

Занятость населения составляет необходимое условие для его воспроизводства, так как от нее зависят уровень жизни людей, издержки общества на подбор, подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров, на их трудоустройство, на материальную поддержку людей, лишившихся работы. Поэтому актуальность исследования таких проблем как занятость населения, безработица, ресурсы для трудовой деятельности и в целом рынок труда постоянно растет и привлекает внимание все новых ученых (А. Рофе, Б. Збышко, В. Ишин Рынок труда, занятость населения, экономика ресурсов для труда. – М., 2005. – С. 3).

Все перечисленные показатели (занятости населения, безработицы, воспроизводства, отраслевые показатели) составляют основу такого понятия как симметрия рынка труда.

Обратимся к толковому словарю Т. Ефремовой, которая дает следующее определение симметрии: «Симметрия – это соразмерное, пропорциональное расположение частей чего-либо по отношению к центру, середине». Главной составляющей данного понятия с точки зрения экономического содержания является пропорциональность, т.е. равномерность или уравновешенность.

Симметрия в экономике определяется равновесным значением спроса и предложения на какой-либо товар, будь то труд, как в нашем случае, или любой другой товар, имеющий стоимостные характеристики. Сложность изучения понятия симметрии в экономике состоит в том, что равновесно-симметричное состояние рынка устанавливается на очень короткий промежуток времени, такое состояние еще называют идеально-равновесным. Необходимо отметить, что проблемы рынка труда и занятости населения в России противоречивы. Здесь проявляются как общие закономерности, имеющие место в разных странах мира, так и специфические для нашего государства.

Пореформенный российский рынок труда демонстрирует неожиданную экспертами гибкость и разнообразие приспособительных механизмов, присутствующих, впрочем, во всех постсоциалистических странах, но только в России приобрел настолько широкую распространенность, что позволило говорить о приближении российского рынка труда к неоклассической модели. Рынок тру-

да у неоклассиков находится в постоянном равновесии, или симметрии, подобно рынку всякого другого товара. В западных экономических теориях рынок труда – это рынок, где реализуется лишь один из прочих ресурсов (О. Бесонова. Институты раздаточной экономики России: ретроспективный анализ. – М., 2007. – С. 186).

В период реформирования становление российского рынка труда проходило в два этапа:

1991-1998 гг. – отражение глубокой трансформационной рецессии, растянувшейся почти на целое десятилетие и обусловившей сокращение занятости, рост открытой безработицы, снижение продолжительности рабочего времени, резкое падение реальной заработной платы.

1999-2007/8 гг. – энергичный посттрансформационный подъем, сопровождавшийся положительной динамикой базовых индикаторов рынка труда.

Что же касается сегодняшнего положения на рынке труда, то оно характеризуется резким взлетом уровня безработицы. Только по официальным данным на март 2009 г. уровень безработицы в России составил 2 млн. человек, при этом пик увольнений придется, по прогнозам ученых, на май-август нынешнего года.

Резюмируя сказанное, можно отметить, что российский рынок труда до мирового финансового кризиса характеризовался относительно небольшими потерями в занятости, гибкостью рабочего времени и сверхгибкостью заработной платы, повсеместным распространением «атипичных» трудовых отношений, наконец, высокой формальной зарегулированностью и низкой эффективностью механизмов инфорсента. В результате он оказался хорошо приспособленным к тому, чтобы амортизировать многочисленные негативные шоки, сопровождавшие процесс системной трансформации. Однако вряд ли можно считать подобную специфическую модель рынка труда адекватной новым условиям, сложившимся после наступления мирового финансового кризиса.

В период кризиса и роста безработицы государство должно обеспечить всех людей, потерявших работу, достойными пособиями и дать возможность бесплатно осуществить переквалификацию, чтобы найти применение своей рабочей силе в других отраслях производства.

О.П. Пузикова, Н.Л. Симутина

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Bodies of insurance supervision of economically developed countries have the developed system of the indicators allowing quantitatively to characterise quality of insurance activity, including to estimate a financial condition of the insurer. In domestic practice the number of such indicators is not great, therefore for deeper and all-round estimation of a state of affairs at the Russian insurers it is necessary to expand a circle of used indicators considerably.

Особая роль страхования в инфраструктуре рынка определяется его ярко выраженным стабилизирующим воздействием на все хозяйствующие субъекты. Одновременно страховые организации, сами будучи субъектами рыночных отношений, подвержены различным коммерческим рискам. Эти риски несут страхователи – потребители страховых услуг. Для управления коммерческими рисками страховых организаций существует система государственного надзора за страховой деятельностью. Основными функциями этой системы является выдача лицензий на осуществление страховой деятельности и контроль над функционированием страховых компаний. Органы страхового надзора экономически развитых стран

располагают развернутой системой показателей, позволяющих количественно охарактеризовать качество страховой деятельности, в том числе оценить финансовое состояние страховщика. В отечественной практике число таких показателей невелико, поэтому для более глубокой и всесторонней оценки положения дел у российских страховщиков круг используемых показателей необходимо значительно расширить.

При разработке системы показателей необходимо учитывать следующее:

страховая деятельность состоит из нескольких направлений, подверженных различным коммерческим рискам, поэтому система должна быть всеобъемлющей и оценивающей как можно большее количество рисков;

анализ должен проводиться аналогично оценке финансового состояния любого хозяйствующего субъекта, но с учетом особенностей страховой деятельности в следующих аспектах: доходности (рентабельности) деятельности в целом и по отдельным направлениям; ликвидности и платежеспособности; финансовой устойчивости и резервов;

поскольку оценочные показатели представляют собой относительные коэффициенты, для которых устанавливается максимальное и/или минимальное значение, определяемое эмпирически, то они должны иметь простую экономическую интерпретацию;

анализ финансового состояния в большей мере дол-

жен основываться на существующей системе учета и отчетности страховщиков.

В предлагаемой методике оценки финансового состояния страховщиков использованы: система показателей тестирования страховых компаний, применяемая органами страхового контроля и аудиторских служб США; методика, принятая в странах Европейского сообщества; практическая деятельность страховых организаций России и Амурской области.

Система включает показатели оценки финансового состояния на определенную дату и динамические показатели, что позволяет выявить тенденции в деятельности страховых организаций и прогнозировать их дальнейшее развитие.

Предлагаемая система состоит из 11 коэффициентов, разбитых на четыре группы: общие, рентабельности, ликвидности и резервов.

Общие коэффициенты.

Коэффициент 1 – соотношение полученной за анализируемый год нетто-премии и собственных средств. Коэффициент представляет собой премию, выраженную в процентах по отношению к собственным средствам. Нормальным признается значение данного коэффициента в случае, если оно не превышает 300%. Чем выше значение коэффициента, тем выше риск, связанный со способностью собственных средств сглаживать колебания в расходах страховой компании. 300% – это верхний предел, после которого страховщик не должен брать на себя новые риски, так как у него недостаточно для этого собственных средств. В США, например, при достижении страховой компанией указанного показателя ей запрещается аквизиция (заключение новых договоров страхования). Расчет коэффициента производится с использованием данных баланса и отчета о прибылях и убытках и анализируется в динамике не менее чем за два года.

В случаях, когда значение этого коэффициента высоко, необходимо оценить, как распределяется премия между основными видами страхования. Страховые компании, имеющие большую долю поступлений от имущественного страхования, должны иметь более низкое значение коэффициента 1, так как этому виду страхования присущ больший риск колебания убытков.

Коэффициент 2 – отношение суммы собственных средств и страховых резервов к общему размеру страховой ответственности. Значение этого коэффициента не должно быть менее 5% и может колебаться в зависимости от вида страхования: снижаться по портфелю договоров личного страхования, повышаться по портфелю договоров имущественного страхования и страхования ответственности. Интерпретация этого показателя достаточно проста: он показывает, какая доля принятой ответственности страховщика обеспечена его активами. Расчет коэффициента 2 осуществляется с использованием данных баланса и статистической отчетности страховой организации по форме № 2-с.

Коэффициент 3 представляет собой разность между премией, полученной в текущем и предыдущем году, отнесенную к величине премии прошлого года. Нормальное значение коэффициента 2 находится в пределах между -33% и +33%. Большие изменения в величине чистой премии свидетельствуют о недостатке стабильности в деятельности страховой компании. Чрезмерное увеличение размера премии может означать резкий переход к новым направлениям деятельности или вхождение в новые сектора рынка. Кроме того, такое увеличение премии может быть признаком того, что компания, пытаясь покрыть возникшие убытки, увеличивает входящие денежные потоки. Увеличение использования премии, особенно в части страхования ответственности, для выплат страхового возмещения является кратковременным решением гораздо более глубоких финансовых проблем и может привести к несостоятельности страховой компании.

С другой стороны, если такое увеличение сопровождается относительно низким значением коэффициента 1, достаточными резервами (коэффициенты 9, 10, 11), прибыльностью операций (коэффициент 5) и относительной стабильностью структуры страховых услуг, оно не обязательно означает угрозу финансовой устойчивости компании.

Расчет коэффициента 3 производится с использованием данных из отчета о прибылях и убытках страховой организации за период не менее трех лет.

Коэффициент 4 – отношение произведения отданной в перестрахование незаработанной страховой премии и доли комиссионного вознаграждения cedenta в страховой премии, отданной в перестрахование, к величине собственных средств.

Нормальное значение коэффициента не должно превышать 25%. Наличие значительного дохода от перестрахования может являться следствием того, что страховая деятельность ведется со значительным нарушением законодательства. Кроме того, существенно завышаются значения других коэффициентов, тем самым искажается истинное положение дел в страховой организации. Особенно важен анализ этого коэффициента при введении налога на страховые взносы. Однако если значение коэффициента 4 не выходит за допустимые пределы, но достаточно велико, это может рассматриваться как дополнительное свидетельство финансовой устойчивости страховой компании вследствие отлаженных взаимоотношений с перестраховщиком.

Расчеты коэффициента 4 основываются на данных отчета о прибылях и убытках страховой организации и ее баланса.

Коэффициенты рентабельности.

Коэффициент 5 – общий операционный коэффициент, являющийся комбинацией трех коэффициентов: убыточности, расходов и инвестиционного дохода ($K_u + K_r - K_i$). Коэффициент убыточности (показатель чистого убытка) представляет собой сумму фактического размера страховых выплат и величины резервов убытков, отнесенную к чистой заработанной премии. Чистая заработанная премия исчисляется по данным баланса и отчета о прибыли и убытках страховой организации как резерв незаработанной премии на начало периода плюс страховая премия за период минус резерв незаработанной премии на конец анализируемого периода (или как сумма страховой премии и изменения величины резервов за период). Показатель убыточности страховой премии сам по себе представляет значительный интерес и может рассчитываться как по совокупности видов страхования, так и по каждому виду страхования отдельно. При этом в качестве положительного фактора оценивается такой результат, который не будет превышать долю нетто-ставки в страховом тарифе.

Коэффициент расходов рассчитывается как отношение всех расходов к чистой полученной премии. В расходы включаются все чистые операционные расходы, а также налоги и сборы, уплачиваемые независимо от результатов финансовой деятельности страховой организации, – например, налог на имущество. Полученный результат должен быть меньше или равен уровню расходов, заложенному в тарифных ставках. Сумма коэффициентов убыточности и расходов составляет так называемый комбинированный показатель, который оценивает долю расходов страховой компании в страховой премии. Для более полной оценки необходимо рассчитанный показатель увеличить на долю расходов по финансированию предупредительных мероприятий.

Коэффициент инвестиционного дохода представляет собой соотношение чистого инвестиционного дохода к чистой заработанной премии. Чистый инвестиционный доход рассчитывается по данным отчета о прибыли и убытках страховой организации как разница между доходами и расходами по инвестициям.

