



Научно-практический электронный журнал

МОЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА

ISSN 2658-7998



9 772658 799001 >

**Выпуск №2 (том 1)
(июль, 2019)**



Международный научно-практический
электронный журнал «МОЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА»

Сайт: <http://mpcareer.ru>

ISSN 2658-7998

УДК 001

ББК 94

И72

Международный научно-практический электронный журнал «МОЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА». Выпуск №2 (том 1) (июль, 2019)

Сборник содержит научные статьи отечественных и зарубежных авторов по экономическим, техническим, философским, юридическим и другим наукам.

Миссия научно-практического электронного журнала «МОЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА» состоит в поддержке интереса читателей к оригинальным исследованиям и инновационным подходам в различных тематических направлениях, которые способствуют распространению лучшей отечественной и зарубежной практики в интернет пространстве.

Целевая аудитория журнала охватывает представителей экспертного сообщества, докторов, преподавателей, научных сотрудников, бакалавров, магистрантов, аспирантов и иных лиц, интересующихся вопросами, освещаемыми в журнале.

Материалы публикуются в авторской редакции. За соблюдение законов об интеллектуальной собственности и за содержание статей ответственность несут авторы статей. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

© ООО «МОЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА»

© Коллектив авторов



РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Пестерев С.В. – гл. редактор, отв. за выпуск

Копеин Валерий Валентинович	доктор экономических наук, профессор
Филимонова Елена Анатольевна	кандидат экономических наук, доцент
Батурин Сергей Петрович	кандидат исторических наук, доцент
Коробейникова Екатерина Викторовна	кандидат экономических наук, доцент
Кудряшова Ирина Анатольевна	доктор экономических наук, профессор
Колесников Олег Михайлович	кандидат физико-математических наук, доцент
Фролова Тамара Валериевна	кандидат экономических наук, доцент
Табашникова Ольга Львовна	кандидат экономических наук, доцент
Фаттахова Ольга Михайловна	кандидат технических наук, доцент
Ланцева Татьяна Георгиевна	кандидат экономических наук, доцент



ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ

УДК 336.3

Талабан В.Е.

студент 2 курса магистратуры

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Научный руководитель: **Лямкин И.И.**

Кандидат экономических наук, доцент

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

ВИДЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ КРЕДИТА

Аннотация: В научной статье раскрывается понятие реструктуризации кредита. Дается описание видов реструктуризации: кредитные «каникулы», пролонгация кредитного договора, уменьшение процентной ставки, изменение валюты кредита, отмена штрафных санкций и неустоек по кредиту.

Ключевые слова: Реструктуризация, деньги, банк, кредит, клиент.

Annotation: In the scientific article the concept of restructuring of the credit reveals. The description of types of restructuring is given: credit "vacation", prolongation of the credit agreement, reduction of an interest rate, change of currency of the credit, cancellation of penalties and penalties on the credit.

Keywords: Restructuring, money, bank, credit, client.

В динамичный век, когда то и дело меняются валютные курсы, рубль то падает, то поднимается, распространены сокращения, задержки зарплаты и другие непредвиденные обстоятельства, даже очень успешный сегодня гражданин не застрахован от финансовых проблем в будущем. Кроме того, могут возникнуть и личные причины проблем с деньгами – болезнь и срочное лечение, стихийные обстоятельства (пожар, наводнение и т.д.) и много других.



В современном мире почти у всех есть кредиты. Так что же делать, если по каким-то независимым от человека обстоятельствам, он вдруг становится неспособным оплачивать очередной платеж банку?

Если отбросить иллюзии и отложить вариант, когда банк поймёт и простит. Сложная ситуация – для банка просто рядовой случай из миллионов таких же. Банк – не благотворительная организация, и свою прибыль просто так не упустит.

Отнестись легкомысленно к создавшимся сложностям и просто игнорировать даты платежей – тоже не лучший вариант. Это значит ещё больше умножить свои проблемы с деньгами завтра. Во-первых, возвращать придётся намного больше, а во-вторых, с появлением просроченного платежа, вы ставите крест на своей кредитной истории.

В такой ситуации на помощь может прийти реструктуризация кредита. Реструктуризация кредита – это изменение первоначальных параметров действующего кредитного договора, направленное на уменьшение финансовой нагрузки по кредитным обязательствам заёмщика.

