

Специфика банковского маркетинга во многом определяется взаимоотношениями с клиентами банка.

Специализация банков, специфика формирования ими своих активов и пассивов зависят от особенностей хозяйственной деятельности клиентуры. Как правило, банки ориентируются на клиентов определенной отраслевой направленности. Этим определяются ключевые компетенции и конкурентные преимущества банков по отношению к клиентам избранной отраслевой направленности.

Одной из основных задач банковского маркетинга в потребительском сегменте является сегментация рынка с последующим выделением целевых групп и предложением дифференцированных продуктов и услуг.

После того как банк провел первичную сегментацию рынка и определил набор продуктов для каждой из целевых групп потребителей, наступает следующая фаза маркетинга. В рамках каждой группы банк вводит элементы персонализации услуг.

В практике работы с частными клиентами кредитно-финансовые учреждения различных стран используют многочисленные схемы маркетинга своих товаров и услуг. К ним можно отнести:

- схема маркетинга банковских продуктов и услуг в зависимости от длительности отношений с клиентом;
- схема, основанная на концепции жизненного цикла семьи;
- схема «финансового супермаркета».

Принято считать, что специализация на розничных банковских услугах вынуждает банк создавать большое число филиалов, что требует крупных инвестиций. Однако у такого подхода есть альтернатива – создание банковских центров телефонного обслуживания клиентов (CALL - центры).

*Мишкевич М. В.
БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКОГО РЫНКА ТРУДА

Для всех стран Евросоюза характерно наличие проблем повышения конкурентоспособности своих экономик и совершенствования рынков труда. Проводимые реформы в области занятости в странах Евросоюза ведут к некоторым схожим результатам, в частности, в вопросах изменения структуры рынка труда и трудовых затрат. Главной общей чертой этих реформ является значительный рост и широкое распространение атипичных трудовых контрактов между нанимателями и работниками.

Последние являются полными контрактами с ограниченной продолжительностью работы и временные неполные контракты.

Испания находится на первом месте среди стран Евросоюза по удельному весу атипичных контрактов в общем объеме занятости. В общем объеме всех временных контрактов большая часть (60-70%) – это контракты продолжительностью 3 месяца. Несмотря на это или благодаря этому, испанский рынок труда в настоящее время является одним из самых динамичных: потоки входа на рынок труда и ухода с рынка трудовых ресурсов очень высокие. Ротация кадров в Испании сегодня сопоставима с ротацией кадров в США и намного выше, чем во Франции, Германии и Великобритании.

Атипичные трудовые контракты получили очень широкое распространение во всех секторах производства и сферы услуг. Данные по Франции свидетельствует о том, что эта форма контрактов наиболее часто используется в промышленности (52% от всего объема временных контрактов) и в строительстве (18%).

Большое количество временных контрактов придают очень структурированному французскому рынку труда соответствующую гибкость. Кроме того, эти контракты представляют собой часто испытательный срок для работника, в результате которого временный работник может перейти через некоторое время в категорию постоянных.

Гибкость/жесткость рынка труда связана не только с возможностью для нанимателей заключать и легко расторгать атипичные трудовые контракты. Она зависит от целого комплекса юридических актов и законов, касающихся рынка труда и трудовых ресурсов. Великобритания признана в Европе как страна с наименее жестким трудовым законодательством и, вследствие этого, как страна с наименее гибким рынком труда.

Английские работодатели имеют практически неограниченные права на увольнение с обязательством информирования в установленные сроки работников, подлежащих сокращению.

Италия собирается в настоящее время флексибилизировать свой рынок труда путем отмены статьи 18 Устава трудящихся 1970 г., которая ранее обязывала хозяев предприятий численностью свыше 15 работников к принятию мер по трудоустройству увольняемых. С другой стороны, Италия намерена предпринять следующие меры по совершенствованию рынка труда в направлении ужесточения его регулирования:

- повышение уровня занятости в целом;
 - снижение женской безработицы, которая составляет сегодня 15% при общем уровне безработицы 9,1%;
 - борьба с нелегальной занятостью;
 - продление сроков выплат пособий по безработице с 6 месяцев до 1 года;
-