

УДК 334.021

ВОЗМОЖНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПРОДУКТА В МИКРОФИНАНСОВОЙ КОМПАНИИ

Могзоев Александр Мушкудаевич,

*д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики городского хозяйства и сферы обслуживания,
Московский университет им. С.Ю. Витте, город Москва,
e-mail: mogzo@mail.ru*

Валеева Римма Расимовна,

*магистрант кафедры экономика городского хозяйства и сферы обслуживания,
Московский университет им. С.Ю. Витте, город Москва,
e-mail: rimmulay93@mail.ru*

В статье рассмотрено стратегическое планирование в МФК по снижению процентной ставки для пенсионеров, на примере компании «Быстроденьги» (ООО) в РЗ Сургут, для того чтобы поднять рейтинг компании, повысить доверие к компании среди заёмщиков в возрасте от 55 до 70 лет и сделать данный бизнес социально-ориентированным.

Ключевые слова: Микрофинансовая организация (МФО), микрофинансовая компания (МФК), SNW-анализ, процент, процентные ставки для пенсионеров

DOI 10.21777/2587-9472-2018-1-34-42

Политика РФ проводит в жизнь политику доступности финансовых услуг среди всех слоев населения. Срочный заем могут оформить граждане старше 18 лет из любых слоев населения России, в том числе студенты, пенсионеры, безработные и граждане, имеющие подпорченную кредитную историю. Он оформляется без поручителей, без залога и по займу, справка о доходах физического лица не требуется.

Научная проблема исследования состоит в том, чтобы определить возможности социальной ориентации МФК, жестко ориентированных на прибыль, повышать эффективность своей деятельности за счет социальных программ.

Деятельность МФК в некоторой степени является социальной: помощь людям во время финансовых трудностей, но для того, чтобы данная цель выполнялась в полной мере необходимо планировать проведение социальных программ для отдельных социальных прослоек, в частности для людей пенсионного возраста.

Для этого проводится исследование стратегического планирования на примере МФК «Быстроденьги» (ООО).

Рынок микрофинансирования зародился в России еще в 90-е годы, но получил правовое регулирование и начал стремительно развиваться только с 2011 года. Микрофинансирование рассматривается как альтернатива банковскому кредитованию. Однако с точки зрения ведения бизнеса и правового регулирования оно имеет свои преимущества и недостатки [7].

Не смотря на достаточно высокие проценты, под которые предоставляются микрозаймы, услуги МФК пользуются большим спросом среди населения, как малого, так и среднего бизнеса. Это объясняется, в первую очередь, тем, что МФК не устанавливают, в отличие от банков, жесткие требования к заемщикам. Во-вторых, срок рассмотрения заявок на предоставление микрозайма составляет от 15 минут до 3 дней. В-третьих, офисы МФК, как правило, находятся в шаговой доступности и имеют удобный график работы, а лимиты по микрозаймам у МФК отличаются небольшими суммами. Все это обеспечивает широкую доступность микрозаймов [3].

Стоит также отметить, что консервативные методы работы и требования регулятора в лице Банка России очень часто не позволяют банкам выдавать кредиты «некачественным» заемщикам. По этой причине, зачастую, такие заемщики, которым банки отказали в выдаче кредита, обращаются за микрозаймами к МФК. Отсюда возникают высокие проценты по микрозаймам, так как низкое качество заем-

щиков вынуждает МФК закладывать в процентную ставку риски невозврата или просрочки погашения микрозаймов.

Отсутствие каких-либо существенных ограничений микрофинансовой деятельности со стороны регулятора с одной стороны позволяет МФК работать с широким кругом потенциальных заемщиков, тем самым увеличивая потенциальный размер дохода, с другой же стороны несет для МФК большие риски ее финансовой устойчивости. В связи с этим, некоторые МФК, неправильно оценив свои риски, уходят с рынка по причине убыточности или низкой рентабельности бизнеса. Однако, многие другие МФК за время работы успели наладить эффективный порядок взаимодействия с заемщиками как в части оценки уровня их риска, так и возврата просроченных микрозаймов. В последнем случае, МФК создают собственные подразделения по урегулированию задолженности заемщиков или прибегают к услугам коллекторских агентств или обращаются с соответствующим заявлением в суд [5].