Иными словами, заинтересованный в возврате займа банк, готов идти навстречу клиенту, несколько поменяв первоначальные условия кредита. Само собой, убыток банку не нужен, и все временные послабления заёмщику нужно будет далее компенсировать. Для клиента очевидный плюс в том, что у него появляется время на решение своих финансовых проблем.

Виды реструктуризации:

1. Кредитные «каникулы» – разрешённая банком отсрочка ежемесячного платежа/платежей. Клиенту даётся право пропустить несколько платежей, как бы перенеся их на будущее без изменений. За время такой отсрочки у заёмщика появляется возможность изменить своё материальное положение в лучшую сторону, найти новую работу и т.д. Однако полностью не вносить весь платёж банки позволяют лишь в единичных случаях. В основном, клиента обязуют вносить регулярно лишь сумму процентов по кредиту, либо, наоборот, только



тело кредита, отсрочив выплату процентов на период кредитных каникул. Но и это может существенно облегчить положение заёмщика.

2. Пролонгация кредитного договора – уменьшение суммы ежемесячного платежа за счёт увеличения срока кредита. Этот вид реструктуризации применим только, если по действующим условиям кредитного договора указан не максимальный для данного продукта срок. Т.е. если заёмщик взял кредит на пять лет, и в данном банке пять лет – это максимальный срок потребительского кредита, пролонгация договора не будет клиенту предложена. Тем же, кому повезло, срок кредита продлят, но вот переплата в итоге будет существенно увеличена.

3. Уменьшение процентной ставки – самая благоприятная, но очень редкая ситуация, поскольку банку она не выгодна. Однако, когда у клиента действительно сложная финансовая ситуация и при этом он не допускал ранее просрочек – банк может незначительно уменьшить процентную ставку по кредиту, что для заёмщика может оказаться немалой помощью.

4. Изменение валюты кредита – достаточно редко встречающийся вид реструктуризации, возможен только для клиентов, оформивших валютные кредиты. Как правило, такое послабление допускается банком только по указанию ЦБ, в периоды, когда курс валюты резко меняется и клиент становится неспособными выплачивать существенно увеличенный платеж.

5. Отмена штрафных санкций и неустоек по кредиту – мало распространённый вид реструктуризации. Оформляется, как правило, после судебного решения, когда клиент объявляется банкротом. Какой именно вид реструктуризации будет предложен заёмщику, решается в индивидуальном порядке и только при обращении в банк, где кредит оформлялся. Клиенту, попавшему в сложную финансовую ситуацию, необходимо будет её документальное подтверждение (справка о сокращении или о временной нетрудоспособности и т.д.) Полный перечень необходимых документов клиент получит у специалистов банка, которые помогут подобрать и новые условия кредитного договора. Главное здесь, обратиться вовремя, как



только ситуация возникла, не дожидаясь звонка от банка с сообщением о возникшей просрочке. Клиентам с хорошей репутацией охотнее идут навстречу. Помните, что в данной ситуации работает пословица «спасение утопающих – дело рук самих утопающих».

Список литературы

1. Белотелова Н.П. Финансы: Учебник – М.: Дашков и К, 2017. – 384 с.
2. Поляк Г.Б. Финансы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Финансы и кредит» – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 735 с.

© Талабан В.Е., 2019

УДК 338.5

Кирякова Ю.А.

студентка 2 курса магистратуры

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Научный руководитель: **Табашникова О.Л.**

Кандидат экономических наук, доцент

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

СПОСОБЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ И УДЕРЖАНИЯ КЛИЕНТОВ

Аннотация: Для повышения доходности бизнеса нужно действовать в трех направлениях: увеличивать поток клиентов, повышать сумму среднего чека, наращивать процент конверсии. Для привлечения потенциальных покупателей существует множество способов и методик: реклама в СМИ и на телевидении, распространение печатной рекламы, проведение промо-кампаний, презентаций,



участие в выставках и ярмарках, реклама по телефону, распространение информации среди друзей и знакомых и другие способы.

Ключевые слова: Бизнес, прибыль, средний чек, реклама, клиент.

