

и экологическая составляющие.

Специализация региона проявляется как в приоритетном развитии определенных направлений экономической деятельности, так и в возможностях взаимодействия с другими регионами.

В условиях рыночной экономики регионы могут быть отнесены к следующим видам:

- регионы, аккумулирующие большие финансовые ресурсы, привлекающие значительные объемы инвестиций и ориентирующиеся на производство продукции и услуг для внешнего рынка;

- регионы, ориентированные на внутренний рынок, привлекающие небольшие объемы инвестиций и имеющие невысокий спрос на продукцию и услуги.

Инвестиционные ориентиры региона связаны с обоснованностью управленческих решений, которые принимаются на основе знания происходящих в регионе экономических процессов.

На инвестиционную политику региона оказывают влияние: региональное развитие; факторы кумулятивных причинных связей; специализация региона; мобилизация местного экономического потенциала и финансовых ресурсов.

Региональное развитие определяется влиянием экономических, технологических и демографических факторов.

Факторы кумулятивных причинных связей увязывают развитие региона с совокупностью параметров, определяющих развитие рыночной экономики страны.

Специализация региона определяется ориентацией на производство продукции, пользующейся значительным спросом за пределами региона.

Мобилизация местного экономического потенциала и финансовых ресурсов, а также стимулирование предпринимательства на местном уровне определяют способность региона адаптировать свое развитие к местным условиям.

Возможности экономического развития региона увязываются также со следующими направлениями деятельности:

- развитие научно-исследовательских работ и создание условий для инноваций;
- развитие профессионального образования;
- привлечение квалифицированных специалистов;
- развитие транспорта и телекоммуникаций;
- повышение роли региональных властей в развитии предпринимательства.

Плешкун А.М., ПГУ (Новополоцк)

ВКЛАДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК БАНКОВСКИХ РЕСУРСОВ

Формирование ресурсной базы за счет вкладов населения предоставляет банку такие преимущества, как: большое разнообразие привлеченных вкладов снижает степень риска; длительный срок хранения вкладов населения позволяет использовать их для финансирования долгосрочных операций, улучшает ликвидность банка; клиент, открывший в банке депозитный счет, впоследствии может стать потребителем других финансовых услуг, принося банку дополнительную прибыль; средства населения представляют единственный потенциальный источник роста ресурсной базы банков.

Мнимым недостатком является относительная дороговизна средств населения.

Действительно, если сравнивать депозиты физических лиц (среди которых преобладают срочные счета) с текущими счетами предприятий, то сравнение получается не в пользу средств населения. Если же воспользоваться более взвешенным подходом и оценить возможности формирования банками ресурсной базы за счет других источников, то вряд ли удастся отыскать средствам населения достойную замену. Можно, конечно, отказаться от привлечения средств населения и ориентироваться на корпоративных клиентов, однако в этом случае любой банк очень быстро столкнется с невозможностью дальнейшего роста. Кроме того, большая часть средств юридических лиц размещается в банке на краткосрочной основе.

Привлечение средств населения имеет важное значение для банковского бизнеса. Снижение темпов инфляции и повышение стабильности всех экономических процессов, наблюдаемые в последние годы, создают основу для активного привлечения средств населения на банковские счета. Этот тезис подтверждают и ускорившиеся темпы прироста средств физических лиц на счетах в банках Республики Беларусь.

Управляя привлечением средств населения на счета в банки, необходимо учитывать следующую особенность. Процесс привлечения банковских вкладов - это процесс двусторонний. Банк выступает на стороне предложения: он предлагает условия привлечения средств, а клиенты реагируют на это исходя из рыночной конъюнктуры и в соответствии со своей субъективной оценкой привлекательности предложенных банком условий. При этом прямо воздействовать на объем или структуру привлечения средств банк не может. Отсюда вытекает принципиальная невозможность произвольного планирования объемов и структуры привлечения средств. В то же время, косвенное воздействие на процесс привлечения средств возможно, но не всегда эффективно.

