

ЭКОНОМИКА 4 2007

в школе • ШКОЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
• ФИНАНСОВОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ (42)

Н а у ч н о - м е т о д и ч е с к о е и з д а н и е

Шеф-редактор

Б.К.Тебиев

Главный редактор

Н.Н.Калинина

Редакционный совет

В.С.Автономов

В.А.Болотов

И.В.Воронова

Л.С.Гребнев

И.В.Липсиц

Л.Л.Любимов (председатель совета)

В.А.Рубе

И.А.Сасова

Ю.С.Сизов

Редакционная коллегия

Д.В.Акимов

С.И.Бик

Н.П.Забродина

Ю.Н.Корлюгова

А.С.Пругченков

А.К.Самохина

Т.С.Терюкова

Редакция

Т.В.Леонова

Н.Е.Пузанова

И.Н.Киргизова

А.М.Павлов

Н.В.Топешкина

С.А.Белоконь

Адрес редакции:

117312, Москва,

ул. Вавилова, д. 7, офис 215

Телефоны: (495) 977-6965;

772-9590 доб. 4144

Факс: (495) 772-9571

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА В ШКОЛЕ

ЭКОНОМИКА ПЛЮС ПЕДАГОГИКА

Д.В.Акимов, О.В.Дичева

Лекции по экономике: профильный уровень 4

А.С.Пругченков

Кейс-метод в преподавании экономики в школе 15

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

С.С.Рыбкин

Концепция большой экономической игры «Преодоление кризисных ситуаций в малом бизнесе» 32

С.Ф.Сизикова, М.Ю.Романова

Предпринимательство: модульно-рейтинговая система обучения 36

ШКОЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОЛИМПИАДЫ И КОНКУРСЫ

VI Всероссийская олимпиада по основам предпринимательской деятельности и потребительских знаний для учащихся 10–11-х классов 42

ФИНАНСОВОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

ФИНАНСОВЫЕ МАСТЕРСКИЕ

С.И.Бик

Долг платежом красен! 73

АКТУАЛЬНЫЙ ТРЕНД

Е.В.Симоненко

Кредитный договор: о чем молчат банки? 77

Т.А.Морозова

Не бегайте от кредиторов – попадете к коллекторам! 91

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Считаем платежи по кредиту 103

РЕКЛАМАЦИИ ПРИНИМАЮТСЯ!

Вы спрашиваете – мы отвечаем 105

ФИНАНСОВАЯ ЭКСПЕДИЦИЯ

А.П.Цикин

Становление и развитие банковской системы Москвы во второй половине XIX века 107

РЕДАКЦИЯ ВЫРАЖАЕТ БЛАГОДАРНОСТЬ
РЕГИОНАЛЬНОМУ ОТДЕЛЕНИЮ
ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ФИНАНСОВЫМ РЫНКАМ
В ЦЕНТРАЛЬНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ
ОКРУГЕ И НЕКОММЕРЧЕСКОМУ
ФОНДУ «ЦЕНТР ИНВЕСТИЦИОННОГО
ПРОСВЕЩЕНИЯ»
ЗА ВСЕСТОРОННЮЮ ПОМОЩЬ,
ОКАЗАННУЮ ПРИ ПОДГОТОВКЕ НОМЕРА

Журнал основан в 1996 году
Международной педагогической академией

Свидетельства о регистрации
средства массовой информации
ПИ № 77–11618
ПИ № 77–11619

При использовании материалов
ссылка на журнал «Экономика в школе» обязательна

© Министерство образования и науки РФ, 2007

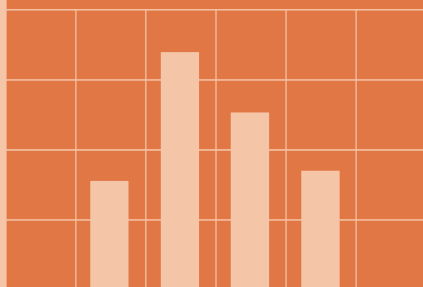
© Государственный университет – Высшая школа экономики, 2007

© Издательский дом МПА-Пресс, 2007

Подписано в печать 04.12.07
Печать офсетная. Формат 180 x 270 $\frac{1}{16}$
Усл. печ. л. 8,5. Тираж 2200 экз.

Отпечатано в ООО «Технопринт»
WWW.T-PRINT.RU

ЭКОНОМИКА



В ШКОЛЕ

№ 4 (42) • 2007

ЭКОНОМИКА ПЛЮС ПЕДАГОГИКА

Д.В.Акимов, О.В.Дичева

Лекции по экономике:
профильный уровень

А.С.Прутченков

Кейс-метод в преподавании
экономики в школе

ОСНОВЫ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

С.С.Рыбкин

Концепция большой
экономической игры
«Преодоление кризисных
ситуаций в малом бизнесе»

С.Ф.Сизикова, М.Ю.Романова

Предпринимательство:
модульно-рейтинговая
система обучения

Дмитрий Викторович АКИМОВ,

старший преподаватель кафедры экономической теории ГУ–ВШЭ
и кафедры экономики МИОО

Ольга Викторовна ДИЧЕВА,

преподаватель кафедры экономической теории ГУ–ВШЭ

Лекции по экономике: профильный уровень¹

Предложение

ПРЕДЛОЖЕНИЕ. ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Предложение (от англ. supply, S) – *зависимость между ценой и количеством экономического блага, которое производитель желает и готов продать в течение некоторого промежутка времени.*

Так же как и при рассмотрении спроса, в данном определении не дается ни качественной ни количественной оценки упомянутой зависимости. Подчеркивается лишь необходимость наличия у производителей желания продать на рынке некоторое благо и готовности это сделать. Конкретизировать количественную сторону рассматриваемой зависимости можно, если задать производителям один из следующих вопросов:

- ✓ Какое максимальное количество блага вы готовы продать при данном значении цены?
- ✓ При каком минимальном значении цены вы готовы продать данное количество блага?

В качестве ответов на данные вопросы мы получим то, что в экономической теории называется величиной предложения и ценой предложения соответственно.

Величина предложения – *максимальное количество экономического блага, которое производители желают и готовы продать при данном значении цены.*

Цена предложения – *минимальное значение цены, при котором производители желают и готовы продать данное количество экономического блага.*

Если предположить, что подобные вопросы заданы относительно всех возможных значений цен или объемов, а ответы нанесены в со-

¹ Продолжение. Начало см.: ЭШ. – 2007. – № 1–3.

ответствующих координатах (Q – количество, P – цена), то кривая, соединяющая полученные точки, называется кривой предложения.

Кривая предложения – кривая, каждая точка которой показывает значение:

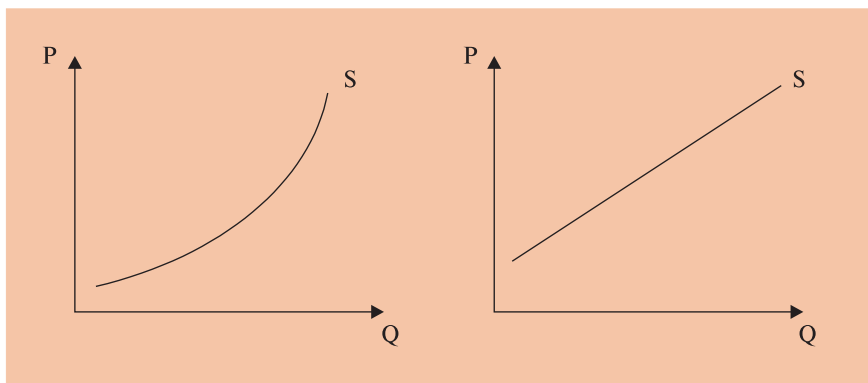
- ✓ величины предложения при соответствующем значении цены экономического блага;
- ✓ цены предложения при соответствующем значении количества экономического блага.

Каким окажется вид кривой предложения, то есть качественная сторона зависимости между ценой и количеством экономического блага с точки зрения производителя? Считается, что на этот вопрос отвечает закон предложения.

Закон предложения: при повышении цены экономического блага величина предложения растет, то есть существует положительная зависимость между ценой товара и величиной предложения.

Математически закон предложения можно выразить следующим образом: $Q'(P) > 0$ или $P'(Q) > 0$. В соответствии с законом, кривая предложения обычно изображается в виде кривой с положительным наклоном (рис. 1).

Рис. 1
Примеры
кривой
предложения



При изучении данной темы очень важно не путать такие понятия, как «предложение» и «величина предложения». Предложение отражает объем планируемых продаж при всех возможных уровнях цены товара или услуги, то есть графически представляет собой весь график кривой предложения. Величина предложения – это количество блага, которое продавцы готовы продать при конкретном уровне цены, представляет собой одну точку на графике кривой предложения.

Увеличение предложения означает, что при каждом уровне цены производители готовы продать больший объем товара, чем прежде. При увеличении предложения кривая предложения сдвигается вправо – вниз.

Снижение предложения означает, что при каждом уровне цены производители готовы продать меньший объем товара, чем прежде. При снижении предложения кривая предложения сдвигается влево – вверх.

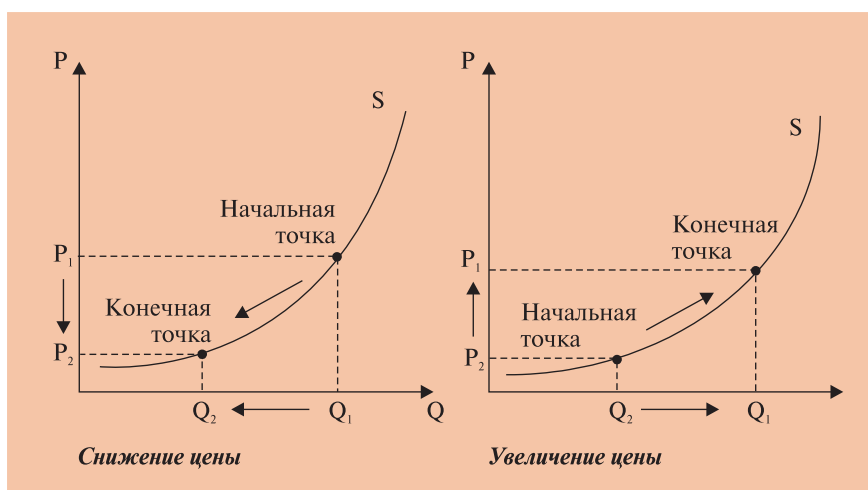
Зная уравнение или график кривой предложения, можно определить объем предложения при любой цене. Если же известно только одно значение величины предложения, то восстановить уравнение или график кривой предложения невозможно.

Таким образом:

- ✓ изменение предложения – это сдвиг всей кривой предложения, то есть изменение величины предложения при всех возможных значениях цены экономического блага;
- ✓ изменение величины предложения – это сдвиг вдоль кривой предложения, связанный с изменением цены экономического блага.

При снижении цены товара производители будут склонны предлагать на продажу меньшее его количество. При повышении цены товара последствия прямо противоположные (рис. 2).

Рис. 2
Последствия
изменения
цены эконо-
мического
блага



Рассмотрим теперь неценовые факторы предложения, то есть параметры, влияющие на планируемый объем продаж производителей и вызывающие сдвиг кривой предложения.

Неценовые факторы предложения:

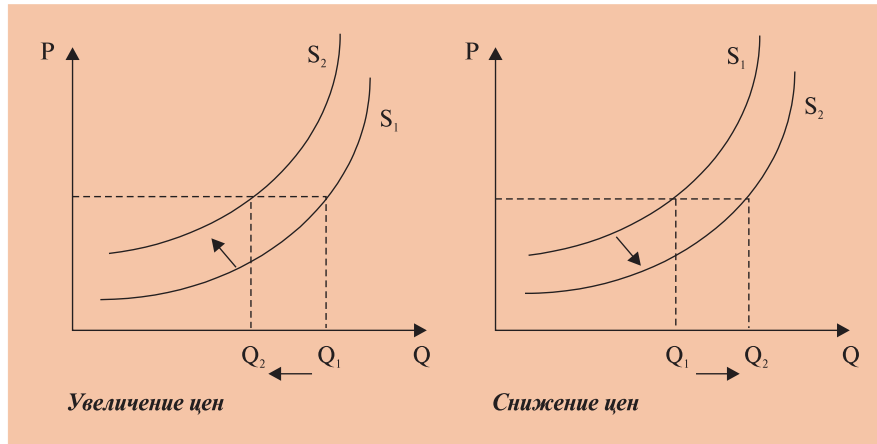
- цены ресурсов;
- технология;
- налоги;
- субсидии;
- количество производителей;
- ожидания производителей;
- другие факторы.

Цены ресурсов

Производителю, для того чтобы произвести какой-либо товар, необходимо использовать экономические ресурсы. Как мы уже знаем, предложение отражает минимальную цену, за которую производитель готов поставить данный объем товара на рынок. Изменение цены экономических ресурсов при прочих равных условиях приведет к тому, что себестоимость производства данного товара вырастет.

Следовательно, при данном уровне цены производитель не получит ожидаемой прибыли или же вообще не покроет затраты на его производство. Таким образом, при повышении цен ресурсов производитель будет вынужден либо увеличить цену предложения при каждом из уровней количества товара, либо сократить объем предложения при каждом из возможных уровней цены. В любом случае переложение данного товара на рынке сокращается и кривая предложения сдвигается влево – вверх. Падение цен ресурсов сопровождается обратными последствиями.

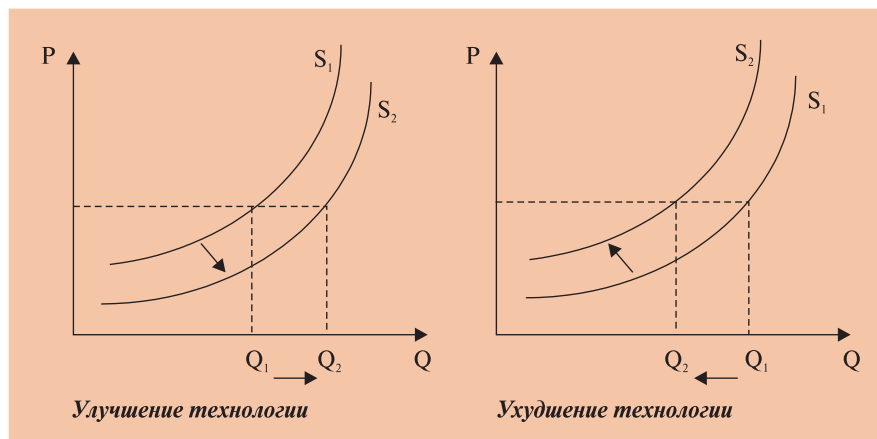
Рис. 3
Последствия изменения цен ресурсов



Технология

Под технологией можно понимать определенный способ организации процесса использования экономических ресурсов для получения определенного товара или услуги. Таким образом, улучшением технологии можно считать создание нового способа производства, который даст возможность при тех же количествах ресурсов произвести больший объем продукции или, соответственно, возможность произвести тот же объем продукции при меньших количествах ресурсов. При этом производитель, естественно, сможет предложить больший объем товара на рынок при любом из возможных уровней цены. Таким образом, при улучшении технологии производства товара предложение товара растет, а график кривой предложения сдвигается вправо – вниз.

Рис. 4
Последствия изменения технологии



Может показаться, что в современном мире, в обстановке постоянно-го научно-технического прогресса невозможны ситуации ухудшения технологий. Это не так. Можно привести довольно простые примеры:

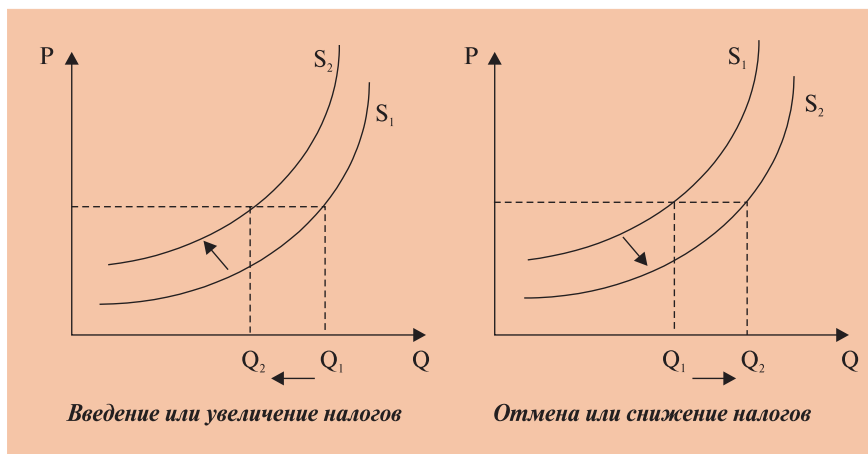
- ✓ стихийное бедствие серьезно повреждает линии электропередач и сами электростанции, тем самым вынуждая значительную часть производств вернуться к использованию ручного труда вместо станков;
- ✓ одна компания возбуждает и выигрывает судебное дело против другой, обвинив ее в незаконном использовании запатентованных современных технологий, что приводит виновную фирму к необходимости возврата к устаревшим технологиям до момента покупки лицензии или разработки собственных решений.

При ухудшении технологии производства товара предложение товара снижается.

Налоги на производителей

Цена, получаемая производителем за товар, является для него доходом. Налоги снижают величину этого дохода производителя, поскольку теперь он обязан некоторую часть цены товара отдавать государству. Таким образом, введение налога равносильно для производителя тому, что он должен будет получать за каждую продаваемую единицу товара меньшую цену. Введение или увеличение налога приводит к снижению предложения товара. Снижение же или отмена налога приводит к росту предложения товара.

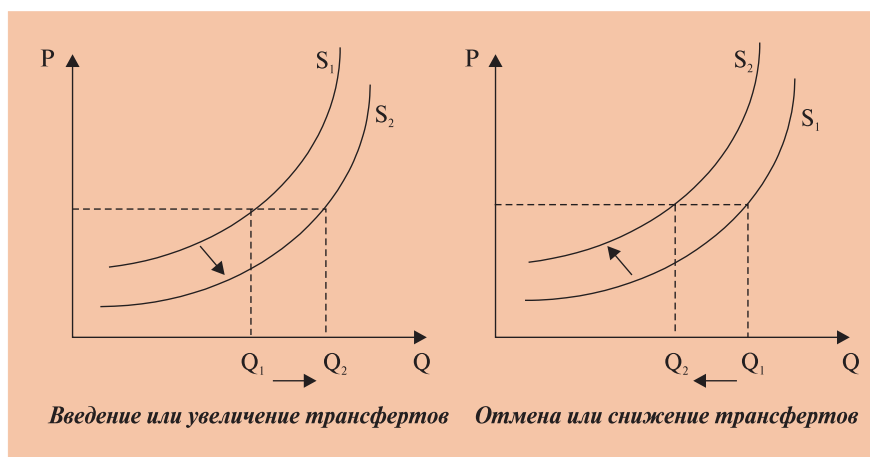
Рис. 5
Последствия
изменения
действия
налогов



Субсидии (трансферты) производителям

Трансферты увеличивают величину дохода производителя, поскольку теперь государство доплачивает ему некоторую сумму за каждую единицу товара. Таким образом, введение или увеличение трансферта приводит к росту предложения товара, а снижение или отмена – к падению предложения товара.

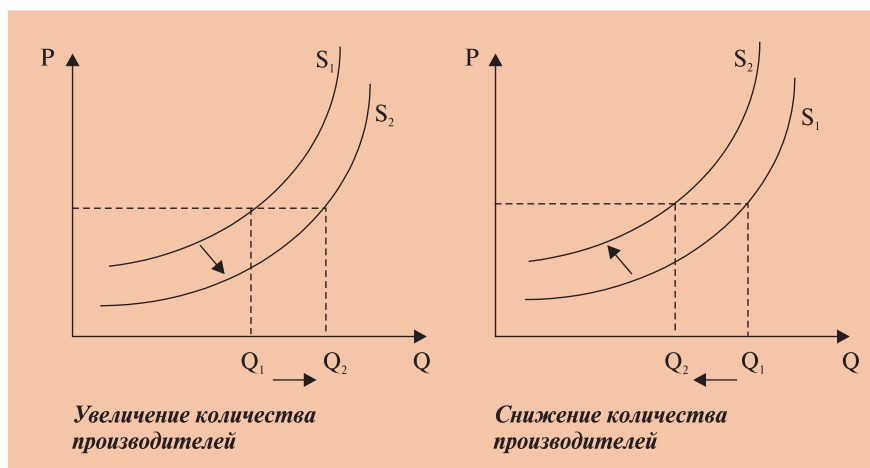
Рис. 6
Последствия
изменения
действия
трансфертов



Количество производителей

Очевидно, что двадцать фирм способны предложить на рынок больше продукции, чем одна при одном и том же уровне цены. Таким образом, чем больше число производителей, тем выше рыночное предложение (при снижении числа производителей предложение товара сокращается).

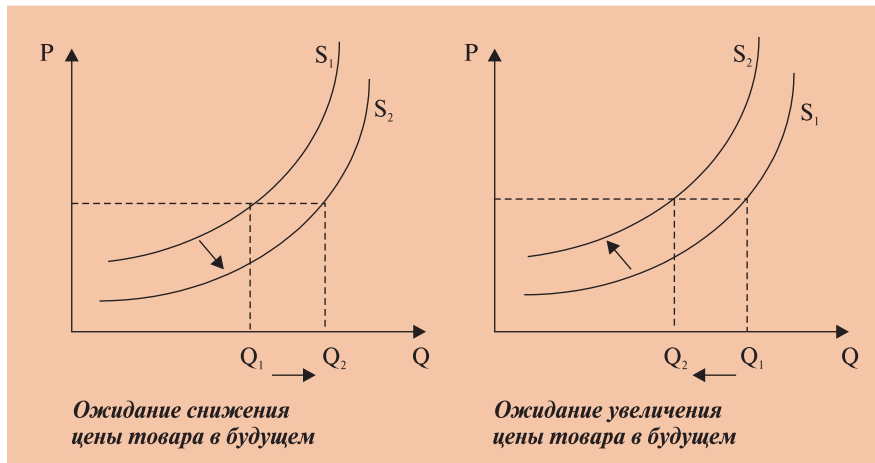
Рис. 7
Последствия
изменения
количества
производи-
телей



Ожидания производителей

Ожидания производителей относительно будущих изменений на рынках влияют на их предложение товара в настоящий момент времени. Если, например, салон связи ожидает, что цена на мобильные телефоны данной модели в будущем вырастет, то каким образом он изменит их предложение в текущий момент времени? Скорее всего, продавец предпочтет продать больше товара в будущем, получив за него более высокую цену. Таким образом, предложение данного товара сегодня снизится.

Рис. 8
Последствия
ожидания из-
менения цены
товара
в будущем



Если же производитель предполагает, что в скором времени будет выпущена новая, улучшенная модель мобильного телефона, то, скорее всего, предложение старой модели в текущий момент увеличится. Безусловно, вы сталкивались с таким явлением, как сезонные распродажи, когда фирмы активно стараются сбыть, пусть и по сниженным ценам, остатки старых партий продукции. Таким образом, различные ожидания производителей оказывают разное влияние на предложение.

Другие факторы

Существует множество других причин, оказывающих влияние на предложение. Это могут быть смена руководства фирмы, открытие новых месторождений полезных ископаемых, погодные условия, политические события и т.д. Перечислить и рассмотреть влияние всех возможных факторов изменения предложения невозможно, но попробуем обобщить все, что мы узнали о факторах предложения.

Таблица 1
Факторы предложения

	Влияние	Показатель	Обозначение	Влияние на Qs
Ценовой фактор предложения	Изменение величины предложения (изменение точки на кривой предложения), кривая предложения не меняется, функция предложения не меняется Движение вдоль кривой предложения	Цена данного товара	P	Положительное (+)

	Влияние	Показатель	Обозначение	Влияние на Qs
НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ	ИЗМЕНЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (сдвиг всей кривой предложения), ИЗМЕНЕНИЕ ФУНКЦИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ИЗМЕНЕНИЕ ГРАФИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ	ЦЕНА РЕСУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХСЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ДАННОГО ТОВАРА	$P_{рес}$	Отрицательное (-)
		Технология производства данного товара		Положительное (+)
		Налоги	T_x	Отрицательное (-)
		Субсидии	T_p	Положительное (+)
		Количество производителей	N	Положительное (+)
		Ожидания	E	Неоднозначное
		Прочие факторы		Неоднозначное

РЫНОЧНАЯ КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ СЛОЖЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ КРИВЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Количество производителей положительно влияет на рыночное предложение. При увеличении количества производителей на рынке может быть предложен больший объем экономического блага при каждом уровне цены. В соответствии с этим утверждением и производится сложение отдельных индивидуальных кривых предложения для получения общей рыночной кривой предложения: при каждом возможном уровне цены необходимо сложить величины индивидуальных предложений отдельных производителей. Так же как при сложении кривых спроса, сложению подвергаются именно величины индивидуальных предложений, то есть кривые предложения тоже «складываются по горизонтали». Поэтому суммарная кривая предложения по сравнению с индивидуальными кривыми имеет более пологий вид, она как бы «растягивается» по оси Q .

Сложение кривых предложения следует выполнять, начиная с минимально возможного значения цены блага, постепенно переходя ко все большим значениям. Это обусловлено тем, что цена предложения – это минимальная цена, при которой производитель готов поставлять товар на рынок.

Для того чтобы сложить кривые предложения, можно воспользоваться следующей схемой:

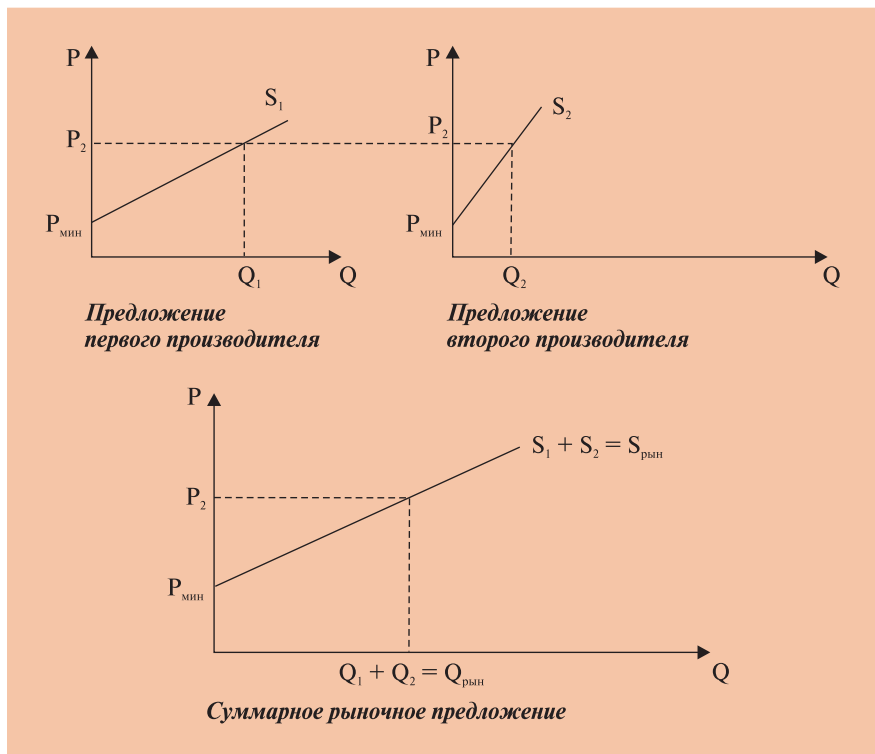
1. Определяем минимальное значение цены, при котором на рынке присутствует хотя бы один продавец.
2. Отмечаем, какой объем товара предлагается на рынке при данной цене.
3. Определяем, при какой цене к продавцам, действовавшим на рынке при цене пункта 1, присоединится следующий продавец (или продавцы).

4. Отмечаем, какой объем товара предлагается на рынке всеми продавцами при данной цене.
5. Повторяем шаги 3 и 4 пока на рынок не вступят все продавцы.

Пример 1

Рассмотрим пример сложения двух кривых предложения, когда производители готовы начать предлагать товар по одинаковой минимальной цене $P_{мин}$. Предложение первого производителя представлено на рис. 9 линией S_1 . Предложение второго производителя представлено линией S_2 . В данных условиях минимальная цена, при которой производители готовы предлагать товар, одинакова и равна $P_{мин}$. Следовательно, минимальная цена на суммарной кривой предложения – $P_{мин}$. При некотором уровне цены $P_2 > P_{мин}$ на рынке действуют два производителя, готовые предложить, соответственно, объем товара, равный: $Q_1 + Q_2 = Q_{рын}$.

Рис. 9
Индивидуальные и суммарная рыночная кривые предложения



Пример 2

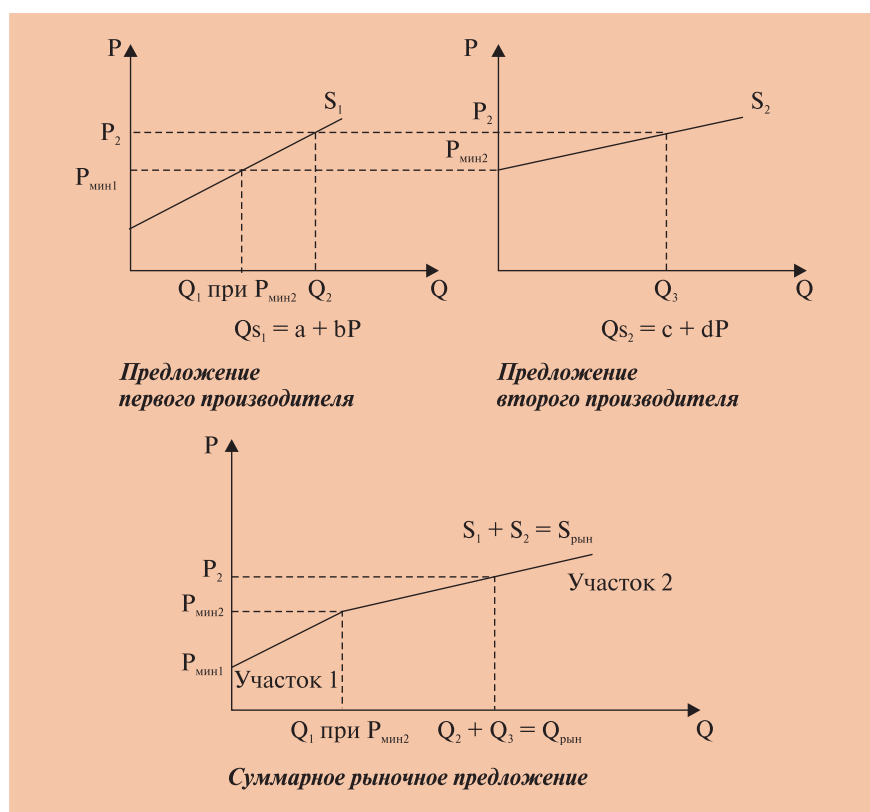
Рассмотрим пример сложения двух кривых предложения, когда производители готовы вступить на рынок при разных минимальных ценах: $P_{мин1}$ и $P_{мин2}$. Предложение первого производителя представлено на рис. 10 линией S_1 , предложение второго производителя – линией S_2 .

В данных условиях минимальной ценой, при которой хотя бы один производитель готов предлагать товар на рынке, является цена пер-

вого производителя $P_{мин1}$ (так как $P_{мин1} < P_{мин2}$). Следовательно, минимальная цена на суммарной кривой предложения – $P_{мин1}$. Второй производитель начинает предлагать товар на рынке, когда цена на товар поднимается до уровня $P_{мин2}$. При этом необходимо подсчитать, какой объем уже предлагается на рынке при цене, равной $P_{маx2}$. Второй производитель при данной цене только вступает на рынок, то есть объем его предложения равен нулю. Однако первый производитель при цене, равной $P_{маx2}$, предлагает некоторый объем товара. Для того чтобы подсчитать, какой объем он предлагает, необходимо подставить значение цены $P_{мин2}$ в уравнение кривой предложения первого производителя.

Допустим, что при данной цене первый производитель предлагает объем товара, равный Q_1 при $P_{мин2}$. При некоторой цене $P_2 > P_{мин2}$ на рынке действуют оба производителя, готовые предложить, соответственно, объем товара, равный: $Q_2 + Q_3 = Q_{рын}$.

Рис. 10
Индивидуальные и суммарная рыночная кривые предложения



Уравнение суммарной рыночной кривой предложения можно получить аналитически на основе уравнений индивидуальных кривых предложения. Для этого можно воспользоваться следующей схемой:

1. Записать уравнения индивидуальных кривых предложения в виде функций: $Q = Q(P)$.
2. Сложить правые части полученных уравнений в соответствии с областями определения.

Аналитически полученную суммарную кривую рыночного предложения можно записать следующим образом:

При $0 \leq P < P_{\text{мин}_1}$ $Q = 0$.

При $P_{\text{мин}_1} \leq P \leq P_{\text{мин}_{21}}$ $Q_{\text{рын}} = Q_1 = a + bP$. (Участок 1)

При $P > P_{\text{макс}_2}$ $Q_{\text{рын}} = Q_1 + Q_2 = (a + bP) + (c + dP) = a + c + (b + d)P$. (Участок 2)



Ф И Н А Н С О В А Я П О Л Е З Н О С Т Ъ

Интернет-трейдинг и пластиковые карточки денег не добавляют!

Реклама банковских пластиковых карт становится в России все заманчивее: нет ни одной проблемы, которую бы нельзя было решить с помощью заветного пластика. Как верный путь к благополучию профессионалы финансового рынка зачастую позиционируют не только «кредитки» на все случаи жизни, но и биржевую игру ценными бумагами. Ставь программу интернет-трейдинга – и выигрывай! Действительно ли потребители выигрывают от всех этих нововведений? Об этом подробнее в комментарии консультанта по личным финансам.

