

Литература:

1. О ратификации Соглашения о миротворческой деятельности Организации Договора о коллективной безопасности : Закон Респ. Беларусь, 23 июня 2008 г., № 350-3 // АПС «БИЗНЕС-ИНФО» [Электронный ресурс] : / ООО «Профессиональные правовые системы», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2008.

Л.В. Держун

*УО «Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины»
(Республика Беларусь, Гомель)*

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБЛИГАЦИЙ В ФИНАНСИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В настоящее время субъекты хозяйствования Республики Беларусь активно осуществляют поиск путей диверсификации источников финансирования своей деятельности и минимизации затрат по их привлечению.

Одним из традиционных инструментов заимствования на финансовом рынке в мировой практике является облигационное финансирование как современная альтернатива традиционному кредитованию. Преимущество использования облигаций выражается в возможности долгосрочного привлечения денежных средств. Эмитент самостоятельно определяет срок, в течение которого облигация будет находиться в обращении. Привлекательно для эмитента отсутствие ограничений на целевое использование привлеченных денежных средств, на перераспределение собственности. Дополнительным преимуществом является то, что в качестве инвесторов могут выступать как национальные, так и иностранные юридические и физические лица, что позволяет привлекать иностранные инвестиции даже при размещении облигаций на внутреннем рынке. Облигационное финансирование дает возможность использовать различные варианты погашения и, при необходимости, досрочно выкупать облигации. Это позволяет уменьшать затраты на обслуживание заемных средств и улучшать состояние кредиторской задолженности. Эмиссия облигаций позволяет создать публичную кредитную историю, что, с одной стороны, предоставляет возможность для реализации других способов привлечения ресурсов (IPO), с другой, как свидетельствует российский опыт, способствует снижению стоимости последующих выпусков облигаций. Предпри-

ятия, планирующее выпуск и размещение облигаций, должны иметь устойчивое финансовое положение, хорошие перспективы развития, а заем должен быть обеспечен в соответствии с действующим законодательством. Без обеспечения при выполнении определенных условий могут быть выпущены только биржевые облигации.

В настоящее время в Республике Беларусь созданы необходимые условия для привлечения ресурсов в экономику посредством выпуска корпоративных ценных бумаг: 1) сформированы законодательство и инфраструктура; 2) упрощены административные процедуры: уменьшены сроки (с 30 до 15 дней) и количество документов, представляемых для госрегистрации ценных бумаг; 3) снижена налоговая нагрузка на участников рынка [1]. Так, с 2013 г. не облагается налогом на прибыль эмиссионный доход, образующийся при первичном размещении облигаций; до 2015 г. действует освобождение от налога на прибыль доходов от облигаций, выпускаемых с 01.04.2008 г. юридическими лицами – налоговыми резидентами Беларуси.

Вместе с тем уровень развития данного сегмента фондового рынка по-прежнему остается недостаточным. Объем эмиссии корпоративных облигаций по состоянию на 01.01.2013 г. составил 66,2 трлн руб., что на 0,7 трлн руб. больше данных 2011 г. (однако, соотношение данного показателя к ВВП ниже уровня прошлого года). Без учета облигаций ОАО «Банк развития Республики Беларусь» объем эмиссии корпоративных облигаций снизился на 8,2 %. Основная причина — уменьшение количества обращающихся банковских облигаций. Объем небанковских облигаций вырос по сравнению с прошлым годом на 7 %. Всего в обращении находятся облигации 255 эмитентов, в том числе 205 небанковских организаций [2].

С позиции эмитента широкое применение облигаций сдерживается стоимостью привлечения ресурса. Средняя доходность по процентным долгосрочным облигациям субъектов хозяйствования складывается на уровне ставки рефинансирования плюс 1–3 %. Сравним, ставка по вновь выданным кредитам в белорусский рубль за январь – декабрь 2012 г. сроком до 1 года составляла 39,1 %, на срок свыше года – 24,9 % [3]. Кроме того, на эмитента ложатся единовременные затраты по выпуску облигаций: государственная пошлина (30 базовых величин); оплата услуг профессионального участника рынка ценных бумаг в соответствии с его тарифной политикой (тариф ОАО «Белагропромбанк» за организацию закрытого размещения выпуска облигаций составляет 7 млн руб., открытого – 15; ОАО «Банк БелВЭБ» – минимум 3,5 млн руб.; ЗАО

«БелСвиссБанк» – 0,5 % от объема эмиссии (минимум 3 млн. руб.); затраты, связанные с обеспечением исполнения обязательств по облигациям (если эмитент выберет способ, предполагающий дополнительные финансовые затраты, например, банковскую гарантию или страхование ответственности). Поэтому привлечение средств через облигации рентабельно только при больших суммах заимствований.