Также на сегодняшний день выделим основные черты становления и развития микрофинансового рынка в России.

Развитие микрофинансирования и его институтов в России имеет ряд особенностей, обусловленных общеэкономическим российским контекстом, страной спецификой и определенной институциональной незрелостью формирующегося отечественного рынка [8]. Приведем основные отличительные черты, характерные для становления и развития микрофинансового рынка в России:

1 Высокая доля неформального сектора на рынке предоставления микрофинансовых услуг, который начал формироваться в России еще до появления цивилизованного рынка микрофинансирования и на сегодняшний день функционирует наравне с традиционной банковской системой.

2 Практически полное отсутствие собственных микрофинансовых программ и низкая мотивация в их разработке и реализации.

3 Отсутствие льготного режима для развития рынка микрофинансовых услуг. Несмотря на то, что социальная функция микрофинансирования является приоритетной, для отечественного микрофинансового рынка не предусмотрены какие-либо льготы и практически полностью отсутствуют механизмы стимулирования и бюджетной поддержки.

4 Отсутствие четкого структурного разделения рынка на «классическое» микрофинансирование, включающее потребительское кредитование и кредитование малого и среднего бизнеса (МСБ), и сегмент микрофинансовой деятельности, специализирующийся на выдаче «займов до зарплаты» (Pay Day Loans) [7].

Тем не менее, анализ состояния отечественного микрофинансового рынка свидетельствует о том, что он вступил в период интенсивного развития, а темпы роста отрасли имеют ярко выраженную положительную динамику. На конец сентября 2017 года суммарный объем выдачи займов за всю историю деятельности компании превысил 50,4 млрд руб.

В числе ключевых факторов, обуславливающих достаточно динамичный рост портфеля микрозаймов по сравнению с банковскими услугами, следует выделить эффект низкой базы, выход на рынок новых участников и повышенный спрос на услуги микрофинансирования, обусловленный ужесточением банковского регулирования в сфере необеспеченного банковского кредитования [6].

Целью деятельности МФК является получение прибыли, а также решение временных финансовых проблем юридических (ИП) и физических лиц. МФК «Быстроденьги» осуществляет постоянное внедрение новейших передовых технологий обслуживания, отвечающих потребностям клиентов. А так же способствует развитию экономической и социальной инфраструктуры на территории своего присутствия. Создавая и оптимизируя разветвленную сеть подразделений, МФК планомерно расширяет географию бизнеса адекватно интересам своих Клиентов.

МФК предоставляет своим Клиентам равные возможности эффективного управления своими средствами и равно комфортные условия обслуживания, тщательно изучает потребности и возможности каждого Клиента, независимо от его статуса и местонахождения.

Для примера рассмотрим деятельность МФК «Быстроденьги» (ООО) в региональной зоне Сургут, чтобы понять рынок микрофинансирования и что может сделать его деятельность социально-ориентированной.

Предметом деятельности МФК является коммерческая деятельность, направленная на обеспечение любого гражданина Российской Федерации, в возрасте от 18 до 70 лет и имеющего постоянный

доход, возможностью получения оперативной финансовой помощи (микрозайма) в «Быстроденьги» на всей территории страны. В организации сформулирована миссия: предоставление помощи людям в решении временных финансовых проблем.

Сегодня МФК занимает 5 место по размеру портфеля микрозаймов по итогам первого полугодия 2017 года Российской Федерации по данным рейтингового агентства «Эксперт РА», представленного в таблице 1. МФК «Быстроденьги» является одним из лидеров микрофинансового рынка [1]

Таблица 1 – МФК-лидеров по размеру портфеля микрозаймов по итогам первого полугодия 2017 г.

Место в ранкинге на 1 июля 2017 г.	МФО	Совокупный размер портфеля займов (млн. руб.)		Темп прироста за 12 мес., (%)
		1 июля 2017 г.	1 июля 2016 г.	
1	ОТП Финанс	24265,9	10000,9	143
2	Домашние деньги	7760,5	6802,1	14
3	МигКредит	3833,4	3833,4	82
4	ГК Moneyman	1715,9	703,2	144
5	МФК «Быстроденьги»	1670,7	1173,5	42

По данным таблицы видно, что по размеру портфеля на 1 июля 2017 года лидерство находится у компании ОТП Финанс (24265,9 млн руб. прирост с начала года 143 %) из сегмента потребительских микрозаймов физическим лицам. На 5 месте по объемам выдачи и количеству выданных займов за первое полугодие находится «Быстроденьги» (1670,7 млн руб. Прирост 42 %) представляющий сегмент микрозаймов до зарплаты. Среди десяти крупнейших МФО по размеру портфеля максимальный прирост продемонстрировала группа компаний ГК Moneyman (144 %).

