
тельский кредит, решают финансовые проблемы населения, связанные с необходимостью приобретения транспортных средств, дорогостоящей бытовой техники, оплаты медицинских и образовательных услуг. Потребительский кредит способствует перераспределению капиталов между отраслями хозяйства, стимулирует эффективность труда, расширяет рынок сбыта товаров, ускоряет процесс реализации товаров и получения прибыли, является мощным орудием централизации капитала, ускоряет процесс накопления и концентрации капитала, обеспечивает сокращение издержек обращения.

Проведен анализ современного состояния рынка потребительского кредитования и кредитной политики на примере ЗАО «РРБ-Банк». Операции банков по кредитованию, являясь потенциально самыми доходными, связаны с высоким уровнем риска. Выбор формы обеспечения, тщательный отбор заемщиков и постоянный контроль за погашением полученных займов – составляют основу кредитной политики коммерческого банка. К числу основных факторов, влияющих на политику банка в области потребительского кредитования, можно отнести макроэкономические (общая экономическая и политическая обстановка в стране, уровень официальной ставки рефинансирования, инфляционные ожидания населения, стабильность национальной валюты, уровень развития валютного и фондового рынков, конъюнктура рынка ссудных капиталов) и микроэкономические факторы (конкурентоспособность банка, платежеспособность клиента, качество обеспечения ссуды и др.).

Анализ динамики потребительского кредитования за последние несколько лет показал устойчивый прирост объемов данного вида услуг, однако с наступлением в 2007 году финансового кризиса в США белорусские банки столкнулись с проблемой привлечения зарубежных кредитных ресурсов, что сразу же отразилось на объемах кредитования. Ужесточение требований к заемщикам, временные моратории на отдельные виды кредитования, рост процентных ставок привели к устойчивому снижению темпов кредитования физических лиц коммерческими банками в целом по стране.

Одним из перспективных видов потребительского кредитования является корпоративное кредитование, при котором физическим лицам предоставляются займы на различные потребительские цели под гарантию работодателя. Другим важным аспектом совершенствования механизма потребительского кредитования является развитие отношений банка со страховыми компаниями и переход от страхования имущества и жизни заемщика к страхованию непосредственно риска непогашения займа при кредитовании населения. Такая форма страхования дает надежную гарантию банку в виде получения страхового полиса, а также заставляет кредитополучателя тщательнее взвешивать свои возможности по возврату кредитов в срок. Помимо этого банку в целях обеспечения устойчивого экономического роста необходимо расширять ассортимент банковских кредитов для населения (прежде всего стимулирующих индивидуальную трудовую и частную предпринимательскую деятельность населения), повышать качество системы риск-менеджмента в части оценки кредитоспособности, улучшать качество кредитного обслуживания, снижать ставки банковских кредитов, стимулировать увеличение доли депозитов населения в банках за счет вкладов для увеличения кредитного потенциала коммерческих банков.

ФИНАНСОВЫЕ ПОТОКИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

Л.Д. Ляндрес, МИУ, учетно-финансовый ф-т, магистрант

*Науч. рук.: Ю.Н. Бусыгин,
к.э.н., доцент*

Главной и основной целью финансового менеджера является повышение уровня богатства владельцев компании. Оценить богатство собственников можно по прибыли, которую приносит деятельность компании. Однако прибыль – это ожидаемый к получению финансовый результат. Реальные поступления и платежи не совпадают по времени (и иногда – величине) с доходами и расходами. Следовательно, не будут совпадать чистый финансовый поток и прибыль. А ведь именно чистый финансовый поток показывает, какой суммой денег реально будет располагать владелец компании.

Для принятия верных решений по управлению финансовыми потоками необходимо понимать различия между доходами и затратами, с одной стороны, и денежными потоками – с другой. Доходы и затраты отражают процесс формирования прибыли. Денежные потоки – это реальные поступления и платежи, обязательно сопровождаемые движением денежных средств либо их эквивалентов [5]. Каждый денежный поток на предприятии относится к одному из трех видов хозяйственной деятельности: операционной, инвестиционной или финансовой [1].

