

Рувенный Игорь Ярославович

**СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОМБАРДОВ**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2009/11-2/72.html](http://www.gramota.net/materials/1/2009/11-2/72.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2009. № 11 (30): в 2-х ч. Ч. II. С. 196-198. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2009/11-2/](http://www.gramota.net/materials/1/2009/11-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

За "финансовый протекционизм" в банковской сфере выступал премьер Великобритании Гордон Браун. Речь шла о необходимости создания государственного банка, которому перейдут все плохие долги, и о решении ряда банков Британии, имеющих зарубежные филиалы, прекратить в них операции [2].

Как пообещал председатель Еврокомиссии Жозе Мануэла Дуран Баррозу, что правила единого европейского рынка будут соблюдаться, и Еврокомиссия обеспечит их сохранность. Тем не менее, договоренность лидеров ЕС воздерживаться от протекционистских мер внутри сообщества представляет собой не более чем рекомендацию, которая может быть нарушена в зависимости от экономической обстановки.

Проблема протекционизма затормаживает процесс глобализации. В условиях кризиса вызывает ответный протекционизм и гонку девальвации, обесценение национальных валют. Однако реализовать антипротекционистские меры - практически невыполнимая задача. Например, если бы российское правительство не подержало нашу автомобильную промышленность, то она бы исчезла окончательно.

Таким образом, миру может помочь выйти из кризиса и избежать повторения нынешних событий на финансовых рынках только максимальная экономическая открытость, которая заключается в необходимости стимулирования свободной торговли и открытия экономических границ для товаров и услуг.

Президент России Д. А. Медведев предложил, полностью раскрывать информацию об антикризисных планах каждой страны и координировать, таким образом, макроэкономическую политику [3].

Мировой экономический кризис, привел к полному отказу от нынешней формы и принципов функционирования, и к необходимости создания новой модели международной экономической системы, адекватной политическим, военным, финансовым и демографическим реалиям и требованиям нового века.

#### *Список использованной литературы*

1. **Мировая экономика:** учебник / под ред. проф. А. С. Булатова. М.: Юрист, 2003.
2. **Шестаков Е.** Любить по-французски // Российская газета. 3.03.2009. Федеральный выпуск № 4859.
3. **Шишкунова Е.** Дмитрий Медведев сделал «двадцатке» предложения, от которых она не стала отказываться // Финансовые известия. 03.04.2009.
4. **www.newsru.com**
5. **www.ng.ru**
6. **www.rbc.ru**

## СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОМБАРДОВ

*Рувенный Игорь Ярославович*

*Уфимский государственный авиационный технический университет*

Деятельность современного ломбарда немыслима без маркетинга. Современный ломбард по некоторым параметрам превосходит банк (отсутствие очередей, минимальное время на получение кредита, дополнительные услуги). Ломбарды могут выдавать кредиты без длительных процедур, потому что информация о платежеспособности клиента и дальнейший контроль не требуются, так как цена залога равна или превышает сумму кредита. Вопросы, касающиеся социального статуса клиента, его доходов, места работы не выясняются. У ломбардов не может возникнуть долгосрочная задолженность клиента. Если должник не выплачивает сумму залога в определенный срок или не платит проценты, ломбард продает предмет залога на аукционе. В худшем случае, клиент ломбарда теряет свою вещь, но остается свободен от обязательств перед ломбардом. Ломбарды решают и социальные задачи. Они позволяют избежать проблем в семье при задержке зарплаты, временных финансовых трудностях и при решении других бытовых задач.

Ломбарды - одна из старейших финансовых структур. История ломбардов началась с середины XV века, когда в Италии стали возникать учреждения по выдаче ссуд под залог имущества. Занимались этим ростовщики, выходцы из Ломбардии, откуда и произошло слово «ломбард». В России в 1733 г. появился именной указ «О правилах займа денег из монетной конторы», постановивший выдавать ссуды под заклад золотых и серебряных вещей. В 1754 г. учрежден заемный банк для выдачи ссуд под залог драгоценностей и недвижимых имений. Позже появились ссудные казны. Они просуществовали вплоть до советской власти. В 1919 г. ссудные казны были упразднены. Но, вскоре после этого ломбарды возродились. Например, в 1972 году размер выданных населению через ломбарды кредитов составил 40 млн. рублей.

Ломбарды особенно распространены в странах с высоким уровнем жизни. Например, в США существуют свыше 16000 лицензированных ломбардов, около 3000 ломбардов работают в Австралии.

Ломбардный рынок России переживал периоды «бума». Первый раз это было между 1998 г. и 2001 г. За это время количество ломбардов увеличилось с 736 до 1800. Второй «бум» пришелся на 2002 г., когда ломбарды были исключены из списка лицензируемых видов деятельности, и их число превысило 3000. За прошедшие годы появились ломбарды, относящиеся к своему бизнесу серьезно и вкладывающие большие средства в модернизацию и разработку новых технологий. В стране работают 2500 ломбардов, которые, в совокупности, выдают кредитов на 1,5-2 млрд. долларов в год. В конце 2008 г. количество залогов в московских ломбардах увеличилось на 12,5%. По городам с населением более миллиона человек увеличение составило 20%, по остальным еще больше - 30%. Мировой финансовый кризис расставил свои приоритеты, теперь гораздо меньше людей готовы взять кредит в банке, чтобы получить быстрые деньги.

Рассмотрим подробнее московский рынок ломбардов. Столичный рынок за последние годы вырос на 50%. Сейчас в столице работает около 250 ломбардов с оборотом в 200-220 млн. долларов. На долю Москвы приходится примерно 13% российского рынка. Рынок растет на 10-15% ежегодно. Сейчас столичный рынок консолидирован лишь на 30%. Средний московский одиночный ломбард выдает кредитов на сумму около 5 млн. рублей в месяц и может зарабатывать до 500 тыс. рублей чистой прибыли в месяц. Обычный срок кредитования - 1 месяц.

Так как деятельность ломбардов относится к сфере услуг, попытаемся адаптировать концепцию «7Р» применительно к их маркетинговой деятельности.

*Product.* Основная услуга, которую предоставляют ломбарды - выдача кредитов под залог имущества. Принципы организации такого кредитования:

- особая роль оценщика при определении стоимости вещи;
- организация быстрой выдачи кредита, простота его оформления;
- оформление залогового билета (квитанции);
- наличие льготного срока после просрочки кредита;
- ответственность ломбарда за пропажу вещи.

Существует несколько видов ломбардов по характеру принимаемых залогов. Те, что работают только с изделиями из драгметаллов и камней, называют «золотыми». Имеются ломбарды, занимающиеся выдачей кредитов под залог автотранспорта. Некоторые ломбарды принимают ценные бумаги. Смешанные ломбарды работают с любыми вещами. Однако, в этом случае необходимы большие помещения для хранения и широкие каналы сбыта невыкупленного имущества.

Самая распространенная специализация ломбардов - драгоценные металлы, на их долю приходится 90% оборота. Подобная ситуация объясняется тем, что содержание таких ломбардов не требует серьезных затрат. Бытовая техника, компьютеры и шубы занимают в обороте ломбардов небольшую долю. Ломбарды работают с этой группой товаров по необходимости, чтобы привлечь больше клиентов.

Относительно новое явление в ломбардном бизнесе - это автоломбарды. Автоломбарды принимают в залог легковые и грузовые автомобили практически всех марок, автобусы и спецтехнику. Кредит легче получить под залог иномарки. Отечественные автомобили составляют не более 20%.

