: погашение понесённых затрат; получение прибыли; снижение риска финансовых потерь. Определение процентной ставки при этом представляет для банка более сложную задачу, поскольку подразумевает поиск адекватной платы за риск финансовых потерь. Доступным инструментом, позволяющим количественно оценить надбавку за риск при банковском кредитовании, является метод экспертных оценок.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Обзор сложившейся практики ценообразования в коммерческих банках, отношения к цене банковских услуг в условиях российской действительности даёт повод усомниться в том, что кредитно-финансовые институты наконец-то вооружены механизмом эффективного ценообразования, тот есть такого ценообразования, при котором обеспечивается баланс интересов продавца и потребителя услуг.

Спустя десятилетие с момента начала коренных реформ в отечественной банковской системе, констатируем, что в основе большинства действующих моделей образования цен на услуги банков лежит реагирующее ценообразование (понятие находим у Т.Т. Нэгла и Р.К. Холдена в руководстве «Стратегия и тактика ценообразования»). Цель такого ценообразования – покрытие затрат и получение прибыли.

Слабым утешением может служить то обстоятельство, что затратное ценообразование исповедуется не только в банковской сфере, но и практически в каждой из отраслей экономики.

Занимаемое банками уникальное положение на рынке, когда потребитель лишён возможности равноправного распределения прибыли, создаваемой благодаря ссудно-деPOSITным, расчётно-кассовым и другим операциям, активно поддерживается государством.

«Тепличные» условия, «организованные» для отечественных банков (именно так можно расценивать результаты настойчивых и последовательных действий Правительства и Банка России по принижению роли экономического соперничества на рынке финансовых услуг), как это не странно, даже можно оправдать:

- мировым опытом;
- значительным участием государства в капиталах банков;
- страхом денежных властей перед возможными разрушительными по-

следствиями банковского кризиса для общенациональной экономики.

Можно продлить перечень так называемых оправданий, по которым банковские услуги сегодня остаются в дефиците, а цены, с точки зрения клиента, на них таковы, что сводят к нулю эффективность деловых отношений с коммерческим банком.

Монопольному положению банков в монографии отведена важная роль. Длительное время эта тема не могла найти достойного отражения ни в средствах массовой информации, ни в научных исследованиях. Без преувеличения можно утверждать, что эта тема попросту замалчивалась.

Между тем, не секрет, что многим коммерческим банкам искусственно созданы преимущественные условия для ведения бизнеса. Чего стоит, к примеру, государственная опека банков, привлекающих средства населения? Или «забота» федеральных органов власти о наполнении ресурсной базы ангажированного банка «дешёвыми» ресурсами?

Теория банковского дела и сегодня, к сожалению, обходит вниманием вопросы монополий в банковской сфере, уделяя достаточно скромное внимание состоянию конкуренции среди банков.

Будет полезным, наконец-то, начать серьёзный разговор о монополизме в банковском секторе, причинах его порождающих и негативном влиянии, которое он оказывает на развитие банковской системы.

В отсутствие теории ценообразования в коммерческих банках, банковские менеджеры активно внедряют в практику собственные схемы установления цен. Нередко эти схемы ошибочны и ведут в тупик взаимоотношений клиента и банка, поскольку учитывают интересы только одной стороны – коммерческого банка.

Нацеленность на получение высокой прибыли при достаточно скудых источниках их получения, вынуждает банки удерживать крайне невыгодные для большинства клиентов цены. Активное культивирование такой стратегии нередко приводят банк к печальному финалу.

Рассматривая и анализируя различные модели установления цен, нам всё же удалось разглядеть первые ростки рыночного ценообразования, при котором прослеживается «уважение» сторон финансовых интересов друг друга. В одних случаях в этом – позиция руководства банка и его собственников, в других – сложившиеся обстоятельства взаимоотношений с потребителями услуг.

Таким образом, сделан первый, наиболее ответственный шаг: осуществлена либерализация процедуры ценообразования с постепенным понижением роли государства в управлении ценами.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

### **Практика ценообразования в коммерческих банках**

**А. Казимагомедов, Н. Склярова**  
**Управляемые пассивы. Зарубежный опыт**  
**(Финансовый бизнес. № 11, 1997 г.)**

В зарубежной банковской практике основной формой привлечения денежных средств через управляемые пассивы являются депозитные сертификаты, банковские бонды, так называемые банковские бумаги....

Для определения цены депозитного сертификата в зарубежной банковской практике используется формула:

$$MV = 100x \left[ 1 + Cx \frac{N}{360} \right], \quad (1)$$

где:  $MV$  - цена погашения депозитного сертификата;  
 $C$  - купонная или объявленная по данному депозитному сертификату процентная ставка;  
 $N$  - срок до погашения обязательства.

Чтобы определить рыночную или текущую цену депозитного сертификата, используется формула:

$$P = \frac{MV}{1 + (N/360)i}, \quad (2)$$

где:  $P$  - рыночная цена;  
 $i$  - существующая процентная ставка.

При  $C = 1$  в момент выпуска сертификата депозитный сертификат продаётся по цене погашения. Такая формула, как считают зарубежные специалисты, справедлива и для других ценных бумаг, приносящих процентный доход.

В качестве примера рассмотрим депозитный сертификат номиналом 100 000 долл. Сроком 90 дней (3 мес.) с объявленной ставкой, равной 10%. По формуле (1) цена погашения депозитного сертификата будет равняться 102, 5 тыс. долл. Цена погашения пакета депозитных сертификатов на 1 млн долл. составит 1 025 000 долл. Если через 45 дней текущая ставка процента по аналогичным депозитным сертификатам поднимется до 12%, то рыночная цена этого пакета будет составлять 1 009 852,2 долл. Итак, согласно формуле (2):

$$P = \frac{1025000}{1 + 45 : 360 \times 0,12} = \frac{1025000}{1,015} = 1009852,2$$

Если бы текущая ставка процента осталась бы на уровне 10%, то цена депозитного сертификата была бы равна 1 012 345,6 долл. Следовательно, рост рыночной ставки с 10 до 12% сокращает цену депозитного сертификата на 2 493,4 долл., или на 12,467 долл. за рост на один базисный пункт. Наоборот, если бы текущая ставка процента снизилась до 8%, то пакет депозитных сертификатов сроком погашения в 45 дней должен был бы составить 1 041 851,4 долл. В этом случае падение рыночной ставки процента увеличивало бы цену депо-

зитного сертификата на 2 505,8 долл. или на 12,529 долл. за снижение на один базисный пункт. Для дилера фондового рынка разница между ценой запроса и ценой заявки составляет доход или маржу по сертификатам...

**К. Косован**

**Трансфертное ценообразование в коммерческом банке  
(Деньги и кредит. № 11, 1999 г.)**

...Трансфертное ценообразование – это установление «промежуточных» цен (стоимости полуфабрикатов и других промежуточных продуктов в процессе производства, стоимости «услуг», оказываемых одними подразделениями другим)... Трансферт-цены устанавливаются для услуг и фондов, перераспределяемых между центрами ответственности банка...

Центр ответственности – это единица банка, которая обособленно осуществляет определённые операции. Деление на центры ответственности зависит от целей финансового анализа и может быть различным. В качестве центров ответственности могут выступать реальные подразделения банка (управления, отделы, филиалы, отделения), стратегические единицы банковского бизнеса или сегменты банковского рынка, на которых банк осуществляет свою деятельность («розничный» банк, «оптовый» банк), группы клиентов (корпоративная клиентура, частная клиентура), отдельные операции и услуги (эмиссия векселей, операции с банковскими картами и т.д.).

В зависимости от целевой функции центры могут делиться на центры прибыли (целевая функция – максимизация прибыли) и центры затрат (целевая функция – минимизация затрат). Кроме того, могут выделяться, например, центры инвестиций, центры управления и т.д.

...Теоретический подход к определению трансферт-цен наиболее наглядно демонстрируется на модели банка, состоящего из двух центров прибыли, причём первый осуществляет реализацию продукта клиентам банка, а второй только производит промежуточный продукт для первого. В этом случае прибыль банка будет описываться уравнением:

$$\pi = R(g) - C_1(g) - C_2(g), (1)$$

где:  $\pi$  - прибыль банка;  
 $R(g)$  - функция выручки банка от продажи продукта клиентам;  
 $C_1(g)$  - функция собственных затрат первого центра;  
 $C_2(g)$  - функция собственных затрат второго центра.

Условие максимизации прибыли приводит к уравнению:

$$MR(g) = MC_1(g) + MC_2(g), (2)$$

где:  $MR, MC_1, MC_2$  - соответственно предельные функции дохода и затрат первого и второго центра.

Поскольку оба центра максимизируют индивидуальную «прибыль», то

трансферт-цена должна определяться как:

$$P_t = MC_2(g_0), (3)$$

где:  $g_0$  - оптимальный объём продукта, определяемый на основании уравнения (2).

...Специфика определения трансферт-цен ресурсов. Трансфертное ценообразование для ресурсов имеет наиболее важное значение, поскольку деньги – основной «продукт» банковской деятельности. При этом специфика такого продукта приводит к тому, что одновременно с перераспределением ресурсов между центрами ответственности происходит перераспределение финансовых рисков. Таким образом, трансфертное ценообразование для ресурсов становится не только инструментом для анализа доходов, затрат и цен, но и частью системы управления банковскими рисками...

