

нами банковской активности [3]. Стабильная база фондирования DenizBank характеризуется положительной динамикой роста депозитов, которые увеличились на 34% в 2011 году и 13% в 2012 году вследствие смены стратегии в сторону сбора депозитов после возврата кредитов Dexia в 2011 году.

Данная сделка соответствует стратегии Сбербанка до 2014 года, одним из пунктов которой является увеличение доли международного бизнеса в чистой прибыли, генерируемой группой Сбербанк. Она является важным шагом в трансформации Сбербанка в лидирующего и динамично развивающегося международного игрока.

Приобретение DenizBank Сбербанком способно не только обеспечить рост торгового оборота между Россией и Турцией, но также доступ к дополнительным операциям по импорту и экспорту. Так, обслуживание российских компаний, ведущих деятельность в Турции, и турецких компаний, ведущих деятельность в России обеспечит расширение клиентской базы Банка посредством предложения более выгодных условий обслуживания и будет способствовать развитию крупномасштабных инвестиционных проектов. Следует отметить важность Турции как торгового партнера для России. Так, в 2013 году Россия была важнейшим одним из важнейших импортеров для Турции, в то время как Турция была 5-м по величине экспортным рынком для России.

Важными в результате рассматриваемой сделки по приобретению DenizBank являются и такие аспекты как диверсификация активов Сбербанка и синергический эффект за счет обмена опытом банковской деятельности в регионе.

Таким образом, покупка Сбербанком такого сильного игрока банковского бизнеса как Denizbank является позитивным и плодотворным мероприятием с точки зрения развития российско-турецких торговых и экономических отношений. Турция и Россия являются странами с высоким экономическим потенциалом. В обеих странах имеется много возможностей для реализации инвестиционных проектов. Сбербанк и Denizbank могут многому научиться друг у друга и обогатить свой теперь уже совместный опыт операционной и инвестиционной деятельности [4].

#### Список литературы

1. Международный бизнес Сбербанка [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.sberbank.ru/about/affiliated\\_banks\\_abroad](http://www.sberbank.ru/about/affiliated_banks_abroad).
2. Сбербанк плюс DenizBank: выиграют все [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ria.ru/economy/20121002/764285501.html>.
3. Сбербанк покупает DenizBank [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/06/08/sberbank-site.html>.
4. Россия – Турция. Новые возможности для развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://impextrade.su/index.php/novosti/novosti-turtsii/181-rossiya-turtsiya-novye-vozmozhnosti-dlya-razvitiya-2>.
5. Александр С. Е. Практические ответы на большинство вопросов по НДС/ Библиотека журнала «Главбух» Сер. вып. 10. – Москва, 2010.
6. Велькер Л. В. НДС: налоговые вычеты и льготы (социальный аспект) // Рос. гос. социал. ун-т. – Москва, 2006.
7. Колесникова Е. В., Злыгостева В. С. НДС-инструмент борьбы с расслоением общества // Международный научно-исследовательский журнал. – 2012. – № 5-1 (5). – С. 31-33.

#### МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОАО «СБЕРБАНК РОССИИ»

Шведова А. В., Шведова Д. В., Жилина Л. Н.

*Владивостокский государственный  
университет экономики и сервиса, Владивосток,  
e-mail: Anna.Shvedova12@vvsu.ru,  
Darya.Shvedova93@vvsu.ru*

Проблема оценки международной конкурентоспособности банка в современных условиях представляется весьма актуальной. Если речь идет о

банковской деятельности в целом, то неконкурентоспособность банковской системы страны в сравнении с банковскими секторами других стран может поставить под угрозу эффективное функционирование национальной финансовой системы, а, следовательно, и национальной экономики в целом.

При оценке конкурентоспособности банка специалисты в основном исходят из посыла, что банковская конкуренция – это разновидность рыночной конкуренции с присущими ей характеристиками, связанными с особенностями функционирования банка как хозяйствующего субъекта [1].

ОАО «Сбербанк России» является лидером банковской системы Российской Федерации, основой её стабильности и надёжности. Это крупнейший банк не только России, но и СНГ. Его активы составляют четверть банковской системы страны, а доля в банковском капитале находится на уровне 30% [2].