Комбинация этих трех коэффициентов обозначает прибыльность компании в случае, если ею не превышены 100%, и свидетельствует об убытках, если превышает эту величину. Коэффициент 5 представляет собой аддитивную многофакторную модель, и анализ его чрезвычайно полезен при определении причин финансовой несостоятельности: является ли причиной ее высокая убыточность страховой деятельности, или расходы на ведение дела, или низкая доходность инвестиций. Расчет коэффициента 5 производится не менее чем за два года, а еще лучше – за более длительный период, чтобы исключить влияние случайных факторов, – например, увеличение по сравнению со среднестатистической частоты выплат или опустошительности страховых случаев. Предложенная модель операционного коэффициента может быть использована в качестве прогнозной.

Коэффициент 6 – доходность инвестиций – содержит информацию об эффективности инвестиционной деятельности. Доходность инвестиций представляет собой соотношение чистого дохода от инвестиций и среднегодовой величины инвестиционных активов. Инвестиционные активы есть сумма денежных средств, долгосрочных вложений и кумулятивного инвестиционного дохода за минусом выданных ссуд. Среднегодовая стоимость инвестиционных активов определяется по средней хронологической из расчета за квартал. Для расчета удобно использовать формулу № 7-с «Отчет о размещении страховых резервов». Полученный результат удобно сравнивать со средней за год ставкой рефинансирования ЦБ. Как и по предыдущим показателям, значение этого коэффициента возможно оценивать отдельно по видам страхования. Наиболее важна оценка доходности инвестиционной деятельности по операциям страхования жизни. Полученное значение сравнивается с нормой доходности, заложенной в тарифные ставки. Если фактическая доходность от инвестиций будет ниже заложенной в тарифную ставку, то у страховщика возникает риск невыполнения обязательств перед страхователями в связи с окончанием срока договора.

Коэффициент 7 – динамика объемов чистой прибыли. Изменение в чистой прибыли и, соответственно, динамика ее объемов в определенном смысле является показателем финансового состояния страховой компании по прошествии финансового года. Изменение в чистой прибыли представляет собой разницу между чистой прибылью в конце года и чистой прибылью в начале, отнесенную к чистой прибыли в начале года. Если чистая прибыль текущего года равна нулю или отрицательна, то значение коэффициента 7 будет -99%. Если же прибыль текущего года положительна, а прошлого – отрицательна, то значение коэффициента 7 берется + 999%. Установленные пределы значений этого коэффициента – от минус 10% до плюс 50%. Естественно, что наилучшая ситуация, когда чистая прибыль ритмично растет умеренными темпами. Нижняя граница значения коэффициента 7 установлена исходя из того, что любое изменение чистой прибыли в сторону уменьшения – это неблагоприятная тенденция, однако подобное изменение может быть вызвано общеэкономическими факторами, а также присущей страховой деятельности цикличностью. Установление верхней границы основано на том, что резкий скачкообразный рост прибыли чаще всего вызывается сверхнормативным привлечением страховых взносов за счет новых договоров страхования, обязательства по которым страховая компания может не выполнить. Если при этом значение коэффициента 1 оказывается выше допустимого значения, то финансовая устойчивость страховой организации подвержена высокому риску.

Коэффициенты ликвидности.

Коэффициент 8 – отношение пассивов к ликвидным активам. Коэффициент 8 служит мерой способности компании покрывать свои возможные обязательства. В со-

став пассивов включаются обязательства страховой компании, в том числе долгосрочная кредиторская задолженность и перестраховочные обязательства в той части, в которой их погашение относится к анализируемому периоду. В состав активов входят денежные средства, прочие оборотные активы, краткосрочные финансовые вложения. Значение коэффициента 8 не должно превышать 105%. По российским правилам в статьях баланса «Финансовые вложения, прочие активы» включены активы с различной степенью ликвидности. Поэтому для более точной оценки коэффициента 8 необходимо скорректировать эти активы на понижающие коэффициенты. В качестве последних могут быть использованы рекомендуемые Росстрахнадзором нормативы оценки активов. Исходные данные содержатся в отчете о размещении страховых резервов.

Коэффициенты резервов.