В настоящее время применяются три метода трансфертного ценообразования на ресурсы: экспертный метод, рыночный метод, затратный метод.

Экспертный метод предполагает назначение трансфертной цены высшим менеджментом или органом, отвечающим за управление ресурсами банка (например, Комитет по управлению активами и пассивами) на основании административного решения, либо на основании переговоров менеджеров.

Использование данного метода без должного обоснования может привести не только к экономическим диспропорциям внутри фирмы, но и к потере у подразделений или бизнесов целевых ориентиров, связанных с максимизацией прибыли банка в целом...

Рыночный метод является наиболее распространённым в мировой практике и заключается в том, что в качестве трансферт-цен принимаются цены на соответствующий продукт на внешнем рынке.

Указанный подход основан на следующих допущениях:

- существует эффективный рынок (в данном случае – денежный рынок) с достаточно чётко определёнными ценами;

- ресурсы могут быть свободно проданы/куплены соответствующим подразделением на этом внешнем рынке.

Однако одновременное выполнение этих двух условий возможно в достаточно редких случаях... Широко распространённым вариантом применения в России рыночного метода трансфертного ценообразования явилось и использование банками в качестве основы расчётов доходности по государственным краткосрочным обязательствам, иногда дисконтированной на нормативные (или фактические средневзвешенные) непроцентные затраты или на нормативную процентную маржу. Этот подход (проблема дефолта здесь не рассматривается) практически неприемлем даже для банков, имевших доминирующую долю ГКО в портфеле активов и планировавших сохранить эту долю в будущем... Что же касается банков, не имеющих значительного пакета ГКО в портфеле активов, то ярким примером может служить практика отдельных банков, выразившаяся в увеличении процентных ставок по привлечённым депозитам...

Затратный метод трансфертного ценообразования может применяться в отсутствие эффективного внешнего рынка. Общий подход достаточно прост в

реализации, так как предполагает измерение только общих (а не предельных) затрат:

$$P_t = C_2(g_0), (4)$$

Вариантом такого метода является распределение маржинального дохода между центрами пропорционально переменным затратам по производству данного продукта.

### **А. Проскурин** **«Мертвая» точка доходности и её анализ в банке** **(Финансовый бизнес. № 8, 1997 г.)**

Для анализа процесса формирования и структуры доходов банка применяют различные приёмы, среди которых своей логичностью и простотой восприятия выделяется расчёт финансовой маржи, означающей разницу между процентными ставками по размещаемым и привлекаемым ресурсам. Данный показатель несёт информацию, позволяющую оценить взвешенность процентной политики банка, способность её менеджмента своевременно и адекватно реагировать на изменяющиеся обстоятельства...

Для эффективного управления рентабельностью активов банку необходимо знать фактическую норму внутренней стоимости оказываемых услуг, связанных с размещением средств с целью получения дохода. Таким показателем (Мт) является сложившаяся величина консолидированных (общих) расходов банка, не покрытых полученными комиссиями и прочими доходами, на каждый рубль доходоприносящих активов:

$$Mm = \frac{(\text{Общие}_\text{расходы}_\text{банка} - \text{Полученные}_\text{комиссии}_\text{и}_\text{другие}_\text{доходы}) \times 100}{\text{Среднедоходные}_\text{активы}_\text{(кредиты,}_\text{ценные}_\text{бумаги,}_\text{лизинг,}_\text{факторинг)}}$$

Исчисленный коэффициент затратоёмкости доходных активов по существу отражает финансовую маржу в виде наименьшего разрыва в процентных ставках по активным и пассивным операциям, которые дают банку возможность только покрыть необходимые расходы без получения прибыли. Такой показатель минимальной отдачи вложений получил название «мёртвой точки» доходности банка, выполняющей роль «добытчика» средств для обеспечения безубыточной деятельности. Снижение уровня «мёртвой точки», характеризующее сокращение удельных затрат, вовлечённых в обслуживание доходных активов, создаёт банку условия для широкого маневра процентными ставками, повышения нормы прибыли и конкурентоспособности на рынке ссуд и депозитов...

В прилагаемой таблице на примере смоделированных показателей условного банка произведён расчёт, в соответствии с которым привлечённый депозит под 35% годовых может быть безубыточно использован для выдачи ссуды в случае, если ставка по ней не будет ниже 48,2% годовых. Из них 35% обеспечивают возмещение банку платы за взятые займы ресурсы, 5,2% – компенсация потерь от обязательного резервирования аккумулированных средств, 3,7% –

возмещение создаваемого резерва на возможные потери по ссуде и 4,3% – покрытие эксплуатационных и других накладных расходов банка...

Таблица

№ п/п	Показатели	Цифровое значение	Буквенное значение
1	Объём депозита, привлекаемого для выдачи ссуды (млн руб.)	200	Д
2	Ставка по депозиту (% годовых)	35	П
3	Размер годовой платы за депозит (млн руб.) $\frac{Д \times П}{100}$	70	Г
4	Норматив обязательного резервирования привлечённых средств, установленный ЦБ РФ для долговых обязательств соответствующей срочности (%)	13	Н
5	Часть депозита, отчисляемая в обязательные резервы на беспроцентный счёт ЦБ РФ (млн руб.) $\frac{Д \times Н}{100}$	26	С
6	Конечная плата коммерческого банка за депозит с учётом обязательных отчислений средств (% годовых) $П \times \frac{100}{100 - Н}$ или $П \times \frac{Д}{Д - С}$	40,2	Пк
7	Подлежащие возмещению потери банка от повышения платы за депозит, вызванного обязательным резервированием средств (млн руб.) $(Пк - П) \times \frac{Д}{100}$	10,4	Б
8	Уровень кредитного риска по банку (отношение среднего остатка фактически созданного резерва на возможные потери по ссудам к среднему объёму совокупной задолженности по кредитам за последние 12 месяцев (%))	3,7	У
9	Относимый на расходы банка резерв на возможные потери по вновь выдаваемому кредиту (млн руб.) $\frac{Д \times У}{100}$	7,4	Р
10	Средние доходоприносящие активы банка за последние 12 месяцев (млн руб.)	90000	А
11	Средние расходы на персонал, эксплуатацию оборудования и другие накладные расходы банка, не покрытые полученными комиссиями и прочими доходами, за последние 12 месяцев (млн руб.)...	3900	Ор
12	Коэффициент, отражающий отношение накладных расходов банка к его доходоприносящим активам (%) $\frac{Ор \times 100}{А}$	4,3	К
13	Часть накладных расходов банка, обеспечивающих возможность проведения операции по привлечению и размещению в кредит депозита, и которые должны быть возмещены доходом от намечаемой кредитной сделки (млн руб.) $\frac{Д \times К}{100}$	8,6	В
14	«Мёртвая» точка доходности – минимальная ставка по кредиту (% годовых) $Mm = Пк + У + К$ или $Mm = \frac{(Г + Б + Р + В) \times 100}{Д}$	48,2	Мт

Финансовые выгоды, получаемые от снижения уровня компонентом «мёрт-

вой точки», достаточны, чтобы сориентировать банк на повышение качества кредитных вложений, выбор более экономичных форм сбора ресурсов с учётом их стоимости, срока привлечения и сопряжённых с ним норм обязательного резервирования средств. Величина «мёртвой точки» испытывает заметное воздействие эксплуатационных и других накладных затрат банка. Объём этих издержек может проявлять устойчивую независимость, оставаться стабильным или увеличиваться в отрыве от масштаба деятельности банка...

В условиях складывающегося ныне закономерного снижения доходности банковских операций интерес к «мёртвой точке» будет возрастать, поскольку даже незначительная ошибка в процентных ставках делает высокие показатели деятельности банка труднодостижимыми.

**Т. Никитина**  
**Ценовая политика банка**  
**(Финансовый бизнес. № 5, 1998 г.)**

...Наиболее остро и болезненно участники актов купли-продажи товара «деньги» относятся к элементу комплекса маркетинга – цене на услугу. Проблема же ценообразования так же специфична, как и сама банковская деятельность. В качестве объекта ценообразования политики банка выступают процентные ставки, комиссионные, скидки, тарифы, ограничения минимального вклада и т.д...