Комментарий

На наш взгляд, в рекламе банковских карт, как и в рекламе интернет-трейдинга, «зашито» одно и то же лукавство. А именно: новая форма преподносится как наилучший путь к достижению содержания. Предлагая пластиковую карту или приглашая в систему интернет-трейдинга, производитель финансовой услуги все время эксплуатирует тему повышения благосостояния потребителя. Но ведь от пластика денег не счету больше не появится, а сделки с ценными бумагами с помощью Интернета не станут от этого более прибыльными. Более того, новые технологические возможности и формы без должного опыта, знаний и личной финансовой дисциплины могут стать – и становятся! – разрушительными для семейного бюджета. И реклама тому только способствует. Один профессиональный управляющий нескольких инвестиционных фондов однажды бросил короткую фразу в ответ на высказанное собеседником желание попробовать поиграть на бирже: «Играть легко – выигрывать сложно». Так и с пластиковыми карточками получается: тратить-то легко – зарабатывать сложно. Вот и думается: может быть, именно из-за этой прописной легкости у нас денег все время не хватает?

Кейс-метод в преподавании экономики в школе¹

ПРИНЦИПЫ И ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ КЕЙСОВ

Разработка и описание учебного кейса – дело очень сложное и творческое. Кейс буквально – это «случай», поэтому важно, чтобы он был разработан с известной изюминкой, интригой. Хороший кейс не оставит слушателя равнодушным, он вызовет недоумение, взбудоражит любопытство и профессиональный интерес.

В.Н.Птицын подчеркивает, что у американцев есть определенные требования к стилю написания кейса: он должен быть написан живо, чтобы читался как художественная литература. Примерно так: «Смит посмотрел в окно, почесал затылок и подумал: «Позвонить мне Мэри-Энн или не позвонить?»».

При составлении чернового варианта кейса следует обращать особое внимание на его основное содержание, а при окончательной обработке текста – на его эмоциональную составляющую, ту информацию и те вопросы, которые могут стимулировать и поддерживать интерес школьников к предлагаемой проблеме и поискам ее решения.

Когда кейс пишется, ничто не должно сковывать воображение автора, он должен излагать свои мысли свободно. Затем автору следует критически оценить проделанную работу. Вполне допустимо привлечение кого-то в качестве «адвоката дьявола» для того, чтобы он подверг текст кейса критике.

Примечание. В Римской католической церкви «адвокатом дьявола» называли официальное лицо, избравшееся для того, чтобы критически изучить все факты жизни покойного, которого предлагали причислить к лику святых. Это словосочетание стало нарицательным для людей, относящихся ко всему критически, замечающих во всем только недостатки.

В заключение сам автор должен спросить себя о характере использованных им фактов и сведений, а также о требованиях здравого смысла. Освещены ли в тексте кейса все стороны ситуации и проблемы, обрисована ли общая картина, будет ли она понятна школьникам или студентам?

Ю.П.Сурмин сформулировал совокупность **дидактических принципов**, на которые опирается кейс-метод:

1. Индивидуальный подход к каждому школьнику, учет его потребностей и стиля обучения, что предполагает сбор максимума информации об обучающихся еще до занятий.

¹ Продолжение. Начало см.: ЭШ. – 2007. – № 2, 3.

2. Максимальное предоставление свободы в обучении (возможность выбора преподавателя, дисциплин, формы обучения, типа задач и способа их выполнения).

3. Обеспечение достаточным количеством наглядных материалов (статьи в СМИ, видео-, аудиокассеты и CD-диски, продукция компаний, деятельность которых анализируется).

4. Не загружать студента большим объемом теоретического материала, концентрироваться лишь на основных положениях.

5. Возможность активного сотрудничества учителя и обучающегося, который может в любое время к нему обратиться.

6. Формирование у обучающихся навыков самоменеджмента, умения работать с информацией.

7. Акцентирование внимания на развитии сильных сторон каждого, принимающего участие в работе с учебным кейсом.

Вместе с тем существует ряд **проблем, которые требуют решения** [20, с. 64]:

- применение комплексного подхода к выбору форм и методов обучения с целью создания привлекательной для школьников структуры практической подготовки, которая организуется с использованием кейс-метода;
- междисциплинарная согласованность применяемых форм обучения, с тем чтобы школьники, включенные в решение социальной проблемы, изложенной в кейсе, могли опираться на знания и информацию из различных отраслей науки;
- поиск или разработка и использование разных методических приемов с целью обеспечения эффективности и результативности процесса обучения, организуемого с использованием кейсов;
- повышение педагогического мастерства, обретение преподавателями навыков и стиля поведения тренера-инструктора, что крайне необходимо для более эффективного применения кейсов.

Этапы построения кейса. Процесс создания кейса представляет собой сложную педагогическую систему и осуществляется в несколько этапов:

1. Формирование дидактических целей кейса. Этот этап включает определение места кейса в структуре учебного курса, выявление его «зоны ответственности» за знания, умения и навыки, формирование социальных компетенций школьников. Методической целью кейса может быть и иллюстрация к теории, и чисто практическая ситуация, и их совмещение. Но в любом случае цель должна быть весомой, чтобы работа над кейсом заинтересовала школьников или студентов. Этому способствует напряженность ситуации, описанной в кейсе, конфликт, может быть, даже драматичность, которые требуют принятия быстрых решений.

Замысел кейса должен быть понятен обучающемуся. Кейс должен быть написан простым четким языком, не должен содержать много терминов, понятных лишь специалистам. Если же такие термины есть, то в кейсе должны быть предусмотрены пояснения. Если кейс составлен с описанием каких-то действующих лиц, их характеров, то важно, чтобы среди них был кто-то, на чье место школьники хотели

бы себя поставить, потому что в ряде случаев именно в поведении или характере действующего лица или в сочетании того и другого может скрываться причина возникновения конфликта.

2. Построение программной карты кейса. Карта кейса состоит из основных тезисов, которые необходимо воплотить в тексте. Это своеобразный каркас, в дальнейшем постепенно обрастающий информацией и деталями, необходимыми для решения описываемой проблемы. Составляется схема кейса:

- ✓ обозначается действие и действующие лица, при этом можно дать их описание: например, действующее лицо такое-то, у него такие-то достоинства, такие-то недостатки;
- ✓ описывается ситуация (симптомы); это можно сделать традиционно, а можно и с помощью диалога между действующими лицами;
- ✓ указываются элементы среды, например, описываются предприятие и внешние окружающие факторы [17].

3. Поиск социальной системы для создания кейса. К социальной системе можно отнести организацию, учреждение, ведомство и т.д., которые имеют непосредственное отношение к тезисам программной карты.

4. Сбор информации в избранной системе. Информация о системе должна быть объемной и достаточной для составления тезисов программной карты кейса.

5. Построение или выбор модели ситуации. Модель ситуации должна максимально подробно отражать деятельность представленной в кейсе социальной системы. В процессе подготовки кейс-материалов необходимо принимать во внимание два типа проблемных ситуаций:

- ✓ **типологические**, типичные для данного класса процессов в настоящем реальном времени,
- ✓ **девиантные**, представляющие альтернативу типичности, но в то же время отражающие единство многообразия явлений окружающего социума. Девиантные проблемные ситуации позволяют научить обучаемого видеть мир в реальном многообразии, многомерности, в единстве и борьбе противоположных тенденций протекания различных процессов.

6. Выбор жанра кейса. На этом этапе автор-составитель выбирает вид кейса исходя из учебных целей, которые он ставит перед данным кейсом.

7. Написание текста кейса. Это самая ответственная часть, поскольку необходимо максимально адекватно отразить собранную и осмысленную информацию, при этом важно помнить о целевой аудитории, для которой составляется данный кейс.

8. Диагностика правильности и эффективности кейса. На этом этапе проводится учебно-методический эксперимент, построенный по той или иной схеме, для выяснения эффективности данного кейса.

9. Подготовка окончательного варианта кейса. Это своеобразная «доводка» материалов до полной готовности к использованию в учебных аудиториях.

10. Внедрение кейса в практику обучения. На этом этапе предполагается применение созданного кейса при проведении учебных

занятий, а также его публикация с целью распространения в преподавательском сообществе.

Последовательность данных этапов целесообразно соблюдать, чтобы повысить качество разрабатываемого материала. Вместе с тем, если автору кейса удобно какие-то этапы поменять местами, а потом вновь вернуться для доработки текста кейса, то это его право. Главное – чтобы окончательный вариант кейса был принят учебной аудиторией и сам преподаватель при этом получил удовлетворение от проделанной работы.

На процесс формирования кейсов и его результативность оказывают **влияние** несколько **факторов**:

- ✓ дидактика, то есть принятая и используемая образовательная практика, которая часто может приходиться в противоречие с предлагаемым методом включения школьников не только в процесс «овладения» готовыми знаниями и истинами, которыми когда-то овладел сам учитель;
- ✓ требования системы образования, которая может и вправе предъявлять формальные (законные) ограничения, в частности по длительности работы с тем или иным разделом учебной программы, по времени пребывания ребенка в образовательном учреждении и т.д.;
- ✓ изменения, происходящие в жизни, в той системе, которая отражается в кейсе, так как кейс интересен до тех пор, пока школьникам интересна предъявляемая в тексте проблема;
- ✓ творческие способности разработчика кейса, что является самым необходимым условием для создания педагогически эффективного кейса.

Профессионально разработанный кейс должен **соответствовать следующим требованиям**:

- ✓ излагаться интересным, простым и доходчивым языком, включать реальные высказывания сотрудников, жителей и т.д.;
- ✓ отличаться «драматизмом» и проблемностью;
- ✓ демонстрировать как положительные (например, успешное решение локальной экономической проблемы), так и отрицательные (причины неудач, например сложности, которые возникли у инициаторов экономического митинга с органами местного самоуправления) примеры;
- ✓ выразительно определять «сердцевину» проблемы;
- ✓ соответствовать потребностям выбранного контингента школьников или студентов;
- ✓ содержать необходимое и достаточное количество информации.

Ряд авторов предъявляют **дополнительные требования к разрабатываемым кейсам**:

- ✓ реальная социальная проблема, существующая в регионе, который представляет данный кейс;
- ✓ реальность ее решения силами учебной группы (участников занятия) вместе с другими социальными партнерами;
- ✓ актуальность для региона и/или муниципалитета, где живут и обучаются школьники;
- ✓ наличие реальной нормативной базы, как федеральной, так и региональной или даже муниципальной;
- ✓ постановка проблемы таким образом, чтобы у школьников возникло глубокое осознание необходимости ее решения;
- ✓ наличие предыстории данной проблемы.

Вместе с тем текст кейса не может подсказывать ни одного решения относительно поставленной проблемы. Это основная задача учебной группы, которая получает кейс для решения описанной в нем проблемы.

В.Н.Птицын предлагает несколько советов и рекомендаций по написанию конкретных ситуаций для обучения в социальной сфере. С его точки зрения, если кто-то думает, что, ознакомившись с опытом создания кейсов другими авторами, он сможет сесть и сразу написать настоящий кейс, то он просто ошибается. Как и во всем методе конкретной ситуации, в написании кейсов действует одно непреложное правило: **написанию конкретных ситуаций можно научить только через конкретные ситуации**. Прежде чем браться за написание кейса, начинающему полезно ознакомиться с теми общими требованиями, которым эта ситуация должна соответствовать [12, с. 26 – 28].

1. Конкретная ситуация должна ориентироваться на обучаемого, то есть на того, кто является пользователем вашего продукта. Хороший кейс поведет обучаемого от фактов к проблеме, которую предлагается решить. Таким образом, факты в кейсе должны быть ясны для обучаемого, что совсем не означает, что обучаемый должен быть знаком с этими фактами.

2. Описываемые в кейсе факты и события должны иметь смысл для изучающего их. Это достигается детальной проработкой соответствующей структуры кейса и определением характера ее общего настроения. Подбор фактов и стиль их изложения должны обеспечивать «завлекательность» при чтении кейса, желание читающего переходить от страницы к странице.

3. Научить участника на одном кейсе невозможно. Только специально созданная серия кейсов может дать обучающемуся что-то новое. В первую очередь это приобретение опыта анализа реальных событий, в том числе в социальной сфере. Через кейс также предоставляется возможность почувствовать ответственность за принятие решения. И самое главное — кейс побуждает к действию.

4. Следует помнить, что использование кейса – это не обучение правильным ответам. Это также не задача или упражнение, с чем очень часто путают кейсы преподаватели дисциплин, где можно что-то точно посчитать. И, конечно, нельзя выдавать кейс за деловую игру, чего нередко хочется тренерам, которые используют в кейсе проигрывание ролей.

5. Для того чтобы кейс был именно кейсом, а не чем-то другим, описываемые в нем факты и события должны быть в высшей степени достоверными. Поскольку, согласно методу конкретной ситуации, обучаемого просят оказаться в роли участника реальных событий, конкретная ситуация не должна быть выдумкой. Участники легко подмечают фальшь и теряют интерес к методу в целом.

6. Максимальная схожесть кейса с реальностью во многом обусловлена тем, что участник обучения нуждается в знаниях о действиях: когда действовать, как действовать, с кем действовать. Очень многие знают, что делать, но совсем немногие делают то, что знают. Это принципиальное различие при получении результата. Знания о действиях – это те знания, которые развивают навыки и способности.

7. Кейс также отличает **высокая динамичность изложенных в нем фактов и событий**. Поэтому стилистика кейса должна включать глаголы действия, а не деепричастные обороты о том, что «что-то» само собой произошло или получилось. При этом изложение следует вести в прошедшем времени, что усиливает фактор достоверности и продлевает «жизнь» ситуации.

8. В хорошем кейсе **важно предупредить вопросы слушателей**, не дать им свести обсуждение к спору о тех или иных фактах. Для этого полезно снабдить кейс необходимыми таблицами и графиками в дополнение к цифрам, излагаемым в тексте. Все это можно обогатить искусным редакторским комментарием для снятия информационной напряженности. Однако прямой редакторский комментарий недопустим. Если это необходимо сделать, то лучше включить текст в прямую речь одного из героев. В этом случае комментарий становится фактом, а читающему легче понять поведение героя.

9. При размещении информации в кейсе важно иметь в виду, что необычное и новое должно **иметь самосодержащее объяснение**, то есть должны быть пояснены все необходимые для анализа ситуации детали. Возникает также проблема количества фактов, так как разработчику бывает сложно решить, что снять, а что оставить.

10. В методических рекомендациях, то есть в записке по преподаванию кейсов, **следует избегать дублирования** самой конкретной ситуации, необходимо полнее описывать контекст, фон, внешнюю среду. Искусственность – главный враг «записок по преподаванию» конкретных ситуаций.

11. В кейсе **необходимо соблюсти баланс между проблемами и фактами**. Опытные авторы сравнивают написание кейса с приготовлением блюда. Хорошее блюдо – это прежде всего хорошие ингредиенты. Факты оживают, если в кейсе есть люди, их действия и поведение (это основное отличие кейсов от задачек и упражнений). Появление проблем в свою очередь предполагает наличие в кейсе конфликтов в социальном контексте.

12. Конкретная ситуация по своей сути должна представлять собой **один большой конфликт**, то есть иметь предмет для проявления различных точек зрения. В обучении кейс используется подобно красной тряпке для быка, пробуждая различные мнения. При этом следует обеспечить возможность различных реакций на одну и ту же проблему.

13. Перед написанием кейса полезно задаться вопросом: **почему вы пишете ситуацию?** Отвечая на этот вопрос, следует помнить, что следует не просто писать историю «чего-то» или описывать какие-то события. Прежде необходимо определиться с тем, какие проблемы поднимаются в кейсе и с какой стороны вы на них смотрите. Именно здесь обнаруживается связь проблем с материалом, изучаемым в курсе.

14. **Каждая проблема уникальна**. Их различные комбинации дают разные решения определенной группы проблем. Сама же проблема не должна лежать на поверхности. В реальной жизни первыми обнаруживаются симптомы. В кейсе до проблем участника необходимо «докопаться». Поэтому кейс нередко сравнивают с луковицей: снимая слой за слоем, изучающие добиваются до реальной проблемы.

15. В конкретной ситуации должна присутствовать возможность использования ее в качестве поводка, позволяющего слушателю идти то в одну, то в другую сторону. **Неоднозначность и альтернативность создают основу для дискуссии в классе.** Желательно, чтобы конкретная ситуация не подводила к «единственно верному» ответу (тогда она становится задачей). Наличие дилеммы – это ключ к хорошей ситуации. Однако дилемма должна поддерживаться сбалансированными данными. Отсутствие сбалансированности делает ситуацию неинтересной.

16. Хорошо, когда ситуация **побуждает слушателя к принятию решения.** При этом ситуация должна обеспечивать выход на несколько возможных решений. Приводимые данные должны способствовать объяснению как ее самой, так и ее окружения. Присутствие в кейсе различных решений **должно быть взвешенным.** Сбалансированность при этом не должна снижать желание участников вступить в дискуссию. Более того, хороший кейс заставляет слушателей работать «вокруг» каждой из альтернатив.

17. **Ситуация должна быть лишь частично «приготовлена»** ее автором или авторами. Следует оставить многое, над чем должны поработать сами слушатели. В реальной жизни всегда существует недостаток информации для принятия того или иного решения. В написанной ситуации обсуждается то, что в ней написано. Это один из важных постулатов метода конкретной ситуации.

18. В ходе написания кейса и в процессе его последующего обсуждения со слушателями у автора происходит формирование концептуального подхода к проблеме. Раскрытие знания достигается, таким образом, через открытие для себя нового. Хороший кейс практически ставит слушателя в положение менеджера, действующего в реальных условиях и сталкивающегося с необходимостью принимать решения и готовить по ним план действий.

М.Мюнтер, один из автор-теоретиков кейс-метода, предлагает трехступенчатый процесс работы над кейсом [14].

Ступень 1. Предписание. Результатом данной ступени должна стать разработка идеи будущего кейса. Авторы наиболее удачных кейсов утверждают: если перед началом работы не определена идея будущего кейса, риск напрасно потратить время чрезвычайно велик. Безусловно, в процессе работы над материалом идея может претерпеть некую трансформацию, что вполне допустимо. Но начинать работу над кейсом без наброска его основной идеи, значит заведомо обрекать себя на неудачу!

Ступень 2. Набросок. Основная идея второй ступени процесса работы над материалом будущего кейса – полный отказ от редактирования первого варианта текста. Как утверждает М.Мюнтер, не следует опасаться, если вы в процессе работы над наброском не можете найти нужное слово, – оставьте пустое место; если не можете сделать выбор между синонимами – напишите оба; вам кажется, что написанная вами фраза не мелодична и тяжеловата, – оставьте как есть и продолжайте работать дальше, но при этом делайте на полях (которые для удобства всегда должны быть большими) пометки, с тем чтобы вернуться к ним позже.

Ступень 3. Редактирование. Не стоит проводить тщательное редактирование всего текста сразу. Вместо этого необходимо проанализировать основные ключевые моменты кейса с тем, чтобы решить, что можно оставить без изменения, что необходимо доработать, а что и вовсе убрать. Для облегчения работы на этой ступени М.Мюнтер предлагает автору будущего кейса ответить на следующие вопросы:

- ✓ Удачно ли представлена информация в кейсе?
- ✓ В соответствующем ли стиле написан кейс?
- ✓ Убедительна ли структура кейса?
- ✓ Соответствует ли проблема, поставленная в кейсе, вашей компетенции?
- ✓ Соответствует ли содержание текста основной идее кейса?

Только после утвердительных ответов на все вопросы М.Мюнтер советует приступить к окончательному редактированию текста кейса.

Неменьший практический интерес представляют **советы М.Мюнтера**, данные им в дополнение к трехступенчатой модели процесса работы над материалом будущего кейса. Приведем лишь наиболее значимые из них:

1. Разделяйте во времени процесс обдумывания идей и реализации их на бумаге. Ясное мышление и доступное изложение взаимосвязаны, но не тождественны. Излагайте свои мысли доступно для читателя, а не просто записывайте их в той последовательности, в которой они к вам приходят.

2. Никогда не приступайте к написанию полного текста будущего кейса, не сделав предварительного наброска. Приведите в порядок свои идеи и мысли перед тем, как начнете излагать их в предложениях и параграфах.

3. Разделяйте процессы работы над наброском и редактирования. Работая над наброском, дайте волю своей фантазии. Не думайте о деталях, к их уточнению можно вернуться позже.

4. Будьте готовы к повторному обдумыванию текста будущего кейса.

В дополнение к советам М.Мюнтера полезно привести не менее интересные, с практической точки зрения, **рекомендации М.Норфи**, считающей, что секрет успеха будущего кейса заключается в его простоте и прямоте. Понятные и простые слова, фразы, предложения помогают избежать, во-первых, неоднозначности толкования представленного материала и, во-вторых, алогичности его изложения. Вот лишь некоторые из советов М.Норфи:

1. Выбирайте только понятные слова. При выборе слов следует помнить разницу между трактовкой слова в словаре и теми ассоциациями, которые оно вызывает. Некоторые слова несут негативные ассоциации, другие – позитивные, третьи – нейтральные.

2. Используйте больше простых слов. Для облегчения восприятия ситуации, изложенной в кейсе, необходимо использовать простые, обиходные слова, которые к тому же, как правило, являются короткими, – и это еще одно их преимущество.

3. Будьте точны в выборе слов. Автор кейса должен быть чрезвычайно точен в выборе слов с тем, чтобы читателю не пришлось

что-либо додумывать самому. Как можно чаще используйте имена собственные, даты и количественные показатели.

4. Избегайте профессионального жаргона. Безусловно, специальные термины позволяют точно и ясно выражать мысли, не прибегая к излишним объяснениям. Вместе с тем необходимо помнить простую истину: сверхзадача любого автора – упростить сложную фразу, а не усложнить простую. Поэтому используйте общепризнанные научные термины, но избегайте жаргонизмов.

5. Составляйте простые предложения. Секрет составления простых и ясных предложений заключается не только в выборе простых и понятных слов, но и в правильном использовании правил синтаксиса и пунктуации. Не подлежит сомнению тот факт, что правила грамматики, синтаксиса и пунктуации позволяют упростить процесс общения автора с читателем.

6. Формируйте четкие параграфы. Правильно образованные параграфы помогают читателю проследить за ходом развития ваших мыслей, создавая стройность и ясность изложения материала.

В этой связи уместно привести *некоторые рекомендации*, которые, без сомнения, будут полезны не только начинающим, но и опытным авторам:

1. При переходе к новой идее или проблеме создавайте новый параграф. Параграфы служат четкому обрамлению идеи. Начиная новый параграф, автор дает понять читателю, что завершил разработку одной идеи или аспекта рассматриваемой проблемы и переходит к другой.

2. Первое предложение любого параграфа должно нести основную смысловую нагрузку, то есть быть ключевым, что позволяет, пробежав глазами лишь первые предложения параграфов, за считанные минуты вникнуть в суть проблемы, изложенной в кейсе. Проверка последовательности ключевых предложений – немаловажная процедура, позволяющая автору удостовериться в логичности изложения материала.

3. Используйте параграфы разных объемов. Современная практика написания кейсов имеет устойчивую тенденцию к сокращению объема параграфов. И это не случайно, поскольку короткие параграфы читаются охотнее, нежели длинные. Поэтому, если вы обнаружили, что написанный вами кейс-материал состоит из большого числа длинных параграфов, постарайтесь разбить их на несколько более мелких. Однако сказанное не означает, что текст кейса должен состоять из цепочки параграфов из одного – двух предложений.

4. Соединяйте мысли, высказываемые в рамках параграфа, связующими словами и фразами. Использование связующих слов и фраз, обеспечивая логичность изложения, указывает читателю на взаимосвязь между предложениями или частями сложного предложения. При корректном использовании связующих слов даже начинающий автор сможет сделать содержание текста будущего кейса более ясным и понятным, что, несомненно, облегчит работу с ним в студенческой аудитории.

Предложенная М.Мюнтером последовательность работ над материалом нового кейса, а также рекомендации М.Норфи, безусловно, имеют

огромное практическое значение. Они облегчают российским преподавателям, решившим начать писать кейсы, первые шаги в этом направлении и позволяют избежать многих досадных ошибок, которые неоднократно выпадали на долю наших западных коллег, первыми вступивших на этот трудный, но чрезвычайно увлекательный путь.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КЕЙСОВ В ПРЕПОДАВАНИИ ЭКОНОМИКИ

При использовании кейс-метода необходимо создавать определенные условия, учитывать особенности работы с кейсом разных аудиторий обучающихся, соблюдать организационные правила работы в группе, кроме того, должна быть правильно определена роль преподавателя, которая существенно отличается от традиционной.

Некоторые авторы (С.М.Самарина, С.А.Кулагин) предлагают следующие правила работы с кейсами:

1. Учет особенностей работы с разными аудиториями. При использовании кейс-метода необходимо учитывать состав аудитории. В общеобразовательной школе – это школьники, не имеющие практического опыта и еще только изучающие экономическую теорию.

Задача кейс-метода состоит в том, чтобы школьник не упрощал ситуацию, а старался ее объяснить, чтобы он умел вычленять главное, принимать правильные решения и чтобы эти решения были ответственными, с учетом возможных последствий и возможных препятствий, то есть у обучающегося должен быть выработан определенный стереотип поведения. Основное в кейс-методе – это правильный выбор (принятие правильного решения).

2. Организационные правила работы над кейсом в группе. Работа над кейсом обычно проходит в группе, однако работа в группе требует соблюдения определенных правил. Активность каждого обучающегося зависит от многих факторов, основными из которых являются число и качественный состав участников, организационная структура подгруппы, ее размещение, общая организация работы с кейсом, организация обсуждения результатов, подведение итогов.

Формирование подгрупп. Учебная группа разбивается на отдельные подгруппы. Формирование подгрупп школьники осуществляют самостоятельно, на добровольной основе. В состав подгруппы входят от четырех до шести человек. Предпочтение отдается четному числу участников. Очень важно, чтобы работа подгруппы была правильно организована, поэтому каждая подгруппа должна выбрать ответственного, который координирует ее работу, и секретаря, который фиксирует результаты работы.

Дисциплина. Работать над кейсом в жестких рамках, в условиях строгой дисциплины нельзя, так как во многом это процесс творческий. Преподаватель должен предоставить школьникам определенную свободу действий, а за дисциплиной они должны следить сами. Обучающиеся имеют право на то, чтобы посмеяться, даже поговорить на другие темы, но это не должно идти в ущерб работе в целом. Время на такой отдых не должно превышать 20% времени, отведенного на всю работу. Педагог лишь координирует работу школьников.

В каждой подгруппе необходимо создавать условия для самодисциплины и самоорганизации. Одна из задач преподавателя заключается в обучении школьников культуре общения и ведения дискуссии.

Обучающиеся должны научиться работать коллегиально, а работа над кейсом учит их сотрудничать в коллективе, принимать коллективные решения. В ходе такой работы у людей часто меняются характеры. Кто-то становится более доверчивым, кто-то – более уверенным в себе, кто-то, напротив, – менее категоричным и начинает прислушиваться к мнению других. В этом и заключается основной воспитательный эффект использования кейс-метода в работе с детьми школьного возраста. Кроме того, навыки, полученные в процессе такой работы и активного общения в группе ровесников, помогают и в дальнейшей работе, и в обычной повседневной жизни справляться с различными ситуациями, в том числе и с достаточно сложными.

Размещение группы. Немаловажное значение имеет правильное размещение школьников в подгруппе. Оно должно быть таким, чтобы у каждого обучающегося был потенциальный собеседник. Поэтому школьников лучше всего усаживать попарно друг против друга (в идеале – за круглым столом). Подгруппы не должны мешать друг другу, поэтому должны располагаться, по возможности, на каком-то расстоянии. Следует избегать ситуаций, при которых часть участников остаются без собеседников, в результате чего возникает риск их пассивности и безразличия к обсуждаемой проблеме. Правильное размещение облегчает совместную работу и позволяет руководителю подгруппы лучше координировать ее действия.

Роль преподавателя при проведении занятия. Работа группы с кейсом делится на несколько этапов:

- ✓ представление кейса преподавателем;
- ✓ индивидуальное изучение кейса каждым членом группы;
- ✓ разработка вариантов индивидуальных решений;
- ✓ обсуждение вариантов индивидуальных решений в каждой подгруппе;
- ✓ подготовка к обсуждению и дискуссия.

Роль преподавателя при использовании кейс-метода существенно отличается от традиционной. Преподаватель как бы передает свои полномочия школьникам, его руководящая роль сводится к минимуму. Педагог должен удерживаться от соблазна предлагать свои варианты решения и оценивать правильность действий обучающихся в ходе работы над кейсом. Вмешательство учителя в работу группы должно быть резко ограничено и сведено лишь к регулирующей функции.

Разногласия в подгруппах неизбежны, и в этом случае школьники обращаются к преподавателю, требуя от него жесткости, дополнительной информации, разрешения неизбежно возникающих при обсуждении противоречий. И здесь появляется прямая опасность пойти у школьников на поводу. Но кейс-метод предполагает, что вмешательство преподавателя должно быть сведено к минимуму.

Педагогу в основном отводится роль наблюдателя. Это обескураживает школьников, они требуют традиционных методов работы, но делать этого как раз и нельзя. Если преподаватель не помогает, то обучающиеся начинают активнее работать самостоятельно. Возни-

кающие в подгруппе противоречия обучающиеся должны разрешить самостоятельно. Преподаватель может вмешаться лишь в крайнем случае.

Учитывая, что школьники и студенты зачастую предпочитают выдавать решение сразу, не прибегая к анализу, преподаватель в самом начале занятия должен их настроить на то, что ситуация, изложенная в кейсе, непростая и требует аналитического подхода. Мнение обучающихся может быть субъективным, а бездоказательное решение может привести к ненужным спорам и конфликтным ситуациям. Бездоказательный подход неприемлем. Если же подобное произошло, то преподаватель должен вмешаться.

Педагог следит за работой подгрупп, слушает ход обсуждения, иногда воодушевляет обучающихся, но ни в коем случае не комментирует правильность решения. Ему изначально отведена нейтральная позиция. Это весьма непросто, так как не соответствует сложившемуся стереотипу поведения, но необходимо.

В отведенный период времени каждая подгруппа должна подготовиться к общему обсуждению, то есть к концептуальному представлению своего варианта решения задачи. Далее выбирается подгруппа, которая сообщает результаты своей работы. Лучше, если решение будет представлено на доске. После этого остальные подгруппы высказывают свою, обязательно аргументированную точку зрения относительно предлагаемого решения и вносят соответствующие предложения.

В ходе обсуждения могут возникнуть разногласия, дискуссии, но на этом этапе преподаватель не должен вмешиваться. Во время общего обсуждения роль преподавателя должна оставаться скрытой, незаметной. Педагог выполняет здесь лишь две функции: регулирующую и корректирующую ситуацию, и если обсуждение проходит неинтересно, он направляет его в нужное русло, при необходимости снимая напряжение в группе.

И лишь после общего обсуждения преподаватель возвращается к традиционной роли и подводит итоги занятия. Для этого сначала следует вернуться к теоретическому материалу и напомнить его, то есть указать название темы или раздела, которые были закреплены с помощью данного кейса. Далее, если кейс построен на реальных фактах, следует отметить, что было предпринято в реальной ситуации, указав при этом, что решения, принимаемые в практической ситуации, не всегда бывают наиболее оптимальными.

Школьников обязательно нужно воодушевить, даже если они предложили менее рациональные пути решения. Ни в коем случае нельзя перечеркивать работу групп, говорить, что они ничего не поняли, что работали плохо. Это может вообще отбить у них охоту к поиску решения. В решениях необходимо отметить сильные и слабые стороны. Причем по кейсу может быть принято несколько решений. В отличие от других видов семинарских и практических занятий, при использовании кейс-метода нельзя выставлять оценки по балльной системе – достаточно отметить степень участия каждого и/или каждой группы в работе. Для выявления уровня подготовленности каждого обучающегося дополнительно к кейсу можно использовать

метод тестирования по завершении изучения каждого раздела или всего курса.

В.Н.Птицын особое внимание уделяет **выбору ролей обучаемыми**, поскольку этот момент имеет важное значение, так как предполагает различные модели анализа и действий. Участник обучения имеет возможность выбрать роль либо менеджера, либо консультанта. Выбор роли менеджера может повлечь за собой создание одной или нескольких групп для поиска оптимального решения, проведение рабочих совещаний по проблеме, подготовку управленческой документации, плана реализации управленческого решения и т.д.

Выбор же роли консультанта требует не только проработки вариантов решения проблем, но и учета целого ряда факторов в системе отношений «консультант – клиент» в процессе планирования и осуществления изменений, включая и преодоление сопротивления планируемым и осуществляемым изменениям, которые неизбежны в процессе решения предъявленной в кейсе ситуации.

Проблемы использования кейс-метода [23]. Педагогический потенциал кейс-метода гораздо больше, чем у традиционных методов обучения. Педагог и школьник здесь постоянно взаимодействуют, выбирают формы поведения, сталкиваются друг с другом, мотивируют свои действия, аргументируют их моральными нормами.

Наличие в структуре кейс-метода споров, дискуссий, аргументации тренирует участников обсуждения, учит соблюдению норм и правил общения. Еще более значительную нагрузку испытывает преподаватель, который должен быть достаточно эмоциональным в течение всего процесса обучения, разрешать и не допускать конфликты, создавать обстановку сотрудничества и конкуренции одновременно и обеспечивать соблюдение личностных прав студента. Эмоциональный накал при этом методе обучения достигает нередко такой степени, что группа напоминает кипящую плазму.

