

In American banks customers actually do not visit the bank itself, or they use online banking, or the drive up system.

It should be noted that a special form non-profit finance organizations (NPFO) in the United States are collection agencies, professional specializing in collecting overdue receivables and troubled debt.

Feature is that in the event of any problems in the interaction with the borrower, the U.S. banks pass distressed assets to these organizations.

We can conclude, that the banking system of the Republic of Belarus have the following problems:

- low profitability;
- high interest rates;
- a small proportion of the population's savings;
- poorly developed network of PTOI.

In the current economic conditions, the role of the central bank should be directed to:

- reducing the rate of inflation;
- further reduce the refinancing rate;
- achievement of the macroeconomic balance;
- improving the quality of the bank's management, through the improvement of the corporate governance structure;

• to continue improvement of the banking legislation, taking into account the recommendations of the Basel Committee on Banking Supervision and the introduction of IFRS.

- creation of a wider network of PTOI;
- development of microinsurance, microleasing;
- implementation of the drive up banking;

• reforming the regulatory framework (company law and corporate governance, law on concessions), with the development NPFO.

Designed for 2011 - 2015 years, Development Programme of the Republic of Belarus is intended to be a period of renovation, modernization and improvement of the economy in general and the banking sector in particular.

It is expected that the requirements of banks in the economy for 2011 - 2015 years increase by 2.7 times at the end of 2015 will be at least 70 % of GDP. In the case of the intensification of economic and financial transformation the requirements may increase by 3.7 times (up to 90 % of GDP).

The proposed measures would greatly contribute to more efficient operation of the banking system of the Republic of Belarus.

©ПГУ

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ МЕЖБЮДЖЕТНОГО ВЫРАВНИВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ БЮДЖЕТОВ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ)

Ю.Г. ХОДЯКОВА, И.А. ПОЗДНЯКОВА

The article deals with theoretical and methodological aspects of budgetary financial stability for the purposes of inter-budgetary equalization. The level of financial stability was determined by factor analysis, comparative analysis, cluster analysis, the data of which, was tested empirically. By the results of the analysis, conclusion about the necessity of further redistribution of interbudgetary transfer from the superior budget into the local was made

Ключевые слова: финансовая устойчивость местных бюджетов, межбюджетные отношения, межбюджетное выравнивание

Для совершенствования механизма межбюджетных отношений между бюджетами разных уровней органы государственной власти нуждаются в достоверной и оперативной информации о финансовом состоянии административно-территориальных единиц и их бюджетов. С этой целью проводится оценка финансовой устойчивости.

Проведенная оценка уровня финансовой устойчивости бюджетов городов и районов Витебской области позволила выделить четыре группы административно-территориальных единиц: с устойчивым, нормальным, неустойчивым и кризисным финансовым состоянием. На основании предложенного ранжирования местных бюджетов Витебской области возможно предоставление финансовой поддержки административно-территориальным единицам неустойчивого и кризисного финансового состояния.

В рамках решения проблемы повышении уровня финансовой устойчивости, обеспечения самостоятельности местных бюджетов и совершенствования межбюджетных отношений первоначально

необходимо пересмотреть систему распределения общереспубликанских налогов между уровнями бюджетной системы. Ныне она не решает задачу укрепления собственной доходной базы местных бюджетов и не обеспечивает в должной мере финансовую самостоятельность административно-территориальных единиц.

В частности, при условии действующего разграничения расходных полномочий и доходных источников по уровням бюджетной системы мы предлагаем два варианта совершенствования межбюджетных отношений:

- 1) частично заменить дотации на выравнивание уровня бюджетной обеспеченности дополнительными нормативами отчислений от общереспубликанских налогов и сборов;
- 2) осуществить распределение дотаций из областного бюджета с учетом межбюджетного выравнивания уровня собственных бюджетных доходов на душу населения за счет пропорционального сокращения разрыва между обеспеченностью местного бюджета собственными доходами и средним по области значением данного показателя.

На основании эмпирического подхода нами были найдены оптимальные пропорции распределения общереспубликанских налогов, в том числе налога на добавленную стоимость и налога на недвижимость организаций на основе применения дополнительного норматива отчислений. Предложенная методика распределения дотаций, на наш взгляд, более полно реализует принцип равенства и справедливости, что подтверждает тот факт, что между местными бюджетами сохраняется первоначальная градация по уровню бюджетной обеспеченности. Данный метод межбюджетного выравнивания позволяет значительно повысить уровень бюджетной обеспеченности местных бюджетов, а также значительно сократить отставание наиболее зависимых от передаваемой финансовой помощи административно-территориальных единиц от более обеспеченных собственными доходами, что одновременно обеспечивает выравнивающий и стимулирующий эффект для всех получателей дотации.

Отметим, что наибольший стимулирующий эффект имеет первый вариант, поскольку в нем для повышения поступлений в местные бюджеты административно-территориальным единицам необходимо развивать собственную налоговую базу.

©БГСХА

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «БОБРУЙСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

А.Е. ШПИЛЕВСКАЯ, П.Б. ЛЮБЕЦКИЙ

This article contains the results of studies of the authors on improving communication policy on a sample of JSC «Bobruisk meat processing plant»

Ключевые слова: коммуникационная политика, маркетинговые исследования, рекламный бюджет.

Коммуникационная политика в современном бизнесе является одним из самых важных компонентов маркетинговой деятельности предприятия, который позволяет эффективно охватывать целевую аудиторию, разрабатывать результативную стратегию продвижения товаров на рынках, селективно предоставлять необходимую и актуальную информацию о товаре целевым потребителям, поддерживать отношения с постоянными клиентами и находить новых. В условиях развития рыночных отношений и повышения насыщенности потребительского рынка товарами и услугами коммуникативная работа приобретает новое значение, отличается целым рядом специфических средств, знание и учет которых позволяет активизировать процесс продажи, стимулировать реализацию отдельных товаров, а также рационализировать процесс обслуживания потребителей [1].

Объектом исследования является коммуникационная политика предприятия ОАО «Бобруйский мясокомбинат». Цель работы – совершенствование коммуникационной политики предприятия. В процессе работы проводились маркетинговые исследования предпочтений потребителей с использованием дисперсионного, корреляционно – регрессионного и кластерного анализа.

В научной работе были поставлены следующие задачи: изучение теоретических аспектов коммуникационной политики; анализ организационно – экономической характеристики предприятия ОАО «Бобруйский мясокомбинат»; совершенствование коммуникационной политики предприятия с помощью проведения маркетингового исследования. В ходе исследования использовались следующие исследования: монографический, исторический, дисперсионный, корреляционно – регрессионный, кластерный и др.