

На втором этапе работ следует, во-первых, произвести обобщение изученных нормативных актов, и, во-вторых, выявить противоречивые моменты в изученных нормативных правовых документах.

Наиболее простым способом представления критериев являются ссылки на документы или на их разделы, содержащие соответствующие требования. Ссылки должны включать все реквизиты документов: полные названия, даты принятия, регистрации, регистрационные номера, наименование принявшего документ органа, сведения об официальном опубликовании. Например, при проведении аудита соблюдения требований законодательных актов может иметь место следующая запись:

При проведении экологического аудита в качестве критериев используются:

- положения статей 4, 5, закона Республики Беларусь от 26.11.1992 г. № 1982-XII «Об охране окружающей среды» (в редакции на период настоящего аудита), Ведомости Верховного Совета Республики Беларусь, 1993 г., №1, ст.1;

- положения статей 12, 17, 20, 21, 22, 32, 33, 48, 49 закона Республики Беларусь от 15.04.1997 г. № 29-З «Об охране атмосферного воздуха» (в редакции на период настоящего аудита), Ведомости Национального собрания Республики Беларусь, № 14, ст. 260.

Если аналогичные требования содержатся в разных статьях или законах, то в качестве критериев следует обозначить каждую из этих статей.

Одновременно с критериями целесообразно формировать документ (программу или развернутый план аудита), дающий представление о направлениях и предметах аудиторской проверки, составе проверяемой документации, о необходимых данных по качеству окружающей среды в зоне влияния объекта и уровнях воздействующих факторов, о составе привлекаемых к проверке специалистов и сроках проведения проверки. Критерии аудита необходимо фиксировать в программе или плане аудиторской проверки и согласовывать с заказчиком в рамках этого документа.

Литература

1. СТБ ИСО 19011-2003. Руководящие указания по аудиту систем менеджмента качества и/или систем экологического менеджмента.

2. ИСО 9000+ИСО 14000. Информационный бюллетень. М.: ВНИИС Госстандарта России, 2002, № 4.

3. ИСО 9000+ИСО 14000. Информационный бюллетень. М.: ВНИИС Госстандарта России, 2002, № 2.

4. Муравых А.И. Экологический менеджмент. М., 2002.

5. Щетинина Е.Д. Международные эколого-экономические проблемы и их регулирование // Мировая экономика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

6. The ISO Survey of ISO 9000 and ISO 14000 Certificates. ISO, 2002-07.

*Леонovich Т.И., аспирант
УО БГЭУ (г. Минск)*

СТРУКТУРНАЯ МОДЕЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ БЕЛОРУССКИМИ БАНКАМИ СТРАТЕГИИ НАРАЩИВАНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ РОЗНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Для наиболее рационального использования банковских ресурсов и определения направлений наполнения рынка продуктов и услуг в рамках максимизации прибыли банкам необходимо разрабатывать и осуществлять стратегию наращивания прибыли

ности. Структурное представление этапов анализа и оценки рынка банковских продуктов и услуг, предшествующих выработке конкретных мероприятий продуктовой, ценовой, распределительной и коммуникационной политики, позволяет более обосновано определить тактические задачи деятельности банка, а следовательно, максимально выполнить его миссию. Для построения структурной модели стратегии наращивания прибыльности необходимо провести целый ряд исследований.

На первом этапе определяются критерии наполненности рынка банковских продуктов и услуг, изучение которых позволяет оценить уровень развитости белорусского рынка. Также в рамках первого этапа выявляется тип конкурентной среды, присущей рынкам краткосрочных и долгосрочных кредитов, а также рынку депозитов населения. Поскольку в зависимости от свободы конкуренции различают: совершенную конкуренцию, монополистическую конкуренцию, олигополию и чистую монополию. В случае наличия олигополии, присущей отдельным рынкам, подчеркивается необходимость наращивания интенсивности конкуренции на рынке не только ценовыми, но и неценовыми методами.