Особенность работы преподавателя, практикующего кейс-метод, заключается в том, что он не только максимально реализует свои способности, но и развивает их. Основное содержание деятельности преподавателя включает в себя выполнение нескольких функций – обучающей, воспитывающей, организующей и исследовательской. Они воспринимаются в единстве, хотя у многих одни довлеют над другими.

Деятельность преподавателя при использовании кейс-метода включает две фазы:

1. Первая фаза представляет собой сложную творческую работу по созданию кейса и вопросов для его анализа. Она осуществляется за пределами аудитории и включает научно-исследовательскую, методическую и конструирующую деятельность преподавателя. Однако хорошо подготовленного кейса для эффективного проведения занятия мало, необходимо также подготовить методическое обеспечение как для самостоятельной работы студентов, так и для проведения предстоящего занятия.

2. Вторая фаза включает в себя деятельность преподавателя в аудитории, где он выступает со вступительным и заключительным словом, организует малые группы и дискуссию, поддерживает деловой

настрой в аудитории, оценивает вклад участников в анализ ситуации. Часто целесообразно до анализа кейса в аудитории встретиться с несколькими участниками перед занятием, чтобы рассмотреть с ними данные, сравнить анализы и обсудить стратегии. Именно тогда можно подвергнуть испытанию и усовершенствовать выбор стратегии, а также исследовать и обогатить понимание проблем данной ситуационной модели через восприятие других людей.

Анализ кейса и поиск эффективной формы его представления в аудитории – наиболее серьезная фаза обучения. Она предусматривает выявление фактов и определение частей проблемы, а также их соотношение.

Каждому преподавателю, практикующему кейс-метод, рано или поздно приходится искать ответ на непростой вопрос: продолжать использовать на занятиях кейсы, написанные другими, или попытаться самому написать кейс? Сегодня этот далеко не праздный вопрос задают себе многие российские преподаватели.

Как показывает практика, жизнь кейса коротка. В среднем кейс-материал можно активно использовать два – три года. Более того, в последние годы скорость старения кейсов имеет устойчивую тенденцию к росту. Этот процесс, происходящий независимо от воли и желания преподавателя, не может не вызывать беспокойства [14]. Безусловно, существуют так называемые классические кейсы, которые проходят проверку временем в течение 20 – 30 лет и по-прежнему вызывают интерес у студентов. Без сомнения, это «золотой фонд» кейс-метода, но, к сожалению, классические кейсы – это небольшие по объему и очень простые ситуации, которые можно использовать исключительно в начале учебного курса. В то время как технология кейс-метода требует постоянного усложнения рассматриваемых ситуаций. Более того, современность и актуальность ситуаций, описанных в кейсе, – не единственное условие его успеха в школьной или студенческой аудитории.

В завершение приведем высказывания одного из ведущих теоретиков кейс-метода **Ю.П.Сурмина**, который, довольно долго переосмысливая этот метод, вывел две истины:

Первая истина заключается в том, что этот метод представляет собой начало преодоления кризиса образования в современном мире. Это один из первых ручейков, из которых будут складываться потоки методической мысли и опыта, формирующие постклассическую систему образования. Для наших постсоветских стран с их трагическими оттенками образовательного кризиса это дополнительно означает появление первого индикатора возможного оздоровления образования – если преподаватели начинают думать не только о средствах к жизни, но и о методике преподавания, то и у школы есть будущее.

Вторая истина носит личностный, персонифицированный характер. Метод анализа ситуаций открывает двери для творчества преподавателя, создает ощущение значимости в обществе и самооценности. Каждый, кто хоть частично соприкоснулся с этим методом, уже не будет преподавать по-старому, не вернется в «засушливую зону» педагогического традиционализма, так как произошло обновление интеллекта, мироощущения и ценностей преподавателя.

Кейс-метод является сложным и эффективным инструментом технологии обучения. Однако его нельзя считать универсальным, применимым во всех учебных дисциплинах и при решении любых задач обучения. Хотя эта методика и обладает значительной универсальностью, подлинный эффект можно получить только в процессе сочетания ее с классическими методиками обучения. Важно и то, что она должна пройти известный путь адаптации, которая предполагает серьезные ментальные перемены как в обществе в целом, так и в среде преподавателей. Дело в том, что эта методика отличается **органичным демократизмом**, которого не хватает в обществе. Вместе с тем она способствует подлинной демократизации учебного процесса и тем самым вносит серьезный вклад в развитие демократии.

Кейс-метод сложно «вмонтировать» в учебный процесс. Здесь необходимы не только общесоциальные перемены, но и значительные усилия преподавателей, каждодневная творческая работа по осмыслению и отбору ситуаций, анализу учебного материала, созданию кейса как произведения искусства обучения. Это огромная работа в аудитории и за ее пределами, со школьниками и студентами и без них. Но она обеспечивает значительное повышение эффективности учебно-воспитательного процесса [20, с. 15].

Однако место кейс-метода в образовательной системе далеко не однозначно. Ю.П.Сурмин считает, что он помогает сформировать такие качества, которые **должны доминировать далеко не у всех представителей любых профессий**.

В результате можно сформулировать **стратегические принципы развития кейс-метода и внедрения его в обучение:**

Во-первых, кейс-метод необходимо как можно быстрее внедрить в обучение современным рыночным профессиям, таким как менеджер, экономист, социолог, маркетолог, имиджмейкер, брокер и т.д. В них доминирует ситуационное знание и ситуативная деятельность. Кейс-метод придает носителям этих профессий некоторую динамичность, способность действовать результативно в нестандартных ситуациях.

Во-вторых, кейс-метод должен использоваться в органичном единстве с другими методами обучения, в том числе традиционными, поскольку они закладывают обязательное нормативное знание. Ситуативное же обучение учит поиску и использованию знания в условиях динамичной ситуации, развивая гибкость, диалектичность мышления. Злоупотребление им может привести к тому, что будущий специалист окажется без необходимого нормативного «скелета». Все его знание сведется к знанию множества ситуаций без какого-либо методологического принципа или системы. Его умений будет хватать только для осмысления тех ситуаций, с которыми он сталкивался, а в новую он будет попадать «без руля и ветрил».

В-третьих, применение кейс-метода должно быть методически, информационно, организационно и педагогически обоснованным и обеспеченным. Это обеспечение необходимо как на уровне организации учебно-воспитательного процесса, так и на уровне планирования его преподавателем. По сути, необходима очень четкая диагностика и экспертная оценка тех учебных дисциплин и их разделов, где применение кейс-метода дает гораздо больший эффект, чем тради-

ционное обучение. Этот метод должен быть предметом обсуждения на педагогическом совете и находиться в центре передового педагогического опыта преподавателей, выступать целью повышения квалификации преподавателей.

Данное функциональное поле кейсов носит пока потенциальный характер, то есть ждет активного внедрения в образовательное пространство школы, вуза, в образование взрослых [20, с. 85, 86]. Кейс-метод позволяет использовать теоретические знания, овладеть методологией и ускорить усвоение практического опыта. Он несет в себе большие возможности и должен найти широкое применение в практике экономического образования школьников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнов Ю.С. Методика разработки конкретных ситуаций. – М., 1980.
2. Багиев Г.Л., Наумов В.Н. Руководство к практическим занятиям по маркетингу с использованием кейс-метода. – М., 2000.
3. Бойко Т.Н. Использование кейс-технологии с целью активизации самостоятельной учебной деятельности студентов. – Красноярск, 1999.
4. Буравой М. Углубленное case study: между позитивизмом и пост-модернизмом // Рубеж. – 1997. – № 10, 11.
5. Гайдамак Е.С. Реализация компетентного подхода в процессе обучения студентов информатике и информационным технологиям на основе применения кейс-метода. – Омск, 2003
6. Долгоруков А.М. Case study как способ (стратегия) понимания // Практическое руководство для тьютора системы открытого образования на основе дистанционных технологий. – М.: Центр интенсивных технологий образования, 2002.
7. Желудевич Ф. Кейс-метод в бизнес-обучении.
8. Кларин М.В. Корпоративный тренинг от А до Я. – М., 2000.
9. Козина И. Case study: некоторые методические проблемы // Рубеж. – 1997. – № 10, 11.
10. Корсаков М., Афонин А., Капицци А. Активные методы обучения: разработка и использование в бизнес-образовании. – М., 2001.
11. Левина К. Кейс-метод в образовании: Учебно-методическое пособие. – Самара, 2003.
12. Метод конкретной ситуации. Опыт НКО Юга России / Автор-составитель В.Птицын. – Краснодар, ЮРПЦ, 2003.
13. Михайлова Е. Кейс и кейс-метод: процесс написания кейса // Маркетинг. – 1999. – № 2.
14. Михайлова Е.А. Кейс и кейс-метод: процесс написания кейса: http://www.hr-training.net/statya/mihajlova_1.shtml
15. Оуэн Н. Магические метафоры. 77 историй для учителей, терапевтов и думающих людей. – М., 2002.

16. Прохоров И.В., Сумароков Л.Н. Банки управленческих ситуаций и их использование при обучении. – М., 1977.
17. Самарина С.М., Калугин С.А. Применение кейс-методов в преподавании маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 4.
18. Ситуационный анализ, или Анатомия кейс-метода / Под ред. Ю.П.Сурмина. – Киев: Центр инноваций и развития, 2002.
19. Смолянинова О.Г. Дидактические возможности метода case study в обучении студентов. – Красноярск, 1999.
20. Сурмин Ю.П. Что такое кейс-метод? Взгляд теоретика и практика. – М., 1997.
21. Уткин Э.А. Антикризисное управление. – М.: Экмо, 1997.
22. Фейгенберг И.М. Проблемные ситуации и развитие личности. – М., 1981.
23. Финогорова Ю.Ю. <http://www.casemethod.ru/index.php>
24. Шуфчук Б.О. 100 ситуаций в управлении. – М., 1977.



ЦЕНТР ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ:
WWW.INVEST-PROSVET.RU – ГЛАВНЫЙ САЙТ ЦЕНТРА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ,
ГДЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ВСЕ ПРОЕКТЫ
WWW.FINHISTORY.ORG – ИСТОРИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА И АКЦИОНЕРНОГО ДЕЛА
WWW.REPUTASYA.RU – ВСЕ О КРЕДИТНЫХ ИСТОРИЯХ В РОССИИ
WWW.FINCONSALT.INFO – БЮРО ФИНАНСОВЫХ И КОРПОРАТИВНЫХ КОНСУЛЬТАЦИЙ
WWW.SCHOOLMONEY.RU – ШКОЛА ДЕНЕГ
УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ, ЖДЕМ ОТ ВАС СООБЩЕНИЙ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ:
INFO@INVEST-PROSVET.RU ИЛИ NNKALININA@YANDEX.RU

Основы предпринимательства

Сергей Сергеевич РЫБКИН,
заместитель директора лицея № 1524 Москвы по УВР

Концепция большой экономической игры «Преодоление кризисных ситуаций в малом бизнесе»

Рынок труда в современных условиях предопределяет уровень экономического состояния страны, при этом качество кадрового потенциала, которое обуславливается состоянием и эффективностью системы профессионального и допрофессионального образования, обеспечивает стабильность общества в перспективе. Однако молодой специалист, получивший достойное образование и обладающий большим объемом приобретенных в процессе обучения знаний, зачастую не может начать самостоятельную предпринимательскую деятельность, опасаясь непредвиденных рисков и форс-мажорных обстоятельств, которыми сопровождается бизнес. Осознанно ограничивая планку своих доходов и давая себе отчет в сомнительности быстрого карьерного роста, выпускники учебных заведений идут работать в крупные корпорации. Малый бизнес, дающий возможность не только получить более существенную экономическую выгоду, но и реализовать собственные идеи и инновации, остается вне поля зрения большинства молодых россиян. Отметим, что в постиндустриальных экономиках развитых стран именно малый бизнес занимает львиную долю в производстве ВВП и обеспечивает огромное количество рабочих мест на рынках труда.

Проблема экономического образования в России заключается в том, что практически повсеместно наблюдается чисто теоретический подход к преподаванию экономических дисциплин. Очень слабой остается связка «учебный материал – практическая деятельность». Слишком много внимания уделяется макроэкономическим вопросам, так же равноудаленным от практики, как и интегральные методы счисления от простейших бухгалтерских выкладок. Экономические знания – это не тяжелый багаж, а оперативный инструментарий, позволяющий человеку принимать быстрые и правильные решения в критических ситуациях предпринимательской деятельности.

В рамках экспериментальной работы по теме «Основы предпринимательской деятельности» в московском лицее № 1524 в настоящее

время разрабатывается большая экономическая игра «Преодоление кризисных ситуаций в малом бизнесе», направленная на развитие практических навыков самостоятельной предпринимательской деятельности учащихся старших классов. Основной целью игры является изменение содержания экономического образования учащихся с акцентом на практическую направленность образовательного процесса. Идея большой экономической игры сводится к созданию непрерывного (в течение всего учебного года) учебно-игрового пространства, в котором, играя различные роли, взаимодействуют учащиеся, педагоги, медико-психологическая служба и администрация лицея.

Усилия сотрудников лицея № 1524, задействованных в данном направлении экспериментальной работы, сводятся к организации постоянно изменяющейся экономико-политической модели современного рыночного общества, в котором выживают и добиваются успеха несколько «конкурирующих фирм», изначально созданных на базе старших профильных классов. В период подготовки игры из состава администрации и педагогов лицея создается «кабинет министров»: премьер-министр, министр экономики, министр социального развития, министр финансов и другие. Задача «кабинета министров» состоит в разработке вводных данных игры, а также в их постоянной корректировке с целью провоцирования кризисных ситуаций в бизнесе. В этот же подготовительный период в профильных классах создаются «фирмы», а если точнее – «юридические лица», поскольку результаты игры будут частично зависеть от организационно-правовой формы участника рынка. Применяя знания, полученные в рамках учебной программы лицея, учащиеся определяют с видом своего «юридического лица», выбирают руководство, разрабатывают устав, распределяют заранее согласованные с организаторами игры должности, пишут бизнес-планы и т.д. Игра начинается тогда, когда «фирмы» сформированы, а «правительство» подготовило ряд вводных макро- и микроэкономических показателей (курс валют, стоимость ресурсов, налоговые ставки, минимальный размер заработной платы и т.д.).

Контрольными точками прохождения большой экономической игры являются «круглые столы», на которых присутствуют члены «кабинета министров» и руководящий состав «фирм». В рамках «круглых столов» обсуждаются и анализируются финансово-хозяйственные результаты деятельности «фирм», осуществляется корректировка вводных условий. Корректировки, проводимые в момент работы каждого «круглого стола», призваны перенаправить внутренние ресурсы «фирм» на решение новых экономико-социальных задач. Очень важным при этом является соотнесение задач, привносимых в процесс игры организаторами, с темпами прохождения основной учебной программы экономических дисциплин. Этим будет достигаться закрепление пройденного материала и применение его на практике в процессе игровой экономической деятельности.

Сутью большой экономической игры можно считать создание именно кризисных условий, при которых участникам предоставляется возможность проявить свои скрытые возможности и способности, осуществить самоподготовку и пройти практическую «закалку». Ведь обеспечение, закрепление и развитие успеха «фирмы» – основная задача как всего коллектива, так и каждого отдельно взятого со-



трудника «фирмы». Вера в успех «фирмы», полноценная работа для достижения этого успеха являются необходимыми и обязательными качествами каждого ее сотрудника. Сотрудник «фирмы» должен проявлять максимум личной инициативы, творчества, напористости в решении ставящихся перед ним задач.

Значимыми этапами проведения большой экономической игры будут деловые игры для участников, организуемые различными методическими объединениями лица. Экономика – это не вещь в себе, поэтому игнорирование межпредметных связей в игре может привести к недоосознанию учащимися важности результатов, а следовательно – к нераскрытию ими своих социально-экономических способностей.

Примерная тематика деловых игр методических объединений

Методическое объединение (структурное подразделение)	Примерная тематика деловых игр
Медико-психологическая служба	1. Межличностные отношения в фирме 2. Поведение сотрудника в сложившейся кризисной ситуации. Стрессоустойчивость 3. Подготовка специалистов по работе с клиентами
Методическое объединение словесности (русский язык, литература, история)	1. Деловой этикет и протокол 2. Деловая речь 3. Составление деловой документации 4. История российского предпринимательства
Методическое объединение естествознания (химия, биология, физика, экономика, география)	1. Экономические ресурсы России 2. Демография современной России как фактор, влияющий на кадровый потенциал
Методическое объединение иностранных языков	1. Проведение переговоров и составление документации на иностранном языке 2. Деловой этикет и протокол в других странах
Методическое объединение математики (математика, черчение)	1. Математические методы в бизнесе 2. Рекламная продукция 3. Роль дизайнера в бизнесе
Методическое объединение информационных технологий	1. Информационно-аппаратное обеспечение бизнеса 2. Знакомство с учетно-аналитическими программами (на примере программы «1С») 3. Информационные источники получения оперативной информации

Деловые игры внутри методических объединений проводятся в соответствии с общим планом проведения большой экономической игры, по единым методическим рекомендациям, составленным заранее. Посещение этих деловых игр позволит учащимся существенно расширить представление о современном бизнесе, а также о том, как знания из различных дисциплин могут предоставить дополнительные конкурентные преимущества. Особенно хочется отметить внеучебный характер данных игр. Участники игр посещают их не по мере необходимости, диктуемой учебным расписанием, а по мере необходимости, возникающей по условиям игровой экономической деятельности. По расчетам организаторов большой экономической

игры, такое изменение мотивации участников должно благотворно сказаться на качестве обучения.

Внутри «фирм» будут образованы новые цепочки социальных связей, недостижимые в обычном учебном процессе. Стандартные связки «учитель – ученик» и «ученик – ученик» будут дополнены такими связками, как «руководитель – подчиненный», «коллега – коллега», «цивилизованный конкурент – цивилизованный конкурент», «покупатель – продавец» и другими. Это связки будущего дня для обучающихся, в которых они начнут делать свои первые шаги в процессе большой экономической игры уже сегодня. Достаточно представить себе ситуацию, когда «ценный специалист» переманивается «фирмой-конкурентом». Это означает, что человек, обучающийся в одном классе, будет играть в большую экономическую игру за другой класс. И этот пример может (и должен, по законам рынка) быть неоднократным. Участники игры будут совместно с психологами лица искать выходы из кризисных социальных ситуаций. В результате социально-адаптивный опыт, приобретаемый в процессе игровой деятельности, оказывается таким же важным, как и опыт практически-прикладной.

Результаты игры очевидны: «фирма», закончившая игровой период с наилучшими экономическими показателями, признается победительницей. Но обязательно стоит отметить «фирму» с наилучшей внутренней социальной политикой, «фирму» с наиболее интересной рекламной программой, «фирму» с самым оригинальным бизнес-проектом и т.д.

В заключение отметим, что реализация большой экономической игры «Преодоление кризисных ситуаций в малом бизнесе» позволит:

- ✓ оказать помощь старшеклассникам в их профессиональной ориентации;
- ✓ оказать помощь старшеклассникам в их социальной адаптации;
- ✓ внести предложения по составлению программы «Основы предпринимательской деятельности» для учащихся 10 – 11-х классов;
- ✓ подготовить практические рекомендации по введению в учебный план школ курса «Основы предпринимательской деятельности» на старшей ступени общего образования;
- ✓ разработать и апробировать новые формы и методы обучения в рамках курса «Основы предпринимательской деятельности».



ЦЕНТР ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ:

WWW.INVEST-PROSVET.RU – ГЛАВНЫЙ САЙТ ЦЕНТРА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ,

ГДЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ВСЕ ПРОЕКТЫ

WWW.FINNHISTORY.ORG – ИСТОРИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА И АКЦИОНЕРНОГО ДЕЛА

WWW.REPUTACYA.RU – ВСЕ О КРЕДИТНЫХ ИСТОРИЯХ В РОССИИ

WWW.FINCONSALT.INFO – БЮРО ФИНАНСОВЫХ И КОРПОРАТИВНЫХ КОНСУЛЬТАЦИЙ

WWW.SCHOOLMONEY.RU – ШКОЛА ДЕНЕГ

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ, ЖДЕМ ОТ ВАС СООБЩЕНИЙ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ:

INFO@INVEST-PROSVET.RU ИЛИ NNKALININA@YANDEX.RU

Светлана Федоровна СИЗИКОВА,
доктор педагогических наук, заведующая лабораторией экономической
подготовки ИСМО РАО

Марина Юрьевна РОМАНОВА,
младший научный сотрудник лаборатории экономической подготовки ИСМО РАО

Предпринимательство: модульно-рейтинговая система обучения¹

ПРИМЕРНЫЕ ВАРИАНТЫ ИТОВОГО ТЕСТИРОВАНИЯ

ВАРИАНТ 2

Прочитайте утверждения и отметьте одно правильное

1. Предпринимательская деятельность:

- А) осуществляется предпринимателем на свой страх и риск;
- Б) направлена на систематическое получение прибыли;
- В) должна быть зарегистрирована в установленном порядке;
- Г) может осуществляться любым человеком, независимо от возраста.
- Д) Ответы А, Б, В.

2. Предприниматель – это:

- А) кредитор;
- Б) человек, владеющий коммерческой организацией;
- В) акционер;
- Г) человек, занимающийся предпринимательской деятельностью индивидуально.
- Д) Ответы Б, Г.

3. Оптовая цена – это:

- А) цена, уплачиваемая предприятием розничной торговли оптовому продавцу за товары;
- Б) способ учета в ценах инфляции, вызывающей рост затрат на производство;
- В) фактическая величина оплаты за услуги;
- Г) цена, по которой покупатель готов приобрести единицу товара.
- Д) Ответы А, Г.

4. Цена производителя – это:

- А) цена на товары, реализуемые на бирже;
- Б) цена на товары, складывающаяся из себестоимости товара, издержек на реализацию, прибыли производителя и налогов;
- В) цена, по которой продается партия товаров;
- Г) цена, которая образуется из материальных расходов, оплаты труда и общезаводских расходов в расчете на единицу товара;
- Д) максимально возможная цена товара.

¹ Продолжение. Начало см.: ЭШ. – 2007. – № 3.

5. Себестоимость товара – это:

- А) денежная величина, по которой производители продают товары оптовым торговым организациям;
- Б) то, что складывается из материальных затрат, затрат на оплату труда, амортизационных отчислений, накладных расходов;
- В) ответы А, Б;
- Г) общие, совокупные затраты на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме;
- Д) ответы Б, Г.

6. Индивидуальные предприниматели:

- А) не платят налоги, в отличие от юридических лиц;
- Б) отвечают по обязательствам, связанным с предпринимательской деятельностью, величиной вклада в уставной капитал;
- В) не обязаны регистрировать предпринимательскую деятельность;
- Г) самостоятельно принимают все решения, получают всю прибыль.
- Д) Ответы А, Г.

7. Индивидуальный предприниматель:

- А) самостоятельно принимает все решения;
- Б) распоряжается всей прибылью;
- В) определяет, сколько часов работать;
- Г) несет ответственность по обязательствам, связанным с предпринимательской деятельностью, всем своим имуществом.
- Д) Все вышеперечисленное.

8. Формы организации бизнеса, лучше защищающие состояние предпринимателей в случае банкротства, – это:

- А) индивидуальное предпринимательство;
- Б) полное товарищество
- В) акционерное общество;
- Г) общество с ограниченной ответственностью.
- Д) Ответы В, Г.

9. Для регистрации индивидуальных предпринимателей необходимы следующие документы:

- А) учредительные документы;
- Б) заявление о государственной регистрации;
- В) кредитная карта;
- Г) бизнес-план;
- Д) водительское удостоверение.

10. Бизнес-план – это:

- А) соглашение лиц, организующих совместное предприятие;
- Б) система сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе и обязательствах предприятия в виде документального учета всех хозяйственных операций;
- В) документ, определяющий обязанности двух сторон – кредитора и должника;
- Г) документальное описание будущего предприятия.
- Д) Все вышеперечисленное.

11. К определению рекламы не относятся:

- А) мероприятия по широкому распространению информации о товарах или услугах фирмы;

- Б) передаваемая различными источниками информация о различных свойствах товаров и их преимуществах перед другими товарами;
- В) сведения об условиях реализации товаров и фирмах, производящих эти товары или торгующих ими;
- Г) мероприятия по сбору деловой информации;
- Д) побуждение к покупке.

12. Менеджмент – это:

- А) совокупность методов, приемов и средств управления фирмой (предприятием) в рыночных условиях;
- Б) управление коммерческой организацией, нацеленной на получение прибыли;
- В) ответы А, Б;
- Г) условие для эффективного осуществления принятого решения на основе материального или морального стимулирования какой-либо деятельности;
- Д) ответы А, Б, Г.

13. Маркетинговые исследования – это:

- А) система сбора и анализа необходимой деловой информации, получение на этой основе обоснованных выводов;
- Б) система управления деятельностью предприятия для удовлетворения потребностей покупателей в конкретном товаре и получения максимальной прибыли;
- В) научная дисциплина, изучающая экономические процессы;
- Г) систематическое и объективное выявление, сбор, анализ и использование информации для решения управленческих проблем.
- Д) Ответы А, Г.

14. Розничная торговля – это:

- А) деятельность по продаже товаров и услуг конечному потребителю для личного пользования;
- Б) система экономических отношений, возникающих в сфере товарного производства в результате обращения и распределения товаров и услуг при купле-продаже;
- В) реализация крупной партии товаров посредниками для дальнейшей перепродажи;
- Г) продажа товаров посредством товарных бирж.
- Д) Ответы В, Г.

15. Физическое лицо платит:

- А) налог на прибыль организаций;
- Б) налог на имущество организаций;
- В) налог на добавленную стоимость;
- Г) налог на доходы физических лиц.
- Д) Все вышеперечисленное.

16. Налоги платят:

- А) физические лица;
- Б) граждане;
- В) организации;
- Г) юридические лица.
- Д) Все вышеперечисленные.

17. Налог – это:

- А) обязательный платеж, взимаемый с физических и юридических лиц, поступающий в местный или государственный бюджет;
- Б) наценка к цене на товары и услуги за качество;
- В) материальное воздействие на физические и юридические лица, нарушившие законодательство о налогообложении;
- Г) искусственное повышение цен на товары повышенного спроса;
- Д) часть заработной платы, выплачиваемой работнику до завершения месяца.

18. Деятельность коммерческого предприятия направлена на получение прибыли, то есть:

- А) денежных средств и материальных ценностей, получаемых в результате производства и реализации продукции, оказания услуг и т.д.;
- Б) денежных средств физического или юридического лица, позволяющих приобрести определенные права на владение имуществом акционерного общества;
- В) денежного выражения оплаты труда в соответствии с результативностью труда;
- Д) денежных средств, необходимых для производства и реализации продукции и оказания услуг.

19. Деловая этика рассматривает вопросы взаимоотношения:

- А) предпринимателей с государством;
- Б) фирм и общества;
- В) коммерческих предприятий и конкурентов;
- Г) руководителей организаций и сотрудников
- Д) Все вышеперечисленное.

20. Социально ответственное предпринимательство:

- А) осуществляется в рамках правовых норм;
- Б) направлено на максимальное получение прибыли;
- В) предполагает посильный вклад в решение социальных проблем общества;
- Г) способствует созданию долгосрочных перспектив для развития бизнеса;
- Д) характеризует все перечисленные ответы.

Ответы к заданиям варианта 2:

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	Д	Д	А	Б	Д	Г	Д	Д	Б	Г	Д	Д	В	А	Г	Д	А	А	Д	Д

ЗАДАЧИ

За правильное решение одной задачи – 20 баллов

Задача 1. Типография в процессе печатания книги израсходовала следующие материалы: бумага – 15 тыс. руб.; краска типографская – 2,5 тыс. руб.; электроэнергия – 1 тыс. руб. Заработная плата сотрудников составила 2,7 тыс. руб.; ЕСН – 26% фонда заработной платы, накладные расходы – 20% стоимости бумаги. Напечатано 2 тыс. экземпляров. Рассчитайте себестоимость одной книги.



Задача 2. Себестоимость одной книги составляет 10 руб., оптовая наценка – 30%, а розничная – 40%. Рассчитайте оптовую и розничную цены книги.

Задача 3. Рассчитайте налоги с заработной платы физического лица, если величина заработной платы составляет 20 тыс. руб.

ПОНЯТИЯ

За каждое правильное объяснение значения понятия – 10 баллов

1. Предпринимательские способности.
2. Маркетинговые исследования.
3. Государственная регистрация предприятий.
4. Юридическая ответственность предпринимателей.
5. Бизнес-план.
6. Себестоимость продукции.
7. Налог.
8. Розничная цена.
9. Менеджмент.
10. Предпринимательская этика.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ УЧИТЕЛЕЙ

Особенностью преподавания модульного курса «Предпринимательство» является сочетание различных форм и методов обучения, включая лекционную форму подачи фундаментальных положений, практикумы, деловые игры, тренинги, тестирование. Объем часов, выделяемый в программе на практические работы, превышает 50% общего объема времени, что позволяет поддерживать интерес учащихся к содержанию курса, активизировать их самостоятельную деятельность, сформировать практические навыки предпринимательской деятельности.

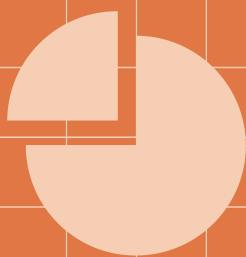
Прочному усвоению теоретических знаний способствует решение задач и анализ конкретных экономических ситуаций. Программа предусматривает самостоятельную работу учащихся: проведение простого маркетингового исследования, поиск предпринимательской идеи, тестирование способностей к предпринимательской и управленческой деятельности, разработка разделов учебных бизнес-планов, подготовка сообщений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция профильного обучения на старшей ступени образования // Официальные документы в образовании. – 2002. – № 6.
2. Рыжаков М., Филатова Л. Зачетно-модульная система обучения как вариант организации профильного обучения на старшей ступени школы // Профильная школа. – 2002. – № 6.
3. Федеральный компонент государственного стандарта общего образования. Ч. II. Среднее (полное) общее образование // Министерство образования Российской Федерации. – М., 2004.0



ШКОЛЬНЫЙ



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ЖУРНАЛ

№ 4 (56) • 2007

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ОЛИМПИАДЫ И КОНКУРСЫ**

VI Всероссийская олимпиада
по основам
предпринимательской
деятельности
и потребительских знаний
для учащихся 10–11-х классов

15. Государственная регистрация некоммерческих организаций осуществляется:

- 1) Федеральной регистрационной службой;
- 2) управлениями ЗАГС;
- 3) Министерством финансов РФ;
- 4) Федеральной налоговой службой РФ;
- 5) органом местного самоуправления.

16. Учредителями хозяйственного общества могут быть:

- 1) только юридические лица;
- 2) только физические лица;
- 3) как юридические, так и физические лица;
- 4) только индивидуальные предприниматели;
- 5) как юридические, так и индивидуальные предприниматели.

17. Решение о выплате дивидендов принимается:

- 1) генеральным директором акционерного общества;
- 2) генеральным директором и правлением акционерного общества;
- 3) советом директоров акционерного общества;
- 4) общим собранием акционерного общества в размере, рекомендованном представителями акционеров;
- 5) общим собранием акционеров в размере, рекомендованном советом директоров.

18. Депозитарная деятельность на рынке ценных бумаг – это:

- 1) деятельность по определению взаимных обязательств и их зачету по поставкам ценных бумаг и расчетам по ним;
- 2) оказание услуг по хранению сертификатов ценных бумаг и/или учету и переходу прав на ценные бумаги;
- 3) сбор, фиксация, обработка, хранение и предоставление данных, составляющих систему ведения реестра владельцев ценных бумаг;
- 4) предоставление услуг, непосредственно способствующих заключению гражданско-правовых сделок с ценными бумагами между участниками рынка ценных бумаг.
- 5) Верного ответа нет.

19. К эмиссионным ценным бумагам относится:

- 1) вексель;
- 2) инвестиционный пай;
- 3) опцион эмитента;
- 4) депозитный сертификат.
- 5) Верного ответа нет.

20. Более рискованной ценной бумагой является:

- 1) государственная облигация;
- 2) муниципальная облигация;
- 3) корпоративная облигация;
- 4) обыкновенная акция;
- 5) привилегированная акция.

21. Что из перечисленного верно для цены ГКО на вторичном рынке?

- 1) Она всегда выше, чем на первичном рынке.
- 2) Она может изменяться под влиянием изменений ставки процента.

- 3) Она привязана к ставке рефинансирования и изменяется в соответствии с изменениями этой ставки.
- 4) Она устанавливается государственными органами.
- 5) Нет верного ответа.

22. Опцион, который может быть исполнен только в установленный срок, называется:

- 1) американский;
- 2) европейский;
- 3) фиксированный;
- 4) датированный;
- 5) срочный.

23. Какое утверждение неверно в ситуации, когда реальные доходы растут с темпом 4% в год?

- 1) Если инфляция составляет 5%, то номинальные доходы растут с темпом 9% в год.
- 2) Если инфляция составляет 25%, то номинальные доходы растут с темпом 30% в год.
- 3) Если инфляция составляет 30%, то номинальные доходы растут с темпом 34% в год.
- 4) Если инфляция нулевая, то получаемые людьми доходы растут с темпом 4% в год.
- 5) Нет верного ответа.

24. Премия по опциону – это:

- 1) сумма, выплачиваемая покупателем опциона при его покупке;
- 2) выигрыш, получаемый покупателем опциона в случае его исполнения;
- 3) выигрыш, получаемый покупателем опциона в случае его неисполнения;
- 4) разность между текущей ценой базисного актива и ценой заключенного контракта;
- 5) сумма, выплачиваемая покупателем опциона при его исполнении.