Annotation: For increase in profitability of business it is necessary to work in three directions: to increase a flow of clients, to increase the sum of the average check, to increase conversion percent. For involvement of potential buyers there is a set of ways and techniques: advertizing in media and on television, distribution of the print advertizing, carrying out promo-companies, the presentations, participation in exhibitions and fairs, advertizing by phone, dissemination of information among friends and acquaintances and other ways.

Keywords: Business, profit, average bill, advertizing, client.

Целью любого бизнеса является увеличение дохода, а конечный продукт необходим для удовлетворения нужд потребителя, поэтому все продавцы стремятся привлечь и удержать своих клиентов. Даже если продукт качественный, необходимо чтобы о нем узнало большее количество покупателей.

Для повышения доходности бизнеса нужно действовать в трех направлениях: увеличивать поток клиентов, повышать сумму среднего чека, наращивать процент конверсии. В совокупности эти методы помогут быстро приумножить прибыль. Но иногда достаточно просто увеличить число покупателей, что приведет к росту объема продаж. Наиболее эффективным способом его повышения является реклама.

Любая компания, которая только заходит на рынок и занимает свою нишу, заботится об узнаваемости своего бренда. Для этого необходимо привлечь новых клиентов и совершить первые продажи. Для увеличения объема продаж можно воспользоваться различными рекламными инструментами. При этом важно анализировать эффективность различных методов рекламы, для того чтобы в дальнейшем грамотно построить продвижение своего товара на рынке. Существует множество способов и методик, которые помогут привлечь



потенциальных покупателей и сделать бренд узнаваемым, а также в дальнейшем увеличить поток клиентов и объемы продаж. Можно применять как простые и недорогие способы, так и более дорогостоящие и креативные:

- реклама в СМИ и на телевидении;
- распространение печатной рекламы;
- проведение промо-кампаний, презентаций, участие в выставках и ярмарках;
- реклама по телефону, распространение информации среди друзей и знакомых;
- проведение различных акций, скидки, дисконты и распродажи;
- проведение лотерей, розыгрыш ценных призов;
- презенты для первых клиентов, выпуск лимитированных купонов;
- оригинальное оформление вывесок, витрин, грамотная демонстрация товара;
- стиль и формат общения с клиентами, эффектный внешний вид продавцов [1].

Отдельно нужно сказать о различных видах рекламы в интернете, который по праву признан лучшей площадкой для маркетинга. Реклама в сети включает в себя такие приемы, как раскрутка корпоративного сайта, медийная интернет-реклама, тизерная реклама, контекстная реклама, реклама в социальных сетях, реклама у блогеров, таргетированная реклама, SMM – маркетинг, прямые адресные рассылки, размещение объявлений и коммерческих предложений на продающих онлайн-площадках.

Грамотно используя инструменты маркетинга, можно довольно быстро запустить механизм привлечения покупателей. Но для дальнейшего увеличения объема продаж этого недостаточно. Необходимо удержать клиента, поскольку для успешного бизнеса большую важность имеют постоянный оборот клиентов и размер среднего чека. Недостаточно для этого тратить на рекламу и нет нужды повышать цены. Нужно обратить внимание на такие составляющие успешного бизнеса, как качество продукта, удобство в использовании,



отношение к клиенту, хорошая система лояльности. Кроме того, в интернет-маркетинге есть понятие «конверсия». Этот показатель определяет процент посетителей сайта, которые выполнили определенные действия (например, ознакомление с информацией, переход по ссылкам, приобретение товара), в общем числе всех посетителей. С помощью этого показателя можно определить, какие маркетинговые приемы эффективны, а над чем стоит еще поработать. Для создания базы постоянных клиентов и увеличения клиентооборота нужно грамотно использовать приемы маркетинга, знать психологию покупателя и поддерживать качество продукта на должном уровне. А увеличение количества купленных товаров на одного клиента без повышения цен на эти же товары приведет к росту суммы среднего чека, что является показателем успешного использования инструментов маркетинга [2].

Успех любого бизнеса непосредственно зависит от количества клиентов и от объема продаж. В маркетинге есть масса приемов, способов и методик, которые помогут заинтересовать вероятных клиентов и покупателей продукта. Все эти хитрости маркетинга можно комбинировать и сочетать в разных вариациях. Их эффективность зависит от того, насколько они подходят для данного бизнеса. Оригинальное и нестандартное решение всегда приведет к максимальному результату.

