

Важнейшим элементом формируемой логистической системы Беларуси являются транспортно-логистические центры, предназначенные для разработки, организации и реализации рациональных схем движения товаров по территории республики и сопредельных государств. На начало 2012 г. в Беларуси официально действовало 665 транспортно-экспедиционных и логистических предприятий, в том числе 11 транспортно-логистических центров общей площадью 376,5 тыс. кв. м, а также 160 индивидуальных предпринимателей [2, с. 13]. В 2011 г. выручка от реализации услуг логистов и экспедиторов Беларуси составила 1 002,5 млрд. руб., в том числе от реализации услуг логистов – 200,2 млрд. руб. и услуг экспедиторов – 802,3 млрд. руб. [3, с. 101].

Приоритетные направления дальнейшего развития рынка транспортно-логистических услуг Республики Беларусь могут быть сформулированы следующим образом:

Создание Центра логистических исследований для изучения передовых технологий в области логистики и их адаптации к условиям белорусского логистического рынка.

Обновление подвижного состава, в частности путём развития лизинга.

Повышение инвестиционной активности в транспортной отрасли.

Создание транспортно-логистического холдинга со статусом акционерного общества.

Осуществление комплекса мероприятий по оптимизации грузопотоков.

Подготовка квалифицированных кадров и привлечение иностранных специалистов.

Развитие в стране деятельности 3PL- и 4PL-логистических провайдеров.

Проведение модернизации общеевропейских транспортных коридоров номер II и IX.

Обеспечение логистических терминалов системами идентификации товаров и др.

Реализация комплекса мероприятий создаст условия для оптимизации логистической системы, ускорит её интеграцию в мировое экономическое и информационное пространство.

#### Литература

1. *Ивуть, Р.Б.* Логистика / Р.Б. Ивуть, С.А. Нарушевич. – Минск: БНТУ, 2004. – 328 с.
2. *Карабанович, И.И.* Справочник «Транспорт и логистика Республики Беларусь – 2012» / И.И. Карабанович, И.Ф. Сорокина. – Минск: Центр «БАМЭ-Экспедитор», 2012.
3. *Транспорт и связь в Республике Беларусь.* Статистический сборник. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2012. – 152 с.

© БГЭУ

### **ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ДЕЙСТВУЮЩАЯ ПРАКТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*А.М. ЗОРКИН, М.П. ЛЕВКОВИЧ, А.В. СИДОРОВА*

Economic school of our country approaches the definition of a financial system from the institutional point of view. In this connection it is lawfully to question the mechanism (and its position in the financial system) through which the relations between the institutions are implemented

Ключевые слова: финансовый рынок, прямое финансирование, финансовые посредники, парадокс кредитной дискриминации

Актуальность изучения сущности финансового рынка в современных условиях заключается в том, что развитый финансовый рынок способен значительно ускорить кругооборот финансовых ресурсов, снизить ставки по привлеченным ресурсам и тем самым способствовать экономическому росту страны. Понимание его места и роли в экономике позволяет выработать универсальные подходы к оценке его текущего состояния и определить методы реструктуризации экономики через качественные преобразования финансового рынка.

Из трактовок понятия «финансовая система» наибольшее значение имеет то, что сущностной чертой финансовой системы выступают финансовые отношения, которые проявляются между кредиторами и заемщиками. Таким образом, финансовую систему можно представить, как совокупность двух обособленных элементов: с одной стороны – финансовых посредников, которые эффективно аккумулируют свободные ресурсы, а с другой – финансовых рынков, которые эффективно распределяют эти ресурсы между экономическими агентами. Структура финансового рынка представляет собой совокупность фондового, ссудного и валютного рынка.

