

Предприятию необходимо выбрать себе общую марочную стратегию, которая будет не только влиять на все его товары, но и определять направление развития марочных названий новых видов товара. В данном случае перед предприятием возникает четыре возможности выбора:

- расширение семейства марки;
- расширение границ использования марки;
- многомарочный подход – прежние категории товаров представляются под новыми марками;
- новые марки.

В частности ОАО «Дзержинская швейная фабрика «ЭЛИЗ» в качестве основных направлений развития марочных названий новых видов товара следует использовать:

- расширение семейств марок, когда предлагает ряд дополнительных качеств в пределах одной товарной категории и товарной марки;
- расширение границ использования товарного знака.

*Кравцова Г.И., БГЭУ (Минск)*

## **ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В БАНКЕ**

Экономическая эффективность деятельности коммерческого банка основывается на наличии удачной рыночной стратегии, максимально полного и эффективного использования финансовых ресурсов, минимизации комплекса рисков. Эти задачи призвана решить система финансового менеджмента, базирующаяся на своевременном получении и анализе аналитической информации и принятии адекватных управленческих решений. Система финансового менеджмента банка обычно состоит из следующих организационно-функциональных базовых элементов: подразделений, формирующих аналитическую отчетность, анализирующих эффективность банковских операций, формирующих предложения для принятия решений по управлению ими; подразделений, проводящих активно-пассивные операции банка, строящих их оптимальную структуру; комитетов банка, правления банка, определяющих принципы позиционирования банка на финансовом рынке, вносящих изменения, необходимые уточнения в стратегию и тактику банка на рынке.

Для успешного функционирования коммерческого банка требуется разработка стратегии его развития, согласование процедур стратегического управления и процедур оперативного менеджмента. Стратегическое и оперативное управления являются двумя принципиально важными направлениями в управлении. В основе их положена концепция развития банка на краткосрочный период и на более длительный период. Концепция развития банка – определение акцентов, общих целей и приоритетов, выделение ключевых направлений деятельности. Сюда должна включаться: миссия банка; его роль на финансовых рынках; взаимодействие направлений развития банка и его функциональных служб; бизнес-планы; принципы построения кредитной, процентной политики, оптимальный уровень риска; формирование задач для каждого направления деятельности банка, его структурных подразделений; масштабы и развитие рыночно-продуктовых направлений банковской деятельности. Концепция развития банка преследует цель определения приоритетов в деятельности банка, разработки сценариев развития и плана мероприятий, способствующих успешной и эффективной деятельности банков на финансовом рынке. Это включает в себя – закрепление успехов, завоевание, расширение рынка банковских услуг. Следует составлять несколько сценариев развития и влияния внешних факторов на соответствующие стратегии банка – пессимистический,

средний и оптимистический, что дает возможность для правильного выбора развития банка.

Одной из проблем современных коммерческих банков является практическое отсутствие долгосрочных концепций управления банком. Стратегическое планирование ограничивается 1-3 годами, прогнозы на 5-10 лет обычно не составляются. Большинство банков озабочено скорее оперативным, чем стратегическим аспектом своей деятельности. Возросшие темпы развития экономики, усиливающаяся конкуренция на финансовом рынке, непредсказуемость изменений окружающей среды, диагностика положений банков требуют увеличения объема использования стратегического управления. Стратегическое управление включает стратегическое прогнозирование, организацию процессов в банке, контроль и регулирование. На основе долгосрочных прогнозов можно составить более точный среднесрочный стратегический план на год, на квартал, определяющий направления и нормативы деятельности банка для всех уровней управления.

Стратегическое прогнозирование является одним из самых эффективных рычагов управления, поскольку эта система охватывает все сферы деятельности коммерческого банка, все его структурные подразделения и касается всех его партнеров.

Стратегические цели предполагают установление капитала банка, прибыли, клиентской базы, структуру и динамику активов и пассивов банка. При этом при стратегическом прогнозировании раскрываются следующие структурные элементы: определение и формирование системы целей банка; анализ исходного уровня развития банка в период, предшествующий прогнозируемому; определение объема и структуры потребностей рынка в банковских услугах; выявление структуры и объема ресурсов, имеющих в наличии и необходимых в будущем; определение прогнозных показателей развития банка, способов их управления, регулирования.

Проведение стратегического анализа предполагает решение комплекса задач по анализу внешней среды банка, диагностику его конкурентной стратегических позиций, включающий анализ макроокружения (включая социальные, политические, технологические и экономические факторы); анализ микроокружения, включая анализ конкуренции в банковской сфере (по сегментно); анализ состояния и тенденции развития международных банковских систем – выявление и оценка их влияний, использование внешних возможностей, преодоление возможных затруднений.

*Красько Н.К., БГПУ им. М.Танка (Минск)*

## **ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ**

Корпоративная культура является тем элементом организации, который наиболее тяжело поддается реформированию. При этом корпоративная культура оказывает самое непосредственное влияние на эффективность и результативность бизнеса. Корпоративная культура включает в свой состав идеалы, установки, нормы, правила и обыкновения, которые стимулируют те действия сотрудников, которые являются существенными с точки зрения достижения формально установленных целей предприятия.

Основой корпоративной культуры является национальная культура. Исследования корпоративной культуры белорусских предприятий позволяют выделить некоторые национальные особенности.

1. В белорусских компаниях велика в целом значимость культуры, т. е. сотрудники предпочитают неформальное регулирование поведения формальному.