Список литературы

1. Газалиев М.М. Экономика предприятия / Газалиев М.М., Осипов В.А. – М.: Дашков и К, 2015. – 276 с.
2. Финансовый сервис «SendPulse» [Электронный ресурс] – URL: <https://sendpulse.com/>

© Кирякова Ю.А., 2019



УДК 159.96

Воскобойник А.М.

студент 2 курса магистратуры

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

ПСИХОТИПЫ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕНИЕ С НИМИ

Аннотация: В научной статье люди разделены на разные группы по разным признакам: контролеры, моторы, анализаторы, поддержка. Контролеры нацелены на достижение результатов. Моторы – это энергичные и бесшабашные люди. Анализаторы – все основательно изучат и проанализируют. Поддержка – принимают решения только получив советы, за душевным общением. Даны рекомендации по общению с каждым типом личности.

Ключевые слова: Контролер, мотор, анализатор, поддержка, психотип, характер.

Annotation: In the scientific article people are divided into different groups on different signs: controllers, motors, analyzers, support. Controllers are aimed at achievement of results. Motors are vigorous and reckless people. Analyzers – all will thoroughly study and will analyse. Support – make decisions only having got advice, behind heart-felt communication. Recommendations about communication with each type of the personality are made.

Keywords: Controller, motor, analyzer, support, psychotype, character.

Люди делятся на разные группы по разным признакам: разговору, почерку, манере одеваться, по тому, как они проявляют свои эмоции, как проявляются в жизни:

- Контролеры – принимают решения решительно и четко: я достигну поставленной цели! Чего бы мне это не стоило – это для меня важно! Их жизнь нацелена на достижение результатов. Они всегда очень решительны и ответственны. Они буквально предназначены, для того чтобы контролировать всех и всё. В повседневной жизни они – лидеры, поэтому люди данного



психотипа в работе, чаще всего, выступают в роли руководителей (преимущественно в ведении бизнеса), людей которые в состоянии принимать решения самостоятельно, спокойно берут на себя ответственность за результат, и не важно положительный он или нет.

- Моторы – представители этого типа энергичны и бесшабашны: им очень бы хотелось достичь цели, надеюсь, что получится, но если нет – все равно буду доволен действиями. Эти люди любят жить в свое удовольствие, их жизнь всегда насыщена разными путешествиями, захватывающими дух зрелищами. Если еда – то самая вкусная, если ездить – то на высоких скоростях, если отдыхать – то энергично и красиво, они живут и довольствуются своей жизнью. Если описывать их одним словом, то это – фонтан. Настроение их бывает очень переменчивым, в работе, как и в личной жизни, могут быть очень ветреными, бросить один проект, просто потому что увлеклись другим.

- Анализаторы – все основательно изучат и проанализируют: на данный момент цель конечно мало достижима, но в процессе её анализа и прогнозирования результатов – все может и получиться. К этой группе относятся самые нерешительные представители человечества. Они всегда все взвешивают, проверяют все досконально, пользуются консультационными услугами, могут раздуть «из мухи – слона» буквально на ровном месте, в не значительном, казалось бы, вопросе. Однако, именно из-за своей кропотливости – это очень надежные люди, из таких получаются хорошие работники бухгалтерии или юриспруденции.

- Поддержка – принимают решения только получив советы, за задушевным общением: в итоге человек не знает, достигнет ли он цели, но очень надеется на это и на поддержку со стороны, активное участие в достижении его цели людей, рад общению возможно даже больше, чем достигнутым результатам. Они самые общительные представители. В деятельности своей, они очень нерешительные, им просто необходима поддержка общества. Вокруг них всегда много людей, которых они и сами готовы всегда выслушать, понять и поддержать. Для того чтобы принять решение они должны получить одобрение своих многочисленных



друзей и знакомых. Из представителей данной группы получают хорошие работники рекламного бизнеса [2].

Правила общения с каждым типом личности:

Контролеры – все не так и сложно: просто приготовьтесь быть на втором плане, интересуйтесь его мнением в области, в которой не компетентны сами, контролеры любят, когда их и уважают, и ценят их жизненный опыт. При необходимости убедить их, в чем либо, необходимо расписать им всю выгоду и целесообразность, от предложенных действий. И никогда нельзя на них давить и настаивать на своем мнении, не пытайтесь манипулировать ими. Хвалите их, их навыки, практичность, ум.

