



ВВЕДЕНИЕ В МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ И ЕГО ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- 1. Цель и задачи макроэкономического анализа банковской сферы.**
- 2. Принципы, методы и показатели макроэкономического анализа банковской сферы.**
- 3. Макроэкономические факторы развития банковского сектора**
- 4. Информационная среда банковской сферы**

Банковская сфера – сфера национальной экономики, в которой организующая роль принадлежит банкам

Банковская сфера взаимодействует с другими функциональными сферами экономики

1

финансовой сферой – банки являются активными участниками финансового рынка, в структуре ресурсов банка могут присутствовать средства бюджетов, банки активно взаимодействуют с казначейством, министерством финансов;

2

сферой кредитных отношений как особой функциональной формы организации эк. отношений на основе принципов и законов кредита: банковский продукт - продукт кредитных отношений, и банки позволяют реализоваться кредиту как особой форме экономических отношений

3

сферой платежных отношений – через банки проходит преобладающая часть платежей;

4

сферой услуг нематериального характера – банки создают и реализуют особый продукт, носящий всегда денежный характер, но выступающий в нематериальной форме – банковские услуги.

Финансовая (финансово-кредитная) система (макроуровень)

Кредитная система

Банковская система

Первый
уровень

ЦБ

Второй уровень

Банки,
кредитные
организации

Инфраструктура кредитной системы

Небанковские
финансовые
институты,
специализирован
ные финансово-
кредитные
организации,
частные
кредиторы
и др.

Институциональ
ные инвесторы:
страховые
компании,
инвестиционные
фонды,
пенсионные фонды

Современная российская банковская система



Основы макроэкономического анализа были заложены английским экономистом, представителем Кембриджской школы, лордом **Джоном Мейнардом Кейнсом** в книге «Общая теория занятости, процента и денег» (1936г.).



Джон Кейнс
(1883-1946)



Задачи макроэкономического анализа банковской сферы :

- характеристика деятельности банковской системы,
- оценка результатов деятельности банковской системы
- выявление факторов, влияющих на банковскую деятельность;
- прогнозирование развития банковской системы,
- оценка вклада банковской системы в конечные результаты развития национальной экономики.

Виды анализа

EX POST - основан на анализе статистических данных.

EX ANTE - основан на прогнозном моделировании определенных экономических процессов

Принципы макроэкономического анализа банковской сферы

- принцип рациональности
- принцип «при прочих равных условиях»
- принцип абстрагирования
- принцип взаимосвязи позитивной и нормативной экономической теории
- принцип сочетания индуктивного метода и дедуктивного
- представления изученных закономерностей в виде графиков и математических моделей

МЕТОДЫ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

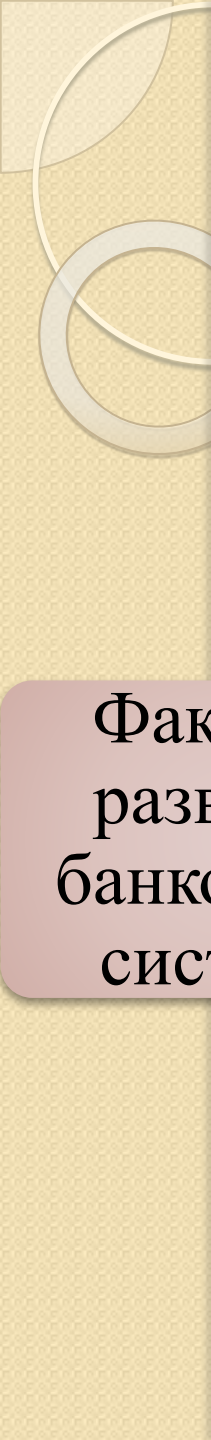
1. Агрегирование
2. Моделирование
3. Использование графиков, диаграмм.

В результате макроэкономического агрегирования функционирование банковской сферы представляется в виде хозяйственной деятельности четырех субъектов, взаимодействующих друг с другом на четырех агрегированных рынках.



Основные макроэкономические показатели банковской сферы

- 1) индикаторы, оценивающие выполнение банковского сектора основных функций на макроэкономическом уровне;
- 2) индикаторы, оценивающие эффективность банковского сектора, т. е. основные параметры его деятельности.
- 3) индикаторы, оценивающие способность банковской системы противостоять деструктивным колебаниям внутренней и внешней среды



Факторы
развития
банковской
системы

Внешние

Внутренние

Экономические

Политические

Правовые

Социально-
психологические

Форс-мажорные

**Информационная среда
банка подразделяется
на:**

**внешнюю
информационную среду**

(сообщения, поступаемые и
получаемые извне)

**внутреннюю
информационную среду**
(сообщения,
вырабатываемые
сотрудниками банка, его
руководителями,
собственниками)

Источники внутренней
информации: данные
аналитического учета,
балансовой и финансовой
отчетности.