25. Документ, выпускаемый эмитентом и удостоверяющий совокупность прав на указанное в нем количество ценных бумаг, является:

- 1) сертификатом ценной бумаги;
- 2) выпиской из реестра владельцев ценных бумаг;
- 3) выпиской со счета депо;
- 4) решением о выпуске ценных бумаг;
- 5) проспектом ценных бумаг.

ТЕСТ 3 (44 баллов)

Выберите все правильные ответы

26. К дебиторской задолженности компании относятся:

- 1) задолженность акционеров по оплате уставного капитала;
- 2) задолженность компании перед акционерами по выплате дивидендов;
- 3) задолженность компании по оплате продукции, полученной от поставщиков;



- 4) задолженность покупателей перед компанией по оплате приобретенной продукции;
- 5) авансы, полученные от покупателей.

27. К заемным средствам компании относятся:

- 1) средства, полученные по банковскому кредиту;
- 2) средства, полученные в порядке целевого финансирования;
- 3) средства, полученные от размещения облигаций;
- 4) стоимость имущества, полученного по договору финансового лизинга;
- 5) авансы, полученные от покупателей.

28. Укажите неверные утверждения:

- 1) эмиссионный доход включается в размер уставного капитала компании;
- 2) эмиссионный доход включается в размер собственного капитала компании;
- 3) эмиссионный доход признается доходом для включения в налоговую базу по налогу на прибыль;
- 4) эмиссионный доход признается объектом налогообложения по налогу на добавленную стоимость;
- 5) эмиссионный доход включается в размер резервного капитала компании.

29. К органам управления юридического лица относятся:

- 1) ревизионная комиссия;
- 2) общее собрание акционеров;
- 3) генеральный директор;
- 4) коллегиальный исполнительный орган;
- 5) наблюдательный совет.

30. В Российской Федерации правом на выпуск облигаций обладают:

- 1) общества с ограниченной ответственностью;
- 2) открытые акционерные общества;
- 3) закрытые акционерные общества;
- 4) органы исполнительной власти;
- 5) Центральный банк России.

31. Фондовая биржа может быть учреждена в форме:

- 1) общества с ограниченной ответственностью;
- 2) закрытого акционерного общества;
- 3) открытого акционерного общества;
- 4) автономной некоммерческой организации;
- 5) некоммерческого партнерства.

32. Основными характеристиками расчетного фьючерсного контракта (фьючерса) являются:

- 1) обязательство осуществить поставку базисного актива;
- 2) обязательство выплатить разницу между зафиксированной в фьючерсе ценой и рыночной ценой базового актива;
- 3) определенная дата исполнения фьючерса;
- 4) право отказаться от исполнения фьючерса;
- 5) право исполнить обязательство по фьючерсу в любой день до наступления определенной даты, предусмотренной фьючерсом.

33. В Российской Федерации обеспечением по облигациям могут быть:

- 1) любые основные средства;
- 2) недвижимое имущество;
- 3) ценные бумаги;
- 4) поручительство;
- 5) муниципальная гарантия.

34. Что из перечисленного является аббревиатурой крупнейших российских фондовых рынков?

- 1) РТС.
- 2) МГТС.
- 3) МТС.
- 4) РАО ЕЭС.
- 5) ММВБ.

35. Какие из перечисленных ниже форм реорганизации предусматривают создание новых юридических лиц?

- 1) Слияние.
- 2) Присоединение.
- 3) Разделение.
- 4) Выделение.
- 5) Преобразование.

Правильные ответы тестов 1 – 3:

1. 1) 2. 2) 3. 2) 4. 2) 5. 1) 6. 2) 7. 1) 8. 2) 9. 1) 10. 1) 11. 1) 12. 4)
13. 4) 14. 1) 15. 1) 16. 3) 17. 5) 18. 2) 19. 3) 20. 4) 21. 2) 22. 2)
23. 3) 24. 1) 25. 1) 26. 1), 4) 27. 1) 3) 28. 1), 3), 4), 5) 29. 2), 3), 4),
5) 30. 1), 2), 3), 4), 5) 31. 2), 3), 5) 32. 2), 3) 33. 2), 3), 4), 5) 34. 1),
5) 35. 1), 3), 4)

ТЕСТ 4 (60 баллов)

Выберите единственный правильный и наиболее полный ответ, соответствующий положениям законов РФ «О защите прав потребителей» и «О рекламе», Правилам продажи отдельных видов товаров, Перечню товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, Перечню непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, Перечню товаров длительного пользования, на которые изготовитель обязан установить срок службы, Правилам бытового обслуживания населения в Российской Федерации.

1. Закон РФ «О рекламе» распространяется:

- 1) на опубликованную в Интернете статью «Анализ рынка шоколада», подготовленную компанией «Ritter Sport», которая заканчивается фразой: «Ritter Sport» – лидер на рынке шоколада»;
- 2) на полуминутный ролик «Газпром. Поддержка детского спорта»;
- 3) на кадры фильма «Ночной дозор», где герои пьют кофе «Nescafe».

2. Какая ситуация из перечисленных не является рекламой?

- 1) На последней странице книги Харуки Мураками изображены другие книги того же издательства.
- 2) На упаковке шампуня Фруктис «Длина и сила» указано: «Для наибольшей эффективности используйте программу Гарньер Фруктис Длина и Сила: шампунь, бальзам-ополаскиватель и уход без ополаскивания «Сила против секущихся волос».
- 3) Надпись на упаковке молока: «Упаковано фирмой «Tetra Pack».

3. Кем является Газпром в рекламе, посвященной олимпийским играм 2008 года?

- 1) Спонсором.
- 2) Рекламопроизводителем.
- 3) Рекламораспространителем.

4. Программа «Ваш выбор», посвященная предвыборной агитации кандидатов в депутаты законодательной думы субъекта РФ, может прерываться информацией о данной телепередаче:

- 1) в начале и непосредственно перед окончанием телепередачи при условии, что общая продолжительность такой информации не превышает 30 секунд;
- 2) при условии, что такая информация не превышает 15% времени вещания в течение часа.
- 3) Время распространения такой информации не ограничивается Законом РФ «О рекламе».

5. Реклама лотереи «Золотой ключ»:

- 1) не может использовать образы людей и животных;
- 2) допускается только в теле- и радиопрограммах с 22.00 до 07.00 местного времени;
- 3) может быть размещена в здании аэропорта.

6. Реклама пива «Сибирская корона» в журнале «За рулем»:

- 1) может размещаться, но с предупреждением о вреде чрезмерного употребления пива за рулем;
- 2) может размещаться только на последней странице журнала;
- 3) может размещаться только в сопровождении предупреждения о вреде чрезмерного употребления пива и такому предупреждению должно быть отведено не менее 7% рекламной площади (пространства).

7. Реклама сигарет марки «Kent» на личном автомобиле Toyota Vits является нарушением законодательства РФ о рекламе, в случае если:

- 1) такая реклама не сопровождается предупреждением о вреде курения;
- 2) предупреждению о вреде курения отведено менее 15% рекламной площади;
- 3) данный автомобиль припаркован у театра МХАТ (на расстоянии менее 100 метров от здания театра).

8. На каком основании антимонопольный орган возбуждает дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе?

- 1) По заявлениям в средствах массовой информации.
- 2) По собственной инициативе.
- 3) По предписанию соответствующих контролирующих органов.

9. Что из перечисленного является ненадлежащей рекламой?

- 1) Реклама, использующая образы несовершеннолетних.
- 2) Реклама сухих детских завтраков «Nesquik», упоминающая одобрение данного продукта Минздравом.
- 3) Реклама Фонда дикой природы, содержащая буквенный символ международной организации – WWF (World Wild Fond).

10. Что из перечисленного является недобросовестной рекламой?

- 1) Реклама услуг МТС, где указывается заниженная стоимость минуты разговора без учета НДС.
- 2) Реклама сухариков марки «Клинское» в телепередаче, транслируемой с 20.00 до 21.30.
- 3) Реклама на обложке учебника «Природоведение» для 3-го класса.

11. Что из перечисленного является недостоверной рекламой?

- 1) Реклама мыла Safeguard, в которой сообщается: «Safeguard – нет защиты лучше».
- 2) Указание завышенного тиража в выходных данных журнала «Поговорим!».
- 3) Реклама фирмы «Пепси» группой «Звери», которая после выпитого напитка смогла петь на крыше так громко, что было слышно во всем городе.

12. Художественный фильм «Пираты Карибского моря» продолжительностью два часа, транслируемый по центральному телеканалу 5 апреля 2007 года, может прерываться рекламой:

- 1) восемь раз по три минуты;
- 2) четыре раза по пять минут и один раз – четыре минуты;
- 3) три раза по восемь минут.

13. Прямая трансляция гонок «Формула-1» в 2008 году:

- 1) может прерываться рекламой при условии, что общая продолжительность рекламы не превышает 15% фактического времени трансляции соревнования;
- 2) не может прерываться рекламой, кроме как спонсорской;
- 3) может прерываться рекламой при условии, что общая продолжительность рекламы не превышает 20% фактического времени трансляции гонок.

14. Предписание о прекращении распространения рекламы тайских таблеток для похудения подлежит исполнению:

- 1) в срок, который указан в предписании;
- 2) в течение от пяти дней до трех месяцев со дня вынесения такого предписания;
- 3) в десятидневный срок.

15. Кто определяет место и сроки размещения контррекламы?

- 1) Антимонопольный орган.
- 2) Суд.
- 3) Юридическое лицо самостоятельно.

16. Проведение рекламной кампании с раздачей образцов лекарственного препарата «Strepsils» для лечения простуды:

- 1) в соответствии с Законом РФ «О рекламе» запрещается;

- 2) в соответствии с Законом РФ «О рекламе» разрешается;
- 3) разрешается только во время проведения выставок лекарственных средств.

17. Ответственность за рекламу незарегистрированного лекарственного средства в соответствии с Законом РФ «О рекламе» несет:

- 1) средство массовой информации, разместившее рекламу;
- 2) всегда рекламодатель;
- 3) рекламопроизводитель, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

18. В местной газете помещено письмо читательницы, которая благодарит фирму за терапевтический аппарат «Ретон», который позволил ей избавиться от боли в суставах. Это является нарушением:

- 1) Закона РФ «О рекламе»;
- 2) Закона РФ «О печати» («О СМИ»).
- 3) Не является нарушением закона.

19. В соответствии с Законом РФ «О рекламе» предусмотрена административная ответственность рекламодателя:

- 1) за неэтичную рекламу;
- 2) за недостоверную рекламу;
- 3) за заведомо ложную рекламу.

20. Продавец отказал в обмене неисправного LCD-проектора, ссылаясь на то, что это товар, который подлежит обмену только при наличии в нем существенного недостатка. Прав ли продавец?

- 1) Да, так как LCD-проектор является сложнотехническим товаром и входит в перечень товаров, подлежащих обмену только при наличии существенного недостатка.
- 2) Да, так как LCD-проектор является периферийным устройством и входит в перечень товаров, подлежащих обмену только при наличии существенного недостатка.
- 3) Нет, так как LCD-проектор не входит в перечень товаров, подлежащих обмену только при наличии существенного недостатка.

21. Через четыре дня после покупки пуфика потребитель решил обменять его на пуфик с обивкой другого цвета, но магазин категорически отказал, несмотря на наличие чека и тот факт, что покупка даже не была распакована. Прав ли магазин?

- 1) Да.
- 2) Нет.
- 3) Да, так как мебель входит в перечень товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену.

22. Прежде чем купить аудиодиск, потребитель попросил продавца разрешить ему прослушать несколько фрагментов, чтобы удостовериться в качестве приобретаемой аудиозаписи. Продавец согласился это сделать только после оплаты покупки, так как пришлось бы вскрывать фирменную упаковку. Кто прав в данной ситуации?

- 1) Прав потребитель, так как это предусмотрено законодательством.

2) Прав продавец, так как такой порядок проверки предусмотрен законодательством.

3) Прав продавец, так как он отвечает за целостность упаковки.

23. Какой срок определен для предъявления требований по недостаткам, связанным с некачественным выполнением работ по устройству японского сада камней на коттеджном участке, если гарантийный срок не установлен?

1) Два года.

2) Пять лет.

3) Десять лет.

24. Электрогриль на период ремонта аналогичного товара:

1) не предоставляется;

2) предоставляется в течение трех дней по просьбе покупателя;

3) предоставляется, если для ремонта требуется более семи дней.

25. Продавец обязан передать покупателю зеркало размером 1,5 × 0,8 метра:

1) в упаковке;

2) в удобной для транспортировки таре;

3) в таре, обеспечивающей безопасную транспортировку с учетом характера товара.

26. При приобретении газонокосилки гарантийный срок, установленный продавцом, начинается:

1) с момента наступления соответствующего сезона;

2) с момента, определяемого субъектами РФ исходя из климатических условий по месту жительства потребителя;

3) со дня передачи товара потребителю.

27. Сколько дней дается продавцу в Мурманске на осуществление замены бракованного компьютера?

1) Семь дней.

2) Двадцать дней.

3) Сколько необходимо для очередной доставки соответствующего товара в местности, приравненной к районам Крайнего Севера.

28. При выдаче электробритвы из ремонта:

1) исполнитель обязан ее протестировать;

2) исполнитель должен проверить величину сопротивления изоляции;

3) исполнитель тестирует электробритву по желанию потребителя.

29. При отпуске обивочного материала (шерстяной ткани) продавец в присутствии потребителя проверяет качество товара:

1) путем наложения на ткань, лежащую на прилавке в свободном состоянии, стандартного эталона;

2) сверяя с образцами в каталоге производителя;

3) путем внешнего осмотра.

30. Проверка функционирования аэрозольной упаковки дезодоранта осуществляется:

1) в присутствии покупателя;

2) до подачи в торговый зал.

3) В торговом помещении не производится.

31. При замене мотоцикла гарантийный срок на полученный взамен товар начинается:

- 1) со дня предъявления потребителем требования о замене;
- 2) со дня передачи товара.
- 3) Гарантийный срок не устанавливается, так как мотоцикл входит в перечень товаров, не подлежащих замене.

32. На какие из указанных товаров изготовитель обязан установить срок службы?

- 1) Садовый нож.
- 2) Солнцезащитные очки.
- 3) Плюшевый Винни Пух.

33. При приеме изготовленного в мастерской деревянного детского манежа:

- 1) исполнитель обязан проверить соответствие размеров эскизу;
- 2) потребитель обязан проверить соответствие конструкции и размеров чертежу;
- 3) потребитель передает исполнителю эскиз на хранение в течение гарантийного срока.

34. При нарушении сроков изготовления свадебного платья из материала заказчика более высокий размер неустойки:

- 1) не может превышать 3% цены оказания услуги за каждый день просрочки;
- 2) не может превышать затраты исполнителя;
- 3) может быть установлен договором.

35. Кондитер допустил грамматическую ошибку в надписи, которую должен был сделать на подарочном торте, изготовленном на заказ. Потребитель вправе потребовать компенсации в размере:

- 1) стоимости торта и работы, а также понесенных убытков;
- 2) двукратной стоимости торта, стоимости работы и понесенных расходов;
- 3) двукратной стоимости торта, работы и понесенных расходов, а также неустойку в размере 3% стоимости заказа.

36. Неявка покупателя для принятия товара в течение определенного договором срока:

- 1) должна рассматриваться продавцом как отказ покупателя от приобретения товара;
- 2) может рассматриваться продавцом как отказ покупателя от приобретения товара;
- 3) не должна рассматриваться продавцом как отказ покупателя от приобретения товара в течение двух месяцев.

37. При первом поступлении соответствующего товара в продажу продавец:

- 1) обязан сообщить об этом покупателю, потребовавшему обмена;
- 2) вправе немедленно сообщить об этом покупателю, потребовавшему обмена, так как тот имеет преимущество при приобретении;
- 3) по возможности сообщает об этом покупателю, потребовавшему обмена.

38. Не расфасованные и не упакованные продовольственные товары:

- 1) продаются в установленном порядке;
- 2) продаются без дополнительного взвешивания;
- 3) не подлежат продаже.

39. Изделия из драгоценных металлов должны быть сгруппированы:

- 1) по назначению;
- 2) по видам и роду драгоценного металла, из которого изготовлены;
- 3) по видам и сортам драгоценных камней.

40. По требованию потребителя продавец неперiodических изданий предоставляет:

- 1) соответствующую аудио-, видео- или компьютерную аппаратуру;
- 2) каталоги предварительных заказов;
- 3) справочно-библиографическую информацию.

41. Должна ли предпродажная подготовка товаров, бывших в употреблении, включать чистку, стирку и дезинфекцию?

- 1) Да, это входит в обязанности лица, продающего товары.
- 2) При необходимости и отсутствии документов о санитарной обработке.
- 3) Нет, это обязанность бывшего владельца.

42. Суд удовлетворил иск федерального органа по контролю в области защиты прав потребителей о признании действий салона сотовой связи противоправными в отношении неопределенного круга потребителей. Экспертиза подтвердила наличие недостатков во всех мобильных телефонах определенной партии. Решение суда должно быть доведено до сведения потребителей:

- 1) в течение месяца;
- 2) в разумный срок;
- 3) в установленный судом срок.

43. При приеме изделия в химчистку в договоре указываются:

- 1) дефекты, не удаляющиеся при химической чистке;
- 2) наименование и размер изделия;
- 3) модель изделия и комплектность.

44. Администрация бассейна обязана информировать потребителей – владельцев абонементов:

- 1) о рекомендованных прививках;
- 2) о правилах приема пищи до начала занятий в бассейне и после занятий;
- 3) о санитарном дне.

45. Через три недели после заключения договора на строительство дачного дома, когда был вырыт котлован под фундамент, потребитель посчитал, что ему не хватает денег, и заявил о расторжении договора. Строительная фирма потребовала оплатить выполненные работы и приобретенные заранее строительные и отделочные материалы на весь дом. Потребитель должен:

- 1) оплатить выполненные работы, но не оплачивать материалы, так как они не потребовались (к строительству еще не приступили);



- 2) оплатить выполненные работы и все приобретенные материалы;
- 3) не оплачивать работы и материалы, поскольку строительство только началось.

46. Ателье заключило договор на пошив шубы из материала заказчика в 20-дневный срок. При принятии работы обнаружился недостаток, на устранение которых ателье потребовалось пять дней. В данной ситуации неустойка за просрочку исполнения заказа:

- 1) не предусмотрена;
- 2) может быть взыскана за пять дней просрочки исполнения договора;
- 3) взыскивается лишь в том случае, если недостатки не будут устранены за пять дней.

47. В булочной могут продаваться:

- 1) пищевая пленка и фольга;
- 2) веревки и шпагаты;
- 3) журналы и газеты.

48. При получении пальто из гобеленовой ткани после химчистки потребитель обязан проверить:

- 1) качество чистки;
- 2) рельефность;
- 3) соответствие обработки условиям, указанным на маркировочной ленте.

49. Не подлежит продаже товар, бывший в употреблении, например:

- 1) босоножки;
- 2) гольфы;
- 3) трикотажная шапка.

50. В договор о подписке на собрание сочинений Ф.М.Достоевского:

- 1) должно быть включено условие о задатке;
- 2) не может быть включено никаких дополнительных условий, а если они есть, то признаются недействительными;
- 3) может быть включено условие о задатке.

51. При передаче продавцом автомобиля потребителю также передается:

- 1) регистрационное свидетельство на транспортное средство;
- 2) документ, удостоверяющий право собственности на транспортное средство;
- 3) технический паспорт на транспортное средство.

52. При продаже в ювелирном магазине кольцо с вставкой из природного рубина должно иметь:

- 1) индивидуальную упаковку;
- 2) соответствующий индивидуальный номер;
- 3) индивидуальную модель, указанную на ярлыке.

53. При покупке листового стекла покупателями оплачиваются остатки шириной:

- 1) до 0,3 метра включительно;

- 2) 10% исходного листа;
- 3) до 0,2 метра включительно.

54. В магазине спортивной одежды товары должны быть сгруппированы:

- 1) по видам, моделям, размерам;
- 2) по функциональному назначению, размерам, сезонам;
- 3) по видам спорта, материалам, размерам.

55. Хазовые концы запрещается продавать, если:

- 1) они составляют более 20% отпускаемой ткани;
- 2) нарушена фабричная отделка;
- 3) это определено внутренними распорядительными документами.

56. При подаче деревообрабатывающего инструмента к месту выдачи покупки его наладка производится продавцом:

- 1) по просьбе потребителя;
- 2) в обязательном порядке;
- 3) при необходимости.

57. Информация о профилактике птичьего гриппа, размещенная на упаковке средства от гриппа и простуды «Колдрекс»:

- 1) не должна способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения препарата;
- 2) является ненадлежащей рекламой;
- 3) не является рекламой.

58. Фирма «National Drugs», зарегистрированная и осуществляющая свою коммерческую деятельность в Нидерландах, прорекламовала по международному спутниковому телеканалу препарат «Экстези», который классифицируется как легкий наркотик. Житель Москвы, находясь у себя дома, увидел эту рекламу и был в шоке, поняв, что уже и наркотики стали рекламировать. Вправе ли он подать иск в арбитражный суд Москвы о нарушении фирмой «National Drugs» законодательства РФ о рекламе? Что он может требовать по данному иску?

- 1) Он вправе подать иск в арбитражный суд Москвы о нарушении фирмой «National Drugs» законодательства РФ о рекламе.
- 2) В данной ситуации нарушения законодательства РФ о рекламе не было, так как в Нидерландах разрешена продажа легких наркотиков и их реклама.
- 3) В данной ситуации нарушения законодательства РФ о рекламе не было, так как доступ к спутниковому каналу осуществляется исключительно на платной основе с применением декодирующих технических устройств.

59. За ремонт кроссовок исполнитель получил 100% предоплаты. При выдаче готового заказа потребитель отказался доплатить 30 руб. за водоотталкивающую обработку швов верха обуви. Исполнитель отказался отдать кроссовки и объяснил необходимость пропитки тем, что выполненные в ходе ремонта швы могли пропускать влагу, что делало обувь непригодной для использования в сырую погоду. Прав ли исполнитель?

- 1) Прав, поскольку работа выполнена, но не оплачена.
- 2) Не прав, поскольку потребитель не заказывал обработку швов.



3) Прав, так как работа по пропитке швов была необходима и ее неисполнение могло повлечь ухудшение качества готового изделия.

60. Потребитель приобрел для дочери заколки из хромированного металла с хрустальными стразами «Swarowsky», но они были очень тяжелыми и не держались на голове. Хотел поменять на более легкие с доплатой разницы, но ему отказали. Прав ли магазин?

- 1) Да, он действует в соответствии с законодательством.
- 2) Нет, он нарушает Правила продажи отдельных видов товаров, так как не подлежат обмену только изделия из драгметаллов с синтетическими или драгоценными камнями.
- 3) Все зависит от того, является магазин ювелирным или нет.

Правильные ответы теста 4:

1. 2) 2. 3) 3. 1) 4. 3) 5. 3) 6. 1) 7. 1) 8. 2) 9. 2) 10. 2) 11. 1) 12. 1)
13. 3) 14. 1) 15. 2) 16. 2) 17. 3) 18. 1) 19. 2) 20. 3) 21. 2) 22. 2)
23. 2) 24. 1) 25. 1) 26. 3) 27. 1) 28. 2) 29. 3) 30. 1) 31. 2) 32. 3)
33. 2) 34. 3) 35. 1) 36. 2) 37. 1) 38. 3) 39. 1) 40. 3) 41. 2) 42. 3)
43. 1) 44. 3) 45. 2) 46. 2) 47. 1) 48. 2) 49. 2) 50. 3) 51. 2) 52. 1)
53. 3) 54. 1) 55. 2) 56. 3) 57. 3) 58. 3) 59. 2) 60. 1)

ЗАДАЧИ

ЗАДАЧА 1 (10 баллов)

В квартире преподавателя экономической теории устанавливают новые окна производства компании «ОКНА РОСТА». В беседе с монтажниками оконных систем выяснилось, что в их квартирах уже стоят пластиковые окна этой компании. «Компания продала нам пластиковые окна со скидкой 45%, а монтаж был бесплатный, так как устанавливали окна мы сами», – рассказывали они. Своим заказчиком компания предоставляет пластиковые окна по цене 15 278 руб., а оконно-балконные блоки – по цене 17 301 руб. Стоимость монтажных работ составляет 15% стоимости изделия. Для выполнения работ по замене одного окна (или оконно-балконного блока) требуется бригада из двух монтажников. В течение одного дня такая бригада может установить два окна (или одно окно и один оконно-балконный блок). За установку одного окна (или оконно-балконного блока) каждому монтажнику компания платит 600 руб.

- 1) Какова, с точки зрения монтажников, альтернативная стоимость замены старых окон и оконно-балконных блоков в квартирах монтажников на новые пластиковые окна? (В каждой из двух квартир заменили по два окна и одному оконно-балконному блоку.)
- 2) Какую выгоду получила бригада монтажников по сравнению с обычными покупателями в целом при замене старых окон и оконно-балконных блоков на новые?

Решение

1) Явные затраты на замену всех окон и оконно-балконных блоков в одной квартире равны: $2 \times 0,55 \times 15\,278 + 0,55 \times 17\,301 = 26321,4$.

Неявные затраты на замену всех окон и оконно-балконных блоков в одной квартире равны сумме затрат на непокупные ресурсы, то есть заработной плате монтажников, которые «устанавливали окна себе сами»: $3 \times 2 \times 600 = 3600$ руб. Для компании «ОКНА РОСТА» альтернативная стоимость замены всех окон и оконно-балконных блоков в двух квартирах составляет: $(2 \times 0,55 \times 15\,278 + 0,55 \times 17\,301 + 3600) \times 2 = 59\,842,7$ руб.

2) Выгода бригады монтажников составила: $(2 \times 0,45 \times 15\,278 + 0,45 \times 17\,301 + 0,15(2 \times 15\,278 + 17\,301)) \times 2 - 7200 = 50\,228,4$ руб.

Ответ:

1) Альтернативная стоимость замены старых окон и оконно-балконных блоков в квартирах монтажников на новые пластиковые для компании «ОКНА РОСТА» составила 59 842,7 руб.

2) Выгода бригады монтажников составила 50 228,4 руб.

ЗАДАЧА 2 (18 баллов)

В области N инсулин производит единственная фармакологическая фабрика, расположенная в областном центре. Себестоимость производства упаковки инсулина постоянна и равна 10 долл. Инсулин может развозиться на расстояние до 3 тыс. метров от пункта производства, при этом издержки по доставке одной упаковки инсулина составляют 0,01 долл. на каждый метр перемещения и оплачиваются фирмой. Считается, что потребители инсулина распределены по территории области равномерно. На рынке инсулина государство установило потолок цены 20 долл. за упаковку, который нельзя превышать путем разделения на цену товара и цену доставки. Найдите прибыль фирмы-производителя инсулина, считая, что спрос на инсулин каждого из потребителей абсолютно неэластичен.

Решение

Так как спрос на инсулин абсолютно неэластичен, цена установится на уровне потолка цены, то есть будет равна 20 долл. Предельные издержки не зависят от объема выпуска, но зависят от расстояния доставки. Функция предельных издержек имеет вид: $MC = 10 + 0,01R$.

Максимальная прибыль в расчете на одну упаковку может быть получена в месте производства инсулина и равна 10 долл. С увеличением расстояния предельные издержки растут, а значит, предельная прибыль уменьшается. Она достигнет нулевого уровня при радиусе доставки 1 тыс. метров. ($MC = MR$, $10 + 0,01R = 20$, $R = 1000$.) При этом предельная прибыль равномерно и непрерывно уменьшается с увеличением расстояния. Отсюда можно сделать вывод, что прибыль от распространения продукции по всем направлениям относительно расположения фирмы будет описываться уравнением объема конуса, где высота конуса будет равна максимальной разнице между ценой продажи единицы и затратами на ее производство, то есть равна 10. Радиус основания – 1 тыс. метров.

Подставим значения в формулу объема конуса:

$$V_{\text{конуса}} = 1 / 3 S_{\text{основания}} \times H = 1 / 3 \times 1000 \times 1000 \times \pi \times 10 = 10\pi / 3 = 10,47 \text{ млн долл.}$$

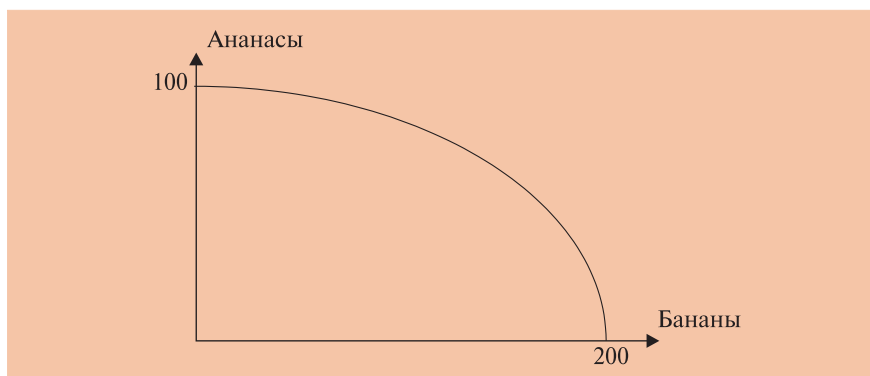
Значит, прибыль равна 10,47 млн долл.

Ответ. $Pr = 10,47$ млн долл.

Замечание. Можно учесть плотность распределения потребления инсулина на 1 м². Тогда можно заметить, что прибыль будет пропорциональна этой плотности.

ЗАДАЧА 3 (10 баллов)

Кривая производственных возможностей страны Фрутландия изображена на графике:

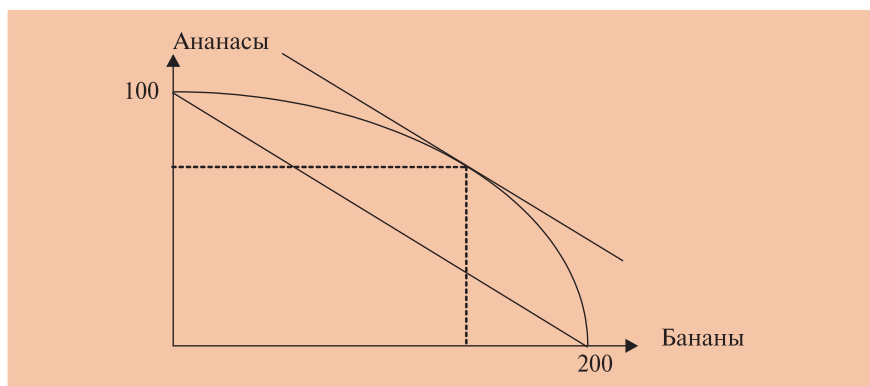


На мировом рынке цена бананов равна 20, а цена ананасов – 40. Определите на графике оптимальные объемы производства фруктов, позволяющие получить максимальную выгоду (выручку) от ведения международной торговли, и, если возможно, рассчитайте размер выручки.