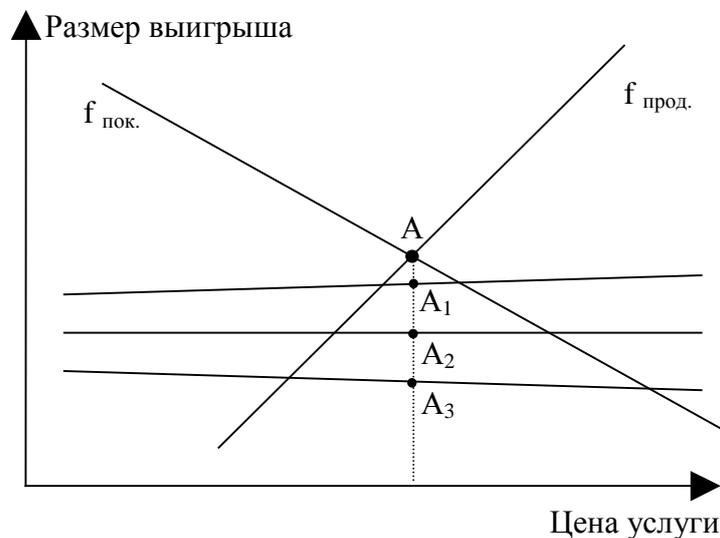


Рис. Зависимость выигрыша продавца и покупателя от уровня цен на услугу и издержек на её производство

Зависимость интересов покупателя ( $f_{\text{пок.}}$ ) и интересов продавца ( $f_{\text{прод.}}$ ) от цены на услугу банка представлена на рис. Цены на услуги банка будут концентрироваться вокруг точки  $A$ , находящейся на пересечении кривых изменения выгоды продавца и покупателя. В качестве выигрыша могут выступать показатели прибыли, дохода. Функция покупателя ( $f_{\text{пок.}}$ ), естественно, является убывающей, так как увеличение цены на услугу приводит к уменьшению выигрыша

покупателя, а, следовательно, относительно ослабевают интерес покупателя контактировать со своим партнёром. Естественным ограничением нижнего предела цены для любого предпринимателя будет уровень собственных издержек. Поэтому вполне оправданным станет введение в описанную нами систему взаимодействия интересов продавца и покупателя себестоимости оказания услуги.

## **П. Быков**

### **Истинные ценности**

**(Эксперт. № 3, 2003 г.)**

На редкость удачным стали конец прошлого – начало этого года на рынке золота. Только с декабря цены подскочили на 14%. Всего же с начала 2002 года тройская унция подорожала почти на 31% - с 278 до 347 долларов.

Золото, которое в 90-х годах было списано в раздел «сырьевые товары» и, казалось, навсегда утратило для инвесторов всякое значение, вернуло себе былую привлекательность и статус денег.... Быстрый рост цен на золото определялся двумя обстоятельствами – это слабость американской экономики и общая нестабильность на Ближнем Востоке, усугубляющаяся вероятной войной в Ираке. «Есть целый ряд причин экономического характера, который вызвал резкий рост цен на золото, - рассказывает вице-президент банка «Держава» Александр Ушаков. – Прежде всего он обусловлен тем, что во второй половине 90-х годов золото было существенно недооценено, поскольку другие активы, в первую очередь акции американских компаний, обеспечивали доходность, которая многократно превосходила ту, что можно было получить от вложений в металл. Падение фондового рынка и волна корпоративных скандалов заставили инвесторов искать другие, более надёжные инструменты...».

Что касается второго фактора – нестабильности на Ближнем Востоке, - то обострение ситуации не в первый раз служит причиной всплеска цен на рынке драгметаллов. Именно так случилось, например, в результате произошедшего в конце весны арабо-израильского конфликта...Сегодня, по мнению начальника управления драгоценных металлов Номос-банка Андрея Широкова, вероятная война в Ираке является, пожалуй главным фактором, определяющим быстрый и значительный рост цен на золото.

...общемировой спрос на золото упал ощутимо: по итогам третьего квартала 2002 года он сократился по сравнению с тем же периодом 2001-го на 11,8%. Однако политическая нестабильность и ослабление мировой экономики перевесили – возросшего спроса со стороны спасающих свои капиталы инвесторов с лихвой хватило, чтобы поднять цены на шестилетний максимум. Большинство аналитиков полагают, что в течение года золото обязательно подорожает до 400 долларов за унцию.... Причём в качестве основной причины подобной динамики специалисты называют вероятную войну в Ираке, ход которой сложно спрогнозировать и которая поэтому будет оказывать на рынок дестабилизирующее воздействие. ...Так, проведённый World Gold Council опрос специалистов 21 западного банка, работающего с золотом, показал: опрошенные едины во мнении, что среднее значение цен должно составлять около 342,61 доллара за унцию

в 2003 году и 341,47 долларов – в 2004-м. Данное превышение уровня 300 долларов за унцию будет определяться именно нестабильностью на Ближнем Востоке. В пользу такого сценария говорит и тот факт, что в 80-е и 90-е годы среднегодовые цены на золото почти всё время находились в коридоре 300-400 долларов за унцию.

**Б. Алёхин**

**Валютный рынок и микроструктурные финансы  
(Вопросы экономики. № 8, 2002 г.)**

Специалисты по международным финансам используют в своём анализе макромоделли валютного курса. В этих моделях он предстаёт как функция инфляции, процентных ставок и других фундаментальных показателей. ...До 1970-х годов валютные курсы определялись на основе «товарного» подхода. Считалось, что спрос на национальную валюту возникает главным образом на рынке товаров. Рост экспорта влечёт за собой повышение спроса на национальную валюту, а увеличение импорта, наоборот, сопровождается падением спроса. Следовательно, в странах с положительным торговым балансом наблюдается удорожание национальной валюты, а в странах с отрицательным сальдо – её обесценение. Такой подход интуитивно весьма привлекателен. Но он не выдерживает критики с эмпирической точки зрения: торговые балансы никак не коррелируют с курсами ведущих валют на крупнейших рынках.

...В 1970-е годы валютные курсы пытались рассчитывать с учётом купли-продажи активов. Новый «активный» подход дополнял «товарный», поскольку признавалось, что спрос на отечественную валюту формируется на рынке не только товаров, но и активов... Появление «активного» подхода сказалось на моделировании валютных курсов. В моделях стали учитывать спекулятивную «эффективность» Валютные курсы представлялись в них эффективными в том (общественном) смысле, что они впитывают всю публичную информацию и тем самым делают её бесполезной для игроков, мечтающих об избыточных заработках на валютном рынке. «Товарный» подход подобное исключал. Но и «активный» подход не в ладах с эмпирикой. Отражающие его макропеременные упорно «не хотят» коррелировать с валютными курсами. Справедливая критика «активного» подхода с эмпирической точки зрения не означают, что он ошибочен. Наоборот, большинство специалистов считают, что в широком смысле он вполне пригоден, ему лишь не хватает элементов, имеющих ключевое значение для определения валютных курсов. Микроструктурная теория предлагает эти элементы, и потому существует третий, микроструктурный, подход к определению валютных курсов.

Микроструктурный подход, как и «активный», основывается на том факте, что спрос на валюту отражает торговлю активами. Важным отличительным признаком моделей рыночной микроструктуры является роль, которую играет поток заявок в ценообразовании, точнее, в учёте информации в цене.

Другой отличительный признак микроструктурного подхода связан со спрэдом. Спрэд, как и поток заявок, имеет важные информационно-теоретические «выходы» на определение валютного курса.

**М. Малофеева**  
**Методология оценки эффективности лизинговых операций**  
**(Финансы и кредит. № 2, 2003 г.)**

Уровень рыночной цены лизинговой услуги, рентабельность услуги для лизингодателя определяется переменной составляющей лизингового платежа – размером комиссионного вознаграждения, устанавливаемого по соглашению лизингодателя и лизингополучателя. В специальной литературе определение комиссионного вознаграждения как экономической категории отсутствует. Следуя концепции рыночной природы этой составляющей лизингового платежа, определим комиссионное вознаграждение как сумму, которую лизингодатель согласен получить, а лизингополучатель заплатить в составе лизингового платежа сверх условно постоянных его составляющих.

Если условно-постоянные расходы можно определить точно, то размер комиссионного вознаграждения зависит от влияния многих факторов, исчисляется достаточно ориентировочно и в конечном итоге устанавливается соглашением субъектов сделки.

Специалисты в области лизинга единодушны во мнении, что сумма комиссионного вознаграждения рассчитывается процентом от некоторого базового показателя, в качестве которого предлагается балансовая или среднегодовая остаточная стоимость лизингового имущества. По мнению автора, более корректным представляется расчёт  $S_{кв}$  на основе среднегодовой остаточной стоимости предмера лизинга, поскольку выплачиваемые в составе лизингового платежа суммы амортизационных отчислений уменьшают инвестиционный капитал. Сокращение срока лизинга означает снижение риска невозврата капитала и невыплаты платежей и, следовательно, повышения доходности лизинга. Формула расчёта примет вид:

$$S_{кв} = i_{кв} \cdot x S_{им}$$

где:  $S_{кв}$  – сумма годового комиссионного вознаграждения;  
 $i_{кв}$  – годовая ставка комиссионного вознаграждения;  
 $S_{им}$  – среднегодовая стоимость имущества.

Величина вознаграждения, определяемая уровнем ставки процентов, зависит от многих факторов. Поскольку в литературе по лизингу вопрос ценообразования на лизинговые услуги практически не рассматривается, а факторы, определяющие размер комиссионного вознаграждения, как правило, даже не упоминаются, представляется необходимым определить и классифицировать данные факторы. Разделим их на объективные и субъективные факторы. В качестве объективных определим те факторы, которые не зависят от субъектов лизинговой сделки, субъективных – те, на которые оказывают влияние лизингодатель и лизингополучатель.