Финансовое
состояние

РЫНОК

События

Информационная среда банка

Аналитика

Законодательство

Группа источников	Информационные источники
Банковское законодательство	Стратегии Федеральные законы Нормативные акты Банка России
Банковская отчетность	Пруденциальная отчетность Аналитическая и статистическая отчетность Налоговая отчетность
СМИ	Журналы Газеты Телевидение Радио
Интернет	Официальные сайты кредитных организаций Сетевые СМИ Сайты, посвященные банковской деятельности
Органы банковского надзора и контроля	Центральный банк Российской Федерации Ассоциации и общественные организации
Инфраструктура	Рейтинговые агентства Фондовые биржи Бюро кредитных историй Агентства (информационные, информационно-аналитические, деловой информации) Социальные сети

Внешняя информационная среда генерирует следующие виды сообщений по отношению к банку:

1

направленные – это сообщения, которые формируются и передаются их источниками (авторами) **непосредственно в адрес банковской системы** (телефонные звонки, сообщения, поступающие из личной беседы, письма в адрес банка и т.п.);

2

ненаправленные – это сообщения, которые формируются и передаются их источниками (авторами) в расчете на восприятие не какого-то одного конкретного получателя, а целой их группы, потенциально – всех, кого может достичь такое сообщение (газетные публикации, реклама в СМИ).

Особенность: получатель должен совершить некоторые действия поискового характера (или оплатить такие действия другому лицу или организации).

А) по степени направленности:

1

инициативные – сообщения, которые адресат получает пассивно, по воле и желанию отправителя;

2

заказные – сообщения, появление которых инициируется их адресатом, содержание которых призвано восполнить недостающие сведения о тех или иных процессах или явлениях, которые получателю представляются важными для принятия решений;

Б) в зависимости от уровня инициативности адресата:

1

побуждающие к действию

-сообщения, которые предполагают выработку у их получателя какой-либо определенной реакции в форме действия

- а) стимулирующие
- б) предписывающие

2

информирующие

– сообщения, которые не предполагают выработку у их получателя какой-либо определенной реакции в форме действия (или отказа от него), хотя в конечном счете сказываются на принятии решений.

(сообщения об изменении % ставок другими банками, другие действия конкурентов).

- а) фактические
- б) аналитические

В) в зависимости от характера воздействия на получателя:

Побуждающие к действию сообщения:

а) стимулирующие содержат сведения, открывающие для адресата новые возможности в его бизнесе или сведения, говорящие о том, как и где можно получить такие возможности (снижение ключевой ставки, уменьшение нормативов обязательных резервов, рекламный текст, предложение заключить сделку)

б) предписывающие сообщения ограничивают свободу выбора, оставляя банку либо единственный способ действий, либо узкий набор вариантов (увеличение ставок нормативов обязательных резервов, рост ключевой ставки, инструкции по ведению бу, уплате налогов);

Информирующие сообщения:

Фактические содержат преимущественно «первичные» необработанные данные, правдиво (или искаженно) сообщают о параметрах тех или иных процессов или явлений. Извлечение из этих данных полезной информации требует затрат усилий и времени, однако позволяет извлечь именно ту информацию, которая представляется существенной.

Аналитические сообщения вместо (или вместе) с первичными необработанными данными включают в себе те же выводы из этих данных, которые сделал автор сообщения, проведя их анализ, обобщение и сопоставление с другими данными.

1

официальные сообщения

– сообщения, источниками которых выступают органы государственной власти и управления, а также негосударственные организации (официальность означает, что его автор готов в любых ситуациях подтвердить истинность (правильность) сообщенных сведений);

официальность = достоверность;

2

неофициальные сообщения –

сообщения, которые не предполагают возможности подтверждения их авторами правильности сказанного в случае возникновения, например, ущерба у того, кто воспользовался информацией и принял неверное решение (часто бывают более точными и правдивыми).

Г) в зависимости от характеристики источника информации:

1

информацию о
рынках;

2

информацию о
правилах
хозяйственного
поведения;

3

информацию
общезкономического и
общеполитического
характера.