Применение доступных банку методов воздействия на спрос в целях повышения объема привлечения средств оправдано, если прирост доходов от использования дополнительно привлеченных вкладов превышает прирост расходов на их привлечение. В то же время, попытка воздействия на спрос в целях изменения структуры привлечения средств (повышение процентных ставок на отдельные вклады, усиленная реклама отдельных, требуемых банку вкладов) повышает общие расходы на привлечение средств при неизменном объеме привлечения финансовых ресурсов и потому не может быть признана эффективной.

Нематериальный характер производимых банком услуг и высокая информационно-технологическая насыщенность банковского бизнеса затрудняют возможности адекватной оценки качества работы различных банков рядовым клиентом; в то же время, деньги, являющиеся объектом банковских операций, чрезвычайно важны для него. Возникает ситуация, когда клиент в силу недостатка объективной информации должен полагаться на другие источники. Поэтому реклама депозитных услуг является особенно эффективной. Тот факт, что банки Республики Беларусь пока недостаточно используют этот способ воздействия на спрос, можно объяснить лишь тем, что настоящая борьба за клиентов еще не началась.

Что касается структуры спроса (в отношении валют, сроков, видов вкладов, а также территорий), то ее необходимо изучать и стараться максимально приблизить профиль предлагаемых банком вкладов к выявленным потребностям клиентов. Вкладывать значительные средства в изменение структуры спроса нецелесообразно.

Стратегия банка по привлечению средств вкладчиков-физических лиц может быть описана следующим образом: сформировать значительное видовое разнообразие вкладов и с помощью коммуникационного воздействия стараться максимизировать объем

привлеченных вкладов, учитывая, что проще выгодно разместить избыточно привлеченные средства, чем найти приемлемое финансирование для потенциально возможных активных операций.

Помаз И.В., БТЕУПК (Гомель)

РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В большинстве на предприятиях отсутствуют отделы маркетинговых исследований, а там где они есть, число их сотрудников невелико, и они заняты выполнением оперативной работы. Успешно реализуются лишь частные информационные задачи. Меньше всего в современной практике предприятий уделяется внимание решению задач, имеющих информационно-аналитический характер.

Многие менеджеры выражают неудовлетворение качеством и объемом поступающей информации. Одна из главных проблем - неумение определить практически важную для предприятия информацию. Как следствие - избыток данных, их бесполезность, а также недоступность и низкая достоверность действительно необходимых данных.

Основными направлениями совершенствования информационного обеспечения маркетинга являются: устранение монополии в области информационного обеспечения; стимулирование и государственная поддержка частного сектора в информационной сфере; создание единого в рамках СНГ информационно-справочного фонда, единой информационной инфраструктуры и сети центров обслуживания малого и среднего бизнеса; организация региональных маркетинговых информационных центров в областных городах и отделов маркетинга в существующих центрах поддержки предпринимательства.

Попков М.В., БГЭУ (Минск)

ПРИМЕНЕНИЕ «ЗАКОНА ПАРЕТО» В ТОРГОВЛЕ

Многие организации выстраивают свою тактику в конкурентной борьбе на рынке, больше доверяя практическим знаниям, чем достижениям науки. В то же время рационально используемые теоретические разработки могут принести в деле повышения экономической эффективности значительно больше успехов. Особенно это характерно для торговых организаций, которые традиционно работают с широким товарным ассортиментом, постоянно его углубляя и увеличивая число поставщиков, что не всегда является фактором улучшения экономической ситуации. Не исключая традиционные пути увеличения прибыли, следует обратить внимание при выработке новых управленческих решений по повышению эффективности работы торговых организаций на ряд научных разработок, широко известных в западной экономике. Оптимизацию ассортимента можно проводить используя «закон Парето».

Возможность использования «закона Парето» имеется и в оптовой торговле. Зачастую экономически нецелесообразно использовать весь арсенал своих возможностей для наибольшего удовлетворения потребностей клиентов. Однако опасения, что при этом клиент уйдет к конкуренту, провоцируют многие организации на неоправданное увеличение издержек, имеющих место при сохранении любой ценой своего или обретении нового круга клиентов. Возможно, что амбициозная цель по тотальному охвату целевых