Рис. Классификация факторов, определяющих общий уровень комиссионного вознаграждения

К основным объективным факторам отнесём спрос на лизинговые услуги, наличие конкурентов на рынке лизинговых услуг, развитость государственного регулирования рынка.

Очевидно, в условиях становления лизингового рынка и ограниченности спроса на его товар лизингодатель не может ожидать высокого уровня рентабельности и комиссионного вознаграждения. Основной его целью следует принять расширение круга потенциальных клиентов, доведение до них информации о преимуществах и возможностях лизинга.

На величину возможного комиссионного вознаграждения в существенной степени влияет количество и положение конкурентов на определённом сегменте лизингового рынка. Безусловно, в более выигрышном положении по предложению лизинговых услуг находятся банки, имеющие обширную клиентуру и финансовые средства для приобретения предметов лизинга. Лизинговая деятельность не является для банков исключительной и, следовательно, не влияет в существенной степени на эффективность работы. Отсюда банки имеют возможность снизить размер комиссионного вознаграждения по сравнению с конкурентами – лизинговыми фирмами...

Государственное регулирование как объективный фактор влияет на размер комиссионного вознаграждения косвенно. Укрепление законодательной базы ведёт к снижению риска на лизинговом рынке и как следствие – к уменьшению

средней цены лизинговых услуг...

Конкурентоспособность лизингодателя – важнейший рыночный фактор, определяющий цену и, как составную её часть, размер лизингового вознаграждения... Если лизингодатель осваивает новый для отечественного производителя сегмент имущества, возможно, в следствие высокого риска и неопределённости будущего. Увеличение лизингового вознаграждения... Устойчивая конкурентоспособность может быть достигнута не только за счёт большого числа клиентов, но и за счёт ограниченного круга престижных лизингополучателей. Которые готовы заплатить более высокое комиссионное вознаграждение за имидж фирмы и качество услуг.

Следует отметить, что ценообразование на рынке лизинговых услуг зависит от стратегии развития не только лизингодателей, но и лизингополучателей.

## ГЛОССАРИЙ

### Терминология, используемая в теории и практике ценообразования

**Биржевая котировка** – установление курса ценных бумаг на фондовых рынках; установление цен на товары, представленные на товарных биржах.

**Биржевая прибыль** – прибыль, полученная от торговли ценными бумагами и товарами на фондовых и товарных рынках.

**Биржевая спекуляция** – получение с использованием сделок на фондовой бирже спекулятивной прибыли за счёт разницы между курсами ценных бумаг в момент заключения и исполнения сделки.

**Биржевая торговля** – торговля товарами и ценными бумагами при посредничестве бирж.

**Биржевая цена** – цена, складывающаяся на биржах на товары биржевой торговли.

**Биржевой курс** – продажная, рыночная цена ценной бумаги, образующаяся на бирже в результате торгов.

**Биржевой оборот** – сумма цен реализованных на бирже за определённый период времени товаров или ценных бумаг.

**Бойент** – некоторое состояние рынка, для которого характерно быстрое повышение цен из-за неблагоприятных экономических условий.

**Бонус** – дополнительное вознаграждение, скидка с цены товара или услуги, предоставляемая продавцом в соответствии с условиями договора о купле-продаже.

**Бонусные скидки** – скидки, предоставляемые постоянным покупателям, если они за определённый период приобретают обусловленное количество товаров или услуг.

**Брейк** – резкое и внезапное падение цен на фондовой или товарной биржах.

**Бюллетень курсов иностранной валюты** – издаваемый Банком России официальный документ, содержащий сведения о курсе иностранных валют по отношению к российскому рублю.

**Валовая прибыль** – часть добавленной стоимости, которая остаётся у производителей после вычета расходов, связанных с оплатой труда и налогов.

**Валовой доход** – исчисленный в денежном выражении суммарный годовой доход предприятия, полученный в результате производства и продажи продукции, товаров и услуг.

**Валоризация** – повышение цены товара, услуги, курса ценных бумаг, валюты, имеющее место в результате мероприятий, проводимых государством (правительством).

**Вальвация** – установление курса (стоимости) иностранной валюты в национальной денежной единице.

**Валюта цены** – денежная единица, в которой в контракте выдержана цена товара, либо услуги.

**Валютная «змея»** - система согласованных валютных курсов между европейскими государствами.

**Валютная интервенция** – значительное разовое целенаправленное воздействие центрального банка страны на валютный рынок и валютный курс путём продажи или покупки банком крупных партий иностранной валюты.

**Валютная корзина** – определённый набор валют, по отношению к которому определяется средневзвешенный курс одной валюты.

**Валютная котировка** – установление курса иностранной валюты по отношению к валюте данной страны на основе законов, норм, правил, действующих в данной стране.

**Валютная политика** – составная часть экономической политики государства, представляющая линию действий внутри и вне страны, проводимую посредством воздействия на валюту, валютный курс, валютные операции.

**Валютная спекуляция** – торговля иностранной валютой с целью из-

влечения спекулятивной прибыли на разнице в валютных курсах.

**Валютное регулирование** – деятельность государственных органов по управлению обращением валюты, контролю за валютными операциями, воздействию на валютный курс национальной валюты, ограничению использования иностранной валюты.

**Валютный арбитраж** – операция, сочетающая покупку или продажу валюты с соответствующей контрделкой для извлечения прибыли за счёт разницы в курсах валют на разных валютных рынках.

**Валютный коэффициент** – курсовое соотношение, используемое при пересчёте цен и денежных сумм из одной валюты в другую.

**Валютный кризис** – возникновение в валютной сфере, на валютных рынках критической ситуации, характеризующейся резкими колебаниями валютного курса, исчерпанием валютных резервов страны.

**Валютный курс** – цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежных единицах другой страны.

**Валютный паритет** – официально устанавливаемое соотношение обмена одной валюты на другую.

**Валютный союз** – группа стран, установивших границы взаимных колебаний курсов их национальных валют.

**Величина предложения** – количество товара или услуг определённого вида, предложенное на рынке по конкретной цене в течение определённого периода времени.

**Величина спроса** – количество товара или услуг определённого вида, которое покупатель желает купить по данной цене в течение определённого периода времени.

**Внепроизводственные расходы** – расходы, связанные с реализацией произведённой продукции, которые входят в полную себестоимость продукции сверх её производственной себестоимости.

**Внереализационные доходы** – доходы предприятия, не связанные с производством и реализацией основной продукции.

**Внереализационные расходы** – затраты предприятия не связанные

непосредственным образом с производством и продажей основной продукции.

**Война цен** – повторяющееся долговременное снижение цен фирмами на свою продукцию (услугу) посредством которого они рассчитывают увеличить объёмы продаж и собственную прибыль.

**Волатильность курса** – непостоянство, изменчивость курса на бирже за конкретный период времени.

**Временные цены** – оптовые, либо розничные цены, действие которых ограничено определённым сроком.

**Гамбургская методика** – гамбургский метод исчисления процентов по текущим счетам.

**Гап** – резкое снижение цены биржевого товара, при котором минимальная цена предыдущего биржевого дня выше максимальной цены текущего дня, либо резкое повышение цены товара, при котором максимальная цена предыдущего дня была ниже минимальной цены дня текущего.

**Гибкие цены** – цены на товары и услуги, быстро и естественно реагирующие на изменение спроса и предложения.

**Гибкий (плавающий) валютный курс** – валютный курс, определяемый рыночными факторами, действующими на валютном рынке.

**Давление на курс валюты** – влияние существенных факторов, например, политики центрального банка, на колебания валютного курса.

«**Даун-тик**» - термин, используемый для обозначения сделки по цене ниже предыдущей сделки.

**Двойной курс** – метод государственного регулирования валютных операций, заключающийся в двойной котировке курса национальной валюты.

**Двухкомпонентный тариф** – система цен, при которой потребителя вынуждают выплачивать фиксированную сумму за доступ к услуге, а затем платят за сумму услугу.

**Дебит-спрэд** – вертикальный спрэд с опционами на покупку, при ко-

торых продажа опциона на покупку происходит по одной, более высокой базисной цене, а покупка опциона на покупку – по другой, более низкой базисной цене.

**Девальвация** – снижение курса валюты страны по отношению к твёрдым валютам, международным счётным единицам; уменьшение реального золотого содержания денежной единицы.

**Девияция** – внезапное, непредсказуемое отклонение курса ценных бумаг, цен биржевых товаров над влиянием форс-мажорных обстоятельств.

**Девизная политика** – политика регулирования валютного курса путём покупки и продажи иностранной валюты.

**Действительная ставка процента** – ставка процента в условиях его начисления за период меньше года.

**Декорт** – скидка с цены товара (услуги), представляемая продавцом покупателю при досрочной оплате, либо в связи с тем, что качество товара ниже предусмотренного договором.

**Дельта** – изменение цены опциона на будущую покупку или продажу акций, обусловленное изменением текущих цен акций.

**Демпинг** – продажа товаров на внешнем и внутреннем рынках по искусственно заниженным ценам, меньшим средних розничных цен, а иногда и более низким, чем себестоимость.