Решение

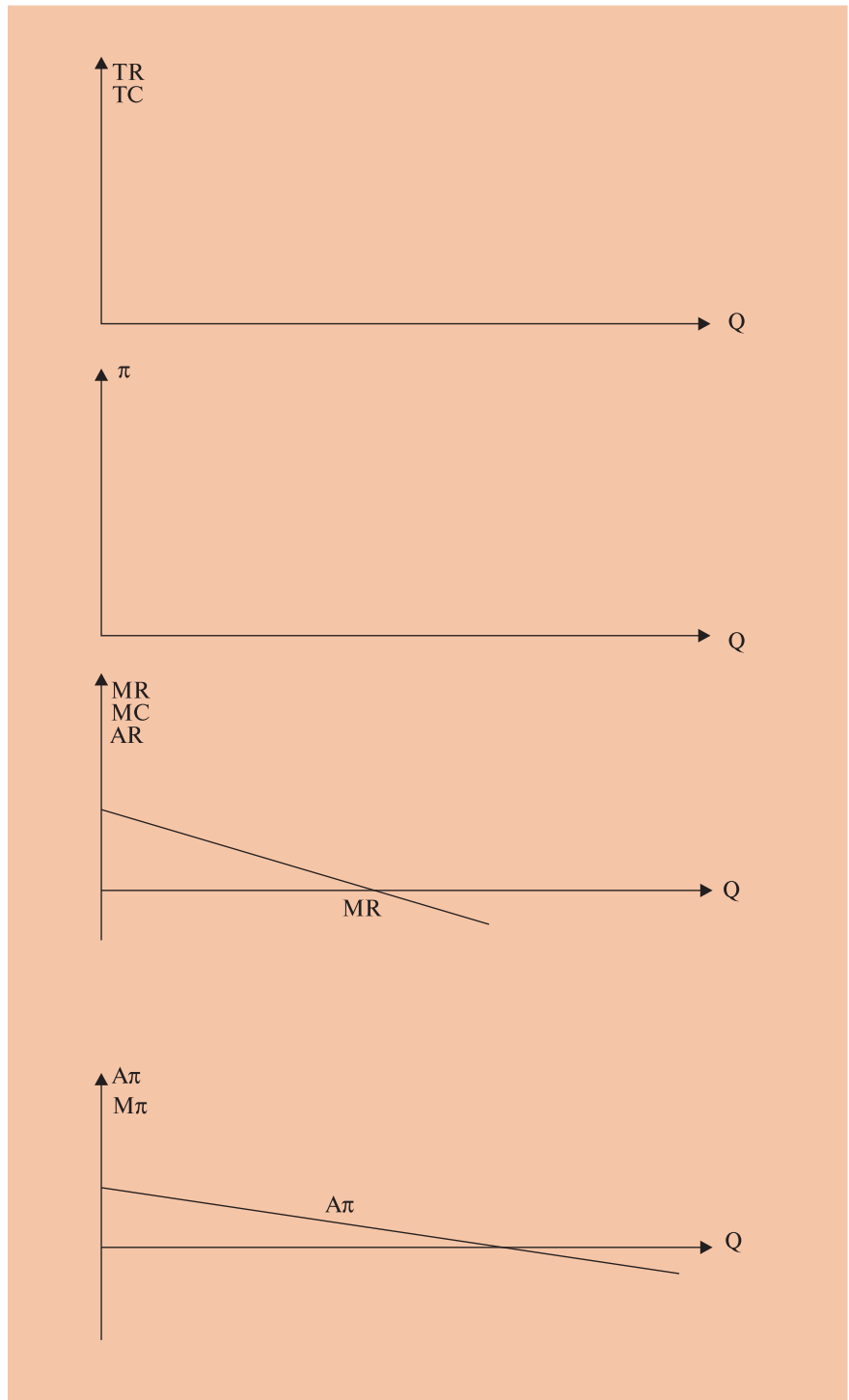
Поскольку отношение цен задает наклон кривой торговых возможностей, необходимо провести линию под наклоном $\frac{P_{\text{бан}}}{P_{\text{ан}}} = \frac{1}{2}$ к оси

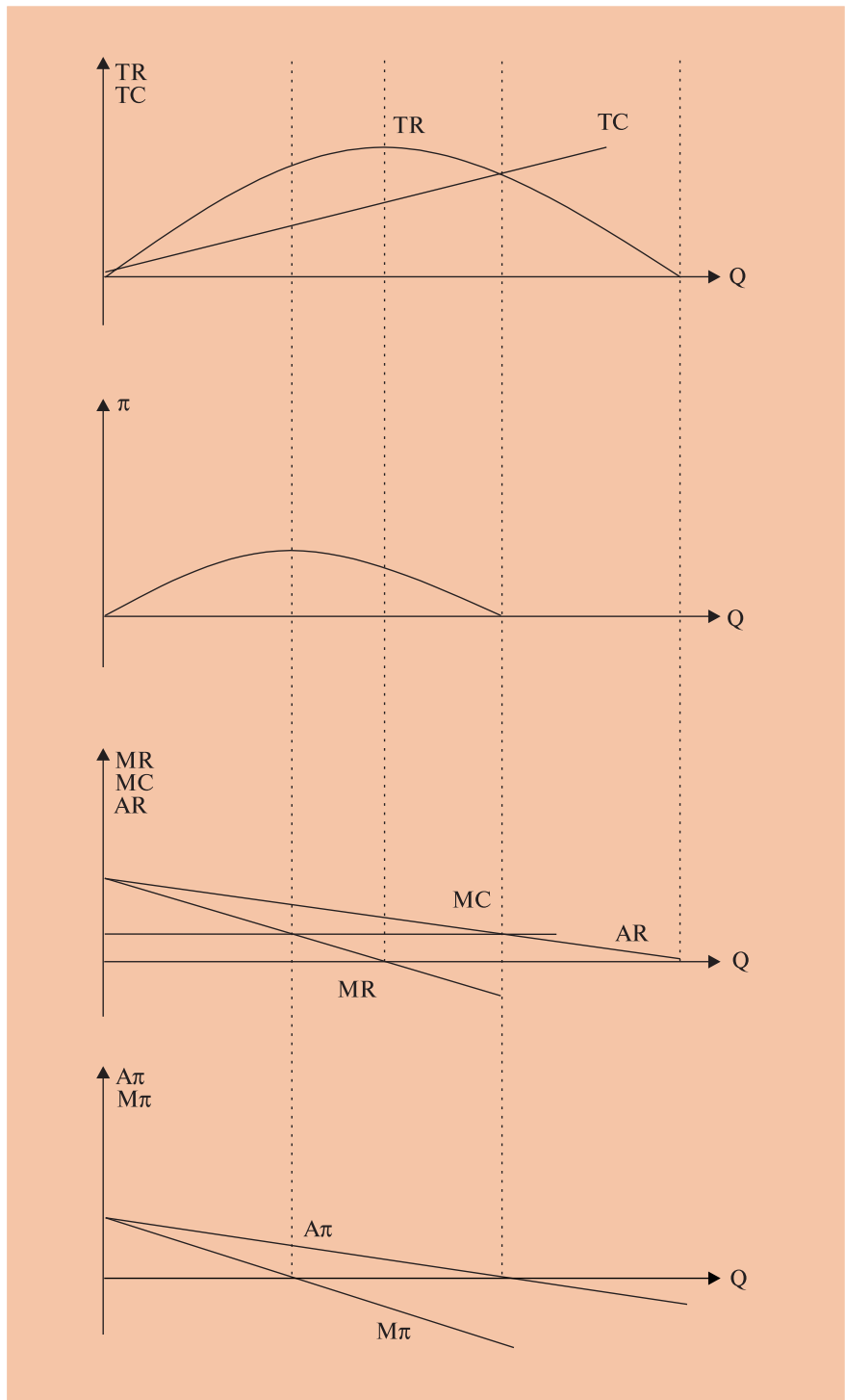
абсцисс. Это легко сделать, соединив крайние точки изображенной на графике КПВ. Затем проведем линию, параллельную построенной и являющуюся одновременно касательной к КПВ. Координаты точки касания, найденные из пропорции относительно координат крайних точек КПВ, приблизительно равны: А = 71; Б = 139. Соответственно, размер выручки приблизительно равен: $20 \times 139 + 40 \times 71 = 2780 + 2840 = 5620$.



ЗАДАЧА 4 (12 баллов)

На основе приведенных графиков постройте недостающие, то есть $TR(Q)$, $TC(Q)$, $\pi(Q)$, $MC(Q)$, $AR(Q)$, $M\pi(Q)$. Приведите обоснования способов построения соответствующих графиков.



Решение**ЗАДАЧА 5 (10 баллов)**

Фирма производит товар с постоянными средними издержками, равными 10 руб. Фирма может продавать товар в трех регионах А, В, С, причем перепродажа товара эффективно блокируется. Цена

в регионе В на 5 единиц больше, чем в регионе С, но на 5 единиц меньше, чем в регионе А. Определите, на сколько отличаются значения коэффициентов эластичности спроса на товар фирмы на рынках регионов С и А, если известно, что средняя прибыль фирмы в регионе В на 10% выше, чем в регионе С, и на всех рынках фирма преследует цель максимизации прибыли. Определите также цены во всех регионах.

Решение

$$AC = 10 = const \Rightarrow MC = AC = 10.$$

$$\pi_i = P_i \times Q_i - AC \times Q_i.$$

$$A\pi_i = P_i - AC = P_i - 10.$$

$$P_B = P_C + 5 = P_A - 5.$$

$$P_A = P_C + 10.$$

$$A\pi_B = P_B - 10 = 1,1(P_C - 10).$$

$$0,1P_C = 6.$$

$$P_A = 70.$$

$$P_B = 65.$$

$$P_C = 60.$$

$$\frac{P - MC}{P} = \frac{1}{-E^D}.$$

$$\text{Для региона А: } \frac{70 - 10}{70} = \frac{1}{-E_A^D}, \quad E_A^D = -\frac{7}{6} \approx -1,167.$$

$$\text{Для региона С: } \frac{60 - 10}{60} = \frac{1}{-E_C^D}, \quad E_C^D = -\frac{6}{5} = -1,2.$$

$$\text{Разность эластичностей: } E_A^D - E_C^D = -1,167 - (-1,2) = \frac{1}{30}.$$

Ответ. На $\frac{1}{30}$.

ЗАДАЧА 6 (18 баллов)

Акционерное общество «Миноритарий», капитал которого разделен на N обыкновенных акций, проводит выборы совета директоров, в который войдут D человек. Выборы проходят по так называемой кумулятивной системе: владелец n акций получает при голосовании $n \times D$ голосов, которые он в любых пропорциях распределяет между теми кандидатами, которых он хочет видеть в совете директоров. После голосования составляется рейтинг кандидатов по убыванию количества набранных ими голосов. В совет директоров проходят D человек, занявшие первые D мест в рейтинге. Если на последние несколько мест претендуют большее число кандидатов, набравших одинаковое количество голосов, то кто из кандидатов займут места в совете директоров определяется случайным образом. Сколько акций необходимо иметь одному акционеру, чтобы гарантированно (вне зависимости от действий остальных акционеров) провести в совет директоров d своих кандидатов? Выразите это минимальное число

акций через параметры N , D и d . Чему равно это число при $N = 100$, $D = 15$, $d = 5$?

Решение

Докажем, что акционер, стремящийся провести в совет директоров d своих кандидатов, должен распределить имеющиеся у него голоса между d кандидатами поровну. Предположим, что акционер распределил голоса между d кандидатами не поровну, и все d кандидатов, в которых он заинтересован, прошли в совет директоров. Поскольку кандидат, за которого акционер отдал наименьшее количество голосов (назовем его кандидатом А), прошел в совет директоров, то если количество голосов, отданных всем остальным кандидатам, в которых заинтересован акционер, уменьшить до уровня кандидата А, то они все равно пройдут в совет директоров. Высвободившиеся голоса следует отдать лишнему кандидату, обеспечивая тем самым возможность расширить количество «своих» представителей в совете директоров. Получается, что акционеру нет смысла распределять голоса в неравных пропорциях между кандидатами, в которых он заинтересован.

Теперь найдем минимальное n . Всего у акционера $n \times D$ голосов, значит, за каждого из кандидатов он отдаст $\frac{n \times D}{d}$ голосов. Чтобы нарушить его планы, остальным акционерам необходимо гарантированно избрать хотя бы $D - d + 1$ кандидатов. По аналогии, число голосов, которое они отдадут за каждого из своих кандидатов, равно: $\frac{(N - n) \times D}{D - d + 1}$. Если эта величина превысит $\frac{n \times D}{d}$, то в начале рейтинга окажутся «чужие» кандидаты, а на долю акционера останется только $d - 1$ кандидатов. Чтобы в совет директоров прошли d кандидатов, в которых акционер заинтересован, необходимо обеспечить выполнение условия:

$\frac{n \times D}{d} > \frac{(N - n) \times D}{D - d + 1}$. Выражая отсюда n , получаем:

$$n > \frac{N \times d}{D + 1}.$$

Неравенство строгое, так как в случае равенства вакансии будут распределены между кандидатами случайным образом, и в этом случае нельзя будет гарантировать попадание в совет директоров всех «своих» кандидатов.

Последний штрих: вспомнив о том, что число акций должно быть целым, получаем:

$$n_{\min} = \left[\frac{N \times d}{D + 1} \right] + 1,$$

где квадратные скобки обозначают целую часть числа. При $N = 100$, $D = 15$ и $d = 5$ получаем $n > 31,25$, то есть $n_{\min} = 32$.

Ответ. $n_{\min} = 32$.

ЗАДАЧА 7 (18 баллов)

Кот Леопольд узнал о новой суперэффективной мышеловке «Mouse-Trap 7.0» стоимостью 1000 руб. Не имея возможности расстаться с такой суммой одновременно, Леопольд решил взять кредит. Банк предложил ему ссуду под 24% годовых по так называемой аннуитетной схеме: получив в начале года сумму X , Леопольд должен будет в конце каждого месяца вносить в банк одинаковый платеж P , в который включаются проценты на ту часть кредита, которая была в распоряжении заемщика в течение прошедшего месяца, и некоторая доля общей суммы кредита в счет его погашения. Другими словами, ежемесячно сумма, на которую начисляются проценты, уменьшается по сравнению с предыдущим месяцем на величину выплат в счет погашения кредита, сделанных в предыдущем месяце, а новые выплаты в счет погашения кредита рассчитываются так, чтобы общий платеж за текущий месяц составил P . К концу года вся сумма кредита должна быть погашена. Определите сумму ежемесячного платежа P , если месячная процентная ставка рассчитывается простым делением годовой ставки на 12.

Решение

Пусть α_i – доля общей суммы кредита, погашаемая в i -й месяц; r – месячная процентная ставка (равная годовой ставке, деленной на 12); P_i – суммарный платеж в i -м месяце (по условию все P_i равны P). Тогда получаем:

$$P_1 = rX + \alpha_1 X.$$

$$P_2 = rX(1 - \alpha_1) + \alpha_2 X.$$

$$P_3 = rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2) + \alpha_3 X.$$

...

$$P_{12} = rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2 - \dots - \alpha_{11}) + \alpha_{12} X.$$

Кроме того, так как за год погашается вся сумма кредита, то:

$$\alpha_1 + \alpha_2 + \dots + \alpha_{11} + \alpha_{12} = 1.$$

Учитывая это, преобразуем выражение для 12-го платежа:

$$P_{12} = rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2 - \dots - \alpha_{11}) + \alpha_{12} X = rX\alpha_{12} + \alpha_{12} X = X\alpha_{12}(1 + r).$$

Остается найти α_{12} . Запишем выражение для n -го и $(n+1)$ -го платежей:

$$P_n = rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2 - \dots - \alpha_{n-1}) + \alpha_n X.$$

$$P_{n+1} = rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2 - \dots - \alpha_{n-1} - \alpha_n) + \alpha_{n+1} X$$

Воспользовавшись тем, что все платежи равны, запишем:

$$rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2 - \dots - \alpha_{n-1}) + \alpha_n X = rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2 - \dots - \alpha_{n-1} - \alpha_n) + \alpha_{n+1} X.$$

$$rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2 - \dots - \alpha_{n-1}) + \alpha_n X = rX(1 - \alpha_1 - \alpha_2 - \dots - \alpha_{n-1}) - rX\alpha_n + \alpha_{n+1} X.$$

$$\alpha_n X = -rX\alpha_n + \alpha_{n+1} X.$$

$$\alpha_n X(1 + r) = \alpha_{n+1} X.$$

$$\alpha_{n+1} = \alpha_n(1 + r).$$

Таким образом, в каждом следующем месяце в счет погашения кредита уплачивается сумма, в $(1 + r)$ раз большая, чем в предыдущем.

Тогда:

$$\alpha_{12} = (1+r)\alpha_{11} = (1+r)(1+r)\alpha_{10} = (1+r)^2\alpha_{10} = (1+r)^3\alpha_9 = \dots = (1+r)^{11}\alpha_1.$$

Найдем α_1 , приравняв выражения для первого и 12-го платежей:

$$P_1 = P_{12}.$$

$$rX + \alpha_1 X = X\alpha_{12}(1+r).$$

$$r + \alpha_1 = \alpha_{12}(1+r).$$

$$r + \alpha_1 = (1+r)^{11}\alpha_1(1+r).$$

$$r + \alpha_1 = (1+r)^{12}\alpha_1.$$

$$r = \alpha_1((1+r)^{12} - 1).$$

$$\alpha_1 = \frac{r}{(1+r)^{12} - 1}.$$

$$P = P_{12} = X\alpha_{12}(1+r) = X(1+r)^{11}\alpha_1(1+r) = X(1+r)^{12}\alpha_1 = X \frac{(1+r)^{12}r}{(1+r)^{12} - 1} =$$

$$= X \frac{r}{1 - \frac{1}{(1+r)^{12}}}.$$

Подставляя $X = 1000$ руб. и $r = 24\% / 12 = 0,02$, получаем $P = 94,56$ руб.

Ответ. $P = 94,56$ руб.

ЗАДАЧА 8 (16 баллов)

Компания «Успех» является монополистом на рынке чудо-вешалок. В настоящий момент ее продукцию приобретают 200 покупателей, прибыль компании равна 900 тыс. руб. Известно, что функция индивидуального спроса у всех покупателей одинакова и имеет линейный вид. Но далеко не все знают о замечательных чудо-вешалках, и фирма начинает всерьез задумываться о проведении рекламной кампании. Известно, что привлечение n дополнительных покупателей обойдется компании в $(0,01n^2 + 1,51n)$ тыс. руб.

На какое увеличение прибыли (в процентах от настоящей суммы) может рассчитывать фирма в результате проведения рекламной кампании, если постоянные издержки (помимо расходов на рекламу) отсутствуют, а предельные издержки производства чудо-вешалок неизменны?

Решение

$Q_{\text{рын}} = N(a - bP)$, где N – общее число покупателей.

$$P = \frac{a}{b} - \frac{Q}{bN}. \quad MR = \frac{a}{b} - \frac{2Q}{bN} = MC = c = \text{const.}$$

$$Q^*(N) = \frac{(a - bc)N}{2}.$$

$$P^*(N) = \frac{a + bc}{2b} = \text{const.}$$

$$\pi^*(N) = \frac{a + bc}{2b} \times \frac{(a - bc)N}{2} - c \frac{(a - bc)N}{2}.$$

Таким образом, $\pi^*(N) = K \times N$, где K – некий коэффициент, зависящий от параметров спроса и издержек монополиста, а N – общее число покупателей. В частности, $900 = K \times 200 \Rightarrow K = 4,5$.

«Предельный доход» монополиста от привлечения n -го дополнительного покупателя будет равен: $\pi_n - \pi_{n-1} = Kn - K(n-1) = K = 4,5$. Предельные же издержки на его привлечение равны: $0,01n^2 + 1,51n - 0,01(n-1)^2 - 1,51(n-1) = 0,02n + 1,5$.

Приравнявая предельный доход к предельным издержкам, получаем: $4,5 = 0,02n + 1,5 \Rightarrow n = 150$. Количество покупателей продукции увеличится на 150 человек и достигнет 350. Прирост прибыли составит: $4,5 \times 150 - 0,01 \times 150^2 - 1,51 \times 150 = 223,5$ тыс. руб., или 24,83% суммы прибыли в настоящий момент.

Ответ. На 24,83%.

ЗАДАЧА 9 (14 баллов)

Российский предприниматель имеет возможность вложить средства в инвестиционные проекты как у себя в стране, так и за рубежом. Срок реализации каждого из проекта составляет год. Другие данные об инвестиционных проектах приведены в таблице.

| | Россия | | США | | Германия | |
|-----------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| | 1-й ПРОЕКТ | 2-й ПРОЕКТ | 1-й ПРОЕКТ | 2-й ПРОЕКТ | 1-й ПРОЕКТ | 2-й ПРОЕКТ |
| ЗАТРАТЫ | 120 тыс. РУБ. | 250 тыс. РУБ. | 180 тыс. ДОЛЛ. | 470 тыс. ДОЛЛ. | 220 тыс. ЕВРО | 780 тыс. ЕВРО |
| ПРИБЫЛЬ НА КОНЕЦ ГОДА | 30 тыс. РУБ. | 50 тыс. РУБ. | 30 тыс. ДОЛЛ. | 141 тыс. ДОЛЛ. | 40 тыс. ЕВРО | 160 тыс. ЕВРО |

Если деньги не инвестировать, то их можно положить на депозит, причем только в российском банке. Годовая процентная ставка в России равна 22% (вклад в рублях).

Обменные курсы нестабильны: если в начале реализации проектов за 1 долл. дают 27 руб., а за 1 евро – 33 руб., то через год ожидается всего 25 и 34 руб. соответственно. Обоснуйте возможные варианты вложения средств и выберите наиболее выгодный.

Решение

Инвестиционные проекты в России.

Для оценки выгодности инвестиционных проектов внутри России нужно сравнить IRR (доходность) и ставку банковского процента:

$IRR_1 = 30 / 120 = 0,25$ – больше ставки банковского процента, инвестировать выгодно;

$IRR_2 = 50 / 250 = 0,2$ – меньше ставки банковского процента, инвестировать невыгодно.

Инвестиционные проекты за рубежом.

Для оценки выгодности зарубежных инвестиционных проектов следует рассчитать внутреннюю доходность зарубежных проектов по

формуле: $IRR_t = [1 / e_1 \times (1 + IRR) \times e_2 - 1]$, где e_1 – курс иностранной валюты в начале года, а e_2 – курс иностранной валюты на конец года, и сравнить ее со ставкой банковского процента.

Инвестиционные проекты в США:

$IRR_{c1} = 1 / 27 \times (1 + 30 / 180) \times 25 - 1 = 0,08$ – инвестировать невыгодно.

$IRR_{c2} = 1 / 27 \times (1 + 141 / 470) \times 25 - 1 = 0,203$ – инвестировать невыгодно.

Инвестиционные проекты в Германии:

$IRR_{r1} = 1 / 33 \times (1 + 40 / 220) \times 34 - 1 = 0,218$ – меньше ставки банковского процента, инвестировать невыгодно.

$IRR_{r2} = 1 / 33 \times (1 + 160 / 780) \times 34 - 1 = 0,242$ – больше ставки банковского процента, инвестировать выгодно.

Предпринимателю выгодно инвестировать денежные средства в первый российский проект и во второй проект в Германии, так как доходности этих проектов выше, чем ставка банковского процента. Так как $0,25 > 0,242$, то наиболее выгодным из них является российский проект. Если не будет возможности инвестировать в оба проекта, предприниматель выберет лишь первый проект в России.

Ответ. Наиболее выгодный способ вложения средств – первый проект в России, при наличии свободных средств – второй проект в Германии, а далее – на рублевый депозит в банке.

ЗАДАЧА 10 (14 баллов)

Финансовая корпорация «Зеленый горошек» имеет возможность инвестировать в проект «Пыль в глаза», требующий единовременного вложения 5 млн долл. Доход, который проект принесет через год, зависит от будущего состояния экономики:

| Состояние экономики | Спад | Подъем |
|---------------------|-------------|-------------|
| ОТДАЧА ОТ ПРОЕКТА | 4 млн долл. | 6 млн долл. |

Альтернативной возможностью для корпорации является приобретение на фондовом рынке акций компаний «Эх, прокачу» и «Век не догнать». Известны текущие цены акций, а также цены этих акций через год, причем последние также зависят от ситуации в экономике:

| Компания | Текущая цена за акцию, долл. | Цена за акцию через год при спаде, долл. | Цена за акцию через год при подъеме, долл. |
|------------------|------------------------------|--|--|
| «ЭХ, ПРОКАЧУ» | 40 | 40 | 48 |
| «ВЕК НЕ ДОГНАТЬ» | 10 | 8 | 16 |

Предполагается, что других рисков нет. Определите, будет ли корпорация «Зеленый горошек» финансировать инвестиционный проект «Пыль в глаза».

Решение

Поскольку альтернативой проекту являются вложения в акции, то сравнить доходность проекта можно с доходностью любой линейной комбинации вложений в акции.

Пусть α – количество акций фирмы «Эх...», а β – количество акций фирмы «Век...». Суммарная стоимость приобретенного портфеля равна 5 млн, то есть: $40\alpha + 10\beta = 5000000$. Отсюда, $\alpha = 125000 - 0,25\beta$. Если в экономике будет спад, то стоимость портфеля равна: $40(125000 - 0,25\beta) + 8\beta$.

При выполнении равенства: $40(125000 - 0,25\beta) + 8\beta = 4000000$ доход от вложений акций компаний равен доходу от реализации инвестиционного проекта. Отсюда найдем: $\beta = 500000$. Тогда: $\alpha = 125000 - 0,25 \times 500000 = 0$.

Если в экономике будет подъем, то приобретение акций в количестве $\alpha = 0$ и $\beta = 500000$ обеспечит доходность выше, чем вложение денежных средств в инвестиционный проект. Действительно, $500000 \times 16 = 8000000 > 6000000$.

Нетрудно показать, что при $\forall \alpha$ и соответствующем ему $\beta = 500000 - 4\alpha < 500000$ инвестиционный проект будет менее выгоден, чем приобретение акций компаний, независимо от того, какая ситуация – спад или подъем – будет в экономике через год.

Ответ. Инвестиционный проект невыгоден.

СИТУАЦИИ

Дайте правильный и наиболее полный ответ, соответствующий положениям Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», Перечню непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации.

Ситуация 1 (25 баллов)

Гражданин Кошкин заключил с компанией «Мы вас обставим» договор о выполнении работ по изготовлению кресла. В договоре были указаны модель и размеры кресла, вид обивочного материала, а также сроки выполнения работ и оговорены условия доставки.

В указанный договором срок кресло было доставлено на дом потребителю. Но Кошкин тут же заметил, что кресло как-то не вписывается в бледно-розовый интерьер его комнаты. И в самом деле, кресло было темно-коричневое.

Недовольный Кошкин стал предъявлять претензии компании с требованием переделать обивку кресла (заменить ее на бледно-розовую), мотивируя тем, что по Закону РФ «О защите прав потребителей» исполнитель, предоставивший материал для изготовления кресла, отвечает за него по правилам ответственности продавца за товары. Поэтому потребитель имеет полное право на замену кресла, как не подошедшего по цвету.



Менеджер фирмы «Мы вас обставим» ответил, что в замене товара как не подошедшего по цвету потребителю будет отказано, так как кресло входит в Перечень товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичные. Кроме того, обивки другого цвета у них нет, и если потребитель предоставит свой обивочный материал, то компания работу переделает, но за дополнительную плату.

Вопрос. Кто прав в данном споре? Обоснуйте ответ.

Ситуация 2 (20 баллов)

Две подружки, Люда и Ира, приобрели в магазине «Умные вещи» плееры: Люда – за 9,8 тыс. руб., а Ира – за 5,2 тыс. руб. На оба плеера установлен гарантийный срок один год. Через шесть месяцев у обеих девушек плееры сломались. Подружки обратились в магазин с заявлением об отказе от договора купли-продажи и потребовали возврата уплаченной за товар денежной суммы. Но когда они пришли в магазин, то увидели, что их плееры теперь стоят одинаково – 7,5 тыс. руб. каждый. Ира сказала Люде, что по Закону «О защите прав потребителей» она может требовать возврата денег исходя из сегодняшней цены (7,5 тыс. руб.), а не из той, которая была полгода назад (5,2 тыс. руб.). Так что ей должны вернуть на 2,3 тыс. руб. больше, чем она потратила. На что Люда ответила: «Так что же, получается, мне вернут на 2,3 тыс. руб. меньше, чем я заплатила?».

Вопрос. Какую денежную сумму должны вернуть каждой девушке в случае удовлетворения требований? Обоснуйте ответ.

Ситуация 3 (30 баллов)

Гражданин Камаев 10 марта приобрел в магазине «Евросеть» сотовый телефон «Nokia 3250» за 12 тыс. руб. На товар был установлен гарантийный срок один год. 15 апреля телефон вышел из строя. В гарантийной мастерской пообещали отремонтировать телефон за 30 дней и выдали квитанцию. В тот же день Камаев обратился в магазин с требованием предоставить ему аналогичный телефон на период ремонта. Но аналогичный телефон ему выдали только 18 мая и к тому же модель «Nokia 1600». Возмутившись, Камаев сказал, что ему стыдно появляться на работе с таким дешевым телефоном. В магазине объяснили, что они не обязаны предоставлять во временное пользование именно «Nokia 3250», так как под словом аналогичный понимается любой мобильный телефон. Недовольный Камаев отказался взять телефон предложенной модели. Между тем гарантийный ремонт затянулся и Камаеву выдали его телефон (Nokia 3250) только 4 сентября.

Вопрос. Какую неустойку Камаев может потребовать от магазина «Евросеть»? Определите сумму неустойки. Обоснуйте ответ.

Ситуация 4 (25 баллов)

Гражданин Аркин заключил с фирмой «Перестройка» договор на строительство коттеджа. К договору о выполнении работ была при-

ложена твердая смета на сумму 120 тыс. руб. Но коттедж был сдан на месяц позже срока, указанного в договоре. Кроме того, при окончательном расчете выяснилось, что смета превышена на 15 тыс. руб. в связи с ростом цен на услуги доставки материалов до места строительства, оказанных фирме транспортной компанией.

Вопрос. Как следует поступить Аркину? Обоснуйте ответ.

Ситуация 5 (40 баллов)

Для того чтобы заказать очки, Тамара Петровна обратилась в салон оптики «Vision», где ей сделали компьютерную коррекцию зрения и выписали рецепт. На основании этого рецепта были изготовлены очки с гарантийным сроком один год. Когда Тамара Петровна начала носить очки, то почувствовала дискомфорт, у нее все время болела голова. Тамара Петровна обратилась в районную поликлинику. Врач-офтальмолог проверил зрение и сделал заключение, что рецепт выписан правильно. Тамара Петровна продолжала носить очки. Через три месяца она вновь пришла к врачу, и тот проверил очки на специальном аппарате. Выяснилось, что при изготовлении очков допущена ошибка и они имеют неверную центровку. Пока Тамара Петровна носила эти очки, у нее ухудшилось зрение, и теперь ей нужны очки с новыми стеклами. В салоне «Vision» согласились только на то, чтобы переделать работу.

Вопрос. Какие претензии может предъявить Тамара Петровна в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей»? Составьте текст претензии.

Ситуация 6 (30 баллов)

Гражданин Китая Джун Го Шинь, находясь в России по туристической путевке, приобрел для работы на своей даче (которая находится в Китае) насос «Ракета-12М» российского производства. Покупка подтверждена кассовым чеком. При попытке включить насос на даче произошел пожар. Как выяснилось, из-за того, что в инструкции на русском языке было указано необходимое напряжение в сети 220V, а в Китае во всех розетках оно составляет 110V. В результате пожара пострадал дачный дом потребителя, выгорели деревья, находящиеся на садовом участке, и 23 га прилегающего лесного массива. Кроме того, огонь перекинулся на пограничную зону и на территорию Российской Федерации – возник лесной пожар в Хабаровском крае. В магазине ссылаются на нарушение потребителем правил использования товара, так как вся необходимая информация была предоставлена согласно Закону РФ «О защите прав потребителей» на русском языке и компания в пожаре не виновна. Гражданин Джун Го Шинь заявляет, что русского языка не знает вообще.

Вопрос. Кому и кем должен быть возмещен ущерб, в том числе ущерб, нанесенный лесным пожаром? Обоснуйте ответ.

Ситуация 7 (10 баллов)

Школьница Ксения купила в магазине «Книжный мир» журнал «Отдохни!». При покупке продавец заявила, что ей повезло – достался



последний экземпляр. Вечером, после того как вернулась с работы сестра, оказалось, что она тоже купила аналогичный номер журнала. На следующий день Ксения решила сдать свой экземпляр в магазин как товар, не подошедший по расцветке (краски показались ей бледными), тем более что чек был сохранен, а журнал не читали.

Вопрос. Может ли Ксения рассчитывать на возврат денег? Обоснуйте ответ.

Ситуация 8 (15 баллов)

В магазине «ЭТО» была приобретена шоколадница «Кенвуд». К ней прилагалась инструкция по эксплуатации, листок с тремя рецептами на русском языке и большая красочная брошюра с 12 рецептами на пяти европейских языках, изданная изготовителем. При обращении за дополнительной информацией представитель компании-производителя объяснила, что все требования Закона РФ «О защите прав потребителей» выполнены. А рецепты можно взять в книгах по кулинарии, главное понять принцип приготовления.

Вопрос. Прав ли продавец? Обоснуйте ответ.

**Материал подготовили: Д.В.Акимов, О.В.Дичева,
Н.В.Ростовцева, В.Н.Храмов, Л.Б.Щукина, Е.А.Духанина,
А.И.Суздальцев, Г.Ю.Хацевич, Т.В.Хронусова**



ЦЕНТР ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ:

WWW.INVEST-PROSVET.RU — главный сайт ЦЕНТРА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ,
ГДЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ВСЕ ПРОЕКТЫ

WWW.FINHISTORY.ORG — ИСТОРИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА И АКЦИОНЕРНОГО ДЕЛА

WWW.REPUTACYA.RU — ВСЕ О КРЕДИТНЫХ ИСТОРИЯХ В РОССИИ

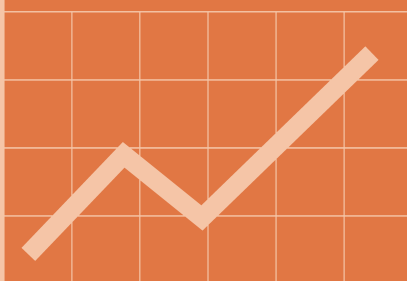
WWW.FINCONSALT.INFO — БЮРО ФИНАНСОВЫХ И КОРПОРАТИВНЫХ КОНСУЛЬТАЦИЙ

WWW.SCHOOLMONEY.RU — ШКОЛА ДЕНЕГ

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ, ЖДЕМ ОТ ВАС СООБЩЕНИЙ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ:

INFO@INVEST-PROSVET.RU ИЛИ NNKALININA@YANDEX.RU

ФИНАНСОВОЕ



ПРИЛОЖЕНИЕ

№ 4 • 2007

ФИНАНСОВЫЕ МАСТЕРСКИЕ

С.И.Бик

Долг платежом красен!

АКТУАЛЬНЫЙ ТРЕНД

Е.В.Симоненко

Кредитный договор:
о чем молчат банки?

Т.А.Морозова

Не бегайте от кредиторов –
попадете к коллекторам!

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Считаем платежи по кредиту

РЕКЛАМАЦИИ ПРИНИМАЮТСЯ!

Вы спрашиваете –
мы отвечаем

ФИНАНСОВАЯ ЭКСПЕДИЦИЯ

А.П.Цикин

Становление и развитие
банковской системы Москвы
во второй половине XIX века

Некоммерческий фонд «Центр инвестиционного просвещения»

Осуществляет проекты в сфере инвестиционного просвещения населения с целью повышения финансовой грамотности и безопасности граждан. В рамках этой программы центр занимается подготовкой и изданием серии информационно-просветительских брошюр, просветительских видеофильмов, выпускает телепрограммы, а также продюсирует несколько интернет-ресурсов, ориентированных на различные аудитории: www.invest-prosvet.ru, www.finhistory.org, www.reputacya.ru, www.schoolmoney.ru, www.finconsalt.info. Активно сотрудничая с системой школьного образования Москвы, Центр инвестиционного просвещения проводит школьные конференции, мастер-классы, организует общедоступные семинары, а также оказывает информационно-методическую поддержку учителям экономики города.