Моторы – по природе своей они очень эмоциональны, поэтому какой бы разговор с ними не предстоял, старайтесь все скрашивать шутками, красивыми эмоциональными высказываниями. Ну, а если хотите чего-то добиться – не скупитесь на комплименты, их много не бывает.

Анализаторы – с такими людьми необходимо говорить по существу. Не надо (с умным видом) рассказывать о тех вещах, в которых вы не разбираетесь, лучше предоставьте ему информацию, а на обдумывание уделите время. Анализаторам нравится, когда их ценят за ум, способности, честность, талант и прочие присущие им качества, только старайтесь быть искренними, лесть они не любят.

Поддержка – для того, чтобы найти общий язык с представителями данного типа, нужно быть предельно внимательными к ним, относиться со всей теплотой и чуткостью, которая может быть. Эти люди способны создавать гармонию и способны настроиться на проблему человека, очень чуткие и деликатные в плане общения [1].

Оптимальный вариант – это, конечно, находиться в определенном балансе всех, представленных выше групп. Но в определенные моменты жизни в каждого человека можно определить к какой-либо группе, просто необходимо выяснить каких качеств больше. Но самое главное, что объединяет эти четыре психотипа



– это вера в достижение результата, она, конечно, носит разный характер, но она есть!

Список литературы

1. Гуревич П.С. Психология: Учебник / Гуревич П.С., – 2-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 332 с.

2. Караванова Л.Ж. Психология / Караванова Л.Ж. – М.: Дашков и К, 2017. – 264 с.

© Воскобойник А.М., 2019

УДК 336.3

Пестерев С.В.

студент 2 курса магистратуры

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Научный руководитель: **Коробейникова Е.В.**

Кандидат экономических наук, доцент

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

ФОРМЫ КРЕДИТОВАНИЯ

Аннотация: В научной статье описываются формы получения кредита. Приводятся положительные и отрицательные стороны различных видов кредитования. Исследование основано на анализе ФЗ-353 «О потребительском кредите (займе)» и Гражданским кодексом РФ, главой 42.

Ключевые слова: Банк, деньги, товар, кредит, заемщик.

Annotation: In the scientific article forms of receiving the credit are described. Positive and negative sides of different types of crediting are given. The research is



based on the analysis of FZ-353 «About a consumer loan (loan)” and the Civil Code of the Russian Federation, Chapter 42.

Keywords: Bank, money, goods, credit, borrower.

В банке можно получить кредит в разной форме – в виде наличных денег, банкнот или перевода суммы на электронный расчётный счёт, банковскую карточку, а также в виде помощи в приобретении товаров и услуг, подразумевающей их оплату или оплату предоставленных магазином чеков. Оба варианта выгодны. Но условия разные. Особой формой кредитования является выдача товаров в долг или предоставление услуг, с возможностью оплаты в будущем. Зная, какие кредиты существуют, легко выбрать оптимальный вариант.

Незачем переплачивать процент, если невыгодно брать наличные в долг, при этом можно принести чек, нужны какие-либо товары. Эта форма кредитования, выдача денег, считается самой невыгодной по нескольким причинам:

- чаще всего возникают при проверке документов проблемы – приоритетом считается сотрудничество не с новыми, а с постоянными клиентами, важен стаж работы, тщательно проверяются сведения о поручителях и прочее;

- процентные ставки чаще всего приемлемые, стандартные, плюс – минус, как говорится, но встречаются и исключения из правила;

- могут ограничиваться способы оплаты ежемесячного взноса, получения или траты денег – используются специальные платёжные терминалы, размещенные не в каждом банковском отделении, выдаются не наличные, а карточка для единократного снятия денег.

Эти особенности заставляют ориентироваться на потребительские кредиты. С другой стороны, без наличных иногда никак не обойтись. Важно уточнить, выбрав целью получение денег, какой процент придётся переплатить, возможно ли досрочное погашение, не является ли оно обязательным условием, можно ли перенести дату платежа, если она не устраивает.