**Депозитная процентная ставка** – банковский процент, выплачиваемый владельцу депозита, разместившему его в банке.

**Дериват** – договор, основанный на курсах валют, ценных бумаг, товаров, позволяющий владельцу зафиксировать благоприятную с его точки зрения цену на покупку (продажу).

**Дефлятор** – коэффициент, используемый для пересчёта экономических показателей, исчисленных в денежном выражении, с целью приведения их к уровню цен предыдущего периода.

**«Двойная вершина»** - термин, используемый в анализе для обозначения на графике ситуации, когда цена за короткое время дважды достигала «пика», а затем вернулась на более низкий уровень.

«**Двойное дно**» - термин, используемый в анализе для обозначения на графике ситуации, когда цена за короткое время дважды опускалась до низкого уровня, а затем поднялась.

«**Дешёвые деньги**» - удешевление банковского кредита вследствие проведения центральным банком следующих мер: снижение учётной ставки, снижение норм обязательных резервов, которые коммерческие банки обязаны хранить в центральном банке, покупка центральным банком у коммерческих банков государственных ценных бумаг.

**Дисконт** - разница между ценой, по которой ценная бумага продаётся на фондовой бирже в данный момент времени, её текущим биржевым курсом, с одной стороны, и номиналом ценной бумаги или ценой, по которой ценная бумага продаётся при её погашении.

**Дисконтная политика** – проводимая центральными банками денежно-кредитная политика, заключающаяся в повышении или понижении учётных ставок процента за кредит с целью регулирования спроса и предложения на ссудный капитал.

**Дифференцирование цен** - установление различных рыночных цен на один и тот же товар в зависимости от уровня затрат, места продажи, качества товара.

«**Дно**» - самый низкий уровень цены, деловой активности в экономическом цикле.

«**Каменное дно**» – уровень, ниже которого цена не будет падать.

**Договорные цены** – цены, величина которых устанавливается условиями контракта, соглашения по договорённости между продавцами и покупателями.

**Долгосрочная цена безубыточности** – самая низкая с точки зрения долгосрочной перспективы цена, при которой фирма может перейти границу равенства издержек и выручки от продаж (нулевой прибыли).

**Допустимый предел колебаний цен** – пределы изменений биржевых цен, устанавливаемые для ограничения их колебаний и предотвращения биржевых крахов.

«**Дорогие деньги**» - удорожание кредитных денег вследствие повы-

шения учётных ставок кредита со стороны центральных банков, выдающих ссуды коммерческим банкам, роста нормы обязательных резервов для коммерческих банков, выгодной продажи им государственных ценных бумаг.

**«Досадный» индекс** – индекс цен на мелкие группы товаров, которые резко, в большей степени, чем другие товары, реагируют повышением цен на изменения в состоянии экономики.

**Единые оптовые цены** – оптовые цены, устанавливаемые на одинаковые виды товаров и услуг, не зависимо от уровня затрат на отдельных предприятиях одного региона.

**Жесткие цены** - управляемые цены, устанавливаемые продавцами, сталкивающимися с наклонной кривой спроса на собственную продукцию, обладающую высокой эластичностью спроса по отношению к ценам.

**Зависимость Фишера** – зависимость, устанавливающая, что рост уровня ожидаемой инфляции имеет тенденцию поднимать номинальные процентные ставки; зависимость номинальной процентной ставки от уровня инфляции.

**Завышенный валютный курс** – валютный курс, сложившийся на основании соотношения внутренних и внешних цен по отдельным группам товаров с высокой экспортно-импортной эффективностью.

**Закрытые скидки** – ценовые скидки, предоставляемые на продукцию во внутрифирменных поставках.

**Издержки «меню»** - расходы продавца, связанные с изменением цен.

**Издержки плюс** – метод назначения цены в виде суммы издержек плюс прибыль как процент сверх издержек.

**Импортная золотая точка** – минимальный размер валютного курса, по которому может быть приобретена валюта для осуществления внешне-экономических операций.

**Индекс Ласпейреса** – показатель уровня цен, рассчитываемый на базе цен определённого набора товаров.

**Индекс Пааше (дефлятор ВВП)** – показатель уровня цен, рассчитываемый на базе изменяющегося набора товаров.

**Индекс цен** – показатель динамики, увеличения или уменьшения цен, характеризующий относительное изменение цен за определённый период.

**Индексация цен** – ежегодное исчисление роста цен на потребительские товары с целью введения определённой компенсации денежных потерь населения.

**Инициативное изменение цен** – понятие маркетинга, отражающее тот факт, что фирмы, разработавшие собственную систему цен и стратегию ценообразования, время от времени испытывают необходимость в снижении или повышении цен.

**Интенсификация валютная** – меры, к которым прибегает центральный банк, выбрасывая на валютную биржу большую массу иностранной валюты, в результате чего, остальные чего остальные продавцы вынуждены снизить цену.

«Ищущий цену» - монополист, выбирающий для себя цену и объём выпуска продукции.

**Квазицена** – цена, не отражающая реальной рыночной стоимости товара.

**Колебания курса** – изменение биржевых цен на валюту, ценные бумаги под воздействием меняющегося спроса, предложения и иных факторов.

**Конвенция по ценам** – конвенция, предусматривающая взаимные права и обязанности государства в области ценообразования на определённые виды продукции, товаров.

**Контанго** – ситуация на рынке, при которой цены на наличный товар ниже, чем цены на товар с поставкой на срок, и возрастают по мере увеличения срока поставки.

**Контроль над ценами** – государственное регулирование цен отдельных видов товаров в отдельные периоды времени.

**Коридор валютный** – пределы колебания валютного курса, устанавливаемые как способ его государственного регулирования и поддерживаемые центральным банком посредством закупок и продажи валюты.

**Котирование цен** – публичное предложение цен покупателем и продавцом на бирже с их последующей регистрацией.

**Котировка** – установление курса ценных бумаг, иностранных валют и цен товаров на биржах в соответствии с действующими законодательными нормами, правилами и сложившейся практикой.

**Кросс-курс** – курсовое соотношение между двумя валютами, определяемое на основе курса этих валют по отношению к третьей валюте.

**Курс** – биржевая цена денежной единицы других стран или ценной бумаги, выраженная в национальных денежных единицах; цена, по которой покупаются и продаются валюта и ценные бумаги.

**Курс лимитный** – максимальное колебание курса.

**Курс номинальный** – курс ценной бумаги, устанавливаемый на основе её номинала, может существенно отличаться от рыночного, биржевого курса.

**Курс обменный** – курс, по которому одна валюта обменивается на другую.

**Курс официальный** – курс, устанавливаемый государственными органами; официально объявленный курс.

**Курс паритетный** – расчётный курс в международном платёжном обороте, основанный на паритете валют.

**Курс покупателя** – цена, которую готовы заплатить за валюту, ценные бумаги покупатели.

**Курс продавца** – наименьшая цена, по которой продавец готов совершить сделку.

**Курс установленный** – легальный, признанный валютный курс.

**Курс ценных бумаг** – курсовая цена, по которой продаются и покупаются ценные бумаги на фондовом рынке.

**Курсовая прибыль** – разница между курсом, по которому реализуется ценная бумага, и курсом, по которому она приобретена.

**Курсовая разница** – разница в курсах валют в разные периоды времени, возникающая вследствие инфляции.

**Лаж** – превышение рыночной цены золота, выраженной в денежных знаках над золотым номиналом, официальным курсом, обусловленное обесценением бумажных денег по отношению к золоту.

**Либерализация цен** – переход от назначаемых государственных цен (государственного ценообразования) к системе свободных рыночных цен (рыночному ценообразованию).

**ЛИБОР** – ставка по краткосрочным кредитам, предоставляемым лондонскими банками обычно на 3-6 месяцев другим первоклассным банкам.

**Лидерство в ценах** – установление цены на товар, производимый и продаваемый несколькими фирмами в условиях олигополии.

**Лимит цен** – вводимые на некоторых товарных рынках и рынках ценных бумаг предельно допустимые изменения цен в течение одной биржевой сессии для предотвращения чрезмерных колебаний цен и смягчения влияния спекулятивных факторов на цены.

**Лимитирующее ценообразование** – стратегия ценообразования, согласно которой господствующая на рынке фирма устанавливает цену на уровне, меньшем того, который способен привести ей максимальную прибыль.

**Лимитная цена** – устанавливаемый иногда в проектах расчётный предельный уровень цен на будущую продукцию.

**Линия экспансии** – линия, представляющая комбинацию затрат на производство различных объёмов продукции при заданных ценах.

**Локо** – одно из условий сделки купли-продажи, согласно которому цена, назначаемая продавцом за товар, не включает затрат, связанных с дальнейшей транспортировкой товара.

**«Ломаная» кривая спроса** – кривая спроса, отражающая тенденцию поведения на рынке факторов производства.

**Ломбардная ставка** – процентная ставка, по которой центральный банк выдаёт кредиты коммерческим ставкам под залог ценных бумаг.

«**Лей-эвэй**» – практика продажи, основанная на предварительной выплате всей или части установленной цены.

«**Любой ценой**» – поручение брокеру выполнить сделку во что бы то ни стало, вне зависимости от цены.

