

*Карабец И.И.*  
*УО БГЭУ (Минск)*

## **КРЕДИТОВАНИЕ ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В банковской практике Республики Беларусь наибольшее распространение получили кредиты на строительство и покупку жилья на общих основаниях и кредиты на льготных условиях, в то время как ипотечные жилищные кредиты в соответствии с принятыми государственными программами являются приоритетным направлением развития кредитной деятельности банков.

В сфере банковского кредитования строительства и покупки жилья существует ряд проблем, таких как недостаток долгосрочных ресурсов кредитования, высокий уровень рисков кредитных операций с физическими лицами, недостаточно эффективное управление банковским бизнесом, низкая доходность банковского жилищного кредитования.

Повышение эффективности банковского сектора требует активизации усилий непосредственно самих банков, направленных на улучшения качества корпоративного управления, управления рисками, повышение уровня ресурсной обеспеченности, повышения качества взаимодействия с клиентами по проводимым активным операциям.

Концепция создания системы ипотечного жилищного кредитования в Республике Беларусь предусматривает создание гибкой одноуровневой системы ипотечного кредитования, способной к развитию и адаптации к меняющимся макроэкономическим условиям; максимальную адаптацию международного опыта к особенностям отечественной экономики и права. В результате закладывается рыночная основа взаимоотношений между участниками кредитного договора, обеспечивается доступность ипотечных кредитов для граждан со средними доходами, многообразное сочетание ипотечных кредитов с другими источниками приобретения жилья. С созданием национальной системы ипотечного жилищного кредитования появляется альтернативный источник финансирования одного из приоритетных направлений социально-экономического развития государства.

*Караченцев К.И.*  
*УО БГЭУ (Минск)*

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ**

Под влиянием интенсивно развивающихся процессов глобализации и технологического прогресса, достижений в области науки управления рынок финансовых услуг во всем мире претерпевает серьезные изменения. Финансовые услуги составляют доминирующий стремительно модифицирующийся сектор во всех национальных экономиках развитых и многих развивающихся стран. Однако мировой финансовый рынок не развивается самопроизвольно, для него характерно наличие множества национальных ограничений. Практически все виды экономической деятельности зависят от доступа к финансовым услугам. Диверсифицированные посреднические услуги и управление

рисками, которые обеспечивает финансовая система, сделали возможным дальнейшее развитие мировой экономики.

Задачами государственного регулирования торговли финансовыми услугами являются: корректировка и поддержание эффективного рынка финансовых услуг; защита потребителей финансовых продуктов; поддержание стабильности финансовой системы и доверия к ней. Деятельность регулятивных институтов охватывает следующие сферы: пруденциальное регулирование безопасности и устойчивости финансовых институтов; обеспечение стабильности и интегрированности платежных систем; реализация механизма поддержания стабильности финансовой системы; работа с неплатежеспособными финансово-кредитными институтами; управление в кризисных ситуациях; обеспечение равных условий доступа на рынок финансовых услуг. Органы регулирования и надзора имеют различную институциональную структуру, обусловленную разграничением сфер ответственности, и реализуют следующие функции: выработка и пересмотр политики регулирования финансовых услуг; контроль и регистрация участников рынка, осуществляющих деятельность по оказанию финансовых услуг; надзор и пруденциальное регулирование деятельности финансовых посредников; расследование гипотетических нарушений и наложение санкций; предоставление информации потребителям финансовых услуг.

*Кардаш Т.А.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **НЕОБХОДИМОСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА**

В условиях конкурентной борьбы предприятию постоянно приходится применять усилия для удержания своего потребителя независимо от факторов которые влияют на покупку. При этом потребителям необходим не просто высококачественный продукт, а продукт с экологическими характеристиками.

Потребителям интересен не только процесс производства продукта, но и уникальные свойства которыми наделен данный продукт. Производство экологического продукта является результатом реализации стратегии предприятия, направленной на здоровый образ жизни потребителя. Его интересует возможное влияние продукта на жизнь и здоровье, а также уровень отходов, используемых в продукте и упаковке.

Возможное использование продукта, после его потребления является одной из задач управления на предприятии экологическим маркетингом в рамках экологического менеджмента. Предъявляемые требования к экомаркетингу заставляют высшее руководство предприятия пересмотреть отношение к осуществлению маркетинговой деятельности предприятия.

Целесообразность пересмотра управления маркетинговой деятельности на предприятии предопределяет необходимость привлечения специалистов в области экологии, которые помогут предприятию выйти на новые уровни производства необходимого продукта.

Вовлеченные специалисты в процесс экомаркетинга позволят предприятию наилучшим способом учесть потребности потребителя и предложить ему «экологически чистый» продукт. При этом ведение экологически ориентированного производства не всегда оборачивается финансовым выигрышем, из-за чего возникает конфликт между прибыльностью и конкурентными преимуществами предприятия.