На следующем этапе исследований оценивается существующая и предлагается усовершенствованная методика оценки прибыли, позволяющая определять направления наполнения рынка банковских продуктов и услуг и прогнозировать факторы наращивания финансового результата. Также на этом этапе в условиях наличия конкурентной среды олигополистической направленности рассматривается ценовой метод конкурентной борьбы банков, заключающийся в расширении объема платных услуг населению, вознаграждения по которым предлагается рассчитывать согласно усовершенствованной методике определения себестоимости и установления тарифов (цен), включающей алгоритм расчета косвенных расходов и механизм учета доли платных услуг.

Успех банков-конкурентов на рынке и также возможность наращивания прибыли зависит от сформированного круга клиентов, поэтому на третьем этапе исследований проводится множественная сегментация клиентской базы банков. И поскольку перед банками стоит целый ряд проблем в сфере реализации их продуктов и услуг, а именно: систематическое изучение рынка потребителей банковских продуктов и услуг, увеличение объемов предоставляемых продуктов и услуг, постоянное расширение клиентуры на основе тщательного ее изучения, последовательная разработка и внедрение новых банковских продуктов в соответствии с возрастающими потребностями клиентов, более активное, разностороннее и качественное обслуживание каждого клиента за счет изучения его индивидуальных запросов и потенциала, неуклонное расширение ассортимента предлагаемых банковских продуктов по каждому отдельному сегменту клиентского рынка, то проводимое сегментирование позволяет выявить существующие ниши на рынке розничных потребителей.

Заключительный аналитический этап формирования стратегии по наращиванию прибыльности банков основан на выборе мероприятий деятельности, зависящем от типа сложившихся взаимоотношений с клиентами. Средством, позволяющим точно определить тип взаимоотношений клиентов с банками, а следовательно, максимально качественно удовлетворить всевозрастающие их потребности, является кривая «жизненного цикла клиента банка», основными параметрами которой выступают: – лояльность (от англ. «loyalty» – верность) – это способность поддерживать благожелательно-нейтральное отношение к кому-либо или чему-либо [1]. Лояльность рассматривается как верность клиентов данному банку; – общение личного и неличного характера. Задача банка состоит в том, чтобы минимизировать уход клиентов; – деловые показатели, к которым относят различного рода рейтинги или основные преимущества имиджа банка.

На основе проведенных исследований были определены мероприятия, способствующие укреплению взаимоотношений с клиентами, наполнению рынка банковских продуктов и услуг и наращиванию прибыльности банковского сектора страны.

Для физических лиц, не обслуживающихся в банке, а также для новых клиентов целесообразно открытие текущего или карт-счета, позволяющего в дальнейшем осуществлять не только различного рода платежи, но и воспользоваться кредитными услугами и продуктами (в том числе в виде «овердрафта»).

Необходимо разработать кредитные продукты и услуги, учитывающие не только интересы и потребности, но также доход и возраст групп клиентов следующих категорий: 18-25 лет, 26-30 лет и старше 50 лет. Для белорусских банков расширить ассортимент кредитов для молодежи достаточно просто, воспользовавшись примером зарубежных стран (Литва, США и др.), и в рамках существующего законодательства предложить кредиты на обучение. Кредитование же пенсионеров выступает более сложным видом деятельности, поскольку данная категория клиентов банков характеризуется самым низким уровнем кредитоспособности (из-за утраты рабочего места, смерти). Одним из возможных вариантов решения проблемы не возврата денежных средств по кредитам является страхование. Так, воспользовавшись услугами страховой организации и заключив соответствующий договор страхования, пенсионеры могут обратиться в банк с просьбой о предоставлении кредита. Вследствие этого у самих клиентов появляется возможность воспользоваться кредитом, хотя в целом возврат заимствованных денежных средств будет несколько дороже – за счет оплаты договора страхования, банки же за счет увеличения объемов кредитования физических лиц (в том числе пенсионеров) получают дополнительные процентные доходы, а страхование кредитов сокращает их риски не возврата денежных средств.