**Максимизация прибыли** – стратегия фирмы, состоящая в выборе производимого и продаваемого товара, его объёма, установления цены предложения, обеспечивающих получение наибольшей текущей прибыли.

**Маржа** – разница между указываемой в биржевом бюллетене ценой продажи и покупки биржевого товара, от уровня которой зависит прибыль, получаемая фирмами, покупающими и продающими эти товары.

**Маржа банковская** – разница между ставками кредитного и депозитного процента, между кредитными ставками для отдельных заёмщиков, между процентными ставками по активным и пассивным операциям.

**Маржа кредитная** – разница между зафиксированной в договорах займа стоимостью товара и величиной ссуды, выданной под закупку товара.

**Маржа прибыли** – относительная прибыль, исчисленная в процентах к реализованной продукции или капиталу.

**Маржа учётной ставки** – разница между ставкой банка по кредитам и депозитам.

**Масштаб цен** – способ и средство измерения, выражения стоимости товара в денежных единицах.

**Мера стоимости** – единицы, в которых измеряются цены и ведётся бухгалтерский учёт; одна из функций денег.

**Метод средней цены** – метод расчёта стоимости, затрат исходя из средней цены единицы товара, продукции, ценных бумаг, умножаемой на количество единиц.

**Методы ценообразования** – способы установления цен на товары (услуги).

**МИБИД** – средняя принятая процентная ставка (процентов годовых), объявляемая крупнейшими московскими банками-дилерами при покупке

межбанковских кредитов

**МИБОР** – средняя принятая процентная ставка (процентов годовых), объявляемая крупнейшими московскими банками при продаже межбанковских кредитов.

**Минимальная цена** – нижний уровень цены, установившийся на данный товар на данном рынке.

**Минимальное колебание** – устанавливаемое правилами биржи допустимая величина колебания курса, цены в пределах одного контракта.

**Многофакторный метод ценообразования** – взимание комиссионного сбора с клиента в зависимости от числа предоставляемых услуг и частоты их получения.

**Множественность валютных курсов** – дифференцирование валютных курсов по различным видам операций с валютой.

**Молчаливый сговор** – метод установления согласованных цен, районов сбыта на основании формальных отношений между фирмами в условиях рыночной олигополии.

**Монопольная цена** – особый вид рыночной цены, устанавливающейся под влиянием не только спроса и предложения, но и господства монополистов на рынке данного товара.

**Накопленный процент** – процент по облигации, набегавший с момента последней выплаты по ней.

**Наценка** – увеличение цены товара или услуги связанное либо с дополнительными расходами на их изготовление и продажу, либо с их особыми свойствами.

**Начальный курс** – курс ценных бумаг во время открытия биржи, на начало функционирования рынка.

**Начисленные проценты** – величина процентов, которые банк должен выплатить вкладчикам по депозитом за определённый период времени; величина процентов, уплачиваемых заёмщиками банку за предоставление кредита.

**Неизменные цены** – условно постоянные цены, чаще всего привя-

занные к ценам определённого периода, года.

**Неценовая конкуренция** – метод конкурентной борьбы, в основу которого положено не ценовое превосходство над конкурентами, а достижение более высокого качества, технического уровня, технологического совершенства.

**Неценовые факторы спроса и предложения** – другие факторы, кроме цен, влияющие на спрос и предложение товаров на рынке.

**Неэластичное предложение** – рыночная ситуация, при которой величина предложения товара слабо реагирует на изменение цены товара.

**Неэластичный спрос** – рыночная ситуация, при которой величина спроса на товар слабо реагирует на изменение цены товара.

**«Ножницы цен»** – расхождение, разрыв в ценах на отдельные группы товаров и услуг.

**Номинальная процентная ставка** – ставка процента, исчисленная без учёта инфляции.

**Нормальная цена** – цена, устанавливающаяся в результате долговременного процесса роста эластичности предложения.

**Обменный курс** – цена денежной единицы страны, выраженная в иностранной валюте.

**«Овербот»** – резкое повышение цен на определённые товары и услуги до неразумных пределов.

**«Оверсолд»** – резкое падение цен на определённые товары и услуги до неразумных пределов.

**Оговорка о повышении или понижении цены** – условие договора, контракта, предусматривающее изменение договорной цены товара в случае, если к обусловленному в договоре моменту произойдут рост либо падение рыночных цен сверх определённого предела.

**Операции «аутрайт»** – валютные операции, в которых обменный курс валюты обусловлен заранее, до более позднего осуществления операции.

**Оптовая цена** – цена товара в условиях его оптовой продажи.

**Опцион на процентную ставку** – опцион, который должен быть оплачен заранее по определённой процентной ставке.

**Опцион «кол»** - право купить фьючерсный контракт, товар или иную ценность по заранее установленной цене.

**Опцион «пут»** - право продать фьючерсный контракт, товар или иную ценность по заранее установленной цене.

**Относительная цена** – цена товара в виде отношения к цене другого, базисного товара.

**Отправная цена** – наивысшая цена, по которой покупатель согласен купить товар, или минимальная цена, по которой продавец готов предложить свой товар для аукционной продажи.

**Отрицательная ставка процента** – реальная процентная ставка в условиях инфляции, равная разности номинальной ставки и более высокого уровня инфляции.

**Официальная учётная ставка** – процентная ставка, применяемая центральным банком в его операциях с коммерческими банками при покупке (учёте) государственных краткосрочных обязательств и переучёте частных коммерческих векселей.

**Официальный валютный курс** – курс валюты, официально устанавливаемый государством.

**Официальный курс рубля** – расчётный курс рубля, применяемый в экономическом анализе, международной статистике.

**Падение курса** – снижение курса ценной бумаги, валюты.

**Перекося курсовой** – расхождение официального и рыночного курсов валюты.

**Переучётная ставка центрального банка** – официальная учётная ставка, применяемая центральным банком при переучёте частных коммерческих векселей.

**ПИБОР** – процентная ставка, по которой парижские банки предос-

тавляют краткосрочные кредиты первоклассным банкам.

**Пиковое ценообразование** – установление цены на услугу на более высоком уровне, когда спрос на них выше, и на более низком, когда спрос ниже.

**Плавающая процентная ставка** – процентная ставка по среднесрочным и долгосрочным кредитам, размер которой не фиксируется на весь период кредитования.

**Плавающий валютный курс** – свободно меняющийся, колеблющийся курс валюты, величина которого определяется рыночной конъюнктурой, спросом и предложением, иными рыночными факторами.

**Потолок цен** – законодательно установленный максимальный уровень цен на товары и услуги.

**Прайм-рэйт** – процентная ставка по краткосрочным необеспеченным кредитам, предоставляемым постоянным, наиболее кредитоспособным клиентам, «первоклассным» заёмщикам.

**Прейскурант** – сборник, справочник цен на услуги.

**Префикс** – определённая цена, которую нельзя понизить или повысить.

**Принудительный курс** – официальный фиксированный курс обмена валюты данной страны на иностранную валюту, вводимый государством, устанавливающим валютные ограничения.

**Процент** – ссудная плата, которую заёмщик должен вносить за пользование кредитом.

**Равновесная цена** – цена товара или услуги, устанавливающаяся на рынке при уравнивании спроса и предложения на товар или услугу.

**Расценки** – нормативный уровень оплаты отдельных операций разных видов работ или услуг.

**Расчёт цены** – процесс ценообразования, в котором учитывают производственные и иные издержки.

**Расчёт цены по методу «прямые издержки плюс прибыль»** – на-

числение стандартной наценки, нормативной прибыли на себестоимость товара (услуги) и определение цены в виде суммы себестоимости и прибыли.

**«Реакция»** – быстрое падение цен после предшествующего роста.

**Реальная процентная ставка** – процентная ставка, очищенная от инфляции.

**Ремиссия** – скидка с цены продаваемого товара, которую даёт продавец с целью округления цены.

**Рефляция** – восстановление снизившихся цен до прежнего уровня, проводимое с помощью государственных мер в период оживления экономики с целью поддержания такого оживления.

**Риск ценовой** – риск изменения цены на финансовые инструменты вследствие роста или падения текущего уровня процентных ставок.

**Рынок «малоактивный»** – ситуация на рынке, при которой держатся неизменные цены при малочисленности сделок.

**Рынок монополистической конкуренции** – рынок ряда продавцов и покупателей, совершающих сделки не по единой розничной цене, а в широком диапазоне цен.

**Рынок олигополистический** – рынок, на котором небольшое количество продавцов, весьма чувствительных к политике ценообразования и маркетинговым стратегиям друг друга, торгуют с большим количеством покупателей.

**Рынок «повышательный»** – ситуация на рынке, когда цены имеют тенденцию незначительно расти с существенными признаками укрепления.

**Рынок чистой конкуренции** – совокупность продавцов и покупателей, совершающих сделки со сходным товарным продуктом в ситуации, когда ни один покупатель или продавец не оказывает большого влияния на уровень текущих цен.

**Сальдо нетто-процентов** – разница между процентами, полученными банком за предоставление кредита, и процентом, уплачиваемым за привлечённые средства, используемые для кредитования.