Коэффициент 9 – отношение годового движения резервов к чистой прибыли. Данный коэффициент предоставляет необходимую информацию, касающуюся адекватности размеров чистой прибыли требованиям законодательства. Он представляет собой процентное отношение годового движения резервов к чистой прибыли. Положительное значение свидетельствует о недостатке резервов, а отрицательное – об излишках. Годовое движение резервов рассчитывается как сумма резервов убытков текущего года и выплат в текущем году по убыткам прошлого года минус величина резерва убытков, накопленных к концу предыдущего года. Предел коэффициента – не более 25%. Если значение коэффициента больше, то компания нуждается в дальнейшем анализе, задача которого – выявление тех видов страхования, которые вызвали эту недостаточность. Если, просчитав движение резервов для более длительного периода, выявили тенденцию возрастания недостатка резервов со времени возникновения убытков, то можно сделать вывод, что страховая организация умывленно не создавала страховые резервы и ее финансовая устойчивость находится под угрозой.

Коэффициент 10 – отношение суммы технических резервов к нетто-премии, собранной по видам страхования иным, чем страхование жизни. В разных странах установлены различные значения этого показателя, – например, во Франции 150%, в Италии – 140%. Во всяком случае, значение этого коэффициента не должно быть менее 100%.

Коэффициент 11 – отношение текущего дефицита резервов к чистой прибыли. При расчете этого коэффициента текущий дефицит или излишек резервов берется в процентном отношении к чистой прибыли компании. Рассчитанный дефицит является разницей между объемом необходимых резервов и их фактическим размером. Размер необходимых резервов равен текущей чистой заработной премии, умноженной на среднее за последние два года отношение между накопленными резервами к заработной премии. Значение коэффициента не должно превышать 25%. Значительный рост заработной премии приводит к тому, что фактический дефицит резервов оказывается меньше, и наоборот. На величину этого коэффициента влияют также изменения содержания страхового портфеля. Резкий скачок в объеме премии по страхованию ответственности вызывает недооценку дефицита резервов, поэтому если значение коэффициента 11 превышает нормативное значение, он должен быть рассчитан отдельно для каждого вида страхования.

По предлагаемой методике была проведена оценка финансового состояния двух страховых компаний: ОСАО «РЕСО-Гарантия» и РОСГОССТРАХ за 2006 и 2007 гг. Финансовое состояние ОСАО «РЕСО-Гарантия» в 2006 г. было достаточно устойчивым, так как только коэффициент 1 превышал допустимый предел и коэффициент 6 доходности инвестиций был меньше рекомендуемого значения. В 2007 г. финансовое состояние компании значительно

ухудшилось. Кроме указанных коэффициентов, значительно возрос операционный коэффициент – прежде всего за счет возрастания коэффициента убыточности, более чем на 200% выросла чистая прибыль. Основных причин ухудшения финансового состояния три: первая – изменение законодательной базы, что вызвало необходимость изменения структуры страхового портфеля компании; вторая – снижение доходности по государственным ценным бумагам, которые являлись основным источником доходов от инвестирования; третья – резкое увеличение размера выплат, связанное с окончанием сроков действия договоров страхования жизни, что обусловлено циклической деятельностью страховой организации и отказом компании работать по так называемым «зарплатным схемам». Несмотря на это, и в 2007 г. финансовое состояние ОСАО «РЕСО-Гарантия» может быть признано удовлетворительным, но необходим контроль за ее деятельностью.

Гораздо хуже финансовое состояние страховой компании РОСГОССТРАХ. Как в 2006 г., так и в 2007 г. значения большинства показателей выходят за пределы допус-

тимого, причем наблюдается ярко выраженная тенденция к ухудшению финансового состояния.

Изложенный подход не претендует на окончательное решение проблемы оценки финансового состояния страховщиков. За пределами статьи осталось большое количество частных показателей оценки. Но, как считают американцы, чем более всеобъемлюща система, тем больше вероятность ошибки. Поэтому их федеральная система регулирования страховой деятельности, являющаяся основой предложенной методики, не обязательна для штатов. Более того, штаты не имеют права опираться на федеральную систему как на единственный источник финансового контроля, а при принятии особо важных решений должны проводить самостоятельный анализ, с использованием методики страхового надзора штата.

Однако предложенная методика поможет страхователям самостоятельно сделать выводы относительно надежности страховых компаний, свести к минимуму возможные финансовые потери и не стать участником очередной финансовой пирамиды.

С.А. Москвитина

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

In clause features of modern marketing planning in banks are considered. Features of the strategic marketing plan of bank are presented. Traditional approaches for a choice of optimum strategy of development of bank are reflected.

Особенность современного маркетингового планирования в банках заключается в том, что приоритет отдается стратегическим планам, а не текущим [1, с. 67].

Глубокий анализ практики стратегического маркетингового планирования был выполнен Робли Вудом и Лоренсом Лафаржем, которые провели в 1979 г. комбинированное обследование и интервью 29 из 50 крупнейших американских банков. Исследование показало, что банки, которые осуществляли стратегическое маркетинговое планирование, превосходили по результатам как те, которые эту работу не осуществляли, так и контрольную выборку, составленную случайным образом [2, с. 51].

Маркетинговый план банка – главный инструмент принятия управленческих решений высшим руководством банка, инструмент поддержки деятельности бизнес-подразделений и филиалов. Он объединяет стратегические, маркетинговые виды деятельности [3, с. 76].

Стратегический план включает перспективные направления развития банка и содержит только общие принципы, общие подходы.

Маркетинговый план банка – основной документ, в котором на основе ситуационного анализа внешней и внутренней среды определены приоритетные направления маркетинговой деятельности банка для достижения стратегических и финансовых целей [4, с. 42].

Стратегическое маркетинговое планирование – это управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями банка и его маркетинговыми возможностями. Оно исходит из наличия у банка нескольких сфер деятельности, и задача его – выделение самых перспективных и привлекательных с целью их развития и, соответственно, сокращение наиболее слабых, бесперспективных.

Особенности стратегического маркетингового плана банка:

1) поддерживает целенаправленный и устремленный в будущее образ мышления и поступков;

2) координирует решения и действия в области маркетинга;

3) сдерживает стремление к максимизации текущей прибыли в ущерб решению долгосрочных задач;

4) позволяет руководству банка установить обоснованные приоритеты распределения всегда ограниченных ресурсов, наметить конкретные цели и мобилизовать все свои ресурсы для их достижения;

5) создает предпосылки для оценки и контроля результатов [5, с. 399].

Стратегия маркетинга – выбор наилучших путей достижения целей банка средствами маркетинга. Как коммерческие предприятия, банки должны определять свое развитие, исходя из конкретных целей, которые они перед собой поставили, что придает всем их действиям на рынке четкую направленность и делает принимаемые частные решения по различным вопросам наиболее эффективными и последовательными [1, с. 67].

Разработка маркетинговой стратегии начинается с формирования группы из опытных специалистов по экономическому прогнозированию, которые подготавливают детальный анализ сильных и слабых сторон банка, благоприятных и негативных факторов, с которыми банк может столкнуться в своей деятельности в течение предстоящих 3-5 лет, при этом внимательно анализируются среда и условия, в которых будет функционировать банк (политические, экономические, социальные, технологические факторы, возможные изменения банковского законодательства). Одновременно подготавливается анализ результатов деятельности и других ключевых показателей банка за прошедшие 2-3 года. Эти материалы составляют основу документа, характеризующего текущее положение банка и ситуацию, в которой он может быть через 3-5 лет [1, с. 68].

Стратегический план маркетинга банка состоит из следующих пунктов:

1) миссия банка;

2) установление целей банка;

3) анализ исходного положения рынка;

4) факторы, воздействующие на стратегию банка;

5) оценка опасностей и возможностей банка (выявление возможных трудностей, сильных и слабых сторон, анализ перекрестного влияния сильных и слабых его позиций);

6) стратегические изменения в регулируемых факторах (сегментация рынка, изменения широты охвата обслуживаемого рынка, набора предоставляемых услуг, тем-