С позиции инвестора негативным фактом функционирования рынка корпоративных облигаций является риск неисполнения обязательств по ним. В 2012 г. нарушение зафиксировано у 5 эмитентов на общую сумму 170,7 млрд руб. [1].

Развитие рынка сдерживает также отсутствие институтов коллективных инвестиций, умеренная политика приватизации. Преодоление указанных проблем требует создание условий для становления и развития института коллективных инвестиций; повышение прозрачности рынка ценных бумаг, постоянный контроль финансового состояния эмитентов как на стадии их выпуска и государственной регистрации, так и при обращении и др.

Литература:

1. Амарин, В.В. Страховой и фондовый рынки: итоги и перспективы развития / В.В. Амарин. – Финансы. Учет. Аудит. – 2013. – № 3. – С. 17–22.

2. Отчет о работе Департамента по ценным бумагам Министерства финансов Республики Беларусь в 2012 году // Мин. фин. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/rmenu/departament/otchet/>. – Дата доступа: 26.04.2013.

3. Динамика ставок кредитно-депозитного рынка // Нац. банк Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/kdm/kdm.asp>. – Дата доступа: 26.04.2013.

Е.Г. Дорох

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫЗОВЫ БАНКИНГА

Конкурентная среда, в которой предстоит работать банкам, изменяется. На фоне ужесточения банковского регулирования, понижения лояльности населения к банкам, в сектор пришли альтернативные уча-

стники с новыми стандартами сервиса из телекомов, ритейла и Интернета [1]. Инертность и негибкость к инновациям приводят к постепенной утрате банками рынка платежей, в то время как Google, Apple, Amazon и PayPal создают собственные системы проведения мобильных и Интернет-платежей и имеют внушительную базу доверяющих им клиентов (более 58% граждан СНГ пользуются Интернетом). Сейчас небанковские структуры занимают 6% рынка безналичных расчетов, но уже в 2013 году, по прогнозам Deutsche Bank, показатель вырастет до 8%. На вызов создания собственных банков Интернет-гигантами также положительно влияет рост объемов продаж смартфонов и планшетов (в мире в 2013г. -1,1 млрд. смартфонов; рост составляет 42% в год).

Многие банки изначально созданы для клиентов «online» (голландский Knab, австрийский Zupo, немецкий Fidor). Данную бизнес-модель отличает и ряд других особенностей: акцент делается на лояльность клиента, а не продукты; социальные сети – вместо скоринг-систем; игровая логика и использование модного тренда геймификации [2].

Виртуализация банкинга привела в 2008-2012гг. к сокращению количества банковских отделений в Великобритании – на 19,8%, в Германии – на 6,6%, во Франции – на 4,2%. Вместе с тем, думается, при заданном уровне финансовой грамотности в Республике Беларусь целесообразно на данном этапе только оптимизировать структуру банковского сектора, улучшая дизайн отделений и качество обслуживания клиентов. Интересен мировой опыт создания отделений банков с зоной отдыха, площадками для детей, кофейней и видеозалом.

Поиск ответа на вызов борьбы за лояльность клиентов приводит банки к необходимости интеграции в социальные сети (общее число подписчиков в Facebook, Twitter, «ВКонтакте», «Одноклассники», Livejournal и Youtube превышает 3 млн. человек). Многие зарубежные банки предоставляют своим клиентам услугу перевода денежных средств через Facebook и Twitter, некоторые создают приложения для доступа к Интернет-банку через социальную сеть, другие привязывают ставку по вкладам к количеству «like» на их странице в соцсети, третьи создают программы лояльности, при которых пользователь размещает информацию о банковских услугах у себя на странице. Банки могут создавать системы скоринга, основанные на big data (не только данные из банков и кредитных бюро, но и статусы, фото из социальных сетей).

Актуальное разворачивание «облачной» технологии (по данным Cisco, объем глобального трафика, генерируемый облачными сервиса-