Стратегической целью банка является выход на качественно новый уровень обслуживания клиентов и сохранение позиции современного первоклассного конкурентоспособного банка Восточной Европы. Это предполагает создание системы, устойчивой к возможным экономическим потрясениям, как в России, так и за рубежом, путём оптимального распределения пропорций между тремя основными направлениями работы: с физическими лицами, с юридическими лицами и с государством.

В соответствии с современной стратегией Сбербанк России планирует расширить свое международное присутствие, выйдя на рынки Китая и Индии. В 2014 году Сбербанк планировал довести долю чистой прибыли, получаемой за пределами России, до 5 процентов.

Рассматривая международный вектор как важнейшую составляющую стратегии своего развития, Сбербанк России осуществляет казначейские операции на международном рынке и операции торгового финансирования, поддерживает корреспондентские отношения с более чем 220 ведущими банками мира и участвует в деятельности ряда авторитетных международных организаций, представляющих интересы мирового банковского сообщества. Высокая доля иностранных инвесторов в структуре капитала Сбербанка России (более 24%) свидетельствует о его инвестиционной привлекательности. Иностранцам принадлежит около 28% голосующих акций банка, причем около 60% из них – инвесторам из Великобритании, США и Канады [3].

В 2014 году Сбербанк России занял 18 место в рейтинге топ-1000 крупнейших банков мира по капиталу, опубликованному журналом The Banker<sup>1</sup> (табл. 1). В 2013 году Сбербанк России занимал в рейтинге 49 место. Следует отметить, что Сбербанк – единственный российский банк, входящий в топ-50 крупнейших банков мира [4].

Трансформация Сбербанка в один из крупнейших банков мирового класса предполагает наличие международной стратегии и достижение значительных результатов при развитии операций на мировых рынках. Постановка задачи развития банком международных операций также обусловлена необходимостью диверсификации источников роста бизнеса, расширением географии интересов корпоративных и частных клиентов банка, укреплением позиций российского бизнеса за пределами страны.

<sup>1</sup> The Banker – английский ежемесячный специализированный журнал, посвященный международным финансам. Издательством владеет компания The Financial Times Ltd. (Лондон).

Таблица 1

Топ-50 крупнейших банков мира (2014 год)

№ п/п	Компания	Страна	Рыночная капитализация, US\$ млрд.
1	Industrial and Commercial Bank of China	Китай	235,23
2	China Construction Bank	Китай	204,28
3	Wells Fargo	США	196,39
4	HSBC Holdings	Великобритания	195,72
5	JP Morgan Chase	США	185,65
6	Agricultural Bank of China	Китай	150,48
7	Citi group Inc.	США	136,23
8	Bank of America (BoA)	США	132,66
9	Common wealth Bank of Australia	Австралия	115,26
10	Westpac	Австралия	99,84
...	...	...	...
18	Sberbank of Russia	Россия	68,97
19	Bank of Nova Scotia	Канада	68,86
20	Banco Bradesco	Бразилия	68,5

Таблица 2

Основные показатели активов Сбербанка России

Показатели	РФ <sup>1</sup>		СНГ <sup>2</sup>		Турция		ЦВЕ <sup>3</sup>	
	2008–2013	2014–2018	2008–2013	2014–2018	2008–2013	2014–2018	2008–2013	2014–2018
Активы на конец периода, млрд долл. США	1800	2350	230	350	510	1100	760	950
Среднегодовые темпы прироста активов рынка	рубли		долл. США		долл. США		долл. США	
	15%	12%	1%	8%	13%	16%	-2%	5%
Маржа на конец периода	5,5%	4,5%	5,1%	4,4%	4,0%	2,7%	3,5%	2,4%

Примечания. <sup>1</sup>Базовый сценарий. <sup>2</sup>Украина, Белоруссия, Казахстан. Резервы по СНГ не включают банковскую систему Казахстана – в соответствии с требованиями ЦБ Казахстана сформированные резервы в банковской системе превышают 30% портфеля. <sup>3</sup>Австрия, Чехия, Словакия, Венгрия, Сербия, Хорватия, Словения, Босния.