Ухудшение макроэкономической ситуации и платежеспособности заемщиков привело к росту числа случаев невозврата долгов. Подобная ситуация заставила МФО более тщательно относиться к оценке кредитоспособности заемщиков (например, также за счет использования нескольких бюро кредитных историй), что привело к повышению расходов МФО в расчете на один договор займа и к более частым отказам по заявкам на получение заемных средств. В результате мы наблюдаем замедление темпов роста портфелей микрозаймов у некоторых игроков рынка МФО [10].

По прогнозу «Эксперт РА», в 2017 году рост рынка МФО будет ограничен влиянием макроэкономических факторов. Базовый сценарий подразумевает развитие рынка МФО в условиях стагнации экономики. При этом участники рынка успешно адаптируются к новому законодательству, а работа с проблемной задолженностью будет осуществляться в значительной мере за счет ресурсов собственных служб взыскания (без списания с баланса). В этих условиях прирост портфеля МФО в 2017 году будет на уровне 45 %. Негативный сценарий предусматривает заметное сокращение темпов роста реального ВВП (на 1 процентный пункт и более), что будет сопровождаться ухудшением качества обслуживания займов, значительными и регулярными списаниями проблемной задолженности с балансов МФО. В случае реализации подобного сценария произойдет резкое падение объемов новых выданных микрозаймов, а темп прироста портфеля МФО по итогам 2017 года не превысит 30 % [1].

Мероприятия по работе с просроченной задолженностью в «Быстроденьги» в РЗ Сургут проводятся с 1-го месяца просрочки, что позволяет поддерживать портфель достаточно хорошего качества. Это видно на рисунке 1.

В итоге в РЗ Сургут наблюдается приемлемый процент просроченной задолженности, который составляет 29 %.

В течение периода с 01.01.17 г. по 31.03.17 г. МФК «Быстроденьги» в РЗ Сургут динамично развивается и достигает изменения следующих показателей:

1 Увеличение собственного капитала с 1,9 млн руб. до 3,6 млн руб. (1,9 раза) представлено на рисунке 2.

В начале года происходит снижение величины собственных средств в МФК «Быстроденьги». Это связано с тем, что часть основных средств было потрачено на развитие ИТ, а также с ужесточением скоринговых моделей и изменения законодательства по отношению к МФО.

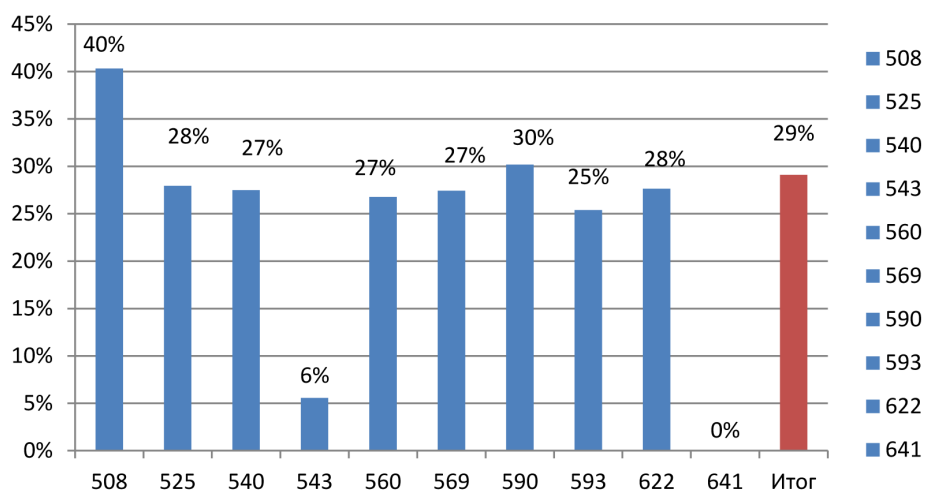


Рисунок 1 – Средний процент, просроченной задолженности в 2017 г.