Зрелым клиентам, или обслуживаемым в банке более 2-х лет, предложить новые продукты и услуги на основе многофункциональных банковских пластиковых карточек. Многофункциональные карточки уже распространены во многих развитых странах и результаты их использования показывают не только возможность расширения комплексного банковского обслуживания населения Республики Беларусь, но и решения ряда проблем социальной и денежно-кредитной сферы страны. На основе проведенного сегментирования клиентов можно предложить развитие многофункциональных карточек следующих видов:

- карточка студента или учащегося – выплата стипендий, оплата проезда, идентификация личности, медицинское страхование, пропуск в учебное заведение, в библиотеку, музеи, оплата питания и т.д. В качестве примера служит «университетская карта студента» от Банка «Первое ОВК» (Россия) в рамках платежной системы STB CART, позволяющая студентам оплачивать проезд метрополитена (в том числе за счет льгот) и проводить финансовые платежи [2];

- карточка гражданина или горожанина – оплата проезда во всех видах транспорта, включая пригородные направления, идентификация личности, медицинское страхование и др. Множество примеров в Великобритании, Финляндии, США, Испании, Мексике, Китае [3; 4];

- карточка пенсионера – выплата пенсий, адресное получение льгот, оплата проезда, идентификация личности, пропуск в медицинские учреждения и т.д.

Внедрение таких видов многофункциональных карточек поможет государству осуществлять адресную социальную помощь медицинского и пенсионного обеспечения, а следовательно, и контроль за распределением бюджетных средств. К тому же интегрированные многофункциональные карточки способствуют росту безналичных

расчетов за счет привлечения дополнительных средств населения, что актуально в условиях высокого уровня денежных средств, находящихся на руках у населения. Пока не формируется устойчивая сеть бюро кредитных историй, когда ситуация с кредитами физических лиц может только ухудшиться (примером споров о развитии кредитных бюро может служить российская банковская система [5; 6]), решить проблему с информацией о клиентах возможно с помощью сведений, накапливаемых в централизованной общереспубликанской базе на основе многофункциональных карточек. Также многофункциональные карточки кроме денежно-кредитной сферы затрагивают и бюджетно-налоговую, способствуя полной и своевременной выплате налогов, отчислений, сборов во все фонды и бюджеты за счет автоматизированного учета граждан Республики Беларусь как налогоплательщиков.

Для зрелых и прочных клиентов в возрасте старше 30 лет разработать новые и многосложные продукты и услуги кредитно-депозитного характера как на долгосрочной, так и на краткосрочной основе. Необходимо отметить, что для вовлечения белорусского населения в инвестиционный процесс особого внимания заслуживает предоставление многосложных продуктов и услуг через Интернет с ценными бумагами – Интернет-трейдинг. Предложить воспользоваться такими продуктами и услугами физическим лицам возможно с одновременной реализацией следующего тактического мероприятия стратегии наращивания прибыли банков, а именно:

В условиях постоянного расширения спектра предлагаемых продуктов и услуг для облегчения процедур обработки документов и информации, быстроты принятия управленческих решений, максимального перехода клиентов на самообслуживание внедрять новые программные и технические средства. На Западе Интернет-трейдинг насчитывает около десяти лет, где выработаны четкие механизмы игры на бирже (например, в Италии [7; 8; 9; 10]). В России услуги Интернет-трейдинга предлагают сегодня практически все инвестиционные компании и большинство банков, ориентированных на розничных клиентов. Отдельные банки включают брокерскую поддержку в ассортимент своих розничных продуктов и услуг, чтобы клиенты не пожелали ими воспользоваться у другого конкурента. Преимуществами Интернет-трейдинга выступают:

- частные инвестиции через всемирную сеть предполагают абсолютную свободу действий – самостоятельно следить за котировками, выставлять заявки и контролировать ход торгов со своего компьютера или мобильного телефона, не выходя из дома или офиса;
- возможность осуществлять покупку-продажу ценных бумаг из любой точки мира, где есть доступ к Интернет или покрытие мобильной связи;
- величина заработка клиента зависит только от количества сделанных ошибок и правильности важных решений, т.е. определяется исключительно персональными способностями и, что гораздо важнее, знаниями частного инвестора (физического лица).