**Сбивание цен** – интенсивная продажа товара с целью снизить цены на него.

**Свинг** – колебания курса валют и ценных бумаг на бирже.

**Своп-курс** – цены одновременной покупки и продажи банками иностранной валюты при условии расчётов по ним в разные даты.

**Сезонные цены** – цены, изменяющиеся в зависимости от времени года, сезона.

**СИБОР** – ставка по межбанковским депозитам в иностранной валюте на сингапурском рынке.

**Скидка** – одно из условий сделки, определяющее размер возможного уменьшения базисной цены товара, указанной в договоре о сделке.

**Скользкая цена** – цена, устанавливаемая в торговых сделках; не устанавливается твёрдым образом, а рассчитывается по принципу скольжения и изменяется в соответствии с изменением величины издержек, расходов в течение всего периода.

**Сложный процент** – начисление процентов на проценты, расчёт процентов на два и большее число периодов, проводимый таким образом, что процент начисляется не только на исходную сумму, но и на процент, начисленный в предыдущем периоде.

**«Снятие сливок»** – проводимая ценовая политика при введении на рынок нового товара, рассчитанная на временное получение высокой прибыли.

**Совершенная неэластичность** – ситуация, когда изменение цены не ведёт к изменению спроса и предложения.

**Совершенная эластичность** – ситуация когда изменение величины спроса не требует изменения цены товара.

**Спрос неэластичный** – спрос с низкой чувствительностью его величины к изменению цены.

**Спрос эластичный** – спрос с высокой чувствительностью его величины к изменению цены.

**Средняя цена** – цена, определяемая путём деления общего объёма выручки за проданный товар на количество единиц проданного товара.

**Ссудный процент** – плата, вносимая заёмщиком кредитору за пользование кредитом.

**Стабильность цен** – ситуация на рынке, когда темпы инфляции настолько низки, что не оказывают серьёзного воздействия на принятие экономических решений.

**Ставка «кэп»** - верхний предел процентной ставки по кредитному договору.

**Ставка процента** – плата за предоставленный кредит, исчисляемая по отношению к общей сумме кредита.

**Тайная уступка в цене** – продажа товара по цене ниже преysкурантной в результате тайного сговора представителей продавца и покупателя; в некоторых случаях проводится с целью демпинга.

**Тайный сговор** – одна из форм недобросовестной конкуренции, заключающаяся в том, что несколько фирм тайно договариваются о совместных действиях на рынках, устанавливая цены, делят между собой рынки.

**Такса** – чётко установленный уровень тарифов, цен, оплаты.

**Таксация** – установление таксы, цен на товары, расценок, тарифов на услуги.

**Тариф, тарифная ставка** – ставка оплаты за различные услуги, предоставляемые предприятиям и населению.

**Твёрдая контрактная цена** – цена, зафиксированная на определённом уровне и привязанная к конкретному сроку, указанному в контракте.

**«Твист»** – попытка государственных органов изменить временную структуру процентных ставок.

**Текущая рыночная цена** – цена товара (услуги) на рынке в данный текущий момент или период времени.

**Точный процент** – процентный платёж, размер ставки, рассчитанный с учётом продолжительности года в 365 (366) дней.

**Трансфертная цена** – внутрифирменная цена, применяемая в сделках, расчётах между отдельными подразделениями, филиалами одной корпорации.

**Управляемое ценообразование** – положение, при котором цены на отдельные товары и услуги определяются правительственными органами, официальными или неофициальными объединениями поставщиков на основе рыночных механизмов.

**Управляемые (жёсткие) цены** – цены на определённые товары и услуги, административно устанавливаемые государством.

**Уровень цен** – средневзвешенная цена, уплачиваемая за готовые товары и услуги в данный момент времени.

**Установление курса** – ежедневное установление курсов различных валют путём приведения уровня их покупки или продажи в соответствие с изменившимися условиями рынка.

**Установление дискриминационного курса** - продажа товаров по ценам, не зависящим от издержек.

**Установление ставки ниже прайм-рейт** – установление процентных ставок по кредитам ниже среднего по банкам уровня прайм-рейт.

**Установление теневых цен** – фактор неценовой монополистической конкуренции, предполагающий установление реальных цен сделки на уровне ниже объявленных по прейскуранту.

**Учётная ставка** – ставка учётного процента, под который центральный банк предоставляет кредиты коммерческим банкам для пополнения их денежных резервов, кредитования клиентов.

**Учётный процент** – ссудный, кредитный процент, взимаемый банком за предоставление межбанковского кредита.

**Фиксация цен** – поддержание цен на товары и услуги на определённом, заданном, фиксированном уровне.

**Фиксированная процентная ставка** – постоянная ставка процента на банковский кредит, устанавливаемая на определённый срок.

**Фиксированный валютный курс** – курс валюты, закреплённый государством, национальным банком, не подвергающийся рыночным колебаниям.

**Флуктуация** – колебания обменного курса.

**Целевое ценообразование** – метод установления цен, при котором цены устанавливаются таким образом, чтобы получить желаемый или как можно больший уровень дохода на вложенный капитал.

**Цена** – фундаментальная экономическая категория, означающая количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара.

**Цена базисная** – цена товара стандартного качества, отталкиваясь от которой устанавливается цена более высокого качества.

**Цена биржевая** – цена, устанавливаемая в результате биржевых торгов.

**Цена государственная** – цена, устанавливаемая государственными органами.

**Цена картельная** – монопольная цена, устанавливаемая участниками картеля в целях устранения конкурентов.

**Цена котировальная** – цена, определённая на основе котировок, используемая обычно в качестве ориентира.

**Цена льготная** – пониженный уровень цены на товар или услугу в целях стимулирования продаж; цена, дотируемая для отдельных групп потребителей.

**Цена монопольная** – цена устанавливаемая на рынке монополистам с целью извлечения сверхприбыли.

**Цена оптимальная** – цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации товара, услуги.

**Цена отправная** – цена товара (услуги), ниже которой продавец не согласен продавать товар; цена, которую готов заплатить покупатель.

**Цена падающая** – цена, характерная для понижающейся конъюнкту-

ры рынка.

**Цена паушальная** – цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в целом, в среднем, вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара.

**Цена покупателя** – цена, по которой покупатель готов, согласен и способен приобрести единицу товара.

**Цена полная** – цена со всеми надбавками к базисной цене.

**Цена предельная** – максимально допустимая повышенная или пониженная цена на рынке в течение торгового цикла, сезона.

**Цена предложения** – рыночная цена при таком состоянии спроса и предложения, когда складывается рынок продавца.

**Цена престижная** – высокая цена, предназначенная для привлечения покупателей того сегмента рынка, который больше обеспокоен качеством товара, его уникальностью, чем ценой.

**Цена продавца** – цена, по которой продавец желает, готов, согласен, предлагает продать свой товар, исходя из издержек производства и обращения товара.

**Цена проникновения на рынок** – низкая цена для товара или услуг, предназначенная для массированного захвата рынка.

**Цена «просела»** – термин, обозначающий резкое падение цены, обычно, непредсказуемое, обусловленное внешним влиянием других рынков.

**Цена равновесия доходов и издержек** – цена, при которой производитель (продавец) товара получает максимальную прибыль.

**Цена равновесия спроса и предложения** – равновесная цена, устанавливаемая при равенстве величин спроса и предложения в ситуации, когда цена продавца и покупателя в результате торга и взаимного сближения, последовательных уступок совпали между собой.

**Цена со скидкой** – базисная цена товара, уменьшенная на величину скидки, которая предоставляется приоритетному покупателю или заказчику, либо продаже большой партии товара.

**Цена сопоставимая** – цена, приведённая по величине к условиям определённого периода времени, на определённую дату.

**Цена справочная** – цена, являющаяся исходной для продавца и покупателя при определении контрактной цены, фиксируемой в документе о сделке.

**Цена спроса** – рыночная цена при таком состоянии спроса и предложения, когда складывается рынок покупателя.

**Цена твёрдая** – цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течение всего срока его действия.

**Цена управляемая** – цена, устанавливаемая на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка.

**Цена успокаивающая** – цена, устанавливаемая продавцом чуть ниже привычной круглой величины, используемая как психологический приём воздействия на покупателя.

**Цена фактическая** – цена, по которой фактически совершена сделка.

**Ценовая гибкость** – ситуация, в которой цены меняются в зависимости от спроса и предложения и от других ценообразующих факторов (издержки производства и обращения, налоги, ценовые ограничения).

**Ценовая дискриминация** – поведение продавца на рынке в условиях несовершенной конкуренции, когда он устанавливает разные цены на одинаковый товар.

**Ценовая эластичность** – эластичность спроса и предложения по отношению к цене.

**Ценовое лидерство** – положение на рынке, при котором крупная фирма имеет возможность активно влиять на цену или устанавливать её.

**Ценовое соглашение** – термин, означающий контракт, договор, имеющий юридическую силу, в котором устанавливается и иногда закрепляется на определённый срок цена товара, услуги.

**Ценовой маркетинг** – одна из форм реализации общей стратегии маркетинга, когда осуществляется управление ценой продукции в интере-

сах обеспечения сбыта.