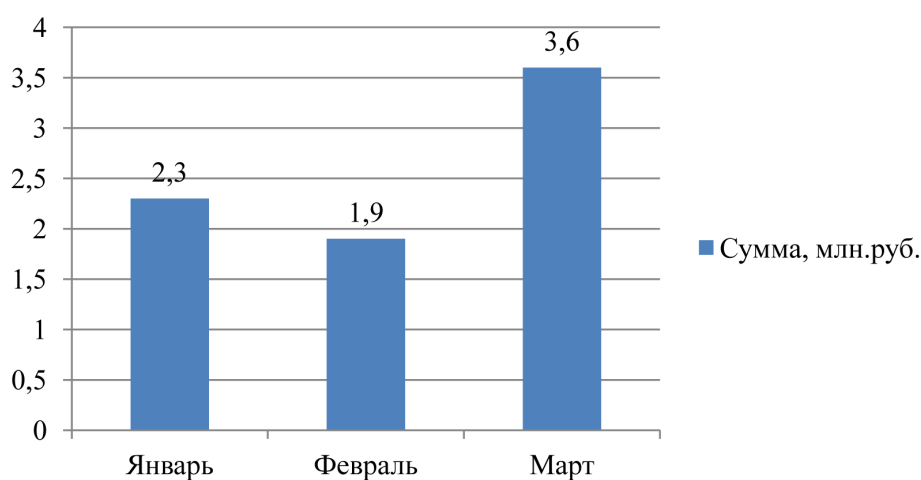


Рисунок 2 – Динамика основных средств МФК «Быстроденьги», млн руб.

2 Сумма выданных займов 48,8 млн руб. увеличилась до 63,4 млн руб., что представлено на рисунке 3.



Рисунок 3 – Динамика суммы выданных займов МФК «Быстроденьги» в РЗ Сургут, млн руб.

За год работы МФК сумма выданных займов в РЗ Сургут увеличилась более чем в 1,3 раза, что является следствием успешной работы МФК как надежной компании на рынке финансовых услуг [8].

Для расчета прибыли МФК необходимо из всех полученных доходов вычесть расходы. Доходы МФК включают в себя процентные доходы. Чистый процентный доход представляет собой прибыль в виде процентов по выданным микрозаймам. Рассмотрим доход компании за март 2017 г. на примере отдельной региональной зоны Сургут, которая состоит из 8 ОФП. Данные представлены в таблице 2 [4].

Таблица 2 – Различные расходы (постоянные и переменные), руб. В ОФП по РЗ Сургут за март 2017 г.

ОФП	Различные расходы (постоянные и переменные), руб.	Оплата труда, руб.	Выручка, руб.
622	108768	178678	976354
593	110677	156766	655439
590	244056	328765	643877
569	333547	254543	1987676
560	134344	347876	876567
540	366780	234554	1786655
525	244476	168765	344476
508	176593	93457	678856
АО	236744	317792	
Итого	1955985	2081196	7949900

Общая сумма затрат ОФП и АО в РЗ Сургут в марте 2017 г. составляет 1719241 руб. Большая часть идёт на аренду помещения. Заработная плата сотрудников в каждом ОФП отражена в таблице 3.

Оплата труда сотрудников составляет: 2081196 руб. Наибольшую заработную плату получают сотрудники АО в размере 317792 руб.

Выручка в РЗ Сургут по каждому ОФП следующая:

Наибольшая выручка в ОФП № 569, затем ОФП № 540, далее ОФП № 622 и № 560. Выручка офисов зависит от их местоположения и наибольшей проходимости, а также эффективной работы сотрудников.

В таблице 3 отобразим прибыль компании без учёта налогов.

Таблица 3 – Прибыль компании без учёта налогов

Наименование	Сумма, руб.
Выручка	7949900
Заработная плата сотрудников ОФП	2081196
Расходы (постоянные и переменные)	1955985
Прибыль без учёта налогов	3912689

В таблице 4 показаны все налоги, которая МФК должна оплатить.

