

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

Для продвижения банковских продуктов целесообразно осуществлять:

1. Разработку и использование интегрированных маркетинговых коммуникаций.
2. Кампании продвижения с помощью Internet: обеспечение присутствия, интерактивная реклама, непосредственная рассылка сообщений, паблик рилейшенз, кампании продвижения услуг, спонсорство, выставки.
3. Бренддинг.
4. Реализацию глобальных коммуникаций - это не только корпоративный подход, ориентированный на продукт и на увеличение масштабов, а скорее реакция, ориентирующаяся на рынок и на возникновение общих глобальных стилей жизни и потребностей.

Успешное функционирование и включение в международный бизнес банковской системы Республики Беларусь в значительной мере зависит от квалификации банковских работников, их знаний и опыта. Способствовать их повышению призвано и выделение в организационной структуре отечественных банков департаментов стратегического планирования.

Жук И.Н.
БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНИМ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ

Внешний государственный долг требует самого пристального внимания как к экономической категории так и к задачам, с ней связанным. В общей постановке проблемы внешнего долга можно выделить следующие основные аспекты: структура и динамика внешнего долга; механизм управления, обслуживания и реструктуризации долга; влияние внешнего долга на развитие экономики страны.

Анализ количественных параметров задолженности – один из важнейших элементов разработки эффективной стратегии управления внешним государственным долгом. Данный анализ проводится с использованием следующих показателей:

1. Общая сумма внешнего долга.
2. Удельный вес отдельных стран в объеме мирового долга. Этот показатель позволяет определять место каждой страны в структуре общемировой задолженности.
3. Динамика внешнего долга.
4. Величина внешнего долга на душу населения (при рекомендуемом Всемирным банком критическом уровне 785 долл/год).