Познакомиться с основными проектами центра можно на сайте: www.invest-prosvet.ru.

Центр инвестиционного просвещения подготовил для читателей журнала «Экономика в школе» серию информационно-просветительских брошюр:

- ⇒ «Золотые правила инвестирования: как покупать и продавать ценные бумаги»
- ⇒ «Негосударственные пенсионные фонды: что это такое и как с ними работать?»
- ⇒ «Договор социального найма жилья: государственная квартира на новых условиях»
- ⇒ «Страховые накопительные программы: от чего страхуют и что накапливают»
- ⇒ «Имущественные налоговые вычеты: как их оформить и получить»
- ⇒ «Социальные налоговые вычеты: как их оформить и получить»
- ⇒ «Не бегайте от кредиторов, попадете к коллекторам!»
- ⇒ «Жилищные накопительные кооперативы: что это такое и как с их помощью решить жилищный вопрос»
- ⇒ «Бюро кредитных историй: история начинается»
- ⇒ «Инвестиции в драгоценные металлы»

А также серию видеофильмов, которые учителя экономики могут использовать на своих уроках:

- ⇒ «Бюро кредитных историй»
- ⇒ «Финансовые пирамиды»
- ⇒ «Ипотечные ценные бумаги»
- ⇒ «Права миноритарных акционеров»
- ⇒ «Моментальный кредит: удобно, но не всегда выгодно»
- ⇒ «Образовательные кредиты»
- ⇒ «Мошенники на рынке страховых услуг»
- ⇒ «Управляющие компании: что это такое и как с ними работать»
- ⇒ «Инвестиционные фонды Москвы»
- ⇒ «Как оформить наследство по ценным бумагам»
- ⇒ «Как оформить налоговую декларацию: сложные моменты по ценным бумагам»

Оформить заявку на получение всех материалов можно на сайте: www.schoolmoney.ru или по телефону: 8 (915) 485-9816 (руководитель проекта «Школа денег» Татьяна Морозова).

Финансовые мастерские

Все мы, по сути, являемся потребителями финансовых услуг и продуктов. Приобретая ту или иную услугу, покупатель всегда аргументирует свои действия. К примеру, страховые услуги защищают от последствий неблагоприятных жизненных обстоятельств, кредитные продукты помогают приобрести вещь, которая необходима в данный момент. Но если вы пользуетесь финансовыми услугами, необходимо предварительно разобраться во всех нюансах покупаемого товара и только после этого отдавать за него деньги. Более того, следует внимательно следить за тем, чтобы вместе с основным товаром вам не пришлось оплачивать «довесок» – совершенно не нужный продукт, который к тому же стоит денег. Ведь рынок финансовых услуг – это постоянно растущее количество предложений, и ориентироваться на нем бывает непросто: кредитные организации скорее будут рекламировать свои услуги, нежели рассказывать о реальных рисках кредитного продукта.

Что же рискованного в кредитных продуктах для потребителя? Ведь нам кажется, что об этой финансовой услуге мы знаем практически все. И часто ошибаемся. В разделе «Актуальный тренд» мы расскажем о рисках, которым подвергается заемщик, а также о возможных последствиях его невнимательности при работе с кредитом. Чтобы избежать неожиданных неприятных ситуаций, важно понимать схему погашения кредитов, которую нам предлагает банк. Наглядно представить себе, по какому принципу погашается кредит, поможет раздел «Методический инструментарий». А в разделе «Рекламации принимаются!» мы, как всегда, ответим на все волнующие вас вопросы.

Светлана Ивановна БИК,

генеральный директор

НФ «Центр инвестиционного просвещения», s.bik@invest-prosvet.ru

Долг платежом красен!

По заключениям аналитиков, Россия сейчас переживает «кредитный бум». В банках растут предложения «легких кредитов», а заемщики все больше осознают плюсы кредитования: ведь оно дает возможность пользоваться необходимым продуктом сегодня, а заплатить – в будущем... Однако будущее большинства из нас остается неопределенным. Быть абсолютно уверенным, что взаимоотношения с банком или иной кредитной организацией будут гладкими, не может никто. Об этом неявном риске мало кто задумывается, а ведь последствия могут быть самыми удручающими. Попробуем детально разъяснить, что необходимо принимать во внимание при получении кредита и как обезопасить себя от ненужных шагов.



В ДОЛГАХ, КАК В ШЕЛКАХ

Идея потребительского кредитования очень заманлива. Вы можете получить желаемую вещь уже сейчас, а расплачиваться за нее будете позже. По сути, вы меняете местами прошлое и будущее: в привычном нам мире мы сначала копим деньги на покупку, а уже потом ее приобретаем и используем.

Востребованность кредитного продукта, с одной стороны, и красочность рекламных плакатов, иллюстрирующих красивую жизнь, – с другой, часто приводят к снижению внимательности самих потребителей этого продукта. К тому же мы привыкли полагаться на других: считается, что если наши друзья и знакомые пользуются услугой, значит, и мы можем спокойно ею пользоваться. Именно в этот момент мы снижаем необходимый порог внимания к деталям, и, как показывает практика, совершенно напрасно! Ведь в реальной жизни такая незамысловатая потребительская логика приводит к печальным результатам. Достаточно вспомнить «финансовые пирамиды» 90-х годов, чтобы еще раз убедиться: к своим деньгам относиться легкомысленно ни в коем случае нельзя! Нельзя верить туманным схемам мнимого «создания богатства», если у вас нет четкого представления о том, какова, собственно, технология наращивания капитала. Точно также у вас должно быть четкое представление о возможности исполнения взятых на себя обязательств.

Печальный опыт прошлого со всей очевидностью показывает нам: личные финансы – это лакомый кусок для финансовых мошенников, которые были, есть и, наверное, будут во все времена. Однако с начала 90-х годов прошлого столетия в России многое изменилось. Появились законодательные акты, которые обеспечивают функционирование российской финансовой системы, контрольные и надзорные государственные органы, регулирующие поведение участников и посредников на финансовом рынке. Сегодня есть и саморегулируемые организации, которые в пределах своей компетенции могут влиять на недобросовестных участников финансовой системы. В конце концов, есть судебные органы, куда можно обратиться с иском на неправомерные действия той или иной финансовой или коммерческой структуры.

Но почему же сегодня, как и много лет назад, осталось так много проблем? Ответ прост: никакая система законодательных актов не может заменить человеку главного – осознания собственной ответственности за свое будущее. Найти «лазейку» в законодательстве можно всегда (или почти всегда). В законе прописываются права участников той или иной модели взаимоотношений, но учесть все особенности и тонкости реальной жизни с ее неожиданностями и подвохами в такой модели невозможно. Именно на этом и играют отдельные участники рынка, которые в корыстных целях используют финансовую неграмотность своих клиентов. Это означает лишь одно: потребитель никогда не должен терять бдительности и всегда должен внимательно рассматривать продукт или услугу, которую ему предлагают на рынке.

ПЛАТА ЗА «БЕСПЛАТНЫЙ СЫР»

Давайте рассмотрим три типичные ситуации, при которых мы соглашаемся взять кредит.

Первая ситуация – нам действительно понадобились деньги на определенные нужды, и мы самостоятельно обращаемся в кредитную организацию. Мы ищем наиболее выгодное предложение и зачастую его обнаруживаем. Маркетинговые службы банков формируют предложения по беспроцентным кредитам и предлагают значительные бонусы своим потенциальным клиентам. Но так ли все бесплатно, как нам кажется?

Наверное, у любого человека закрадывается сомнение... Но многие его тут же прогоняют. По большей части – зря! Конечно, бывают случаи, когда беспроцентный кредит действительно существует. Но тогда отсутствующие проценты обязательно кто-то покрывает. Допустим, банк проводит рекламную кампанию в честь своего юбилея и в знаменательный день первым пяти вкладчикам готов выдать беспроцентный кредит. При этом недостающие проценты будут взяты из рекламного бюджета. Иногда встречаются социальные кредиты – тогда банковские проценты погашаются из бюджетных источников.

Вторая распространенная ситуация – это покупка в рассрочку дорогих товаров. Но и тут есть ответ, который кроется в повышенной цене товара. К сожалению, многие не задают себе такого вопроса и уж тем более не ищут на него ответа. Большая часть населения до сих пор является мишенью разнообразных маркетинговых программ банков. Ничего из того, что может стать причиной отказа от банковской карты, до понимания клиента просто не допускается. Реальные совокупные выплаты по кредиту могут кардинально отличаться от тех, которые нам озвучивают в рекламных лозунгах. А разобраться во всех нюансах кредитного договора бывает достаточно сложно.

Значительная доля долгов приходится на так называемые быстрые кредиты, когда на выдачу наличных в банках или их отделах, размещенных в торговых сетях, отводится не более часа, и заемщик не подвергается серьезной проверке. В таких случаях люди часто невнимательно знакомятся с условиями кредитного договора и в результате ошибочно понимают его содержание. В частности, не учитывают, помимо процентной ставки, существования различных дополнительных комиссий (за оформление заявки, выдачу кредита, обслуживание счета и т.д.), а это в совокупности увеличивает процентную ставку. В итоге, когда приходит счет или выписка из банка, человек оказывается неготовым погашать взятый кредит. И тогда высока вероятность, что он столкнется с коллекторским агентством, чья задача – во что бы то ни стало вернуть кредит банку.

КРЕДИТНЫЙ КООПЕРАТИВ: ПЕТЛЯ ИЛИ ПОДДЕРЖКА?

И третий вариант – когда вы решаете воспользоваться услугой кредитных кооперативов. В кредитных кооперативах можно получить деньги в долг или разместить вклад на более выгодных условиях, нежели в коммерческих банках. Эти организации, как правило, работают с теми клиентами, которым банк без объяснения причин в кредите отказал. Кредитный кооператив – добровольное объединение физических лиц либо физических и юридических лиц с целью как



сбережения временно свободных денежных средств, так и финансовой поддержки членов кооператива. Две функции – сберегать и кредитовать – являются, как известно, основой деятельности банков, но и кредитные кооперативы тоже заявляют о такой деятельности. Однако если банк несет дополнительные издержки на осуществление расчетных операций, регулирование, то у кредитного кооператива этих расходов нет. Вот в этом и заключается один из важнейших плюсов кооперативного кредитования: скорость, простота доступа, простота оформления, отсутствие высоких требований к залугу и обеспечению. Таким образом, кредитный союз может привлекать и размещать деньги малообеспеченных людей. Выгода членов кооператива – пайщиков – декларируется в повышенном проценте дохода по сбережениям. А выгода людей, берущих ссуды в кредитном союзе, заключается в том, что они получают кредиты по ставке ниже, чем действующая на кредитном рынке. В результате плюсы для всех получаются...

Но как же в таких условиях быть с рисками, которые неизбежно присутствуют между кредитором и заемщиком? Согласитесь, если при предоставлении ссуды основные риски несет кредитор, то при размещении сбережений – вкладчик. Поэтому обращаем ваше внимание на то, в каких организационно-правовых условиях кредитные кооперативы привлекают деньги граждан под повышенные проценты. В этом и состоит основная проблема кредитных кооперативов.

Итак, в контексте действующего российского законодательства кредитные кооперативы представлены скудно – только несколько статей в Гражданском кодексе, а специальный федеральный закон – в вечном проекте. Нет ни одного государственного органа, который бы регулировал деятельность этих организаций. Более того, вклады в кооперативы не подпадают под защиту государства по системе страхования банковских вкладов, а сами кооперативы пока не страхуют свои финансовые риски. Благоприятнейшая почва для финансовых пирамид, не в обиду будет сказано тем, кто добросовестно ведет кредитное дело на кооперативных началах. Но пока правовые и надзорные бреши не устранены, основным барьером на пути к ошибочным инвестициям должен быть здравый смысл самого пайщика.

Всегда надо помнить о рисках, которым вы подвергаете свое материальное благополучие. Пользоваться любой финансовой услугой следует, предварительно разобравшись во всех нюансах покупаемого товара или услуги, и только после этого отдавать за него деньги. Не стоит доверять рекламным лозунгам и плакатам, но всегда необходимо выделить время и ознакомиться с характеристиками того, что вы покупаете, и самое главное – изучить договор. И только после этого, вникнув во все тонкости договора и оценив риски, можно отдавать деньги и при этом чувствовать себя спокойно и уверенно.

Разумеется, сама по себе услуга кредитования для потребителя не только не вредна, но и во многих случаях полезна. Она открывает возможность «перетекания» финансовых потоков в те ниши, где деньги особенно необходимы. Однако, как и в случае с любой финансовой услугой, потребителю важно обладать определенными навыками работы с финансовыми продуктами: уметь читать договор, считать свои деньги, а также оценивать последствия невозврата кредита. Ведь на рынке финансовых услуг не существует «хороших» или «плохих» продуктов, но есть умелая или неумелая работа с финансовыми услугами.



Елена Владимировна СИМОНЕНКО,
консультант по личным финансам, редактор издательских проектов
НФ «Центр инвестиционного просвещения», e.simonenko@invest-prosvet.ru

Кредитный договор: о чем молчат банки?

Сегодня продолжают неутраченные войны между кредитными организациями и их клиентами. Поле битвы – личные финансы, средства ведения войны – самые жесткие. Заемщики, попав в «кредитную ловушку», обращаются лишь к морали. Кредиторы же, указывая на кредитный договор, справедливо настаивают: «Сами подписывали!», и привлекают к работе с недобросовестными заемщиками коллекторские агентства, которые профессионально занимаются сбором долгов. Кто же в этой ситуации прав? Да и есть ли здесь правые и неправые стороны? Очевидно одно: если не знать методов работы с кредитными организациями и не вникать в подробности договора кредитования, пострадать можно очень серьезно – и в финансовом плане, и в моральном.

ФОРМИРУЕМ ЛИЧНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПРИНЯТЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

Услуга потребительского кредитования в настоящее время является одной из самых востребованных. Банки пестрят предложениями «одно лучше другого»: «моментальные» кредиты, «без первоначального взноса», «беспроцентные», «без залога и поручителей»... И вот потребителю уже кажется, что деньги дают бесплатно. Внимание притупляется, и в погоне за самым лучшим предложением мы забываем, что разумно подобранный и вовремя возвращенный кредит может стать хорошей поддержкой в жизни, а невозвращенный долг может вырасти в большую проблему. Как повлияет на ваш бюджет пользование этой услугой в значительной степени зависит от вашей личной ответственности за принятые на себя обязательства. Серьезный подход к делу важно выработать уже на начальной стадии взаимоотношений с кредитной организацией – на стадии принятия решения.

Следующая и, пожалуй, самая важная стадия в кредитных отношениях – внимательное изучение договора. Существуют основные моменты, на которые получателю кредита следует обратить внимание, но на которых банки вовсе не обязаны концентрировать ваше внимание. Чтобы не теряться в непонятных и скучных формулировках договора, а наоборот, вычленив из него самую важную информацию, попробуем детально разобраться в процедуре получения кредита.



ВСТРЕЧАЕМСЯ С СОТРУДНИКАМИ БАНКА СО ЗНАНИЕМ ДЕЛА

Как известно, чем крупнее получаемый кредит, тем пристальнее вглядывается банк в заемщика.

Самыми безопасными для клиента по уровню юридической продуманности кредитных документов являются крупные коммерческие и ипотечные кредиты. Ведь, обычно, за такими займами обращаются люди, тесно связанные с финансовой сферой или предпринимательской деятельностью, а значит – и с законодательством в этой области. Именно поэтому по крупным займам даже стандартный договор кредитования уже отрегулирован с двух сторон – как банком, так и подготовленным заемщиком. Он содержит множество нюансов и уточнений, регламентирующих взаимоотношения сторон при наступлении того или иного случая. В таких договорах полностью прописывается последовательность операций при предоставлении кредита, фиксируется момент перехода права собственности на заложенное имущество (если таковое имеется), оговариваются права и обязанности сторон договора и третьих лиц, если они каким-то образом участвуют в сделке.

Совсем иное дело – договоры потребительского кредитования, по которым, как правило, заемщиками выступают обычные граждане, зачастую плохо владеющие основами финансовой грамотности. Именно поэтому они склонны слепо верить всему, что говорят «грамотные», по их мнению, сотрудники финансовых компаний.

Разъяснить заемщику все аспекты кредитной сделки должен сотрудник банка. Но в интересах заемщика – не принимать на веру слова представителя кредитной организации, а детально прорабатывать все условия и уточнять те моменты, которые ему непонятны. Кстати, понимать значение всех пунктов договора просто необходимо, ведь в момент его заключения заемщик расписывается не только в принятии на себя обязательств, но и в том, что условия договора ему полностью ясны.

По наиболее крупным займам подписанию кредитного договора предшествует заключение договора страхования. С одной стороны, это невыгодно для заемщика, так как страхование предполагает дополнительные затраты, которые также лягут на плечи клиента. Но с другой стороны, если оценивать ситуацию в перспективе, приходится признать: страхование – это не только расход, но и выгодное для обеих сторон решение возможной проблемы в будущем. И то, что ее оплачивает заемщик, вполне справедливо: ведь именно с его стороны возможны неплатежи.

На качество проработки договора кредитования со стороны заемщика может влиять и формат обращения. Если вы хотите получить экспресс-кредит в магазине, то, скорее всего, у вас даже не будет времени (а иногда – и места) прочитать договор кредитования полностью. Ведь весь процесс выдачи кредита занимает обычно не более получаса.

Теоретически, перед оформлением кредита заемщик должен ознакомиться с условиями кредитования. На практике же для того, чтобы увидеть текст договора, клиенту приходится сначала назвать все

данные, необходимые для составления договора. Другими словами, сначала вы соглашаетесь на условия банка и только затем с этими условиями знакомитесь (конечно, если читаете договор).

Скорость предоставления займа, сложность понимания формулировок кредитного договора и сама процедура выдачи кредита способствуют тому, что человек теряется и забывает выяснить самое важное – условия кредитования. Действительно, сложно противостоять навязанной вам роли безропотного заемщика, если договор уже распечатан, все документы оформлены, за вами уже растет очередь из нетерпеливых клиентов, а сотрудник магазина уже принес нужный вам товар...

Попав в такую ситуацию, не очень-то хочется вчитываться в условия договора. Особенно учитывая тот факт, что язык финансового документа может быть неясным, а сам документ – содержать огромное количество ссылок на дополнительные нормативные документы, которых вам и не предоставляют. А если вы все-таки потребуете их показать, то это будет означать затягивание процесса выдачи кредита: указанные ссылки нужно не только найти, но и вникнуть в сложные юридические формулировки финансового документа.

Отдельно стоит прояснить ситуацию с осведомленностью сотрудников банка относительно условий кредитования. Если с ипотечными и коммерческими кредитами работают в основном высококвалифицированные банковские специалисты, то применительно к экспресс-кредитам, к сожалению, это утверждение не всегда верно. Для того чтобы выяснить эффективную процентную ставку – самый важный показатель для потребителя – зачастую приходится задавать свой вопрос не один раз. Будьте готовы к тому, что сотрудник банка будет оперировать сложными терминами, которые были разработаны профессиональными маркетологами – и отнюдь не для того, чтобы клиент максимально точно понял условия кредитования!

Например, если вам предлагают выбрать из двух кредитов один сроком на десять месяцев, а второй – с переплатой «всего лишь тысячи рублей», что вы выберете? Конечно, указанных условий просто недостаточно для принятия верного решения! Для того чтобы выбирать, необходимо получить возможность сравнивать условия кредитования, то есть они должны быть сопоставимы между собой. Поэтому смело обращайтесь к сотруднику с просьбой составить таблицу (или, как минимум, предоставить сопоставимые данные) по важнейшим показателям предлагаемых кредитов.

Мы рекомендуем уточнить следующие условия кредитования:

1. Эффективная годовая процентная ставка. Зачастую специалисты банка называют не годовую ставку, а именно ставку за срок кредитования. В пересчете на год она может оказаться совсем не такой привлекательной. Эффективная ставка учитывает не только проценты по предоставленному кредиту, но и комиссию за ведение счета, обслуживание кредита и другие «внутренние» платежи банку.
2. Срок кредитования.
3. Сумма переплаты в расчете на месяц.
4. Сумма штрафов за просрочку платежа, за досрочное погашение кредита.



5. Санкции, применяемые при длительном (более трех месяцев) невнесении платежей.

Составив подобную таблицу, вы легко определите выгодность того или иного вида кредита и сможете принять независимое и – главное – обоснованное решение.

СЛЕДУЕМ БУКВЕ ЗАКОНА

Основной документ при получении кредита – кредитный договор. В нем должны быть прописаны условия предоставления кредита, права и обязанности сторон договора, условия начисления штрафов и многое другое. Помните, что реальные процентные ставки указаны именно в договоре, а не на рекламных плакатах.

В главе 42 части 2 Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ) указано, что договор кредитования должен быть составлен в письменной форме. Несоблюдение такой формы автоматически влечет за собой ничтожность, то есть недействительность договора.

Статья 821 ГК РФ содержит положение о том, что заемщик вправе отказаться от получаемого кредита – полностью или частично, если предупредит об этом кредитора заранее, до указанного в договоре срока его предоставления (если иное не предусмотрено в самом договоре кредитования, законе или нормативном акте).

Несмотря на то что договор потребительского кредитования по сути является публичным, банк вправе отказаться от выдачи кредита, если ему известны обстоятельства, очевидно свидетельствующие о возможных проблемах с погашением займа.

Если же в договоре кредитования указан целевой характер кредита (например, на приобретение квартиры), а заемщик использует полученные средства не по назначению, банк имеет право отказаться от дальнейшего кредитования заемщика по уже заключенному договору.

Законодательство четко определяет обязанность заемщика возвратить кредитору сумму полученного займа и уплатить по нему проценты в соответствии с договором. На это указывает статья 810 ГК РФ.

Заемщик имеет право досрочно погасить сумму кредита и проценты по нему, если на то у него имеется согласие кредитора. Другими словами, если в договоре кредитования не предусмотрены условия досрочного погашения, то следует уточнить в кредитной организации саму возможность такого погашения. Получив согласие банка, вы можете вносить на свой счет дополнительную сумму, которая и будет списана в следующий платежный период.

Платежный период – срок, в течение которого банк списывает с текущих счетов клиента суммы ежемесячных платежей.

Обычно платежный период в банке составляет пять – семь рабочих дней. Последний день платежного периода – это дата, вслед за которой банк имеет право начислять штрафы. Договор кредитования может содержать как конкретные суммы штрафов и пени, так и ссылку на законодательство. Что же предусматривает Гражданский кодекс?

Статья 811 Гражданского кодекса указывает, что если заемщик не соблюдает сроки погашения взятого займа, то на сумму займа начисляются дополнительные проценты. Это правило используется, если договор предусматривает единовременный возврат суммы займа и процентов по нему. Размер пени в соответствии со статьей 395 ГК РФ соответствует учетной ставке банковского процента на день исполнения обязательства. Эти правила применяются, если иное не предусмотрено законом или самим договором кредитования.

Обычно банки в условиях кредитования прописывают обязанность заемщика возвращать кредит по частям, то есть в рассрочку. Если клиент не внес необходимую сумму в определенный срок, то кредитная организация имеет право применить пункт 2 статьи 811 ГК РФ. Он гласит, что при нарушении срока возврата очередного платежа кредитор имеет право потребовать возврата всей оставшейся суммы вместе с причитающимися процентами.

Для заемщика это означает только одно: следует аккуратно вносить регулярные платежи по кредиту. Иначе вместо рассрочки в несколько лет над заемщиком нависнет угроза единовременной оплаты не только всей суммы полученного кредита, но и суммы процентов. Конечно, смысл получения кредита в этом случае теряется.

Кредитный договор – это основной документ, регламентирующий финансовые взаимоотношения кредитной организации и заемщика. Гражданский кодекс указывает, что такой документ должен быть составлен в письменной форме, иначе он теряет юридическую силу и является недействительным.

При заключении кредитного договора заемщик должен внимательно прочитать документ, уяснить для себя все положения этого документа и понять, какие права и обязанности он приобретает при заключении кредитного договора.

Структура кредитного договора должна включать в себя определенные разделы.

В самом начале документа указывается номер кредитного договора, дата и место его подписания. Номер договора является своеобразным «навигатором» в системе банковских документов, а дата договора – «отправной точкой» начала начисления процентов в соответствии с условиями кредитования.

В разделе «Стороны договора» кредитор указывает свое полное наименование, юридический адрес и регистрационные данные, а заемщик – полное имя, паспортные данные и адрес проживания. Как для кредитной организации, так и для ее клиента этот пункт является очень важным. Ведь при возникновении споров все документы, отправляемые по почте, высылаются именно по адресу официальной регистрации как заемщика, так и кредитора.

В документе должны содержаться определения, которые используются в тексте кредитного договора. Ведь если одно определение содержится в законодательстве, то другое необходимо разъяснять, потому что официального, законодательного его толкования не существует. К сожалению, юридическая практика пестрит случаями, когда предложения, включающие слова без точного определения



(например, «договор»), могут быть неоднозначно истолкованы (о каком договоре идет речь?), в результате чего соответствующий пункт документа не будет защищать прав одной из сторон сделки.

Договор кредитования должен содержать понятие «предмет договора». В частности, этот пункт должен включать сведения о том, что банк предоставляет заемщику определенную сумму на определенных условиях, а заемщик – возвращает кредит и уплачивает проценты в соответствии с условиями кредитования.

Если кредит имеет целевое назначение (например, покупка объекта недвижимости), то это условие также отражается в кредитном договоре. В случае с объектом недвижимости указываются данные, которые позволяют однозначно определить покупаемый объект среди других: адрес, количество комнат, общая и жилая площадь (в случае покупки жилой недвижимости) и т.д.

Обычно в этом же пункте банк указывает, является ли кредит обеспеченным или нет. Если кредит обеспечен недвижимостью, то ее местоположение, характеристики и стоимость также отражаются в договоре.

В некоторых случаях банк прописывает порядок предоставления кредита. Обычно такая практика имеет место при выдаче значительных сумм либо при открытии кредитных линий. В этом случае указывается порядок действий банка, заемщика и контрагентов, согласно которому регулируется процесс предоставления кредита.

Очень важным для заемщика является пункт договора о порядке пользования кредитом и его возврата. Конечно, если банк выдает потребительский экспресс-кредит, то в нем вряд ли будут указаны условия использования кредита. Но этого нельзя сказать о таких крупных займах, как, например, ипотечные или коммерческие кредиты. В последнем случае направление использования денежных сумм регламентируется очень четко.

Пункт о порядке возврата кредита является обязательным и одним из самых важных для заемщика. В нем указывается, как именно следует возвращать кредит: с какой периодичностью, какие суммы необходимо регулярно вносить, возможно ли досрочное погашение (если возможно, то на каких условиях), какой момент является моментом исполнения обязательств и многое другое. Здесь же банк указывает и порядок списания просроченной задолженности, если на нее назначены штрафы и пени.

Следующим обязательным пунктом договора кредитования является положение о правах и обязанностях сторон. Основной обязанностью заемщика, согласно этому пункту, является соблюдение условий кредитования и аккуратное внесение платежей по кредиту. Кроме того, при предоставлении крупных займов банк может указать клиенту на необходимость застраховать объект залога, провести независимую оценку его стоимости, а также содержать его в надлежащем состоянии.

Зачастую банк указывает на обязанность заемщика уведомить кредитную организацию при смене места жительства или места работы. Эти положения включаются в договор для того, чтобы кредитная организация имела возможность своевременно направлять заемщику

информационные сообщения (например, при изменении реквизитов счета, на который вносится платеж).

Заемщик должен четко следить за тем, чтобы в договоре не было указано право банка на одностороннее изменение существенных условий кредитования. Это право в будущем может повлечь за собой не только снижение процентной ставки, но и повышение платежей и ужесточение условий кредитования, что для заемщика может быть абсолютно невыгодным.

Обязанности кредитной организации обычно помещаются в один абзац: банк обязуется выдать заемщику кредит в порядке и на условиях, предусмотренных договором кредитования.

Права кредитора значительно шире и позволяют начислять штрафы, пени за просрочки платежа, а также при определенных обстоятельствах требовать досрочного возврата кредита. При подписании договора заемщик должен четко уяснить для себя эти обстоятельства и ни в коем случае не допускать их наступления.

Пункт об *ответственности сторон* содержит конкретные суммы, которые могут быть начислены за просрочки платежей или другие нарушения условий кредитования. Здесь же обычно указывается, что заемщик несет ответственность за неисполнение условий договора всем принадлежащим ему имуществом.

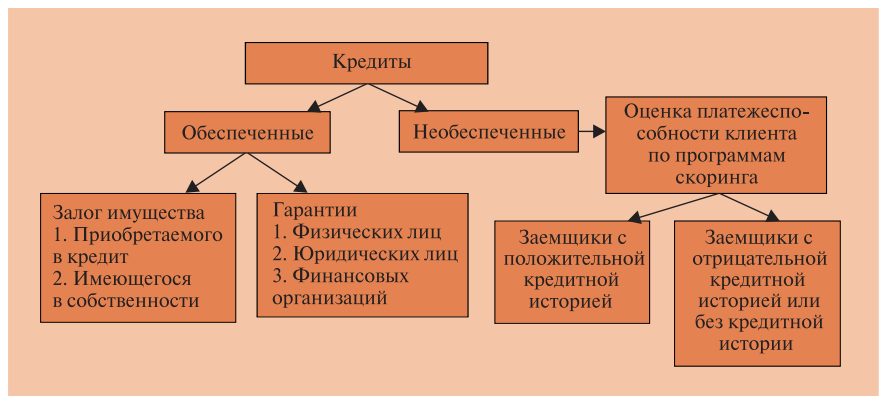
В кредитном договоре могут содержаться и иные условия, которые не противоречат законодательству.

Заключительный пункт договора содержит личные подписи сторон: должностного лица кредитной организации и заемщика, получающего кредит.

ИЗУЧАЕМ ВОЗМОЖНОСТИ И ОПАСНОСТИ ОБЕСПЕЧЕННЫХ И НЕОБЕСПЕЧЕННЫХ КРЕДИТОВ

Сразу отметим: выдаваемый банком кредит может быть как обеспеченным, так и необеспеченным. В зависимости от программы кредитования, банк может принять в обеспечение залог движимого или недвижимого имущества, поручительство физических или юридических лиц, в некоторых случаях – банковские гарантии.

Рис. 1
Классификация кредитов по виду обеспечения





Ипотечный кредит по своему определению является обеспеченным. В залог банк обычно принимает объект недвижимости – либо покупаемый в кредит, либо уже имеющийся у заемщика в собственности. Бывают случаи, когда заемщик не может предоставить в залог объект недвижимости. Например, если квартира приобретается в строящемся жилье, то заложить ее невозможно – ведь свидетельства о собственности еще нет. Для того чтобы минимизировать риски, банк предлагает заемщику привлечь поручителей. В договоре кредитования обычно указывается, что поручитель несет солидарную ответственность с основным заемщиком в случае невыполнения условий договора.

Какую ответственность такое условие приносит поручителю? Если основной заемщик по каким-то причинам (не связанным с наступлением страхового случая) не выплачивает кредит, то поручителю придется вносить регулярные платежи вместо заемщика.

Потребительский кредит чаще всего не предполагает дополнительного обеспечения, однако бывают и исключения. Банки вполне справедливо опасаются выдавать крупные суммы без обеспечения, даже если документы заемщика свидетельствуют о его финансовом благополучии.

В подавляющем большинстве случаев при выдаче кредита банк запрашивает у потенциального клиента разрешение на использование его кредитной истории. По сути, положительная кредитная история является для банка дополнительной гарантией и свидетельствует о финансовой дисциплине заемщика. Механизм использования кредитной истории очень схож с использованием обеспечения, с той лишь разницей, что кредитная история создается лично заемщиком и ее формирование не требует от клиента никаких дополнительных ресурсов, кроме собственной дисциплинированности.

Какими преимуществами и недостатками для заемщика обладают обеспеченные кредиты по сравнению с необеспеченными?

Для начала уточним, что предоставление обеспечения предполагает длительную работу с этим обеспечением. Клиент банка должен найти подходящий залог (или поручителя). Банк, со своей стороны, должен проверить, насколько предлагаемое обеспечение соответствует требованиям банка. Для заемщика это означает необходимость проведения дополнительных процедур – оценки, страховки. А это не только денежные затраты, но и, главным образом – временные. Ведь зачастую эти процедуры проводятся сторонними организациями. В результате ни заемщик, ни банк не в силах ускорить процесс кредитования.

Еще одним положительным моментом для заемщика является то, что наличие обеспечения является дополнительным плюсом при оценке банком возможности возврата займа. Если риск невозврата кредита снижен, значит банк может пойти и на снижение процентов по кредиту. Конечно, для заемщика гораздо выгоднее получить деньги под пониженную процентную ставку.

Следующий очень важный аспект, на который следует обратить внимание при получении кредита, – оценка предмета залога. Сделка купли-продажи дорогостоящего имущества обычно предполагает и

высокие риски. Например, у покупаемой квартиры могут оказаться «дополнительные» собственники или застройщики нового дома не могут предоставить документы по строительству. Все это – риски заемщика.

