

на уровень рискованных операций от общего объема активных операций банка. Предельные величины показателя в литературе не приводятся. Их установить должен каждый банк. Показатель может сравниваться с показателями других банков, а также с показателями прошлых отчетных периодов банка. По вышеуказанному показателю управляющий банком может решать, какого объема резерв на просроченный кредит должен формировать банк, как повышать эффективность кредитной деятельности банка.

Можно сделать следующие выводы:

1. Управление структурой активов и пассивов банка может быть охарактеризовано как финансовый процесс, в котором обеспечивается создание такой количественной и качественной структуры активов и пассивов, которая позволяет достичь оптимального финансового результата.

2. При качественном анализе структуры пассивов устанавливается состав и качество собственных и привлеченных средств.

3. Количественный анализ позволяет определить значимость отдельных привлеченных источников финансирования.

4. При оценке структуры активов банка важно определить удельный вес различных операций банка.

5. Для качественной оценки портфеля кредитов целесообразно определять, какую часть резерв для покрытия плохих ссуд составляет от общего количества выданных ссуд.

Риск ликвидности банка может быть специфическим и системным. Специфический риск означает, что конкретная финансовая институция может стать не ликвидной, а системная – что весь рынок станет не ликвидным.

*Жирков Л. М.  
БГЭУ (Минск)*

## **РАЗВИТИЕ ФИРМЕННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Основными задачами фирменной торговли являются:

- обеспечение высокого уровня торгового обслуживания населения, реализация в широком ассортименте продукции, произведенной учредителями фирменных торговых предприятий, а также со-

путствующих товаров, внедрение прогрессивных форм и методов организации торговли;

- изучение покупательского спроса, подготовка предложений отечественным товаропроизводителям по обновлению ассортимента выпускаемых ими товаров, улучшению качества и повышению их конкурентоспособности;
- организация предпродажной подготовки товаров, доставки их покупателям, сборки и установки, гарантийного и послегарантийного обслуживания, оказание других услуг, связанных с торговым обслуживанием населения.

В отличие от торговых предприятий обычного типа, цель которых – получение прибыли, главной целью деятельности фирменных магазинов является именно реализация товаров фирмы-учредителя, увеличение объемов продаж и расширение на этой основе рынка сбыта.

Преимущества и роль фирменной торговли могут быть охарактеризованы следующими основными положениями:

- возможность финансовой поддержки со стороны предприятий-учредителей;
- возможность в области ценообразования и ценовой политики – установление цен на товары в зависимости от уровня спроса, товарных запасов, объема поставок, традиционно более низкие цены, чем в нефирменных магазинах;
- возможности привлечения дополнительного числа покупателей и пропаганды достоинств фирмы в фирменных магазинах за счет предоставления либо бесплатных дополнительных услуг, либо услуг с ценой ниже себестоимости;
- возможность возврата нереализованной продукции;
- возможность в области товарной политики – обеспечение концентрации ассортимента определенных товарных групп;
- жесткий подбор персонала и высокие требования к качеству работы, более высокий уровень оплаты труда, чем в обычной торговле;
- гарантированный возврат оборотных средств предприятий-учредителей при одновременном ускорении их оборота.