Таблица 4 – Расчет налогов исследуемой МФК

Виды налогов	Сумма, руб.
НДФЛ	270555,48
Взнос в пенсионный фонд (ВвПФ)	291367,44
Взнос в фонд социального страхования	4162,4
Единый налог (ЕН)	476994
ЕН–ВвПФ < 50 % ЕН	238497
Общая сумма уплаченных налогов	561082,32

Теперь рассчитаем прибыль организации с учётом всех налогов: $7949900 - 1955985 - 561082,32 - (2081196 - 270555,48) = 3622192,16$ руб. Это и есть прибыль МФК «Быстроденьги» (ООО) в марте 2017 г. от ОФП РЗ Сургут. В среднем на 1 офис приходится прибыли 460000 руб.

Общий вывод по результатам проведенного анализа весьма благоприятный. Не смотря на сложную экономическую обстановку во всей РЗ и стране в целом, состояние компании стабильное так как именно в трудные моменты услуги данного рода наиболее востребованы. В таком случае доход компании позволяет проводить в МФК «Быстроденьги» различные социальные программы.

Проведём также стратегический SNW-анализ внутренней среды (таблица 5) [2].

Таблица 5 – Стратегический SNW-анализ внутренней среды МФК «Быстроденьги»

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S (Сильная)	N (Нейтральная)	W (Слабая)
Стратегия организации		+	
Оргструктура	+		
Финансы, как общее финансовое положение		+	
Услуга, как конкурентоспособность в целом		+	+
Информационные технологии		+	
Способность к лидерству в целом	+		
Законность	+		
Уровень маркетинга		+	
Уровень менеджмента	+		
Качество работы персонала			+
Репутация на рынке		+	
Процентная ставка за 1 день пользования МЗ по сравнению с конкурентами			+
Эффективный контроль за издержками, возможность снижения издержек		+	
Быстрокарта	+		

Из приведенной таблицы видно, что такие позиции, как стратегия организации, затраты, информационные технологии, репутации компании, финансы, как общее финансовое положение, уровень маркетинга, уровень менеджмента, контроль качества работы, качество персонала, эффективный контроль за издержками и возможность снижения издержек по сравнению с конкурентами следует считать нейтральными для организации по отношению к существующим конкурентам.

Особенно важно то, что оргструктура, способность к лидерству в целом, законность, а также «Быстрокарта» являются сильными позициями МФК «Быстроденьги» (ООО) на рынке. Организация имеет благоприятный имидж в глазах своих постоянных клиентов. Но на старых заслугах долго продержаться невозможно, поэтому необходимо обратить внимание на не качественную работу персонала (что приводит к потере большой части прибыли), услугу, процентную ставку и время оформления клиентов.

В итоге на основании SNW-анализа была выявлена основная проблема «Быстроденьги» – высокая стоимость МЗ.

По данным описанным выше можно выделить основные проблемы МФК «Быстроденьги» (ООО) в РЗ Сургут:

1 Нет собственных микрофинансовых социальных программ и низкая мотивация в их разработке и реализации.

2 Высокая процентная ставка на МЗ.

Поэтому необходимо в «Быстроденьги» внедрить социально-ориентированную программу, которая будет обеспечивать снижение процентной ставки на МЗ, и запустить её как пилотный проект в г. Нижневартовске.

Социальную программу по снижению % на МЗ можно провести для:

- 1) пенсионеров;
- 2) студентов;
- 3) многодетных семей.

Целесообразней всего для РЗ Сургут провести социальную программу для пенсионеров, так как их больше всего на территории г. Нижневартовска (46000 чел.) по сравнению с многодетными семьями (1487 чел.) и студентами (11182 чел.). Также пенсионеры являются более надёжным слоем населения, чем студенты (большая часть студентов попадают в зону риска, при оформлении МЗ, так как у них нет заработка на рабочем месте, либо нет стипендии).

В итоге целесообразнее всего провести социальную программу для пенсионеров. Для того чтобы снизить процентную ставку для данной категории граждан, для этого необходимо проанализировать процентную ставку на микрозаём конкурентов [12].

Таблица 6 – Процентные ставки для пенсионеров, в МФО-Конкурентах

МФО-Конкуренты	Процентная ставка для пенсионеров, %
ООО «Займ Экспресс»	1,6
ООО «ФинМаркет»	1,5
Дам деньги	1,5
ООО «Югра мирофинанс»	1,45

В компании ООО «Займ Экспресс» для пенсионеров, процентная ставка составляет – 1,6 %, в компании ООО «ФинМаркет» – процентная ставка составляет – 1,5 %, Дам деньги – 1,5 %; ООО «Югра мирофинанс» – 1,45 %, которые отражены в таблице.