Тенденции развития кредитного и валютного рынков указывают, что без согласованной денежной и кредитной политики невозможно достичь положительных сдвигов в плане социально-экономического развития и решить поставленные перед экономикой задачи. Анализ ссудного рынка Беларуси отражает взаимосвязь между ставками по кредитам и скоростью обновления основных фондов. На основании взаимосвязи между ставками по кредитам и уровнем рентабельности был выделен, так называемый, «парадокс кредитной дискриминации». Его сущность заключается в том, что высо-

коразвитые государства, в своей инновационной политике опираются на предоставление субъектам хозяйствования более дешевых кредитных ресурсов. Это, в свою очередь, дает возможность с одной стороны привлекать в больших объемах финансовые ресурсы на обновление основного капитала и уменьшает стоимость капитала для фирмы, что позволяет ей направить высвободившиеся ресурсы на повышение оплаты труда. По совершенствованию законодательства рынка ценных бумаг в Беларуси была проделана значительная работа. Вместе с тем, несмотря на увеличение количественных показателей фондового рынка, его качественного развития пока не произошло.

Проблемы, которые стоят сегодня перед Республикой Беларусь, указывают на то, что страна нуждается как в создании новых механизмов привлечения и размещения финансовых ресурсов в экономике, так и в развитии уже существующих. Развитие прямого финансирования будет способствовать значительному ускорению оборачиваемости финансовых ресурсов, а также созданию новых институтов и форм финансовых отношений.

Проделанная аналитическая работа отечественных и зарубежных периодических изданий выявила следующие проблемы финансового рынка Беларуси как целостного механизма: неэффективное распределение ресурсов через косвенное финансирование, неэффективность механизма движения финансовых потоков, а также нарушение целостности цикла движения финансовых ресурсов. Решение выявленных проблем функционирования финансового рынка в Беларуси позволит в полной мере реализовать его потенциал и сформировать в стране конкурентоспособный финансовый рынок, мере соответствовал бы потребностям национальной экономики.

©МИУ

## РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА С ВНЕДРЕНИЕМ CRM-ТЕХНОЛОГИИ НА ЧНПУП «ВИСиК»

*Л.В. ИГНАТЕНКО, А.П. КОВАЛЕВ*

This article discusses the issues of customer relationship management, which are increasingly raised as a priority in many companies. The companies working in the most different areas, consider CRM as part of corporate strategy for two reasons: the latest technologies allow the companies to aim more precisely than the offer at the chosen segments of the market; traditional marketing considerably loses in comparison with the potential of the strategy focused on the client. Research objective is the offer of actions on improvement of activity of marketing service on the basis of introduction of Customer Relationship Management System and, as a result, increase in profit of the company on an example the Car center "VISIK"

Ключевые слова: CRM-технология, электронная коммерция, электронный бизнес, информация

Вопросы управления взаимоотношениями с клиентами все чаще поднимаются в качестве приоритетных во многих компаниях. Компании, работающие в самых разных областях, рассматривают CRM как часть корпоративной стратегии по двум причинам: новейшие технологии позволяют компаниям точнее нацеливать предложения на выбранные сегменты рынка; традиционный маркетинг значительно проигрывает в сравнении с потенциалом стратегий, ориентированных на клиента.

**Целью исследования** является предложение мероприятий по совершенствованию деятельности маркетинговой службы на основе внедрения CRM-системы и, как следствие, увеличении прибыли компании на примере Автоцентр «ВИСиК».

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы и предложения:

1) на СТО не ведется учет клиентов, не отслеживаются услуги, которые клиенты приобретают постоянно. И ни кто на СТО не знает, сколько денег приносит один клиент.

2) Что в целом деятельность предприятия в 2011 году является успешной, это отражается в финансовом анализе предприятия.

- Выручка от реализации продукции в 2011г. по сравнению с 2010г. увеличилась на 134%.

- Себестоимость продукции за 2010–2011гг. увеличилась в 2011г и составила 3579 млн. руб., что на 1225 млн. руб. больше, чем в 2011г.

- Размер прибыли от реализации продукции снизился. Причинами резкого снижения значения прибыли от реализации можно отметить опять же ценовую политику организации, а также рост себестоимости продукции. Необходимо отметить, что чистая прибыль в 2011 г. по сравнению с 2010 г. выросла на 105,3%, что говорит о том, что руководством организации предпринимаются действия по увеличению данного показателя.

3) Внедрение CRM-системы позволит повысить эффективность функционирования компании, улучшит деловую репутацию и имидж, а также конечный финансовый результат ее деятельности.

В рамках внедрения CRM – стратегии на предприятии проведены изменения по следующим основным направлениям: