

- определенной демократизацией местного управления, отказом от командно-административного стиля управления;
- местных экономических систем, появлением новых поливекторных экономических связей;
- необходимостью обеспечения эффективности управления экономическим развитием муниципальных образований.

Модернизация технологий управления экономическим развитием муниципальных образований не является одномоментным актом, а сложным, как правило, длительным процессом, поскольку касается основополагающих моментов обеспечения развития территорий. Учитывая положения процессуальной организационной теории можем выделить такие этапы процесса модернизации технологий управления экономическим развитием муниципальных образований: 1) анализ существующих технологий управления экономическим развитием муниципальных образований, выявления их недостатков и преимуществ; 2) сопоставление технологий управления экономическим развитием муниципальных образований в определенной стране с передовыми технологиями, которые используются мире или с инновационными научными разработками; 3) выявление разрыва между существующими технологиями управления экономическим развитием муниципальных образований и передовыми прикладными или научными управленческими технологиями; 4) обоснование необходимости модернизации существующих технологий управления экономическим развитием муниципальных образований для их приближения к определенным эталонным «модерным» нормам; 5) разработка программы модернизации технологий управления экономическим развитием муниципальных образований; 6) реализация модернизационного процесса с возможностью оперативной его коррекции с учетом отклонений от намеченных ориентиров; 7) анализ новой системы технологий управления экономическим развитием муниципальных образований и формирования вывода о результативности модернизации.

Без модернизации управления экономическим развитием муниципальных образований в странах постсоветского пространства обеспечения их экономического роста является проблематичным. Модернизационная технология может стать средством приближения экономик этих стран к критериям передовых государств мира.

Морозевич О.А.

УО «Белорусский государственный экономический университет» (Минск)

ОСНОВЫ КОНЦЕПЦИИ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ

Понятие банковской инновации необходимо рассматривать применительно к национальному банковскому рынку. Инновационными банковскими продуктами могут быть те из них, которые копируют продукты, существующие на зарубежных рынках. Такой подход правомерен, поскольку большинство

клиентов банка наиболее сложные банковские операции совершают на внутреннем рынке, а, следовательно, будут воспринимать впервые появившийся на национальном рынке продукт как инновационный. Банковский продукт можно считать инновационным, если ему присуща одна из следующих качественных характеристик:

- продукт специально создан для управления специфическими денежными потоками и внедрен в структуру рынка впервые (продукт-новинка);
- продукт присутствовал ранее на рынке, но хотя бы один из его параметров модифицированы примененным впервые на данном рынке способом (модификация услуги);
- сконструирован пакетный продукт, в котором впервые на данном рынке применено сочетание существовавших ранее банковских продуктов (комплексная услуга).

Процесс создания банковского продукта-новинки включает несколько стадий: поиск и коммерческая оценка идей; определение маркетинговых возможностей, открываемых продуктом-новинкой; разработка банковского продукта; пробные продажи продукта-новинки; выведение продукта-новинки на рынок (коммерциализация). Внедрение новых банковских услуг предполагает изучение передового зарубежного опыта, развитие банковских технологий, дальнейшее совершенствование менеджмента и маркетинга в данной сфере, создание системы подготовки и переподготовки персонала (по обучению технике предоставления новых услуг). Новые банковские услуги должны быть прибыльными, обладать уникальными характеристиками, минимальным операционным и кредитным риском, возможностью автоматизации предлагаемых услуг.

Поскольку принципиально новые услуги, какими в свое время стали операции с опционами и фьючерсами, появляются в распоряжении банковского сообщества очень редко, а их внедрение, в силу традиционного консерватизма банковских технологий, никогда не бывает быстрым, в борьбе за клиента многие банки делают упор на модификацию предоставляемых услуг.

Модификация услуги производится в первую очередь путем изменения условий ее оказания. Модификация также может осуществляться путем предоставления услуг на новой технологической основе (например, оказание услуг с использованием систем удаленного доступа, средств мобильной связи, через банкоматы, инфокиоски). Предоставление услуг по расчетному обслуживанию может осуществляться с использованием различных платежных инструментов.

Комплексная банковская услуга предполагает предоставление определенного набора услуг клиентам на более выгодных условиях, чем, если бы эти услуги предлагались обособленно. Оказание комплексных услуг предполагает рассмотрение имеющихся в наличии продуктов как отдельных позиций реестра услуг и позволяет определить и сформировать набор продуктов, которые полностью удовлетворяли бы потребности клиента, гарантируя этим наилучшее взаимодействие с ним.