Кредитная карточка является особой формой кредита. Она существует для того, чтобы делать покупки вдвойне приятными, максимально комфортными. Программы лояльности мотивируют расплачиваться в магазинах картой. На ней кредитные средства. При оплате товаров в магазинах-партнёрах, начисляются бонусы. А при снятии наличности оплачивается стандартный процент за пользование услугами банкомата. Очевидно, что это менее выгодно.

Как и в других случаях, требуется возвращать часть средств раз в месяц, в определённый день. Иногда карточка может быть переиздана после окончания срока действия. В других случаях надо полностью погасить кредит к этому моменту.

Потребительские кредиты, согласно ФЗ-353 «О потребительском кредите (займе)», это любые, не связанные с коммерческой деятельностью формы кредитования. То есть, такая форма, как предоставление наличных средств, тоже является потребительским кредитом. Кстати, при обращении в банк, подаче документов на оформление денежного займа, требуется указать цель, статью расходов. Это нужно отчасти для того, чтобы определить, идёт ли о бизнесе. Коммерческим кредит считается, когда выдаётся юридическому лицу. Проценты, конечно, разные [2].

Ещё одна причина присутствия такого вопроса в анкете – банковский бюджет распланирован, как и государственный. Заранее определяется сумма, которую можно выдавать в виде наличных денег. Обычно она меньше, чем запас электронной валюты. Если вкладчик потребует вернуть средства досрочно, банку понадобятся наличные. Для закупки банковского золота они тоже нужны, и для многих других целей. В случае если клиент может предоставить чек, лучше для банка и для него (возможно) это сделать. Консультанты должны его об этом проинформировать, рассказать о других вариантах, более соответствующих ситуации.

Потребительские безналичные кредиты помогают руководству банка при формировании бюджета добиться максимальной точности. В этом их главный плюс. Заёмщику, как утверждают психологи, проще погасить такой кредит: ни



копейки лишней не потрачено, планированию покупок уделяется больше внимания и времени.

Организациям выгодны товарные кредиты, а частным лицам не всегда. В первом случае список товаров устанавливается строго в соответствии с требованиями заёмщика, а во втором случае может быть априори заданным, права выбора не оставлять. Товары должны быть качественными, это, несомненно. Регулируются взаимоотношения Гражданским кодексом РФ, главой 42 [1].

Список литературы

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018, с изм. от 03.07.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.12.2018).

2. Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 N 353-ФЗ.

© Пестерев С.В., 2019



УДК 336.02

Пестерев С.В.

студент 2 курса магистратуры

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Научный руководитель: **Коробейникова Е.В.**

Кандидат экономических наук, доцент

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

ОФФШОРНЫЕ СЧЕТА: ВИДЫ И ВАРИАНТЫ ГРАМОТНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Аннотация: Оффшорные счета открываются для того, чтобы защитить капитал. Это может быть связано с присутствием в данной стране кризиса, иных негативных факторов. Это обуславливает возможность сбережения накоплений, капитала, ведет к снижению рисков и повышению доходности капитальных вложений. При открытии оффшорных счетов большое внимание уделяется следующим параметрам: сохранность конфиденциальной информации, вопросы защиты капитала, действия по извлечению выгоды, возможность получения кредитов, накопление денег вне российского государства.

Ключевые слова: Оффшор, счет, финансы, конфиденциальность, процентная ставка.

Annotation: Offshore accounts are opened to protect the capital. It can be connected with presence in this country of crisis, other negative factors. It causes a possibility of saving of savings, the capital, leads to risk reduction and increase in profitability of capital investments. When opening offshore accounts much attention is paid to the following parameters: safety of confidential information, questions of protection of the capital, action for extraction of benefit, a possibility of receiving the credits, accumulation of money out of the Russian state.

Keywords: Offshore, account, finance, confidentiality, interest rate.



Под оффшорным следует понимать тот счет, который открыло частное или юридическое лицо за пределами страны постоянного проживания. Совсем не имеет значения, в какой конкретной стране он был открыт, хоть в тропиках. Но его открытие доступно далеко не каждой кредитно-финансовой организации. В основном они открываются для того, чтобы защитить капитал. Подобная защита, например, может быть связана с присутствием в данной стране кризиса, иных негативных факторов. Это обуславливает возможность сбережения накоплений, капитала, ведет к снижению рисков и повышению доходности капитальных вложений [1].

