

вершин, равные 2. Однако связанность этих вершин неравноценна. Это объясняется тем, что суммарное количество рейсов, совершаемых подвижным составом на маршрутах, связывающих микрорайоны 2, 3 и 6 с другими микрорайонами, разное (см. таблицу).

Расчет приведенных степеней вершин графа Gr

Номер микрорайона	Маршрут	p(x)	r	k(u) = r/ср	p□(x)	ранг	
						по p(x)	по p□(x)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	12	3	157	1,2944	2,8361	2	2
	13		56	0,4617			
	16		131	1,08			
2	12	2	157	1,2944	1,5912	3	4
	25		36	0,2968			
3	13	2	56	0,4617	1,2449	3	6
	35		95	0,7832			
4	45	1	184	1,517	1,517	4	5
5	25	4	36	0,2968	4,1634	1	1
	35		95	0,7832			
	45		184	1,517			
	56		190	1,5664			
6	16	2	131	1,08	2,6464	3	3
	56		190	1,5664			

Источник: собственная разработка.

Предлагаемая методика представляет собой геомаркетинговый подход к изучению рынка городских пассажирских перевозок и позволяет выявить районы, наименее обеспеченные регулярным маршрутным сообщением, между которыми целесообразно было бы его организовать.

В терминах маркетинга данный подход дает возможность выявить на определенном территориальном рынке нишу, на которую целесообразно направить предпринимательскую активность по организации пассажирских перевозок.

*С.В. Чернорук*  
ПолесГУ (Пинск)

## ПОВЫШЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

Важным элементом политики государства является социальный аспект финансовой, инвестиционной и инновационной политики. В этом направлении рынок банковских услуг рассматривается как фактор повышения уровня социальной стабильности в обществе. Роль банков включает в себя не только финансово-экономическую, но и социальную составляющую.

Актуально подробное исследование особенностей функционирования банковского сектора экономики, в первую очередь с точки зрения повышения его социальной эффективности в современных условиях, что позволит извлечь экономическую выгоду для государства и удовлетворить социальные нужды населения. Это обстоятельство осложняет выбор направления социальной ориентации банковского сообщества, поэтому следует уделить внимание повышению инновационной составляющей социализации банковского сектора.

В Республике Беларусь в 2009 г. банки продолжили осуществлять совместные программы по организации кредитования населения с крупнейшими отечественными производителями потребительских товаров и с дилерскими центрами автопроизводителей. "Приорбанк" ОАО выпустил карты в рамках реализаций совместных проектов. В рамках одного из проектов, партнером которого является Международная конфедерация студенческого туризма, специально для студентов выпускается карточка Visa ISIC. На постоянной основе банками проводится работа по расширению для клиентов перечня услуг, которые можно оплатить с использованием банковских пластиковых карточек. К примеру, это можно сделать посредством SMS-сообщений с мобильного телефона. Развивается дистанционное обслуживание физических лиц с помощью системы Интернет-банкинг. Можно оплатить в безналичном порядке одним из вышеуказанных способов услуги операторов мобильной связи, кабельного телевидения, Интернет-провайдеров, РУП "Белтелеком", коммунальные услуги. На качественно новом уровне получает развитие справочно-информационное консультирование относительно оказываемых банковских услуг: в ряде банков созданы и действуют Call-центры, специализирующиеся на обслуживании клиентов по телефону.

Банки приняли активное участие в формировании единого расчетного и информационного пространства (далее – ЕРИП), единой системы платежей для держателей банковских пластиковых карточек всех банков-эмитентов без взимания какого-либо дополнительного вознаграждения другим банком. Так, на начало 2009 года всего 22 банка заключили с Национальным банком договора о вхождении в ЕРИП в качестве расчетного агента. В рамках ЕРИП начат прием платежей, осуществляемых посредством банковских пластиковых карточек. Банковской системой проведена значительная работа по формированию нормативно-справочной базы ЕРИП, внедрению технологии единого лицевого счета и организации взаимодействия с поставщиками услуг.

Многое делается в данном направлении, однако существуют и проблемы. Основными проблемами социально-ориентированного развития банковского сектора являются: качество осуществления банковским сектором функций по аккумулированию денежных средств населения, предприятий и их трансформации в кредиты и инвестиции; доверие к банковскому сектору со стороны инвесторов, кредиторов и вкладчиков, в первую очередь населения, повышение финансовой грамотности клиентов; защита интересов вкладчиков и других кредиторов банков. Все проблемы требуют формирования целостного представле-

ния о роли рынка банковских услуг и их месте в решении указанных задач развития данного социально-значимого сектора экономики.

В рамках расширения спектра услуг, качества осуществления банковским сектором функций по аккумулярованию денежных средств населения, предприятий и их трансформации в кредиты и инвестиции можно использовать следующие методы: анализ и сегментирование клиентской базы; предложение индивидуальных условий обслуживания клиентов, разработка специальных предложений, изменение потребительских характеристик услуг; накопительные балльные системы постоянным клиентам; программа поощрений в зависимости от срока обслуживания, объема операций и др.

Полное обеспечение клиентов информацией о банковских продуктах и дополнительных возможностях их использования может быть реализовано с помощью консультаций, предоставляемых клиентам отделений банка по обслуживанию физических лиц. Наличие консультанта облегчает для клиента выбор банковских продуктов, снижает уровень неопределенности (клиентского риска), способствует повышению доверия к банку. При проведении консультирования клиентов появляется возможность реализовать потенциал социальной эффективности деятельности банка в области повышения финансовой грамотности.

Многие инструменты экономической политики, напрямую связаны с деятельностью банков. Действует целый ряд факторов, способствующих совершенствованию банковской сферы, таких как благоприятная экономическая среда, контролируемая денежная масса, поэтапный рост заработной платы и доходов населения, модернизации части предприятий, позволяющая насытить потребительский рынок качественной отечественной продукцией. Чтобы эти факторы играли важную роль в развитии рынка банковских услуг, при его реформировании необходимо заложить следующие принципы: обязательная ориентация и реагирование на запросы конкретных категорий граждан; использование государственной поддержки только по отношению к социально не защищенным гражданам; создание нормативно-правовой базы, позволяющей клиенту заранее знать все затраты на обслуживание кредита; при получении кредитов более широкое использование кредитных карт.

*С.С. Шатило*

*Объединение «Белорусская железная дорога» (Гомель)*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ РАСХОДАМИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Стратегическая цель любого субъекта хозяйствования – обеспечение его экономического развития, в том числе за счет эффективного использования трудовых ресурсов. Одним из способов наиболее полного вовлечения в производственную деятельность трудового, интеллектуального и творческого потенциала работников является повышение мотивации трудовой деятельности пер-