

существует проблема обмена маркетинговыми данными между структурными подразделениями предприятия;

- вопросы, связанные с методами осуществления функций управления в сфере маркетинга, поскольку, как свидетельствует анализ практической деятельности, на многих отечественных предприятиях отсутствуют процессы соответствующего уровня.

Решение указанных основных проблем и преодоление имеющихся трудностей является главной предпосылкой формирования на отечественных предприятиях необходимой, адекватной системы управления маркетингом.

*Рудый К.В.
УО БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОТКРЫТОЙ ТРАНЗИТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Многозначное и широкое понимание сущности банковского менеджмента ограничивается аспектами макроуправления исключительно банковской системой в целях демонстрации современных проблем этого процесса в условиях открытой транзитивной экономики, которые создают условия и оказывают влияние на организацию внутрибанковского менеджмента. В числе многообразия проблем функционирования и управления банковской системой в переходной и открытой экономике можно выделить ряд ключевых и наиболее дискуссионных вопросов, по поводу которых отсутствует единое мнение в среде ученых, монетарных взглядах отдельных стран и международных финансовых организаций. К проблемам такого рода, связанным с мобильностью интернациональных финансовых потоков, можно отнести следующие:

- целесообразность допуска иностранных финансовых субъектов к внутреннему финансовому рынку;
- возможность расширения доли иностранных субъектов в собственности местных банков;
- необходимость допуска иностранных банков в национальную банковскую систему.

Названные три проблемы характеризуются уровнем проникновения иностранного инвестора в национальную банковскую систему, начиная с оказания ограниченного перечня услуг до полноценного, конкурентного функционирования в стране. Либерализация финансовых услуг является естественным климатом функционирования современной экономики, синоптиком которого выступает ВТО. Для каждого государства очевиден выбор в сторону финансовой либерализации; сложность остается в эффективной реализации этого процесса.

Идея открытия финансово-кредитного рынка иностранным субъектам стратегически имеет благие намерения, выражающиеся в росте конкуренции, что приводит к повышению качества финансовых услуг и снижению их цен, в осуществлении диверсификации источников финансирования, что снижает риски, в появлении дополнительных финансовых ресурсов, которые могут быть рационально инвестированы, в создании финансового обеспечения для привлечения прямых иностранных инвестиций, которые привлекут новые технологии и повысят эффективность занятости, и пр.

Вместе с этим существуют явные и скрытые угрозы финансовой стабильности при быстром и широкомасштабном допуске иностранных субъектов. Во-первых, иностранные субъекты первоначально предпочитают краткосрочные вложения на националь-

ном финансовом рынке долгосрочным инвестициям, оставляя за собой право быстро покинуть страну («горячие деньги»). Власти страны по рекомендации международных организаций в целях недопущения финансовой дестабилизации вынуждены сохранять часть своих резервов для погашения возможной паники, жертвуя возможностью их инвестирования. Во-вторых, иностранные финансовые ресурсы, как правило, преследуют естественную инвестиционную цель – получение прибыли, что в условиях сложной формирующейся структуры переходной экономики приводит к тому, что финансовые субъекты работают прибыльно, но не обеспечивают потенциально возможный от данных ресурсов экономический рост страны. В отличие от иностранных финансовых субъектов, национальные субъекты работают менее прибыльно, т.к. вынуждены инвестировать в менее прибыльные, но стратегически более важные для экономики страны проекты. В-третьих, в процессе становления и развития национальных банков и производителей иностранные финансовые субъекты обладают конкурентными преимуществами и естественно вытесняют национальных конкурентов с рынка банковских услуг. В результате формируются субъекты, защищающие не национальные интересы, которые не обеспечивают сверхприбыли в условиях становления экономики, а интересы своих акционеров. В этой связи может осуществляться отбор банковских клиентов исключительно по рыночным принципам, что может вредить неокрепшим предприятиям, нуждающимся в банковских кредитах для своего развития. Более того, при возникновении малейшей экономической нестабильности иностранные финансовые субъекты могут не только не предоставить финансовые ресурсы для преодоления возникших сложностей, а, наоборот, усугубить ситуацию, сократив предложение своих услуг, или, более того, покинуть страну.

Не следует полагать, что рынок самостоятельно решит эти проблемы. Только банковский менеджмент на уровне государства может в некоторых случаях сгладить, а в других – инициировать рациональное и более эффективное распределение финансовых ресурсов. Конечно, с другой стороны временная государственная поддержка национальных банков и реального сектора не должна превратиться в постоянное противостояние иностранным конкурентам. А необходимость привлечения иностранных финансовых субъектов должна исходить из внутренней нормы сбережения. Если она низкая, то возможны дополнительные ресурсы для инвестирования; если высокая, то первоначально необходимо решать проблему перемещения внутренних сбережений в инвестиции.

*Рутковский Р. А.
УО БГЭУ (Минск)*

МУЛЬТИАГЕНТНАЯ БИХЕВИОРИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ МАРКЕТИНГА

Отдельный потребитель конкретного товара рассматривается как независимый агент, создающий для своих локальных целей управляемый запас. Возможно создание автоматической системы управления запасом товара, действующей по локальному критерию, учитывающему традиционные компоненты издержек: хранения; поставок; дефицита, потери престижа фирмы. В общем случае поведение (behaviour) потребителя определяется адаптивным алгоритмом, минимизирующим суммарные издержки для поддержания обоснованного запаса. Изменение стратегии поведения вызывается изменением условий поставок товара и динамики его потребления.