Есть мнение, что ломбард существует только за счет реализации оставленных вещей. На самом деле, вещи в ломбард несут с намерением их забрать. Количество невыкупленных вещей составляет примерно 6-7% (по некоторым оценкам до 15%). Уровень обратного выкупа ювелирных изделий достигает 95%, а для автомобилей этот показатель составляет 98-99%.

*Price.* Ставки кредита могут быть как фиксированными, так и плавающими. В среднем они составляют 4-16%, при этом могут достигать 25%. Под залог ювелирных изделий ломбарды выдают кредиты в размере 90-95% от их оценочной стоимости. Вещи в ломбардах оцениваются в 70-80% от их рыночной стоимости. Это дает возможность компенсировать затраты в случае недобросовестности клиентов.

*Promotion.* Рекламные кампании в ломбардном бизнесе достаточно эффективны (наружная реклама, сайт в Интернете, директ-мейл). Рекламные затраты на привлечение одного нового клиента составляют около 1500 руб. Поэтому ломбарды дорожат постоянной клиентурой. Для раскрутки нового ломбарда нужен рекламный бюджет, минимум, 100-150 тыс. рублей.

Деятельность успешных ломбардов основана на постоянном мониторинге рынка - для привлечения клиентов нужно знать, какие процентные ставки устанавливают конкуренты. Свою роль играют даже небольшие колебания данного показателя.

*Place.* Наличие постоянной клиентуры, во многом, зависит от месторасположения ломбардов. Классические ломбарды, живущие на проценты, предпочитают работать в «спальных» районах. Жители пользуются ломбардом как домашним банком. Главная задача владельцев - создать условия, при которых человеку было бы выгодно брать деньги в долг.

Единичным ломбардам сложно работать на рынке. Наступает время сетевых ломбардов, которые смогут предложить невысокие проценты по кредитам за счет уменьшения общих накладных расходов (унификация технологических процессов, уменьшение финансовых расходов на содержание управленческого персонала и т.д.). Сети тратят серьезные деньги на маркетинг, чего не могут позволить себе независимые ломбарды.

Подобную тенденцию можно отметить и в зарубежном опыте. В США существует целый ряд крупных сетевых ломбардов. Оборот этих компаний доходит до 500 млн. долларов ежегодно, количество ломбардов в сети исчисляется сотнями. В России всего три ломбардных оператора, которых можно назвать федеральными сетями. Это «Драгоценности Урала», «Объединенный ломбард» и «Ваш ломбард». «Портфель» среднего сетевого московского ломбарда составляет порядка 10 млн. руб., а прибыль, соответственно, - около 1 млн. руб. По мнению экспертов в настоящее время доля сетевых ломбардов в России приблизилась к 50%. Однако данная оценка представляется завышенной. Это подтверждается тем фактом, что наиболее показательной в данном случае является картина московского рынка, как наиболее развитого, а доля сетевых объектов на нем составляет 30-35%.

*People.* Персонал ломбарда - минимум 4 человека: управление и бухгалтер обычно на себя берет один человек, трое занимаются охраной.

Источником дохода ломбардов являются постоянные клиенты. Если этот контингент сформирован, то он обеспечит постоянные доходы. Средний размер выдаваемого клиенту кредита - 1000 руб. Можно сделать вывод, что услугами ломбардов пользуются преимущественно малообеспеченные слои населения, нуждающиеся в деньгах для текущих нужд. Но, как показывает практика, в ломбард обращаются и вполне состоятельные люди, испытывающие временное затруднение в средствах. По мнению владельцев ломбардов, основными клиентами являются люди среднего возраста, каждый четвертый посетитель - постоянный клиент, максимальный приток клиентов весной и летом. Как правило, посещаемость ломбардов возрастает в этот период на 5-10%. Чаще всего, люди закладывают имущество перед летним сезоном отпусков и после него, а также до и после праздников.