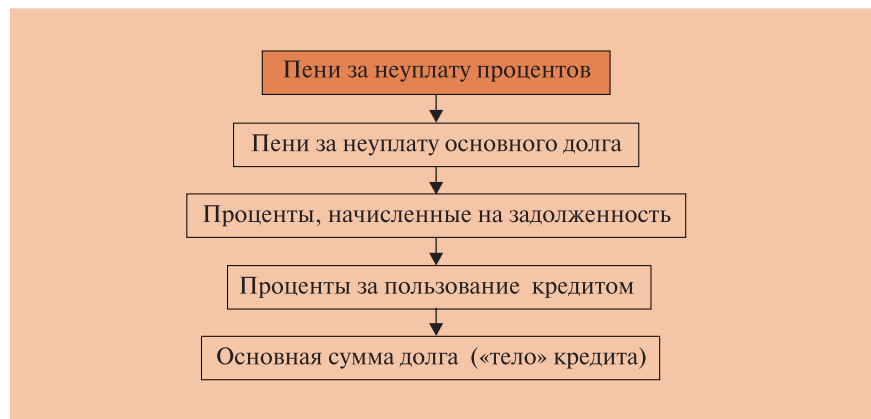
Если же банк требует обеспечение, то это требование предполагает и проверку покупаемого объекта недвижимости. Такая проверка может уберечь заемщика от различных махинаций, которые не всегда очевидны для неопытного покупателя.

Но самый опасный для заемщика аспект обеспеченности кредита – это факт того, что при регулярных просрочках платежей кредитная организация имеет право реализовать купленное в кредит и заложенное имущество. Для заемщика это, безусловно, минус: ведь в одночасье можно потерять деньги, которые уже выплачены, да к тому же остаться должником, если стоимость имущества не покрывает стоимости взятого кредита. Что же делать? Ответ только один – ответственно относиться к своим обязательствам и аккуратно вносить платежи по кредиту.

ИЗУЧАЕМ ПОРЯДОК ПОГАШЕНИЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПЕРЕД БАНКОМ

Если у заемщика возникла просроченная задолженность перед банком, скорее всего, ему будут назначены штрафы и пени. Условия их начисления должны быть прописаны в кредитном договоре. В результате клиент будет вынужден сразу оплатить несколько видов задолженностей (конечно, если они указаны в договоре).

Рис 2
Очередность погашения задолженности перед банком



Следует иметь в виду, что обычно кредитная организация прописывает в договоре именно указанную выше последовательность погашения долга. Поэтому заемщику, просрочившему платеж, следует гасить сразу всю сумму задолженности, иначе пени и проценты будут начисляться и далее. Другими словами, погасить сумму основного долга можно, только погасив другие виды задолженностей по этому платежу. Приведем пример.

Ежемесячный платеж по кредиту составляет 5 тыс. руб. Платеж не был внесен вовремя, и заемщику были назначены пени – за неуплату основного долга (200 руб.) и неуплату процентов (300 руб.). Желая



расплатиться по кредиту, заемщик внес на счет свой ежемесячный платеж – 5 тыс. руб., а штрафы решил заплатить позже. По его мнению, если сумма основного долга уже внесена, то штрафы начисляться не будут.

К сожалению, это довольно распространенное заблуждение. Кредитная организация продолжит начисление штрафов: ведь средства со счета списываются именно в той последовательности, которая указана в договоре. И факт оплаты основного долга (по мнению заемщика) вовсе не означает, что банк не будет начислять штрафы и далее.

Иногда возникают ситуации, в которых заемщик не имеет возможности погасить кредит – ни собственными силами, ни за счет займов у друзей и родных. Поэтому, чтобы минимизировать риск собственных убытков, кредитной организацией предусмотрена возможность реализации обеспечения по кредиту. Это означает, что заложенный в обеспечение кредита дом или автомобиль может быть продан – как банком, так и самим заемщиком. В этом случае задолженность погашается из суммы, вырученной от продажи.

Но сколь бы ни были жестки требования банков к погашению задолженности, законодательство защищает базовые, неотъемлемые права граждан.

Статья 446 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации содержит перечень имущества должника, на которое взыскание не может быть наложено:

√ *Жилое помещение (его часть), если для гражданина-должника и членов его семьи, совместно проживающих в принадлежащем помещении, оно является единственным пригодным для постоянного проживания помещением. Исключение составляют объекты недвижимости, которые являются предметом залога.*

√ *Земельные участки, на которых расположены указанные выше объекты, а также земельные участки, использование которых не связано с ведением гражданином-должником предпринимательской деятельности. Исключение составляет имущество, которое является предметом залога.*

√ *Предметы обычной домашней обстановки и обихода, вещи индивидуального пользования (одежда, обувь и т.д.), за исключением драгоценностей и других предметов роскоши.*

√ *Имущество, необходимое для профессиональных занятий гражданина-должника, за исключением предметов, стоимость которых превышает 100 МРОТ.*

√ *Племенной, молочный и рабочий скот, олени, кролики, птица, пчелы, используемые для целей, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, а также хозяйственные строения и сооружения, корма, необходимые для их содержания.*

√ *Семена, необходимые для очередного посева.*

√ *Продукты питания и деньги на общую сумму не менее трехкратной установленной величины прожиточного минимума самого гражданина-должника и лиц, находящихся на его иждивении. Если*

же иждивенцы нетрудоспособны, устанавливается остаток денежных средств, эквивалентный шестикратной величине прожиточного минимума установленной для каждого из указанных лиц.

√ *Топливо*, необходимое семье гражданина-должника для приготовления своей ежедневной пищи и отопления в течение отопительного сезона своего жилого помещения.

√ *Средства транспорта* и другое необходимое гражданину-должнику в связи с его инвалидностью имущество.

√ *Призы, государственные награды, почетные и памятные знаки*, которыми награжден гражданин-должник.

РАЗРАБАТЫВАЕМ АРГУМЕНТЫ В СПОРЕ С КРЕДИТНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В кредитном договоре прописываются не только права и обязанности, но и ответственность сторон. Причем чаще всего эти положения применяются именно к заемщику, а не к банку. Действительно, первой обязанностью банка, согласно кредитному договору, является предоставление кредита. Далее кредитная организация лишь обязуется принимать платежи от заемщика и пересчитывать их в случае необходимости. А для заемщика в момент выдачи кредита «полоса ответственности» только начинается.

Основной обязанностью получателя кредита, согласно договору, является своевременное внесение ежемесячных платежей. Большая часть прений кредитора и заемщика возникает именно из-за несвоевременной оплаты заемщиком оговоренных сумм. Но бывают и другие причины разногласий: неверное понимание заемщиком условий договора или навязывание банком дополнительных услуг, которые нужно оплачивать.

Порядок разрешения споров между кредитором и заемщиком указывается в договоре. Конечно, его положения не должны противоречить законодательству. Но в Гражданском кодексе Российской Федерации нет запрета на наложение штрафов и пени за неисполнение обязательств, чем банки активно и пользуются. Если возникает конфликтная ситуация, возможность наступления которой не указана в договоре, то она должна решаться в суде общей юрисдикции, обычно – по месту нахождения кредитной организации.

Попав в неприятную ситуацию, заемщик не знает, что делать и куда обратиться. С одной стороны, по его мнению, он прав, с другой – банк настолько жестко настаивает на своих требованиях и столь безапелляционно предъявляет претензии, что заемщику, действительно, впору растеряться.

В первую очередь следует определиться, к компетенции какого органа или ведомства относится ваша ситуация. Если в кредитном договоре указаны условия, которые противоречат действующему законодательству, либо банк не выполняет своих обязательств и не соблюдает права заемщика, то следует обращаться в суд. Помните, неправомерные действия банка придется доказывать. Поэтому ни в коем случае нельзя выбрасывать документы, имеющие отношение к вашему кредиту, – будь то кредитный договор, письма-требования от банка или платежные квитанции об оплате задолженности.



Однако есть и внесудебные методы разрешения споров, которые в некоторых ситуациях бывают эффективнее обращения в суд. Следует учитывать, что такие методы действенны лишь в случаях, когда банку выгоднее решить вопрос в пользу добросовестного заемщика, нежели доводить дело до суда и нести судебные издержки. Кроме того, очень эффективным может быть обращение в организации, контролирующие деятельность банков и уполномоченные выдавать рекомендации относительно спорных ситуаций, возникающих у банка с клиентом.

Предлагаем вашему вниманию **перечень организаций, которые могут помочь в решении споров с банком.**

Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере защиты прав потребителей на потребительском рынке.

В «Положении о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека» указано, что служба ведет проверку деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и граждан по выполнению требований законодательства Российской Федерации в области защиты прав потребителей и правил продажи отдельных видов товаров.

Кроме того, Роспотребнадзор организует прием граждан, обеспечивает рассмотрение обращений, принимает по ним решения и направляет заявителям ответы в срок, установленный законодательством.

Структурным подразделением службы является управление по защите прав потребителей. Обратиться в управление с жалобой можно как посредством электронной связи, так и направив почтовое сообщение с указанием наименования структурного подразделения. Адрес направления заявлений указан на электронном сайте службы (www.rospotrebnadzor.ru).

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России).

В «Положении о Федеральной антимонопольной службе» указано, что ФАС России осуществляет контроль и надзор за соблюдением законодательства о рекламе (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа) и за действиями, результатом которых может стать ущемление интересов потребителей товара.

Другими словами, в сфере рекламы ФАС наделена полномочиями по предотвращению и пресечению ненадлежащей рекламы, которая способна ввести потребителей в заблуждение и нанести вред здоровью граждан. Например, если вы, поддавшись рекламным лозунгам, получили банковскую карту и обнаружили, что условия ее использования существенно отличаются от заявленных в рекламе, то Федеральная антимонопольная служба, проведя собственное расследование, вправе обязать банк возместить ущерб получателю такой карты.

В структуру службы входит управление контроля и надзора на рынке финансовых услуг, которое не только следит за состоянием рынка банковских, страховых и других финансовых услуг, но и контролирует деятельность негосударственных пенсионных фондов (НПФ).

Сайт Федеральной антимонопольной службы (fas.gov.ru) содержит информацию об адресах приема обращений граждан и телефонах консультационных служб.

Ассоциация региональных банков России (Ассоциация «Россия») является некоммерческой организацией, объединяющей на добровольных началах банки и другие юридические лица для обеспечения общих интересов. В числе основных направлений деятельности ассоциация называет укрепление доверия к российскому банковскому сектору со стороны населения, а также достижение баланса мер по защите интересов вкладчиков и банков.

Созданная в первую очередь в целях обеспечения гарантий деятельности банков, ассоциация в то же время является авторитетной организацией, которая обладает мощными рычагами воздействия на своих членов.

На интернет-сайте Ассоциации региональных банков России (www.asros.ru) можно узнать почтовый адрес организации и электронные адреса ее комитетов и структурных подразделений.

Ассоциация российских банков (АРБ) является негосударственной некоммерческой организацией и объединяет в своем составе банки, кредитные организации и другие финансовые структуры, работающие в сфере денежно-кредитных отношений на территории России.

Одной из основных целей деятельности организации, согласно пункту 3.2 устава АРБ, является «обеспечение соблюдения банками-участниками этических принципов банковского дела». Кроме того, АРБ контролирует банковскую деятельность своих участников и служебную деятельность их должностных лиц и применяет к ним меры воздействия в пределах полномочий, предоставленных ассоциации законодательством и ее уставом.

В структуре ассоциации ведут работу такие комитеты, как комитет АРБ по региональной политике, координационный комитет АРБ по стандартам качества банковской деятельности, комитет АРБ по коллаторской деятельности и другие.

Сайт Ассоциации российских банков (www.arb.ru) содержит контактную информацию представителей и руководителей комитетов и рабочих групп АРБ.

ПОЛУЧАЕМ СПРАВКУ О ПОГАШЕНИИ КРЕДИТА

Закрытие кредита – это такая же важная часть работы с займом, как и его погашение. После погашения всех платежей заемщику желательно взять в банке справку об отсутствии задолженности. Зачем?

На руках у заемщика должен остаться документ, подтверждающий факт выполнения всех обязательств перед банком. К сожалению, встречаются случаи, когда клиент банка, будучи полностью уверенным в выполнении своих обязательств, получает от банка счет и требование его немедленной оплаты. Заемщик может не знать, что, например, для полного погашения задолженности не хватило буквально нескольких копеек. Тем не менее обязательства считаются невыполненными, а на заемщика начисляются пени и штрафы. В ре-



зультате начисленные за просрочку суммы через полгода или год окажутся очень внушительными.

Кто же виноват в такой ситуации? Безусловно, не банк. Заемщик обязан самостоятельно следить за состоянием своей задолженности. Банк же имеет право, но не обязан регулярно информировать клиента о состоянии его счета. В такой ситуации суд, скорее всего, вынесет решение в пользу банка. Поэтому рекомендуем во избежание недоразумений сразу после возврата кредита получить от банка справку о полном погашении задолженности. Впоследствии это избавит от неприятных неожиданностей и уберезет от непредвиденных расходов.

НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ, РЕКОМЕНДУЕМЫЕ К ПРОЧТЕНИЮ

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 2, глава 42 «Заем и кредит».
2. Федеральный закон № 395-1 «О банках и банковской деятельности» от 2 декабря 1990 года.
3. Письмо ЦБ РФ № 175-Т «Об определении эффективной процентной ставки по ссудам, предоставленным физическим лицам» от 29 декабря 2006 года.
4. Положение о порядке предоставления (размещения) денежных средств кредитными организациями и их возврата (погашения) № 54-П от 31 августа 1998 года¹.



ЦЕНТР ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ:

WWW.INVEST-PROSVET.RU — ГЛАВНЫЙ САЙТ ЦЕНТРА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ,
ГДЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ВСЕ ПРОЕКТЫ

WWW.FINHISTORY.ORG — ИСТОРИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА И АКЦИОНЕРНОГО ДЕЛА

WWW.REPUTASYA.RU — ВСЕ О КРЕДИТНЫХ ИСТОРИЯХ В РОССИИ

WWW.FINCONSALT.INFO — БЮРО ФИНАНСОВЫХ И КОРПОРАТИВНЫХ КОНСУЛЬТАЦИЙ

WWW.SCHOOLMONEY.RU — ШКОЛА ДЕНЕГ

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ, ЖДЕМ ОТ ВАС СООБЩЕНИЙ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ:

INFO@INVEST-PROSVET.RU ИЛИ NNKALININA@YANDEX.RU

¹ Во втором номере журнала за 2007 год на странице 94 (строки 9 и 24 снизу) вместо слова «пенсионного» следует читать «паевого».

Татьяна Александровна МОРОЗОВА,

консультант по личным финансам, редактор издательских проектов

НФ «Центр инвестиционного просвещения», t.morozova@invest-prosvet.ru

Не бегайте от кредиторов – попадете к коллекторам!

На сегодняшний день кредиты доступны большинству населения. С их помощью можно приобрести практически все: от кухонного комбайна до автомобиля, квартиры или коттеджа. Однако банк может не только обеспокоиться вопросом о том, отдаст ли клиент кредит в случае нарушения дисциплины погашения задолженности, но и поручить возврат денег коллекторскому агентству. В этой статье мы попытаемся разъяснить специфику работы коллекторов в отношении недобросовестных заемщиков.

Сможет ли клиент отдать кредит?

Часто, приобретая кредит, человек не задумывается о последствиях, которые могут его ожидать в случае невозврата долга. А это может случиться с каждым, ведь жизнь изменчива и непредсказуема. Например, может обанкротиться предприятие, на котором человек работает, можно попасть в больницу и вовремя не внести платеж. Да мало ли что может произойти? И независимо от причины, по которой возник долг, человек должен быть готов к тому, что ему придется иметь дело с коллектором – специалистом по взысканию долгов. При оформлении кредита сотрудники банка не информируют клиента о том, что в случае возникновения долга взысканием займется коллекторское агентство, задача которого – вернуть долг во что бы то ни стало.

Чем занимаются коллекторские агентства?

Коллекторское агентство (от *англ.* collection – собирание) – компания, профессионально занимающаяся взысканием проблемных задолженностей, осуществляющая работу по возврату долга за определенный процент. Под коллекторской деятельностью специалисты понимают массовое взыскание преимущественно бесспорных однотипных задолженностей.

Таким образом, можно выделить следующие основные признаки коллекторской деятельности:

- √ большое количество дел (конвейерность);
- √ преимущественно бесспорный характер дел;
- √ однотипность.

Конвейерность означает большое количество дел, при котором у организации отсутствует индивидуальный подход к каждому. Как юридический, так и организационный (то есть способы общения с



должником) порядок взаимодействия с государственными органами и структурами стандартен и упорядочен. Возможен некий индивидуальный подход при непосредственном взаимодействии коллектора с должником, однако он происходит в рамках стандартных процедур.

Бесспорность долга в данном случае означает, что по этим долгам должник не имеет оснований для спора, предъявления встречных требований и т.д. Другими словами, договор, в соответствии с которым у кредитора возникает право требования долга, практически стопроцентно будет признан в суде действительным. К разряду таких договоров относятся в основном договоры кредита или займа, в отличие, например, от задолженности по договорам поставки, оказания услуг.

Однотипность предполагает одинаковый характер:

- √ должников (физические лица);
- √ вида кредита (потребительский, автомобильный, экспресс-кредитование);
- √ условий договора (перечень документов, основания возникновения и т.д.).

На сегодняшний день, в разгар бума потребительского кредитования, именно кредитные организации являются основными потребителями услуг профессиональных коллекторов, а объектом воздействия – физические лица, задолжавшие банкам.

Кому нужны коллекторы?

К коллекторским агентствам как агентствам по возврату кредитных задолженностей все чаще обращаются банки, активно занимающиеся кредитованием физических лиц. Область коллекторской деятельности является перспективной для развития, так как рост кредитования продолжает оставаться достаточно активным, а вместе с ним растет и объем просроченной задолженности. По данным Ассоциации региональных банков России, за последние пять лет задолженность населения по кредитам перед банками выросла более чем в 20 раз, достигнув к 1 ноября 2006 года 1,874 трлн руб. По данным «РБК Кредит», к концу 2006 года объем просроченной задолженности составлял 1 – 1,5 млрд долл. (1,5 – 2,5% общего объема выданных кредитов). Ежегодно общий объем просроченной задолженности увеличивается на 50 – 70%.

Таким образом, работа по возврату долгов нужна не только банкам, но и банковской системе в целом, а значит и ее клиентам, поскольку она в какой-то мере является элементом профилактики банковских кризисов.

Какие нормативные акты регулируют деятельность коллекторов?

Отдельных нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность коллекторских агентств, пока нет. Коллекторы должны осуществлять свою деятельность, опираясь на общее законодательство Российской Федерации. Профессиональное коллекторское агентство, дорожащее своей деловой репутацией, ведет работу, соблюдая законы Российской Федерации и не используя в своей деятельности методы, запрещенные законодательством.

Деятельность коллекторов опирается прежде всего на следующие нормативные документы:

• **Конституция Российской Федерации.**

Пункт 2 статьи 17 Конституции РФ гласит: основные права и свободы человека неотчуждаемы и принадлежат каждому от рождения. Коллекторы обязаны соблюдать права и свободы человека, при общении с должником недопустимо применение угроз жизни, здоровью, физического или психического насилия, посягательства на семейную тайну или деловую репутацию. Сотрудник коллекторского агентства не может собирать, использовать и распространять информацию о частной жизни человека, вовремя не вернувшего кредит.

• **Гражданский кодекс Российской Федерации.**

Глава 42 Гражданского кодекса РФ (заем и кредит) определяет, что такое кредитный договор, его форму, порядок получения процентов с заемщика. Статья 810 ГК РФ устанавливает обязанность заемщика возратить сумму займа в срок и в порядке, предусмотренном договором, определяет последствия нарушения заемщиком договора и многое другое.

• **Уголовный кодекс Российской Федерации.**

Статья 159 УК РФ устанавливает ответственность за мошенничество, то есть хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием. Порой коллекторам приходится использовать эту статью в своей работе, например, если человек оформлял кредит по чужому или поддельному паспорту. Статья 177 УК РФ устанавливает ответственность за злостное уклонение от погашения кредиторской задолженности.

• **Гражданский процессуальный кодекс.**

В случае если отношения коллектора с должником доходят до судебной стадии, применяются нормы Гражданского процессуального кодекса, регулирующего порядок рассмотрения дела в суде, а также исполнение судебных решений.

• **Федеральный закон «Об исполнительном производстве».**

Этот закон устанавливает основание применения мер принудительного воздействия, перечисляет меры принудительного воздействия, а также перечисляет имущество должника, на которое не может быть обращено взыскание.

В своей деятельности коллекторские агентства руководствуются и многими другими нормативно-правовыми актами.

**Почему банки
отдают долги
коллекторам?**

Коллекторский бизнес в России является бизнесом молодым, развивающимся, и практика взаимодействия банков с коллекторскими агентствами пока недостаточно отлажена и урегулирована. Конечно, банки могут самостоятельно решать проблему возврата долгов с помощью внутренних служб, однако их деятельность не всегда является эффективной. Кроме того, для содержания таких служб необходимо дополнительное финансирование, обучение сотрудников, увеличение штата. Поэтому банки все чаще передают решение проблемных вопросов с возвратом долгов специализированным организациям – коллекторским агентствам.



Как действуют сотрудники банка в случае просрочки платежей? График, определяющий сроки ежемесячных выплат и процентов по кредиту, – неотъемлемая часть кредитного договора с банком. Подписывая документы, заемщик выражает согласие с оговоренными в нем действиями банка, которые последуют в случае, если график выплат будет нарушен. В первые дни после той даты, когда должен быть произведен платеж, специалисты банка оповещают должника о необходимости погашения долга, как правило, сотрудники банка напоминают должнику о долге по телефону. В такой ситуации не следует пытаться скрыться от сотрудников банка, надо идти с ними на переговоры, честно объяснив свое затруднительное материальное положение. Скорее всего, должнику будет предложено реструктуризировать долг и вернуть его в более поздние сроки с применением штрафных санкций (дополнительных процентов – пени за просроченный платеж) или же вовсе отменить неустойку – возможны различные варианты решения проблемы на досудебном уровне.

Когда долг передается коллекторскому агентству? Увеличивающийся объем задолженностей по кредитам способствует тому, что банки все чаще обращаются к коллекторским агентствам. Обычно коллекторские агентства начинают действовать после того, как внутренние службы банка уже провели определенную работу, но она не принесла желаемого результата. Как правило, долги передаются коллекторскому агентству через 30 дней после просрочки.

Как регулируются отношения банка и коллекторского агентства? Отношения банка и коллекторского агентства регулируются двусторонним договором. Банк может заключить с агентством договор переуступки права требования просроченной задолженности, и агентство работает с неплательщиками, взыскивая долги и получая определенный процент в виде платы за оказанные услуги, однако долг продолжает числиться на балансе банка. Обычно это 10 – 40% и выше от суммы возвращенной задолженности, в зависимости от степени ее сложности. Кроме того, банки могут продавать долги. В таком случае они переводятся на баланс коллекторского агентства, которое приобретает статус кредитора и продолжает отношения с должником уже от своего имени.

Как коллекторское агентство работает с должником? Задача сотрудников агентств по сбору долгов – взаимодействие с должником таким образом, чтобы вернуть деньги. Конечно, ни о каких криминальных методах речь не идет, но жесткие взаимоотношения и прессинг обязательно будут. *Все эти методы коллекторского агентства нацелены на результат – возвращение денежных средств в кратчайшие сроки и с минимальными затратами.*

Можно выделить следующие способы воздействия коллекторов на неплательщиков:

- √ общение по телефону;
- √ личное общение;
- √ письменные претензии;
- √ обращение в суд;
- √ исполнение судебного решения.

Всегда ли коллектор – враг?

При первом общении сотрудника коллекторского агентства с должником выясняются обстоятельства, причины, по которым задолженность не погашена, возможности погашения задолженности в будущем. В некоторых случаях коллектор оказывает должнику правовую помощь, в частности, проясняются отдельные пункты договора, определяется, в каком случае банк может пойти навстречу, заморозить штрафные проценты или реструктуризировать долг. Коллектор определяет позицию должника и в соответствии с этим строит свою дальнейшую деятельность. Как показывает практика, возможно погашение долга уже на этом этапе взаимодействия должника и коллектора. По оценкам участников рынка, на этом этапе возвращается до 30% просроченной задолженности.

Коллектор подскажет, как можно расстаться с долгом?

Сотрудники коллекторского агентства осуществляют телефонные звонки по всем вероятным местам жительства должника, местам его работы. Во время первого телефонного контакта коллектор, помимо непосредственного напоминания о существовании долга, определяет общее положение должника и возможные способы решения проблемы. Во время телефонного общения коллектор выступает как некий консультант, подсказывая, каким образом можно расстаться с долгом. Например, он может предложить автоматическое отчисление части зарплаты бухгалтерией работодателя должника в счет погашения долга, займы у друзей или родственников, продажу какого-либо имущества и т.д. Основной задачей сотрудника коллекторского агентства на стадии телефонных переговоров является привлечение должника к сотрудничеству.

Стоит ли скрываться от кредитора?

Коллектору необходимо донести до должника, что сотрудничество с кредитором даст только положительный эффект. Не следует скрываться от кредитора. Банк, увидев заинтересованность в возврате долга, пойдет навстречу даже самому нерадивому заемщику. Коллектор может подсказать способы решения долговой проблемы, он обдумает вместе с вами, какими будут первые шаги в этом направлении, такие, например, как объясняющий рассказ о причинах просрочки, назначение хотя бы приблизительной даты погашения долга, первый, пусть даже небольшой, платеж. Эти действия будут свидетельством того, что должник – не преступное лицо, пытающееся скрыться с чужими деньгами, а человек, в силу каких-либо обстоятельств попавший в затруднительное положение, но прилагающий усилия, чтобы из него выйти.

Если должник не намерен возвращать долги?

Коллектору не всегда удается наладить контакт с должником. Самой распространенной причиной этого являются непрофессиональные самостоятельные действия кредитора или некомпетентных взыскателей, после «работы» которых должнику порой приходится оказывать психологическую помощь. На этой стадии особенно ценятся психологические навыки коллектора. При неаккуратной работе должник может отказаться от общения или даже попытаться скрыться сам или скрыть имущество и доходы, что приведет к невозможности удовлетворения законных требований кредитора и судебному преследованию.



Если же должник не настроен на возвращение долга, позиция коллектора несколько меняется. В такой ситуации его задача состоит в том, чтобы подробно объяснить должнику негативные последствия невозвращения долга, это гражданская, уголовная ответственность, плохая кредитная история и т.д. Должник должен четко представлять меру своей ответственности.

Что коллектор объясняет должнику при встрече?

Безусловно, коллекторы могут общаться с должниками и лично, если коллекторское агентство сочтет это необходимым и более продуктивным, нежели телефонные переговоры. Личное общение носит характер разъяснительной беседы, в ходе которой должнику объясняют его ситуацию и предлагают способы выхода из нее.

Коллекторские агентства также применяют рассылку письменных претензий должнику, в которых содержатся требования, объясняются возможные последствия, ответственность.

Если договориться с должником не удалось, коллекторское агентство направляет дело в суд. На этой стадии коллекторское агентство осуществляет сопровождение судебного процесса, а после вынесения решения, в случае необходимости, инициирует ход исполнительного производства.

Дела о взыскании задолженностей по кредитам с физических лиц рассматриваются в суде общей юрисдикции в порядке гражданского судопроизводства. Если должник – юридическое лицо – в Арбитражном суде.

В каком случае дело может быть рассмотрено мировым судьей?

Многие коллекторы предпочитают упрощенную форму судебного разбирательства – у мирового судьи. В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О мировых судьях» мировой судья рассматривает в первой инстанции помимо других дел:

- √ дела о выдаче судебного приказа;
- √ дела по имущественным спорам при цене иска, не превышающей 500 минимальных размеров оплаты труда, установленных федеральным законом на день подачи заявления.

Таким образом, дело может быть рассмотрено у мирового судьи, если цена иска не превышает 500 минимальных размеров оплаты труда, то есть, если сумма долга составляет менее 50 тыс. руб. Также дело рассматривается мировым судьей, если подается заявление о выдаче судебного приказа (независимо от суммы требований). Согласно статье 121 Гражданского процессуального кодекса (ГПК), судебный приказ – судебное постановление, вынесенное судьей единолично на основании заявления о взыскании денежных сумм или об истребовании движимого имущества от должника по требованиям, предусмотренным статьей 122 ГПК. В частности, судебный приказ выдается, если:

- √ требование основано на нотариально удостоверенной сделке;
- √ требование основано на сделке, совершенной в простой письменной форме.

Что происходит в суде по делам о невозврате кредитов?

В ходе судебного разбирательства судья принимает решение и определяет, из каких средств будет погашаться долг перед банком. Во время судебного разбирательства происходит сбор более подробной информации о должнике и его имуществе. Возможно, суд решит наложить арест на счета или имущество должника. Кроме того, ответчику придется оплатить банку судебные издержки. Затем, в случае рассмотрения дела в порядке искового производства, должник получает копию судебного приказа, в котором сказано, что сотрудники службы судебных приставов вправе начать опись его личного имущества и выставить его на публичные торги. Если этого имущества будет недостаточно для возврата долга, то должнику придется расплачиваться долгие годы: у судебного пристава-исполнителя будет лежать исполнительный лист, и как только у гражданина появится в собственности новое имущество, на него тут же будет обращено взыскание.

Чем выгодно рассмотрение дела у мирового судьи?

При рассмотрении дела мировым судьей ускоряется сама процедура рассмотрения, уменьшается количество затрат. Кроме того, судебный приказ отменяется, если должник возражает против его исполнения. Судья высылает копию судебного приказа должнику, который в течение десяти дней со дня получения приказа имеет право представить возражения относительно его исполнения (статья 128 ГПК).

Согласно статье 129 ГПК, судья отменяет судебный приказ, если от должника в установленный срок поступят возражения относительно его исполнения. В определении об отмене судебного приказа судья разъясняет взыскателю, что заявленное им требование может быть предъявлено в порядке искового производства.

Судебное рассмотрение в порядке приказного производства или мирового судьи происходит в более короткие сроки, чем в общем порядке искового производства. Гражданские дела рассматриваются и разрешаются судом до истечения двух месяцев со дня поступления заявления в суд, а мировым судьей – до истечения месяца со дня принятия заявления к производству (статья 154 ГПК).

В соответствии со статьей 126 ГПК:

1. Судебный приказ по существу заявленного требования выносится в течение пяти дней со дня поступления заявления о вынесении судебного приказа в суд.
2. Судебный приказ выносится без судебного разбирательства и вызова сторон для заслушивания их объяснений.

Кроме того, при рассмотрении дела мировым судьей снижается размер судебных расходов.

Что происходит, если должник не исполняет решение суда?

Если должник не исполняет решение суда, возбуждается исполнительное производство. Коллектор получает исполнительный лист и далее взаимодействует с судебными приставами-исполнителями, оказывая содействие выполнению их работы по взысканию имущества должника.



Необходимо отметить, что Гражданский кодекс РФ в статье 446 выделяет имущество, на которое не может быть обращено взыскание. Например, взыскание не может быть обращено на предметы обычной домашней обстановки и обихода, вещи индивидуального пользования (одежда, обувь и т.д.). Не подлежит взысканию жилое помещение при условии, что оно является единственным пригодным для постоянного проживания должника и членов его семьи, за исключением жилья, являющегося предметом ипотеки.

Могут ли к должнику применить меры принудительного исполнения?

Меры принудительного исполнения могут быть применены к должнику на основании статей Федерального закона «Об исполнительном производстве». К этим основаниям относятся:

- √ предъявление в установленном федеральным законом порядке надлежаще оформленного исполнительного документа;
- √ принятие судебным приставом-исполнителем постановления о возбуждении исполнительного производства;
- √ истечение срока, установленного судебным приставом-исполнителем для добровольного исполнения.

Основными мерами принудительного исполнения являются обращение взыскания на имущество должника, заработную плату, пенсию, стипендию и иные виды доходов, на денежные средства и иное имущество должника, находящееся у других лиц, а также изъятие у должника и передача взыскателю определенных предметов, указанных в исполнительном документе.

Какова ответственность за невозврат долгов по закону?

Согласно требованиям статьи 811 Гражданского кодекса, в случаях, когда заемщик не возвращает в срок сумму займа, на эту сумму подлежат уплате проценты в размере, предусмотренном пунктом 1 статьи 395 ГК, со дня, когда она должна была быть возвращена, до дня ее возврата займодавцу, независимо от уплаты процентов, предусмотренных пунктом 1 статьи 809 ГК (если иное не предусмотрено законом или договором).

Речь идет об ответственности заемщика, не возвратившего в установленный договором срок сумму займа. Он должен возместить кредитору убытки, размер которых определяется учетной ставкой банковского процента на день, когда сумма должна быть возвращена, то есть подлежат уплате проценты со дня, когда сумма займа должна была быть возвращена, до дня ее возврата займодавцу независимо от уплаты процентов.

За что устанавливаются штрафные проценты?

Пункт 1 статьи 395 ГК предусматривает, что за пользование чужими денежными средствами вследствие их неправомерного удержания, уклонения от их возврата, иной просрочки в их уплате либо неосновательного получения или сбережения за счет другого лица подлежат уплате проценты на сумму этих средств. Размер процентов определяется существующей в месте жительства кредитора, а если кредитором является юридическое лицо – в месте его нахождения,

учетной ставкой банковского процента на день исполнения денежного обязательства или его соответствующей части. При взыскании долга в судебном порядке суд может удовлетворить требование кредитора исходя из учетной ставки банковского процента на день предъявления иска или на день вынесения решения. Эти правила применяются, если иной размер процентов не установлен законом или договором. Необходимо учитывать, что кредитным договором может быть оговорен иной, чем в статье 395, размер ответственности заемщика за невозврат долга.