Процентные ставки зависят от:

- количества денег в обращении;
- спроса на заемные средства;
- оценки кредитором риска невозвращения займа;
- периода займа;
- курс национальной валюты.

Условно все 100 % заёмщиков в возрасте от 55 до 70 лет должны перейти для получения микрозайма в нашу компанию, если компания применит стратегию выпуска услуги лучше, чем у конкурентов. Т. е. снизит процентную ставку для пенсионеров до 1,4 % в день. Благодаря этому пенсионеры смогут брать сумму больше, чем обычно ещё под более низкий процент, чем могли позволить себе до этого. Проанализируем также просрочку от займов, которые берут пенсионеры. Отразим их в таблице 7.

Таблица 7 – Просрочка займов пенсионерами в МФО

МФО	Процент просроченной задолженности пенсионерами
ООО «Займ Экспресс»	1 %
ООО «ФинМаркет»	2 %
Дам деньги	1,5 %
ООО «Югра мирофинанс»	3 %
МФК «Быстроденьги»	3 %
Ср. % просроченной задолженности	2,1 %

МФК может позволить снизить процентную ставку для пенсионеров до 1,4 %, по причине того, что финансовое положение организации находится на высоком уровне. А также по оценки кредитором риск невозвращения займа пенсионерами в различных МФО довольно низкий, всего – 2,1 %. Это незначительно, так что риск снижения процентной ставки для пенсионеров невелик.

Итак, рассчитаем условно экономическую эффективность для МФК «Быстроденьги» в г. Нижневартовске. В г. Нижневартовске пенсионным фондом зарегистрировано 46000 пенсионеров. В МФК-Конкурентов обращается из них 5 % пенсионеров. Условно все 5 % переходят в МФК «Быстроденьги». Это 2300 человек, в среднем все первоначально оформят микрозайм 5000 руб. на 16 дней. От 5000 рублей будет по 70 рублей в день.

Итого, прибыль компании составит $70 \text{ руб./день} * 16 \text{ дней} * 2300 \text{ чел.} = 2576000 \text{ руб.}$

При реализации данной социальной программы необходимо будет также усилить маркетинговую стратегию организации в г. Нижневартовске. Запустить рекламу на телевидение и опубликовать в газетах, так как для данной категории людей наиболее действенной является именно эти вид рекламы.[9]

Выберем наиболее эффективный канал для размещения рекламы, который чаще всего смотрят пенсионеры. В г. Нижневартовске это 1 канал и Сфера-НТВ, наиболее дешёвым вариантом является телеканал Сфера-НТВ. В таблице 8 отобразим стоимость размещения рекламного ролика.

Тираж газеты Информ-Вест-Сибирь составляет 20000 экземпляров. Следовательно, потенциальных читателей газеты 20000. Стоимость размещения рекламы в газете Варта составляет 19700 рублей в месяц.

Бюджет маркетинга рассмотрим в таблице 9.

Таблица 8 – Рейтинги, численность зрителей и стоимость размещения рекламного ролика

Передача	Рейтинг передачи	Численность потенциальных зрителей	Стоимость размещения (руб./мес.)
Сфера-НТВ	70 %	450000	129000

Таблица 9 – Бюджет маркетинга МФК «Быстроденьги» на 5 мес., тыс. руб.

Средства	Месяц										
	январь	февраль	март	апрель	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	12 мес.	
Реклама на местном телевидении	129			129							258
Реклама в периодической печати		19,7	19,7								39,4
Реклама в общественном транспорте					70	70	70	70	70	70	350
Итого	19,7	129	19,7	129	70	70	70	70	70	70	647,4

При реализации стратегии развития с 03.01.2017 г. выйдет сначала реклама на местном телевидении, что обеспечит осведомлённость большого числа клиентов о снижении процентной ставки для пенсионеров в МФК. А затем в последующие месяцы данная реклама будет выходить в периодическом издании, т.к. данный вид рекламы является менее затратным. И также реклама на телевидении выйдет перед майскими праздниками, что тоже должно привести к увеличению клиентов (в частности пенсионеров) в апреле и мае месяце. В дальнейшем реклама будет размещаться в салоне автобусов г. Нижневартовска, в формате А 4,5 месяцев с 01.08.2017–31.12.2017 гг. Итого стоимость рекламы в автобусах составит $70000 \cdot 5 = 350000$ руб. Таким образом, затраты на предлагаемые виды рекламы составят 647400 рублей за 9 мес.