На постоянных клиентов ломбарды заводят личные кредитные истории. Если история показывает, что клиент вовремя выкупает вещи, ему можно дать кредит даже больше суммы, за которую реально продать залог. Ломбардам, работающим с золотом и товарами народного потребления, выгодно давать кредиты более 1000 рублей. Но, если люди просят меньшие суммы, им идут навстречу. Проценты с таких сумм не окупают расходов на оценку и проверку золотых изделий. Но чтобы привлекать и удерживать клиентов, некоторые ломбарды готовы нести убытки.

*Process.* Современные ломбарды - это высокотехнологичные учреждения, оборудованные разнообразной техникой, стремящиеся ни в чем не уступать банкам. В условиях обострившейся конкурентной борьбы успешно функционировать могут только ломбарды, обладающие передовыми технологиями. Применение таких технологий позволяют значительно сократить себестоимость судно - залоговых операций, повысить пропускную способность ломбарда и оперативно получать управленческую информацию. Необходимо сказать о программном обеспечении ломбардного бизнеса. На данный момент создан программный комплекс «ЛОРД», который по большинству параметров значительно превосходит западные аналоги.

Планируется создание автоматического ломбарда. В настоящее время ведутся НИОКР, существуют и работают отдельные модули. В частности, автоматический расчетный центр. В течение трех лет на рынок будет выведен полностью автоматический ломбард. Объем инвестиций оценивается в 3 млн. долларов. Начальная себестоимость автоматического ломбарда около 50 000 долл. - 100000 долларов.

*Physical Evidence.* Ломбард по своему дизайну и наполнению офисной техникой приближается к банковскому отделению. Качество сервиса передовых сетевых российских ломбардов не уступает известным зарубежным ломбардам.

Современные ломбарды имеют площадь около 20 кв.м. Самое важное в подготовке помещения - обшивка стен решеткой из металлической проволоки толщиной 18 мм. Поскольку ломбард обязательно нужно охранять, устанавливается сигнализация. Для бытового ломбарда, который принимают в залог бытовую технику, нужно построить стеллажи для ее хранения. В ломбарде нужно иметь, как минимум, два сейфа - один для хранения изделий не больше одного дня, другой для длительного хранения залогов. Главное оборудование ломбарда - электронные лабораторные весы. Также в работе оценщик применяет другие специальные приборы, например, определитель золота или определитель бриллиантов.

Таким образом, маркетинг является важным и актуальным инструментом, позволяющим эффективно повышать имидж и конкурентоспособность ломбардов.

## АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Смирнов Артём Валентинович*

*Санкт-Петербургский государственный университет*

Одним из важнейших направлений государственной экономической политики в постсоветской России было и является антимонопольное регулирование. Многие, если не большинство, проблем, стоящих перед отечественной экономикой, связаны с высоким уровнем ее монополизации. В наследство от плановой советской экономики Россия получила гиперконцентрированное производство. Так, в 1990 г. в среднем по стране одно предприятие производило 73% данного вида продукции (Цапелик В., Яковлев А. Монополия в советской экономике // Коммунист. 1990. № 15. С. 63). Безусловно, это только одна из причин глубокого социально-экономического кризиса 90-х гг., но причина важная.

Проблема монополизма в российском рыночном хозяйстве первоначально усугублялась тем, что в стране отсутствовала система антимонопольного регулирования, не было соответствующей нормативной базы. Поэтому первым шагом в развитии антимонопольного регулирования в Российской Федерации стало принятие 22 марта 1991 г. закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

Как известно, мировое антимонопольное законодательство делится на две основные ветви - американское и европейское право. Они имеют много существенных отличий, но в данном контексте важнее всего различия в идеологии регулирования. Американское антitrustовское законодательство объявляет противоправным сам факт монополии (статья 6 закона Шермана), в то время, как европейское право разрешает монополию, но запрещает злоупотребления с ее стороны (статья 86 Римского договора). Правда за последние десятилетия наметилась тенденция определенного сближения обеих ветвей антимонопольного права, но различия продолжают сохраняться.