На заключительном этапе формирования стратегии наращивания прибыли на основе построения кривой «жизненного цикла клиентов банка» определены мероприятия направлений наполнения рынка банковских продуктов и услуг, представляется возможным построить структурную модель.

Позапная реализация мероприятий согласно разработанной структурной модели позволяет банкам не только максимально достичь выполнения миссии наращивания прибыльности, но и наполнять рынок продуктами и услугами, максимально удовлетворяющими всевозрастающие потребности и интересы клиентов, что, в свою очередь, способствует закреплению (или завоеванию) конкурентного положения на рынке.

Литература

1. Скриптунова, Е., Свирков, Е. Изучение конкурентов и клиентов. Стандарты качественного обслуживания клиентов / Е. Свирков, Е. Скриптунова // Менеджмент сегодня. – 2003. – № 2. – С. 14-18.
2. Платежная система STB CARD // Сайт Банка «Первое ОВК» [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: <http://www.ovk.ru>. – Дата доступа: 15.03.2007.
3. Карточка горожанина в Англии – Citizens' Card // Мир карточек [Электронный ресурс]. – 2001. – №11 (57). – Режим доступа: <http://www.cardworld.ru>. – Дата доступа: 26.11.2005.
4. Смородинов, О. «Государственные» смарт-карточки / О. Смородинов // Мир карточек [Электронный ресурс]. – 2003. – № 1 (108). – Режим доступа: <http://www.cardworld.ru>. – Дата доступа: 26.11.2005.
5. Гладунов, О. Кредит недоверия / О. Гладунов // Российская газета. [Электронный ресурс]. – 23 марта 2006. – Режим доступа: <http://rg.ru/2006/03/23/kredit.html>. – Дата доступа 23.03.2006.
6. Зыкова, Т. Тайны кредитных бюро доверили Федеральной службе по финансовым рынкам / Т. Зыкова // Российская газета [Электронный ресурс]. – 16 августа 2005. – Режим доступа: <http://rg.ru/2005/08/16/kredit.html>. – Дата доступа: 05.05.2006.
7. Affari&Finanze // La Repubblica [La risorsa elettronica]. – 3 Aprile 2000. – Un modo di accesso: <http://www.repubblica.it>. – Data di accesso: 20.04.2006.
8. Grafico: il confronto // Panorama [La risorsa elettronica]. – 23 Marzo 2000. Un modo di accesso: http://www.panorama.it/economia/capire_economia/index.html. – Data di accesso: 25.11.2005.
9. Investimenti Analisi tecnica SIM Software per trading // Trading Online [La risorsa elettronica]. – Febbraio 2000. – Un modo di accesso: <http://www.windoweb.it/guida/finanza/trading.htm>. – Data di accesso: 25.11.2005.
10. Le banche italiane on-line. Servizi alla clientela – trading on line. Il primo portale bancario italiano // Sito Portalino [La risorsa elettronica]. – Un modo di accesso: <http://www.portalino.it/banks/trading.htm>. – Data di accesso: 20.03.2006.

Локтев В.Г., д.э.н.
Бубен А.А., аспирант
УО БГЭУ (г. Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ЗАТРАТ ТРУДА

Нормирование труда рассматривается в качестве важнейшей составляющей управления предприятием, направленной на обеспечение защиты прав и интересов трудящихся в условиях рынка, создание условий для развития их трудового и творческого потенциала и связывается с планированием, организацией, контролем и мотивацией труда (об этом свидетельствует и практика зарубежных стран с рыночной экономикой).

Главными причинами, обуславливающими актуальность нормирования труда, по мнению зарубежных специалистов, являются экономические, основная из них – необходимость постоянного снижения затрат труда как наиболее динамичной величины издержек производства и повышения на этой основе прибыльности и конкурентоспособности.

В условиях рыночных отношений функции норм труда расширяются, выходят за рамки предприятия, для их выполнения необходимы всемирные трудовые библиотеки. Библиотечка Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.