При удачной реализации предложенного мероприятия для МФК «Быстроденьги» эффективность его деятельности на порядок улучшится, что проявится в расширении клиентской базы и увеличении доли рынка банка. А также возрастет рентабельность, что бесспорно свидетельствует о целесообразности проведения предложенных мероприятий.

На примере компании «Быстроденьги» стало видно, что в случае внедрения предложенного механизма по снижению процентной ставки для пенсионеров в работу МФК, её бизнес станет социально-ориентированным не только в теории, но и на практике, а также компания приобретёт доверие со стороны государства. Поэтому рынок МФК может начать развиваться в направлении поддержки социального бизнеса, т.е. бизнеса для людей, понижая свою процентную ставку для многих слоёв населения, например, многодетных семей, пенсионеров, малоимущих, студентов и т.д. В зависимости от региона, в котором находится МФК, а также своего конкурентного положения. В дальнейшем возможно компаниям, чтобы занять конкурентную позицию на рынке микрофинансирования, нужно будет понижать процент для большинства категорий граждан и ставка данных компаний уже не будет такой огромной, как раньше, а всего 180–200 % годовых, вместо 730–800 % годовых.

Список литературы

1. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» URL: <http://raexpert.ru/> (дата обращения 19.01.2018).
2. Ансофф И. Стратегическое управление/ И. Ансофф. – М.: Инфра-М, 2010. – 358 с.
3. Гладкова В.Е. Роль и место микрофинансирования в современной кредитной системе: монография. – М.: Наука и образование, 2012. – 99 с.
4. Горшкова Л.А. Теория бизнес-анализа: Учебное пособие / Л.А. Горшкова. – Н- Новгород: Агапе, 2012. – 343 с.
5. Кричевский М.Л. Финансовые риски: учебное пособие / М.Л. Кричевский. – М.: Кнорус, 2012 – 244 с.
6. Кудин А.В. Управление качеством услуг и конкурентоспособность/ А.В. Кудин, В.Н. Максименко. – М.: Панорама, 2010. – 165 с.
7. Могзоев А.М. Ресурсное взаимодействие при исследовании инвестиционной привлекательности ресурсов региона // Вестник МГЛУ. Выпуск 6 (585) «Проблемы модернизации экономики России на современном этапе». Серия «Экономика». – М.: ИПК «Рема», 2010. – С. 150–157.

8. Мамута М.В. Микрофинансирование в России. – М.: КноРус, 2013. – 53 с.
9. Мельник М.В. Теория экономического анализа/ М.В. Мельник, М.И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 402 с.
10. Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. – 12-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 500 с.
11. Толмасова, А.К. Микрофинансовая деятельность коммерческих организации/ А.К. Толмасова – М.: Квадрига, 2010. – 245 с.
12. Цхададзе Н.В. Рынок микрофинансовых услуг как социально ориентированный бизнес. Перспективы развития экономики и менеджмента. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. – Челябинск, 2016. – 29 с.

POSSIBILITY OF IMPLEMENTATION OF SOCIAL-ORIENTED PRODUCT IN MICROFINANCE COMPANY

Mogzoev A.M.,

*Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Department of Economics of Urban Economy and Services,
Moscow Witte University, Moscow,
e-mail: mogzo@mail.ru*

Valeeva R.R.,

*graduate student Department of Economics of Urban Economy and Services,
Moscow Witte University, Moscow,
e-mail: rimmulay93@mail.ru*

The article considers the strategic planning in IFC to reduce the interest rate for pensioners, using the example of the company «Bystroedeni» (LLC) in the RZ Surgut, in order to raise the company's rating, increase the credibility of the company among borrowers aged 55 to 70 years and to make it socially-oriented.

Keywords: Microfinance organization (MFI), microfinance company (IFC), SNW-analysis, interest, interest rates for pensioners