Когда выбирается конкретный зарубежный банк для размещения своего капитала, необходимо четко определиться с назначением использования оффшорного счета. При этом могут использоваться различные цели для того, чтобы достигнуть максимальной эффективности и минимальных затрат сил. Такие цели могут иметь следующий характер [2]:

- сохранность конфиденциальной информации. Любое кредитно-финансовое учреждение, занимаясь своей деятельностью, проявляет заботу о сохранности банковской тайны. При этом на деле оказывается, что международные и государственные правила хранения тайны различные по своему характеру. Раньше все доверяли швейцарским банкам на все 100%. Однако, после того, как имели место громкие дела, то доверие и к ним упало. Многие пересмотрели свою позицию по отношению к банкам Швейцарии в этом плане. По утверждению экспертов, сегодня самым высоким уровнем доверия обладает система азиатского Бахрейна.

- вопросы защиты капитала. Руководство многих организаций для сохранности своих средств отдают предпочтение банкам с солидным уважаемым статусом, осуществляющих свою деятельность в тех государствах, экономика которых отличается стабильностью. Такие страны отличаются стабильностью национальной валюты. В качестве примера можно привести государство Лихтенштейн и Швейцарию.



- действия по извлечению выгоды. Как правило, предприниматели такое обстоятельство не рассматривают в качестве главной цели. Это обусловлено тем, что уровень западных ставок гораздо ниже, чем в России. Но если рассматривается очень крупная сумма, то на первый план выступает позиция надежности. А у западных банков этот показатель гораздо выше, чем в нашей стране.

- возможность получения кредитов. Если открыт счет в зарубежном банке и активно при этом используется, то появляется возможность получения в дальнейшем в этом банке кредитов. Суммы процентных ставок отличаются выраженной лояльностью, но предоставление денег связано с очень жесткими требованиями по отношению к заемщику. Можно быть уверенным в том, что банк соберет всю необходимую информацию о клиенте даже в то время, когда проверит его счет.

- накопление денег вне российского государства. Многие предприниматели нашей страны видят в этом свою главную цель. Они таким способом укрывают свой бизнес от повышенного интереса представителей налоговой службы. При этом существенно упрощается процесс заполнения и сбора отчетных документов. Но им в обязательном порядке необходимо соблюдать законодательные требования той страны, на территории которой они осуществляют свою коммерческую деятельность.

Местное законодательство может потребовать от предпринимателя открыть счет в конкретном банке. Если такое требование выдвигается, то именно так и необходимо поступать. Например, в Нидерландском королевстве существует Аруба, что является субъектом федерации. На его территории свою деятельность осуществляют оффшорные банки. Их регулятором является Центробанк.

- виды счетов. Они определяются целями и владельцами.

- расчетный счет. На него, как поступают средства, так и выводятся в соответствии с договором (контрактом).



- сберегательный счет. Основным его предназначением является хранение и приумножение денег.

- транзитный счет. По нему осуществляются переводы от одной фирмы другой компании. Иногда это необходимо для того, чтобы оптимизировать налоговые выплаты.

- обеспечительный счет. Это как бы гарантия или залог по кредиту, который выдает зарубежное финансово-кредитное учреждение.

По признаку владельцем могут быть индивидуальные и корпоративные счета. Личный счет принадлежит какому-то конкретному лицу. Во втором случае, владельцем счета является организация.

Список литературы

1. Финансовый портал «banki.ru» [Электронный ресурс] – URL: <https://www.banki.ru/>

2. Финансовый портал «Оффшоры и международное право» [Электронный ресурс] – URL: <https://gsl.org>

© Пестерев С.В., 2019



СОДЕРЖАНИЕ

Название научной статьи, ФИО авторов	Номер страницы
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУКИ	
ВИДЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ КРЕДИТА Талабан В.Е.	4
СПОСОБЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ И УДЕРЖАНИЯ КЛИЕНТОВ Кирякова Ю.А.	7
ПСИХОТИПЫ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕНИЕ С НИМИ Воскобойник А.М.	11
ФОРМЫ КРЕДИТОВАНИЯ Пестерев С.В.	14
ОФФШОРНЫЕ СЧЕТА: ВИДЫ И ВАРИАНТЫ ГРАМОТНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ Пестерев С.В.	18

