

- с целью упрощения процедуры выдачи кредита необходимо развивать и внедрять повсеместно обслуживание по принципу «одного окна»;

- для приближения банковских услуг к жителям сельской местности Национальным банком привлекать через РУП «Белпочта» от населения денежные средства в банковские вклады и производить безналичные расчеты;

- для повышения эффективности банковского сектора необходимы стандартизация и автоматизация процесса оказания розничных услуг, внедрение современных стратегий продаж.

Отечественный рынок обладает значительным потенциалом роста, для его реализации необходимо принятие мер, направленных на повышение качества обслуживания и приближение розничного бизнеса к уровню зарубежных стран.

<http://edoc.bseu.by>

Граков И.Г.

ОАО «Белвнешэкономбанк» (Минск)

ОПТИМИЗАЦИЯ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ БАНКА

Внутренние рейтинги становятся все более важным элементом управления кредитными рисками банков. Особое внимание проблема построения системы внутренних рейтингов приобретает в связи с появлением новой версии Базельского соглашения, известного как Базель II. Одним из существенных нововведений данной версии соглашения явилась возможность банков использовать внешние или собственные оценки (внутренние рейтинги) кредитного риска с целью расчета достаточности капитала для покрытия кредитных рисков.

Соглашение Базель II предусматривает два подхода по оценке кредитных рисков – стандартный, основанный на внешних рейтингах, и метод, основанный на внутренних рейтингах. Стандартный подход Базеля II, основанный на внешних рейтингах рейтинговых агентств, в условиях функционирования белорусских банков принципиально мало отличается от подходов Базеля I.

Соглашение Базель II не регламентирует методологию построения системы внутренних рейтингов и ее архитектуру, оставляя за надзорным органом страны пребывания банка и за самим банком право самостоятельных решений, однако вводит ряд требований и ограничений к системе внутренних рейтингов. В частности Базель II требует, чтобы система внутренних рейтингов и генерируемые ею данные использовались не только для расчета достаточности капитала, но и в повседневной деятельности банка.

Построение системы внутренних рейтингов является сложной методологической и практической задачей. Еще более сложной задачей является организационное встраивание системы внутренних рейтингов в систему управления рисками банка.

Для разработки системы внутренних рейтингов необходим массив данных значительного объема за продолжительный период времени (минимум 3-5 лет) как по стандартным кредитам, так и по проблемным. И если у крупнейших белорусских банков размер кредитного портфеля может оказаться достаточным для накопления необходимой статистики, то для банков меньшего размера может оказаться целесообразной работа по взаимному обмену информацией по кредитным портфелям. Хотя, в принципе, по примеру развитых стран, такая работа может оказаться целесообразной и для крупных банков.

Необходимость работы по построению внутренних рейтингов возрастает и с учетом планируемого в ближайшее время создания кредитного бюро на базе Национального банка Республике Беларусь. Стандартный метод расчета кредитного риска Базеля II

может быть реализован в полной мере для всех белорусских банков в отношении большинства белорусских субъектов хозяйствования, если система внутренних рейтингов будет разработана для контрагентов, информация о которых будет содержаться в кредитном бюро Национального банка Республики Беларусь.

*Гранова О.О.
ВГТУ (Витебск)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАЗРАБОТКИ НОВОГО ПРОДУКТА

Любая фирма – производитель продукта, решившаяся на инновацию, может выбрать один из следующих вариантов решения данной проблемы:

- купить информацию о новых продуктах у внешних источников по контракту или лицензии;
- изобрести собственный новый продукт;
- усовершенствовать конструкцию или внешнее оформление уже освоенного продукта;
- привлечь партнеров к разработке новой продукции.

Однако время от времени появляются неординарные продукты, которые имеют исключительно высокую продолжительность этого цикла. В этом случае необходимо создать эффективную систему разработки новых продуктов. Для этого необходимо:

- принятие долгосрочных решений о стратегии технологических инноваций или действиях в случае непредвиденных событий;
- определение с помощью исследований маркетинга перспектив сбытовой деятельности основных направлений проведения НИОКР, способных быстро обеспечить желаемые результаты;
- проведение исследований, обеспечивающих возможные прорывы в сфере технологии;
- проведение прикладных исследований, расширяющих сферу фундаментальных открытий и обеспечивающих практическое использование их результатов применительно к потребностям выявленных групп потенциальных покупателей;
- конструирование и разработка новых видов продукции как на основе прикладных исследований, так и непосредственно на основе изучения рынка.

Ответственность за разработку новых продуктов следует возлагать на нескольких сотрудников. Главный управляющий несет ответственность за разработку стратегии; управляющий по НИОКР разрабатывает новые продукты в рамках плана маркетинга, управляющий по маркетингу координирует производственные стратегии, управляющий по новой продукции отвечает за создание, оценку и выполнение проектов, связанных с созданием новых продуктов – от инновационной идеи до создания готового изделия и внедрения его на определенный сегмент рынка.

*Грибанова Н.Л.
УО БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Отличительной чертой «новой экономики» является стремительное возрастание роли знаний в улучшении качества жизни, экономии трудовых и материальных затрат,