**Ценообразование** – процесс образования, формирования цен на товары и услуги, характеризуемый прежде всего методами, способами установления цен в целом.

**Частная учётная ставка** – учётная ставка коммерческих банков при операциях с долговыми обязательствами.

**Шкала цен** – классификация цен на товары и услуги одной фирмы в зависимости от классификации товаров по качеству, исполнению, модификации и т.д.

**Элиминация колебания цен** – устранение, подавление цен на товары и услуги.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Об утверждении правил совершения завещательных распоряжений правами на денежные средства в банках. Постановление Правительства Российской Федерации № 351 от 27.05.02 г. // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 22. – ст. – 2097.

2. О тарифах на расчётные услуги Банка России в 2001 году. Распоряжение Центрального банка России № Р-548 от 27.12.2000 г.

3. Абалкин Л. Качественные изменения структуры финансового рынка и бегство капитала из России // Вопросы экономики. – 2000. – № 2.

4. Банки больше вкладывают в долговые обязательства и одалживают предприятиям / Коммерсант. – № 162. – 10.09.02 г.

5. Банковская конкуренция. / Г.О.Самойлов, А.Г.Бачалов. – М.: Экзамен, 2002.

6. Бизнес: Оксфордский толковый словарь: Англо-русский. – М.: Издательство «Прогресс-Академия», Издательство РГГУ, 1995.

7. Бирман А. Банк ИБК подвели нефтяники и американцы / Компания. – 2002. – № 16-17.

8. Глазьев С. Центральный банк против промышленности // Вопросы экономики. – 1998. – № 1.

9. Горелов В. Банковские слияния и поглощения как фактор диверсификации рынка банковских услуг // Банковские услуги. – 2002. – № 11.

10. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 1999.

11. Граник И. Неисправимый Центробанк // Коммерсант. – 2002. – № 29.

12. Данные об объёмах предоставленных кредитов // Бюллетень банковской статистики. – 2002. – № 2.

13. Данные об объёмах предоставленных кредитов // Бюллетень банковской статистики. – 2002. – № 6.

14. Данные о движении наличной иностранной валюты на территории

РФ через уполномоченные банки (табл. 3.2.3); и Отдельные показатели, характеризующие операции с наличной иностранной валютой в обменных пунктах уполномоченных банков (табл. 3.3.4) // Бюллетень банковской статистики. – 2002. – № 4.

15. Динамика основных показателей развития банковского сектора России в реальном исчислении к 1.07.98 г. // Вестник Банка России. – 2002. – № 37.

16. Дудкин С. Развитие рынка финансовых услуг: вопросы конкурентной и антимонопольной политики // Аналитический банковский журнал. – 2001. – № 1. – С. 9 – 12.

17. Ефимова М.Р., Петрова Е.В., Румянцева В.Н. Общая теория статистики: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 1998.

18. Захаров В.С. Денежно-кредитная политика: практические аспекты (Выступление на «круглом столе» в Финансовой академии при Правительстве РФ) // Банковское дело. – 2002. – № 1.

19. Золоторогов В.Г. Энциклопедический словарь по экономике. – Мн.: Полымя, 1997. – 571 с.

20. Каледина А. Важный клиент / Известия. – 2002.

21. Каледина А. Не по профилю банки расширяют сферы своей деятельности / Известия. – 2002.

22. Кейнс Дж.М.. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1949.

23. Ковсанадзе И.К. Некоторые вопросы развития конкурентной среды банковского рынка // Банковское дело. – 2001. – № 4.

24. Ковсанадзе И.К. Системные банковские кризисы в условиях финансовой глобализации // Вопросы экономики. – 2002. – № 8.

25. Концептуальные вопросы развития банковской системы Российской Федерации // Вестник Банка России. – 2001. – № 12.

26. Котлер, Филип, Армстронг, Гари, Сондерс, Джон, Вонг, Вероника. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 1999.

27. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование: Учебник. – М.: Издательство БЕК, 1999.

28. Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т. 1 – М.: Республика, 1995. – С. 117.
29. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 1992. – 702 с.
30. Матовников М.Ю. Государство контролирует треть активов банковской системы // Банковское дело. – 2000. – № 12.
31. Матовников М.Ю. Один кредит на 10 предприятий // Бухгалтерия и банки. – 2002
32. Матовников М.Ю. О пользе банковской конкуренции // Банковское дело. – 2001. – № 3. – С. 32 – 38.
33. Матовников М.Ю. Снижение процентных ставок – риски и возможности // Банковское дело. – 2001. – № 10.
34. Мехряков В. Развитие рынка банковских услуг после вступления России в ВТО // Вопросы экономики. – 2002. – № 8.
35. Нэгл Т.Т., Холден Р.К. Стратегия и тактика ценообразования. – СПб: Питер, 2001.
36. Обзор российской экономики. Электронная версия журнала «Обзор российской экономики». Сайт: [http://www.reser.ru/r1999\\_g3.htm](http://www.reser.ru/r1999_g3.htm).
37. Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70 000 слов / Под ред. Н.Ю. Шведовой. – 23-е изд., испр. – М.: Рус. язык., 1991. – 917 с.
38. О проблеме неплатежей в российской экономике и возможных путях её решения // Вестник Банка России. – 1997. – № 61 – 62.
39. Основные макроэкономические и денежно-кредитные показатели // Бюллетень банковской статистики Банка России. – 2002. – № 2.
40. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2002 год // Вестник Банка России. – 2002. – № 1.
41. Отдельные показатели деятельности кредитных организаций, сгруппированных по величине активов // Бюллетень банковской статистики. – 2002. – № 6.
42. Попков В. К вопросу о конкуренции в банковской сфере // Банковское дело. – 2000. – № 2.
43. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный

экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 496 с.

44. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Соч. Т. I. – М, 1995.

45. Российская банковская система на этапе экономического роста // Банковское дело. – 2002. – № 11.

46. Российская банковская энциклопедия. Редколлегия: О.И. Лаврушин (гл. ред.) и др. – М.: Энциклопедическая Творческая Ассоциация, 1995.

47. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. / Госкомстат России. – М., 2000.

48. Роуз Питер С. Банковский менеджмент. Пер. с англ. со 2-го изд. – М.: Дело, 1997.

49. Самые «бюджетные» банки (на 1.09.2001 г.) // Профиль. – 2001.

50. Состояние банковского сектора Российской Федерации в 2000 г. // Вестник Банка России. – 2001. – № 39.

51. Соловьёв Ю.П., Горячев А.А. Финансово-экономические результаты работы промышленности за 2001 г. // Банковское дело. – 2002 г. – № 5. – С. 12-17.

52. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Гос. соц.-экон. изд-во. 1931.

53. Состояние банковского сектора Российской Федерации в 2001 г. // Вестник Банка России. – 2002. – № 32.

54. Спицын И.О., Спицын Я.О. Маркетинг в банке / Худож. оформ. В.М. Штогрин. – Тернополь: АО «Тарнекс», К.: ЦММС «Писпайп», 1993.

55. Средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным физическим лицам, предприятиям и организациям, в рублях // Бюллетень банковской статистики. – 2001. – № 2.

56. Средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным физическим лицам, предприятиям и организациям, в рублях // Бюллетень банковской статистики. – 2002. – № 2.

57. Тальская М. Восстановление банковского сектора обойдётся недёшево // Деловой экспресс. – 1999. – № 13.

58. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / Под ред.

- Е.С. Стояновой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Перспектива, 1997.
59. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. с англ. со 2-го изд. – М.: Дело, 1997. – 864 с.
60. Харрис Л. Денежная теория: Пер.с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. В.М. Усоскина. – М.: Прогресс, 1990.
61. Хейне П. Экономический образ мышления. – Пер. с англ. – М.: Изд-во «Новости» при участии Изд-ва «Catallaxu», 1991 – 704 с.
62. Шмелёв Н. Авансы и долги (Вчера и завтра российских экономических реформ). – М.: Междунар. Отношения, 1996.
63. Шохин А. Банковская реформа. Взгляд из Государственной Думы // Банковское дело. – 2001. – № 11.
64. Шумовский С. Концентрация кредитных ресурсов Сберегательного банка Российской Федерации в 1999-2000 годах // Банковское дело. – 2001. – № 11.
65. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг: Сокр. пер. с англ. / Авт. предисл. и науч. ред. А.А. Горячев. – М.: Экономика, 1993.
66. Юденков Ю.Н. Бюджетирование как метод оперативного управления балансом банка // Бухгалтерия и банки. – 2000. – № 2.

*Научное издание*

Гойденко Юрий Николаевич  
Рожков Юрий Владимирович

**ЦЕНЫ НА УСЛУГИ  
КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ

Редактор

Технический редактор Л.М.Гурова

Компьютерный набор и вёрстка

Корректор

---

Подписано в печать 15.10.2003. Формат 60x80<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага писчая.  
Печать офсетная. Усл. печ. л. ; Уч.-изд.л. ; Тираж экз.  
Заказ №

---

Издательство Дальневосточного университета  
690950, г.Владивосток, ул. Октябрьская, 27

Отпечатано в РИЦ Хабаровской государственной академии экономики и права  
680034, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 134