Может ли кредитор потребовать досрочного возврата?

При невыполнении заемщиком обязанностей по своевременному возврату суммы кредита либо обеспечению данных сумм кредитор вправе потребовать досрочного возврата суммы кредита и причитающихся процентов (пункт 2 статьи 811 и статья 813 ГК). Кредитный договор предусматривает исполнение по частям. Нарушение заемщиком срока возврата очередной части долга дает кредитору право требовать досрочного исполнения договора, которое в данном случае сводится к возврату оставшихся частей до установленных договором сроков.

В результате возникает ситуация, когда заемщик пользовался займом в течение более короткого промежутка времени, чем это предусмотрено в договоре, однако исходя из смысла пункта 2 статьи 811 он должен уплатить кредитору проценты в полном объеме.

Причитающиеся проценты – это вся сумма процентов, которая причиталась бы кредитору, если бы заемщик не допустил нарушения и заем был бы возвращен в срок, предусмотренный договором (пункт 16 постановления пленумов ВС и ВАС № 13/14). Таким образом, при досрочном взыскании суммы займа заемщик должен компенсировать кредитору упущенную выгоду, причем независимо от того, отвечает ли он за просрочку возврата части долга. Это объясняется тем, что само право займодавца на досрочное взыскание не связано с вопросом об ответственности заемщика.

Чем грозит злостное уклонение от погашения кредиторской задолженности?

Для лиц, которые пытаются так или иначе не вернуть денежные средства либо взявших кредит без намерения его возврата, существует статья 177 Уголовного кодекса – злостное уклонение от погашения кредиторской задолженности. В этом случае должник скрывается от правоохранительных органов, пытается скрыть свое имущество, размер дохода. Злостное уклонение руководителя организации или гражданина от погашения кредиторской задолженности в крупном размере или от оплаты ценных бумаг после вступления в законную силу соответствующего судебного акта наказывается штрафом в размере до 200 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 18 месяцев, либо обязательными работами на срок от 180 до 240 часов, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет.



Если долг возник не по вине должника?

Безусловно, в число неплательщиков могут попасть люди, не имеющие возможности отдать долг в силу изменившихся жизненных обстоятельств. Например, изменилось место работы, а соответственно и доход либо произошла ликвидация организации, в которой работал должник, то есть человек не может расплатиться не по своей воле, а по не зависящим от него обстоятельствам. Или человек попал в больницу и в силу объективных причин не смог вовремя внести платеж. В этом случае коллекторское агентство предложит должнику составить график новых выплат по кредиту, то есть происходит реструктуризация долга, переносится срок платежа, могут быть отменены штрафные проценты. Если в такой ситуации пойти навстречу коллектору, скорее всего проблему удастся решить.

Что делать, если долг не погашается по забывчивости?

Конечно, бывает и такое, когда плательщик просто забыл о наступлении даты платежа. Иногда это происходит по собственной небрежности должника, особенно, если со стороны кредитора не поступают регулярные напоминания о необходимости внести определенную сумму денег. Звонок коллектора возвращает таких «романтиков» к суровой действительности. Часто человек не согласен с процентами, и коллектору приходится доказывать, что скорейшая оплата пойдет ему на благо: чем скорее заплатишь, тем меньше потратишь.

Что делать, если кредит был взят для друга?

В отдельную категорию следует выделить должников, которые оформили кредит формально на себя, но на самом деле деньги получили их родственники или знакомые, которые не могут или не хотят погашать кредит. Неприятная ситуация, однако юридическая ответственность лежит на том, кто заключал договор о получении кредита. Расплачиваться придется тому, на кого он оформлен. Поэтому, принимая решение о такой услуге для родственника или знакомого, стоит серьезно подумать, нужно ли это делать. Банк выполнил свое обязательство – предоставил деньги, а как человек потом ими распорядился – потратил на себя или передал другому человеку, банку не интересно. А вот в возврате долга банк заинтересован. И будет этого требовать.

Может ли физическое лицо быть признано банкротом?

Статья 2 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» определяет банкротство как признанную Арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

На сегодняшний день не решен вопрос о банкротстве физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями. К физическим лицам, имеющим просроченный долг перед банком, применяются не процедуры банкротства, а исполнительное производство.

Однако уже в ближайшее время планируется внести на рассмотрение поправки к Федеральному закону «О несостоятельности (банкротстве)», которые будут регламентировать процедуру признания физического лица банкротом. В законе уже сейчас есть специальная 10-я глава («Банкротство гражданина»), посвященная банкротству физического лица. В настоящее время нормы *главы 10 Закона*

«О несостоятельности (банкротстве)» не действуют. Согласно пункту 2 статьи 231 указанного закона, «положения о банкротстве граждан, не являющихся индивидуальными предпринимателями, вступают в силу со дня вступления в силу федерального закона о внесении соответствующих изменений и дополнений в федеральные законы».

Суть поправок заключается в том, что не только юридические лица, но и обычные граждане смогут объявлять себя банкротами.

Если должник объявит себя банкротом?

Должник сможет пройти процедуру банкротства, в ходе которой ему может быть предложена программа реструктуризации задолженности. Должнику также предоставляется возможность избавиться от долга, в том числе путем частичного его списания. Предусматривается, что можно будет списать до 25 – 30% долга. Утверждать эту схему будет суд, который может предусмотреть вариант списания, в том числе и без согласия кредиторов. В законопроекте предусматривается ряд ограничений по дальнейшей деятельности физического лица, прошедшего процедуру банкротства. Помимо того, что сведения о таких лицах будут в дальнейшем доступны банкам, данное лицо не сможет в течение определенного срока стать предпринимателем без образования юридического лица, являться учредителем юридических лиц, а также занимать руководящие посты в компаниях.

Что решит закон о банкротстве физических лиц?

Расширение рынка потребительского кредитования, ипотечного кредитования, повышение общего уровня благосостояния граждан определили необходимость законодательного регулирования в сфере несостоятельности (банкротства) гражданина, не являющегося индивидуальным предпринимателем. В настоящее время страх перед возможностью оказаться неспособным вовремя расплатиться с кредитной организацией является сдерживающим фактором развития потребительского кредитования. Возможность остаться с минимумом имущества в результате исполнительного производства страшит многих.

Однако действующее законодательство не вполне устраивает кредиторов. Если для возвращения долга имущества должника недостаточно, банку выгоднее не забирать у человека последнее, а помочь ему сохранить имущественный и социальный статус с реструктуризацией выплат по кредиту.

Какие ограничения для должника предусмотрены законопроектom?

В целях защиты стабильности банковской системы и экономического оборота в целом законопроектом предусматривается ряд ограничений как для должника, окончательно признанного банкротом, так и для должника, успешно осуществляющего (или осуществившего) план реструктуризации долгов. Данные ограничения касаются прежде всего возможности повторной подачи гражданином заявления о признании себя банкротом и реструктуризации новых долгов (установлен пятилетний «период ожидания» между предыдущей и последующей процедурами банкротства), а также возможности получения новых кредитов в банках. Кроме того, установлен запрет на занятие предпринимательской деятельностью, учреждение юридических лиц в течение года с момента признания гражданина несостоятельным (банкротом).



Если коллектор действует не по закону?

Российские банки все чаще обращаются к услугам коллекторских агентств. Однако их деятельность не всегда укладывается в рамки закона. Многим заемщикам, не успевшим вовремя расплатиться, уже пришлось иметь дело с сотрудниками так называемых «черных» коллекторских агентств, чей бизнес заключается в «выбивании» чужих долгов. Коллекторское агентство криминального плана часто нанимает внештатных сотрудников, которые занимаются противоправной деятельностью.

Как отличить «черного» коллектора от специалиста по взысканию задолженностей?

Профессиональный коллектор обязан иметь доверенность на ведение дела от коллекторского агентства и паспорт, удостоверяющий его личность. «Черные» коллекторы могут получить деньги только одним способом – непосредственно из рук должника. Ни одно коллекторское агентство, официально наделенное полномочиями от кредитора, не собирает с должников наличные деньги. Все возвращаемые по долгам денежные средства проходят только через банковский расчетный счет.

НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ, РЕКОМЕНДУЕМЫЕ К ПРОЧТЕНИЮ

1. Конституция РФ.
2. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ).
3. Уголовный кодекс РФ № 63-ФЗ от 13 июня 1996 года (УК РФ).
4. Гражданский процессуальный кодекс РФ № 138-ФЗ от 14 ноября 2002 года (ГПК РФ).
5. Федеральный закон № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 года.
6. Федеральный закон № 188-ФЗ «О мировых судьях в Российской Федерации».
7. Федеральный закон № 119-ФЗ «Об исполнительном производстве» от 21 июля 1997 года.
8. Федеральный закон № 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15 августа 1996 года.
9. Федеральный закон № 395-1 «О банках и банковской деятельности» от 2 декабря 1990 года.
10. Постановление Пленума Верховного суда РФ и Пленума Высшего Арбитражного суда РФ №13/14 «О практике применения положений Гражданского кодекса Российской Федерации о процентах за пользование чужими денежными средствами» от 8 октября 1998 года // ВВАС. – 1998. – № 11.



Методический инструментарий

Погашая кредит досрочно, заемщик рассчитывает на лояльность банка – ведь, по его мнению, заранее погашенный долг всегда лучше, чем многолетняя задолженность. Однако банку такая ситуация грозит перерасчетом платежей, а значит – дополнительными трудозатратами. А если заемщик не один? Если их тысяча? Тогда, разрешая своим клиентам гасить кредит досрочно, банк идет на серьезные издержки. Чтобы их оправдать, кредитной организации приходится накладывать денежные санкции в этих ситуациях. Но в зависимости от уровня сложности перерасчета платежей банк может назвать совершенно разные суммы. Именно поэтому важно понимать, по какой схеме рассчитываются платежи погашения и в каком случае заемщику не выгодно гасить кредит досрочно.

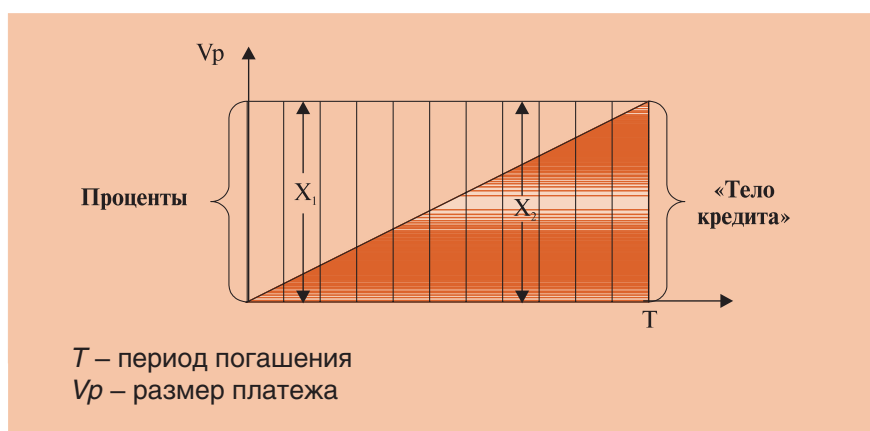
Считаем платежи по кредиту

Существует две схемы расчета платежей по кредиту – аннуитетная и дифференцированная. В первом случае платежи рассчитываются так, что в течение всего срока погашения заемщик выплачивает одинаковые суммы. Ему не нужно каждый раз задумываться, сколько он платит очередной раз – платеж один и тот же, поэтому рассчитывать свой бюджет достаточно удобно.

Однако если в середине срока погашения заемщик захочет погасить кредит досрочно, он выяснит, что от основной суммы долга («тела кредита») он выплатил совсем немного. Дело в том, что расчет аннуитетных платежей строится таким образом, что заемщик сначала выплачивает «накрутку банка» – проценты и комиссии – и лишь небольшую сумму от «тела кредита». Ближе к концу срока погашения в платеже будет преобладать уже основная сумма долга.

На рис. 1 показано соотношение процентных выплат и основной суммы долга в аннуитетных платежах: платеж X_1 представляет собой 80% выплат по процентам и 20% – по основной сумме долга, а платеж X_2 – 70% по основной сумме долга и 30% по процентам. Таким образом, банк сначала формирует собственную прибыль и только затем дает возможность погасить основной долг.

Рис. 1
Соотношение процентных выплат и основной суммы долга в аннуитетных платежах



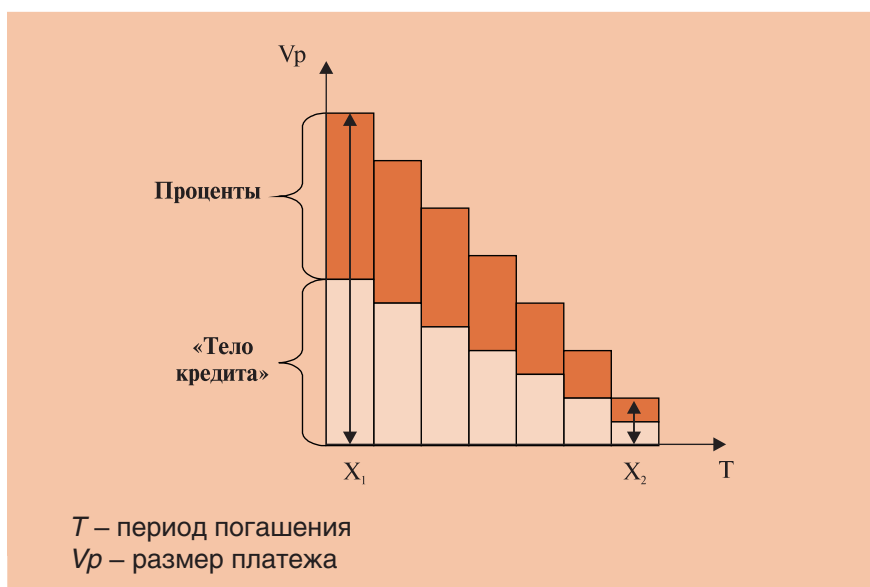


Таким образом, чем ближе к концу периода погашения заемщик решит внести остаточную сумму, чтобы погасить кредит досрочно, тем меньшие издержки понесет банк за перерасчет платежей и, соответственно, тем менее убыточно это будет для заемщика.

В дифференцированной схеме платежи рассчитываются иначе. Размеры процентов и основной суммы долга в каждом платеже находятся в одинаковой пропорции, но объем выплат происходит по убывающей. Первый платеж является самым большим, и в нем значительную долю составляет «тело кредита». Однако каждый последующий платеж перерасчитывается с учетом уже погашенных сумм. Таким образом, последний платеж может быть меньше первоначального в несколько раз.

На рис. 2 показано соотношение процентных выплат и основной суммы долга в дифференцированных платежах: соотношение процентов и «тела кредита» одинаково как в платеже X_1 , так и в платеже X_2 – 50%, при этом $X_1 > X_2$.

Рис. 2
Соотношение процентных выплат и основной суммы долга в дифференцированных платежах



Таким образом, при каждом погашении рассчитывается новая сумма последующего платежа. Досрочное же погашение влечет за собой еще большие трудности расчета и, соответственно, большие издержки для заемщика.

Разумеется, приведенные рисунки могут считаться лишь условными, они отражают только общие принципы расчета платежей. Каждый банк, пытаясь минимизировать свои риски и оправдать издержки, имеет свои формулы расчетов, а значит и свои графики. Область расчетов для каждого банка – дело специализированное. Однако эти типовые схемы помогут каждому заемщику сориентироваться на рынке кредитных услуг и выбрать для себя наиболее подходящую схему выплат, что уберет от дополнительных издержек.



Рекламации принимаются!

Мы продолжаем отвечать на ваши вопросы относительно личных финансов, опираясь на конкретные законодательные акты или прямые расчеты. Сегодня на вопросы читателей отвечает консультант по личным финансам Е.В.СИМОНЕНКО. Ждем ваших вопросов!

Электронный адрес для вопросов читателей: info@invest-prosvet.ru

Вы спрашиваете – мы отвечаем

Здравствуйте! У меня такой вопрос: мой ребенок ходит в частный детский сад (в государственном не хватает мест), за который в месяц мы платим 17 тыс. руб. Слышала о налоговых возвратах. Моя зарплата составляет в месяц 7 тыс. руб. Скажите, пожалуйста, могу ли я рассчитывать на налоговый вычет и что мне для этого нужно сделать?

Оксана Гузенко

Действительно, статья 219 Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ) устанавливает, что налогоплательщик-родитель имеет право получить социальный налоговый вычет при оплате обучения своих детей в образовательных учреждениях России.

Статья 12 Федерального закона «Об образовании» выделяет среди образовательных учреждений дошкольные, общеобразовательные, учреждения начального, среднего и высшего профессионального образования, а также и другие.

Указывая на возможность получения социального налогового вычета, законодатели не установили в статье 219 НК РФ ограничений на тип образовательных учреждений – дошкольные, профессиональные или другие. ФЗ «Об образовании» указывает, что образовательные учреждения могут быть как государственными, так и коммерческими (частными). Поэтому родители, оплачивающие обучение детей в дошкольном учебном заведении (детском садике), имеют право воспользоваться социальным налоговым вычетом. При этом обязательным для получения вычета является наличие у детского садика лицензии о статусе образовательного учреждения.

Налоговый вычет предоставляется в размере фактических расходов, но не может составлять более 50 тыс. руб. Таким образом, сумма к возврату составит в вашем случае 7,5 тыс. руб. ($50\,000 \times 0,15$).

Для получения вычета после окончания календарного года в налоговую инспекцию по месту жительства необходимо подать пакет документов:



- √ налоговую декларацию за прошедший год;
- √ документы, подтверждающие доходы (для работников по найму – справка от работодателя по форме 2-НДФЛ);
- √ договор об обучении ребенка;
- √ квитанции об оплате;
- √ заявление о предоставлении социального налогового вычета (подается в свободной форме).

* * *

Добрый день! Меня очень волнует, что происходит с моей кредитной историей. Признаюсь, я брала кредит и не однажды. Но в банке не уточняли, где я могу узнать состояние своей кредитной истории. Подскажите, пожалуйста, как и где ее искать?

Елена Викторовна

Для того чтобы не потерять контроль над своей кредитной историей, нам необходимо обращаться в Центральный каталог кредитных историй, созданный в системе Центрального банка России. В его электронных архивах хранятся титульные части кредитных историй заемщиков.

Центральный каталог – это не библиотека кредитных историй, а, скорее электронная картотека, которая не позволяет потерять и перепутать колоссальное количество кредитных файлов от десятков и сотен тысяч заемщиков. Например, если заемщик получил кредит в трех банках, а они отправили информацию в три кредитных бюро, то титульные части из трех бюро сойдутся под его именем и фамилией в Центральном каталоге кредитных историй.

Это значит, что заемщику, желающему узнать о состоянии своей кредитной истории, следует действовать так: сначала обратиться в Центральный каталог, который по запросу выдает координаты всех кредитных бюро, содержащих данные об этом заемщике. Затем клиент направляется в БКИ и получает кредитные отчеты. Вот они-то и содержат полную информацию о том, насколько качественно данный заемщик исполнял свои кредитные обязательства.

На самом деле, если знать несложную технологию формирования кредитной истории, то проверить ее не составит труда. Единственный нюанс: при получении или погашении кредита в одном из банков следует сформировать свой персональный код субъекта кредитной истории. Ведь именно по нему специалисты Центрального каталога определяют, кому принадлежит та или иная кредитная история, и затем направляют заемщика в бюро кредитных историй.



Финансовая экспедиция

Кредитная услуга для большинства банков является основным источником прибыли. Именно из-за этого растет конкуренция между участниками рынка или, как еще говорят, «битва за клиента». Но кто бы мог подумать, что еще век назад о том, чтобы получить кредит в банке, обыкновенный человек не мог и мечтать! Московские предпринимательские фамилии складывались поколениями, капиталы приобретались тяжелым трудом, и рисковать ими ради сиюминутной выгоды представлялось невозможным.

Алексей Петрович ЦИКИН,
специалист по финансовой истории
НФ «Центр инвестиционного просвещения», a.cikin@invest-prosvet.ru

Становление и развитие банковской системы Москвы во второй половине XIX века

История московских акционерных банков берет свое начало в 1866 году с момента учреждения Московского Купеческого банка. Но прежде чем говорить о конкретных московских банках, необходимо сделать небольшой экскурс в историю кредитных учреждений Белокаменной. Ко времени отмены крепостного права в России в 1861 году, с которого начинается новый, капиталистический этап развития экономики страны, кредитная система в Москве была представлена несколькими государственными учреждениями и частными банкирскими домами, государственный кредит – отделением Государственного Коммерческого банка, Московской сохранной казной и городскими сберегательными кассами.

Государственный Коммерческий банк был учрежден в 1817 году в Петербурге, тогдашней столице империи. Банк находился в ведении министерства финансов, но в составе его правления присутствовали и представители петербургского купечества. Государственный Коммерческий банк занимался выдачей ссуд под залог товаров и приемом вкладов. Его основной капитал составлял 30 млн руб. Основными клиентами этого банка были крупные купцы. В 1860 году Государственный Коммерческий банк был преобразован в Государственный банк Российской империи.

Московская сохранная казна представляла собой ипотечное учреждение, созданное еще в XVIII веке в правление императрицы Екатерины II. Оно входило в систему учреждений так называемого ведомства



императрицы Марии, заведовавшего различными воспитательными и благотворительными учреждениями. Им выдавались ссуды на срок до восьми лет под залог каменных домов и предприятий из расчета 6% годовых. Общая сумма ссуд, выданных Московской сохранный казной к 1856 году, составила 190,6 млн руб.

Самое низшее звено дореформенной кредитной системы в России и Москве в частности составляли сберегательные кассы, созданные в 1842 году в Москве и Петербурге при сохранных казнах. Их появление было вызвано необходимостью предоставления мелкого кредита широким слоям населения. Сберкассы принимали вклады под 4% годовых. Минимальный размер вклада составлял 50 коп., а максимальный – 300 руб., при этом одновременно можно было положить на книжку не более 10 руб. По Уставу 1841 года сберегательная касса производила только одну вкладную операцию – прием и выдачу денег с начислением процентов на принятые суммы.

Непосредственными предшественниками пореформенных московских акционерных коммерческих банков были банкирские дома. Они представляли собой частные кредитные учреждения, чей устав не был утвержден правительством. Банкирские дома производили широкий спектр коммерческих операций: выдачу ссуд под товары, векселя и ценные бумаги, учет векселей и т.д. От банков их отличали меньшие размеры оборотов.

Сложившаяся к началу 60-х годов XIX века кредитная система в России не удовлетворяла запросы растущей промышленности. Было необходимо следовать европейскому пути банковского развития, где к тому времени окончательно сложилась сеть акционерных коммерческих банков. Первым таким российским банком стал Петербургский Частный коммерческий банк, открывший свои операции в 1864 году. Древняя столица государства Российского и экономический лидер Центрального промышленного района страны, Москва, безусловно, не могла остаться в стороне от этого процесса.

Итак, рассмотрим историю возникновения и деятельность трех ведущих московских акционерных банков: Московского Купеческого, Московского Учетного и Московского Торгового банков.

МОСКОВСКИЙ КУПЕЧЕСКИЙ БАНК

Первым московским акционерным коммерческим банком стал Московский Купеческий банк, учрежденный в 1866 году группой крупнейших предпринимателей. В состав учредителей вошли фигуры первой величины: Т.С.Морозов, В.А.Кокорев, И.А.Лямин, Н.А.Найденов и другие. Среди учредителей оказались и ряд питерских банкиров, составивших так называемую «петербургскую группу». Ее возглавил придворный банкир А.Л.Штиглиц.

Банк был создан в форме товарищества на паях. Основной капитал банка состоял из 1,26 млн руб. и был разделен на 252 пая по 5 тыс. руб. каждый. Высокий номинал паев объяснялся желанием учредителей ограничить круг потенциальных пайщиков и тем самым сохранить контроль за банком. Все паи были именными и для их продажи, согласно первоначальному проекту устава, требова-

лось согласие всех остальных пайщиков и специальное разрешение правления. Позже этот пункт устава был отменен, как и упоминание «товарищеского» характера банка, что было сделано для привлечения новых пайщиков. Контролирующим и распорядительным органом банковского управления являлся его совет, в который избирались до 20 человек, представлявших элиту московского купечества. Во главе совета, состав которого оставался стабильным на протяжении многих лет, первое время находился В.А.Кокорев, которого в 1869 году сменил на посту председателя совета И.А.Лямин.

Петербургцы во главе с А.Л.Штиглицем, ставшим обладателем 20 паев банка, не оказывали существенного влияния на его деятельность. Интерес этой группы ограничился участием в перспективной учредительской операции. Правление банка размещалось на главной деловой улице города, Ильинке. На общем собрании пайщиков один пай предоставлял права не свыше десяти голосов (пять собственных и пять по доверенности). Решения общего собрания, принятые двумя третями голосов, считались действительными.

Московский Купеческий банк занимался главным образом кредитованием промышленности в форме учета векселей и финансированием железнодорожного строительства по ссудам под залог ценных бумаг. После снижения темпов железнодорожного строительства во второй половине 70-х годов банк направил свои ресурсы в государственные займы. Так, в 1885 году им были куплены ценные бумаги на общую сумму 11,6 млн руб. Облигации первого и второго государственных Восточных займов на сумму 23,5 млн руб. были с выгодой перепроданы банком. В конце 80-х годов XIX века Московский Купеческий банк в качестве младшего партнера участвовал в синдикате во главе с Петербургским Международным банком по размещению эмиссии железнодорожных займов. С этой целью в 1892 году в Петербурге было открыто отделение банка.

Корреспондентские операции Московского Купеческого банка были развиты относительно слабо, он не обладал развитой заграничной сетью. Основной сферой его деятельности было кредитование текстильных фирм учредителей банка. Эта операция осуществлялась в виде ссуд под залог ценных бумаг предприятий. Одним из первых заложил свои паи сам председатель совета банка И.А.Лямин, владелец Товарищества Покровской мануфактуры.

Начало деятельности Московского Купеческого было весьма успешным: по итогам операционного 1866 – 1867 годов был выдан дивиденд в размере 12% на основной капитал. Уже через три года работы банк увеличил размер основного капитала до 5 млн руб. К 1913 году основной капитал Московского Купеческого банка составлял 15 млн руб. Этот банк стал центральным денежным резервуаром Москвы. Объем привлеченных им средств вырос с 10,2 млн руб. в 1867 году до 134,6 млн руб. в 1869 году. В начале 70-х годов по объему своих ресурсов Московский Купеческий банк уступал лишь Волжско-Камскому банку.

Однако историю развития этого старейшего московского банка нельзя назвать безоблачной: во время экономического кризиса начала XX века он оказался на грани банкротства и был спасен лишь благодаря вмешательству правительства. Но в историю банковского дела Московский Купеческий банк вошел как первый и один из самых надежных московских банков.



МОСКОВСКИЙ УЧЕТНЫЙ БАНК

Этот банк был основан в 1870 году группой обрусевших предпринимателей из Германии. Группа его учредителей была представлена фирмами «Л.Кноп», «Ценкер и К^о», «Стукен и Шпис», К.И.Катуар, К.Ф.Герике. Лидером являлась фирма «Вогау и К^о». Русский капитал был представлен кондитерской фирмой А.И.Абрикосова, чаеоторговой фирмой Боткиных, книгоиздательством К.Т.Солдатенкова и одним из крупнейших текстильных предприятий московского региона – мануфактурой И.В.Щукина.

Н.А.Найденов вспоминал: «...при таких условиях возник в Москве Учетный банк; совет его образовался более, нежели наполовину из иностранцев; такой же характер получило и правление, хотя во главе последнего был поставлен А.И.Абрикосов, но ему придавалось подобное же значение, так как он служил ранее в иностранной конторе; банк этот, по преобладанию в составе высших служащих его иностранного элемента, с самого начала стал считаться немецким, что за ним сохранилось, несмотря на последовавшие по времени изменения, и доныне... При учреждении этого банка в устав было введено только что начавшее тогда практиковаться предоставление учредителям права на пользование в течение 25 лет отчислением из прибылей, что было весьма заманчивым; в этом указывалось как бы на поощрение со стороны правительства устройства таких учреждений; вот какой взгляд существовал тогда на дело».

Основной капитал банка составил 2 млн руб., разделенных на акции номиналом 200 руб. Председателем совета банка стал владелец торгового дома «Вогау и К^о» М.М.Вогау. Учредители оставили за собой половину всех акций банка. Московский Учетный банк имел заграничную корреспондентскую сеть с оборотом от 70 до 100 млн руб. в год.

Финансирование внешнеторговых операций являлось приоритетным направлением деятельности этого банка вплоть до начала XX века. Это объяснялось тем, что такие операции обслуживали потребности владельцев банка и в первую очередь фирмы «Вогау и К^о», которая определяла политику Московского Учетного банка. Внешнеторговые сделки банка проходили через его Лондонское отделение фирмы Вогау. Из крупных проектов Московского Учетного банка следует отметить финансирование с 1880 года не связанных с ним личным участием предприятий знаменитого железнодорожного предпринимателя С.И.Мамонтова.

МОСКОВСКИЙ ТОРГОВЫЙ БАНК

В июне 1871 года был учрежден Московский Торговый банк: финансовое детище многолетнего (1877 – 1905) председателя Московского биржевого комитета Н.А.Найденова. Основной капитал банка составил 2 млн руб., разделенных на акции номиналом 200 руб. К концу XIX века основной капитал Московского Торгового банка достиг 5 млн руб.

Здание банка находилось все в том же московском «Сити» – на Ильинке. В состав учредителей вошли Т.С.Морозов, В.И.Якунчиков,

А.К.Крестовников, П.М.Рябушинский и другие авторитетные предприниматели. Председателем правления стал Н.А.Найденов, совладелец текстильной торгово-промышленной фирмы «А.Найденова сыновья», основанной в 1863 году. В отличие от Московского купеческого и Московского Учетного банков, главным распорядительным органом являлось правление, а не совет. Главным направлением деятельности этого «семейного» банка Найденовых было финансирование предприятий, принадлежащих этой предпринимательской династии.

Московское торгово-промышленное товарищество Найденовых было создано в 1874 году. Оно владело в Туркестане четырьмя хлопкоочистительными заводами, занималось покупкой и доставкой хлопка из Средней Азии на фабрики Московского региона. Через Московский Торговый банк шли закупки и американского хлопка на Всемирной хлопковой бирже в Ливерпуле. Отделения банка были открыты также в Одессе и Оренбурге, где они занимались скупкой шерсти и организацией ее доставки в Москву.

Попытка Московского Торгового банка в составе синдиката с Купеческим обществом взаимного кредита и Обществом коммерческого кредита внедриться в другие области промышленности в 70-е годы закончилась неудачно. В 1873 – 1877 годах этот синдикат московских кредитных учреждений финансировал предприятия известного петербургского промышленника Н.И.Путилова. Предоставленные москвичами крупные кредиты не были возвращены Путиловым в силу ряда объективных обстоятельств. В итоге московский синдикат потерял около 300 тыс. руб., а Общество коммерческого кредита обанкротилось.

«СТАРЫЕ» МОСКОВСКИЕ БАНКИ: ОБЩИЕ ЧЕРТЫ И ОСОБЕННОСТИ

Три перечисленных выше московских банка относятся к первому пореформенному поколению. Их объединяло несколько отличительных моментов.

Во-первых, банки создавались немногочисленными, но могущественными группами предпринимателей для финансирования своих предприятий, а также фирм, связанных с ними личной унией (участием). Таким образом, получить в таком банке кредит человеку «со стороны», без имени и поручителей было практически невозможно.

Во-вторых, московским банкирам была чужда страсть к грюндерству, то есть к учредительству, присущая их столичным коллегам. В Москве больше всего ценилась надежность. В.П.Рябушинский вспоминал в эмиграции: «Коренные московские банки сильно отличались от петербургских: главная цель у них была – солидность... Московские традиции заключались в том, чтобы не заниматься «грюндерством», то есть основанием новых предприятий, что делали петербургские банки. Риск такой политики заключался в том, что она слишком связывала судьбу банка с судьбой патронируемых предприятий. Москва этого опасалась».

Впрочем, Москва также не избежала негативных последствий банковского грюндерства 70-х годов XIX века. В октябре 1875 года



произошел первый в истории России банковский крах: Московский Ссудный коммерческий банк был объявлен банкротом. Этот банк явил собой пример опасности увлечения рискованными финансовыми операциями. Учредители этого банка занялись кредитованием на миллионные суммы международного финансового дельца с сомнительной репутацией Г.Струссберга. Когда выяснилось, что тому нечем расплачиваться по восьми-миллионному кредиту, наступил крах. Многие исследователи отмечали «текстильный» характер «старомосковских» банков, так как московскими банкирами являлись крупнейшие хлопчатобумажные фабриканты.

Третья особенность московских банков заключалась в их замкнутости на Центральный промышленный район и слабом развитии связей с зарубежными финансовыми учреждениями. Лидером в развитии международных корреспондентских сетей оставался Московский Коммерческий банк, известный также как банк Рябушинских. Но этот банк был учрежден уже в 1912 году и относился к «новым», «деловым» банкам предвоенного времени, рассказ о которых впереди.



ПОДПИСКА – 2008

Первое полугодие

Журналы Издательского дома МПА-Пресс

Каталог «Роспечать»

Журнал «ЭКОНОМИКА В ШКОЛЕ» с вкладками

«ШКОЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ»

«ФИНАНСОВОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ»

Периодичность – 2 раза в полугодие

Индекс 72538

Журнал «ЭКОНОМИКА И ПРАВО»

Периодичность – 2 раза в полугодие

Индекс 80763