Основными направлениями расширения зарубежного присутствия банка в среднесрочной перспективе станут страны СНГ. Развитие бизнеса в странах СНГ будет опираться главным образом на органический рост на базе уже существующих дочерних банков, не исключая, однако, возможности дополнительных приобретений при благоприятных условиях.

На всех рынках присутствия Сбербанка – в России, Турции, Украине, Белоруссии, Казахстане, а также в странах Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) – прогнозируется снижение рентабельности банковского бизнеса. Эта тенденция во многом нивелирует положительный эффект достаточно высоких темпов роста активов, который, в свою очередь, потребует соответствующего увеличения расходов на развитие бизнеса и дополнительного капитала [5].

На основном для Сбербанка рынке России снижение маржи также будет сопровождаться снижением темпов роста активов, что приведет к обострению конкуренции и возрастанию влияния на текущие по-

казатели банковской системы портфеля проблемных активов, накопленных ранее (табл. 2) [5].

Задача по удвоению размера чистой прибыли и поддержанию ежегодного темпа ее прироста на уровне 14–16% в год является достаточно амбициозной в условиях макроэкономической нестабильности и усиливающегося давления со стороны регуляторов и конкурентов, но можно с уверенностью отметить, что реализация международной стратегии уже на горизонте 2015–2016 годов позволит сформировать ключевые компетенции по работе за рубежом, соответствующие уровню ведущих международных банков мира.

**Список литературы**

1. Банковское дело: Учебник для вузов. 2-е изд./ Под ред. Г. Белоглазовой, Л. Кроливецкой. - СПб: Питер, 2010. – 400 с.
2. Инструкция Сбербанка РФ «О кредитовании юридических лиц учреждениями Сбербанка РФ» от 26.10.1993. № 26 – р.
3. Финансы. Роль и место Сбербанка в банковской системе. [Электронный ресурс] – <http://student.zoomru.ru/finans/rol-i-mesto-sberbanka-rossii/115822.917473.s3.html>.
4. Международный каталог банков. Мировой рейтинг банков. [Электронный ресурс] – <http://www.banksdaily.com/rus/>
5. Вести Экономика. Сбербанк разработал стратегию развития до 2018 года. [Электронный ресурс] – <http://www.vestifinance.ru/articles/35347>.

**Секция «Менеджмент в сервисе»,  
научный руководитель – Петрухина Елена Владимировна, к.э.н., доцент**

**КОММУНИКАТИВНЫЙ АНАЛИЗ  
ЯЗЫКА РЕКЛАМЫ**

Петрухин С.С.

*ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет»,  
Орёл, e-mail: p.semyon@mail.ru*

Использование такого мощного инструмента в рекламе как язык, будь то устная речь, объявление в газете или просто слоган, так же необходимо, как и сложно. Но в любом случае эта информация представляет собой, так или иначе, текст (устный, печатный).

Реклама, продвижение самой фирмы и ее продукции на рынке начинается с названия и слогана. Рассмотрим некоторые приемы, используемые при создании слогана:

1. *Употребление цитаций или аллюзий.* Различие между цитацией и аллюзией чисто условное: популярная строчка из песни, кинофильма или литературного произведения считается «цитацией», а общеизвестное выражение из экономики, истории и т.д. есть «аллюзия». Существует очень большое количество слоганов, созданных подобным методом: «Просим к столу», «Магнитные карты Балтийского банка: осознанная необходимость», «Как прекрасен этот мир, посмотри!»

2. *Использование метафор.* Весьма распространенный прием, позволяющий создать лаконичный девиз с элементами восхитительной незавершенности. Недосказанность, по мнению специалистов, интригует, привлекает внимание. Например, «Апельсиновый заряд» («Фанта»), «Радуга фруктовых ароматов» (Конфеты «Скиттлс»).

3. *Повтор.* Различают несколько видов фигур повторов.

*Хиазм* – «Ваши деньги – это бумага. Наши бумаги – это деньги».

*Стык* – «Показывают движение времени, но время не властно над ними» (Часы «Ситизен»)

*Анафора* – «Благороден и благотворен» (Демидовский бальзам)

*Эпифора* – «Не просто чисто – безупречно чисто!» (Стиральный порошок «Ариэль»)

4. *Каламбур.* Чаще всего таким образом обыгрывается название товара, немного реже (это сложнее) – его свойства. При использовании этого приема получают многозначные фразы-девизы – слоганы «с двойным» или даже с «тройным дном». К примерам многозначных девизов можно отнести такие: «Хорошие хозяйки любят «Лоск», «Ваше второе дыхание» (Жевательная резинка «Спорт лайф»), «Телефонная трубка мира» (Телекоммуникационная система связи BCL) [1].

5. *«Попытка афоризма».* Данный прием при достаточном навыке позволяет поместить в короткой фразе содержимое длинной речи президента фирмы-производителя. Например, «Если дарить – то самое лучшее» (Кофе «Чибо»).

6. *Использование «ошибок» в тексте.* Хороший слоган – не обязательно должен быть правильным с точки зрения языка. Неправильность помогает привлечь внимание, может сделать слоган более информативным. Например, слоган «Кто не знает, тот отдыхает!» – не соответствует нормам, однако придется «по душе» подросткам.

Сам «рекламный» язык – это результат работы специалистов многих отраслей знаний, начиная от филологов и лингвистов, заканчивая копирайтерами и психологами. Язык в рекламе должен отвечать следующим критериям: в минимальном объеме текста должно быть максимальное количество запоминающейся и убедительной информации, при этом, конечно, нельзя забывать и о этических, грамматических и прочих правилах и нормах.

**Список литературы**

1. Васильева М. Слоганы – мистически-массовое явление [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.es.ru/yes/personal/vasilyeva.html>.

2. Кара-Мурза Е.С. Русский язык в рекламе: возможности законодательного регулирования [Текст] // Вопросы культуры речи / Отв. ред. проф. А.Д. Шмелев. – М.: АСТ-ПРЕСС-КНИГА, 2011. – С. 340-346.

**Секция «Налоги и налогообложение»,  
научный руководитель – Пелькова Светлана Владимировна, к.э.н.**

**КАК КОМПАНИИ ПЛАТЯТ НАЛОГИ В РОССИИ:  
АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Ахметшина А.Р.

*ННГУ им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород,  
e-mail: anzheilaakhmetshina@yandex.ru*

Среди множества экономических рычагов, при помощи которых государство воздействует на рыночную экономику, важное место занимают налоги. Налоги и сборы, уплачиваемые компаниями, являются основным источником формирования бюджета. С помощью налогов определяются взаимоотношения предпринимателей и предприятий всех форм собственности с государственными и местными бюджетами, с банками, а также с вышестоящими организациями. При помощи налогов регулируется внешнеэкономическая деятельность, включая привлечение иностранных инвестиций, формируются доходы и расходы предприятия. Проблемы со сбором налогов возникают в отношении компаний, испытывающих финансовые трудности.

Обязанность уплаты налогов фирмами установлена в законодательном порядке. Налог – необходимая плата, взыскиваемая органами государственной вла-

сти с юридических и физических лиц. В нашей стране фирмы в обязательном порядке должны уплачивать: НДС, акцизы, налог на доходы физических лиц; налог на прибыль юридических лиц; водный налог; государственные пошлины; таможенные пошлины и сборы; взносы во внебюджетные государственные фонды; сбор за использование объектов животного мира; сбор за использование объектов биологических водных ресурсов; налог на добычу полезных ископаемых. В нашей работе мы проанализировали те виды налогов, которые имеют большую долю в бюджете, т.е. являются бюджетобразующими. Это НДС, акциз, налог на имущество организаций и налог на прибыль организаций.

Актуальность данной работы состоит в том, что на сегодняшний день одной из самых острых проблем нашей экономики является нехватка финансовых ресурсов. Сейчас наиболее приемлемым способом решения данной проблемы может быть налоговое регулирование – т.е. необходимо контролировать, как компании платят налоги. Ведь налоги играют одну из самых главных ролей в регулировании экономики и перераспределении денежных средств.