Несмотря на перспективность рассматриваемого направления развития банковской деятельности, бесконтрольное внедрение инноваций может иметь неблагоприятные для банка последствия. Поэтому необходима разработка концепции инноваций.

Формально банковский бизнес-процесс (ББП) инноваций может быть представлен совокупностью следующих подпроцессов: оценки соответствия, позиционирования на рынке и реорганизации ББП.

Оценка соответствия ББП кредитования населения (и его подпроцессов) происходит по двум основным направлениям:

- оценка соответствия ББП и его результата (услуги) требованиям рынка (качественная оценка ББП);
- оценка соответствия экономических характеристик ББП желаниям банка (количественная оценка ББП).

Оценка соответствия услуги проводится на основе реестра услуг. При формировании реестра классификацию банковских услуг необходимо начинать с типов клиентов (одна и та же услуга, ориентированная на разных клиентов отличается порядком оформления, тарифами и документами, поэтому ее надо рассматривать как несколько самостоятельных услуг). Затем, согласно потребностям клиентов (а не технологической близости услуг) в рамках каждого клиента услуги следует делить на категории. В рамках категорий производится дальнейшая детализация.

Реестр услуг является основой для последующей систематизации ценовых, качественных и количественных параметров услуг. На основе реестра услуг формируется банк аналитических показателей всесторонне характеризующих каждую услугу. Для формирования банка аналитических необходимо, в первую очередь, определить:

- ответственные за разработку и оказание услуги подразделения;
- масштаб внедрения услуги в банке (например, количество отделений, в которых предлагается услуга, количество банкоматов, позволяющих клиенту провести данную операцию);
- охват рынка (количество клиентов пользующихся услугой в филиалах (в целом и в каждом отдельно), а также через системы удаленного доступа);
- освещенность услуги (раскрытие информации об услуге в печатных материалах, СМИ, информированность сотрудников об услуге);
- степень технологического совершенства услуги (уровень правовой урегулированности (внешние и внутренние нормативные акты), наличие описания целевой аудитории и сценария ББП, взаимодействие участников процесса, временные характеристики ББП, порядок отражения в бухгалтерском учете, порядок формирования и внесения изменения в тарифы и т.д.);
- качество услуги (как с точки зрения работников банка, непосредственно участвующих в оказании услуги («врожденное» качество), так и с точки зрения клиентов («приобретенное» качество));

Результатом оценки соответствия является принятие банком решения о необходимости и целесообразности выведения инновационного банковского продукта на рынок.

Позиционирование инновационного банковского продукта на рынке предполагает определение его особенностей, характерных черт в отличие от существующих на рынке продуктов, от продуктов-аналогов или продуктов-заменителей (для этого возможно использовать метод слабых сторон услуг конкурентов). В реальной практике позиционирование банковской услуги состоит в установлении одной или нескольких ее характеристик, использование которых в процессе соответствующих коммуникаций позволяет обеспечить конкурентные преимущества банку в умах потребителей. При проведении позиционирования важно провести исследования конкурентов с целью выявления и оценки, декларируемых ими основных свойств, предлагаемых услуг и сравнить их со свойствами позиционируемой услуги. Определив и оценив такие свойства, целесообразно построить карту позиционирования.

Анализируя карту позиционирования и учитывая превосходство отдельных конкурентов в удерживаемых ими позициях, устанавливаются наиболее перспективные конкурентные преимущества и позиции для исследуемой услуги. После этого, формируются и доводятся до целевой аудитории свойства, характеризующие данную услугу и позволяющие завоевать конкурентные преимущества в умах потребителей.

Методика реорганизации ББП представляет собой совокупность методов проведения подготовки и предпроектных исследований, подготовки к внедрению, перепроектирования, внедрения новых банковских технологий и реализации нового ББП.

Таким образом, описанные характерные черты банковской инновации, а также предложенная методика инновации, включающая совокупность методов оценки соответствия, позиционирования и реорганизации ББП формируют основы концепции инноваций в банковской деятельности.

Мякинкая В.В.

УО «Белорусский государственный экономический университет» (Минск)

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В АУДИТЕ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

В современных условиях одним из важнейших факторов экономического развития Республики Беларусь является существенное увеличение инвестиций в экономику страны. В такой момент значительно возрастает роль аудита как инструмента, обеспечивающего контроль качества информации, используемой для принятия оперативных управленческих решений. При этом аудиторская деятельность должна максимально полно соответствовать предъявляемым к ней требованиям. В том числе аффективно функционировать в условиях использования современных информационных технологий.