Анализ денежных потоков целесообразно проводить двумя методами: прямым и косвенным. Прямой метод позволяет определить наиболее существенные для предприятия источники и направления расходования денежных средств, что помогает финансовому менеджеру сосредоточить внимание на важнейших для компании финансовых потоках. Косвенный метод позволяет выявить причины расхождения между финансовыми результатами и чистым денежным потоком с целью его увеличения; определить оптимальную структуру денежных потоков [3].

Прогнозирование денежных потоков целесообразно проводить в форме бюджета движения денежных средств. Его назначение состоит в том, чтобы обеспечить долгосрочную ликвидность и платежеспособность компании, минимизировать затраты на привлечение дополнительных финансовых ресурсов, максимизировать доход от использования временно свободных денежных средств [3]. Календарное планирование денежных потоков удобно проводить в форме платежного календаря.

Способы финансирования временного недостатка денежных средств: оптимизация оборотного капитала, банковское кредитование, факторинг, эмиссия инструментов денежного рынка. Способы инвестирования временно свободных денежных средств: совершение авансовых платежей, отмена скидок покупателям, досрочное погашение краткосрочных кредитов, депозитный сертификат, депозитный вклад, государственные краткосрочные ценные бумаги, корпоративные ценные бумаги [2].

Литература

1. Бочаров, В.В. Корпоративные финансы / Бочаров В.В., Леонтьев В.Е. – СПб.: Питер, 2004. – 592 с.
2. Брейли, Р. Принципы корпоративных финансов / Ричард Брейли, Стюарт Майерс.: пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 1997. – 1120 с.
3. Ван Хорн, Дж. Основы финансового менеджмента / Дж. Ван Хорн, Дж. Вахович. – 11-е изд. – М.: Вильямс, 2004. – 992 с.
4. Зви, Боди. Финансы / Зви Боди, Роберт Мертон; пер. с англ. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2005. – 592 с.
5. Финансовый менеджмент: прикладной аспект: учеб. пособие / А.О. Левкович [и др.]. – Минск: Элайда, 2008. – 578 с.

ДИВИДЕНДНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Т.В. Мартос, МИУ, учетно-финансовый ф-т, магистрант

*Науч. рук. Ю.Н. Бусыгин,
к.э.н., доцент*

Основной целью менеджмента любой компании является максимизация стоимости бизнеса и ее ценности в глазах владельцев. Поэтому неудивительно, что финансовые взаимоотношения с собственниками оказывают существенное влияние на стратегию развития любой фирмы. Принятие управленческих решений в этой сфере осуществляется в рамках проводимой дивидендной политики.

Дивидендная политика является важной частью общей финансовой политики предприятия, направленной на оптимизацию пропорций между потребляемой и реинвестируемой частями чистой прибыли для обеспечения роста рыночной стоимости акционерного капитала [4]. Основными видами дивидендной политики являются выплата дивидендов по остаточному принципу, политика фиксированного размера дивиденда, «экстра-дивиденд», политика стабильного удельного веса дивидендов в чистой прибыли и политика постоянного роста дивидендов [3]. Выбор дивидендной политики предприятия обусловлен рядом факторов, важнейшими из которых являются правовая, политическая и социально-экономическая среда функционирования предприятия, его инвестиционные возможности, доступность альтернативных источников финансирования [1].

Существуют три подхода к оценке оптимальной дивидендной политики предприятия. Теория иррелевантности дивидендов и основанная на ней остаточная дивидендная политика применяется корпорациями с высоким инвестиционным потенциалом, когда недостаточность дивидендных выплат и риск компенсируется значительным ростом курса акций [2]. Теория предпочтительности дивидендов используется наиболее процветающими компаниями, акции которых приобретают лояльные инвесторы – пенсионные и инвестиционные фонды, страховые компании. Теория налоговой дифференциации способствует оптимальному распределению прибыли на потребляемую и реинвестируемую части в условиях неравного налогообложения прибыли корпораций и дивидендных выплат [5].