

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А.М. Широкова»

**НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВА**

Материалы
XI Международной научно-практической конференции
г. Минск, 29 мая 2008 г.

**Минск
Современные знания
2008**

УДК 378:001.891

Н 34

Рецензенты:

Герасимович Л.С., доктор технических наук, профессор, академик НАН Беларуси, декан факультета управления Института современных знаний имени А.М. Широкова;
Ростовцев В.Н., доктор медицинских наук, профессор, чл.-корр. БелАМН, гл. научный сотрудник РНПЦ МТ.

Редакционный совет:

Мищенко В.А. (председатель), *Агеева Л.А.*, *Колтина Л.Г.*,
Олейник Е.Ю., *Герасимович Л.С.*, *Тарасевич В.Л.*, *Змачинский А.А.*,
Ахвердова Е.И., *Зиновьев Ю.И.*

Н 34 Наука и образование в условиях социально-экономической трансформации общества : материалы XI Международной научно-практической конференции. — Минск: Современные знания, 2008. — 350 с.

ISBN 978-985-6885-05-4

Сборник содержит материалы по проблемам развития социально-гуманитарных наук, современной культуры и искусства, экономики и управления малым и средним бизнесом, межъязыковой и межкультурной коммуникации, информатики и управления, многоканальной криптографии, физической культуры и спорта.

Для научных работников, преподавателей высшей школы, студентов вузов.

Материалы, помещенные в сборнике, допущены редакционным советом к опубликованию в авторской редакции.

ISBN 978-985-6885-05-4

© Частное учреждения образования
«Институт современных знаний
имени А.М. Широкова», 2008
© Оформление. ЗАО «Современные
знания», 2008

ИМИДЖ И ТРАДИЦИИ В СИСТЕМЕ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Слошинов С.В. (Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Беларусь)

Потенциал развития банка, расширения его продуктовых и клиентских линий зависит не только от текущего финансово-экономического положения, но и от возможностей усиления позиций на рынках банковских услуг, привлечения новых клиентов, заключения новых договоров о кредитно-расчетных отношениях с другими банками. И здесь особая роль принадлежит сформированному имиджу и деловой репутации банка.

Имидж — сложившееся представление субъектов внешней среды о характере и специфических особенностях деятельности банка, формируемое на основе любой информации о его деятельности. Среди основных компонент формируемого имиджа банка можно выделить:

- отражение деятельности банка на рынке финансовых услуг (финансовое состояние банка и имидж по отдельным операциям);
- имидж банка в сфере менеджмента, применяемых технических средств и банковских технологий;
- имидж менеджеров и работников данного банка (мнение о профессионализме), представление о культуре банковского обслуживания и некоммерческой (в том числе благотворительной) деятельности банка;
- визуальный имидж банка (название и визуальный облик) и реклама.

В западной банковской практике отсутствует единое мнение о составе имиджобразующих компонент. Так, у Ф. Синки-мл. имидж банка формируется в зависимости от масштабности его деятельности («чистые активы»), устойчивости доходов, качества представляемой банком информации и наличия системы правительственных гарантий [1].

Методика отслеживания и оценки имиджобразующих компонент немецкого журнала «Die Bank» значительно большее внимание уделяет целевой направленности в деятельности банков, их ориентации на определенные клиентские группы, а, следовательно, на предложение особых форм обслуживания и разновидностей банковских продуктов. С этой точки зрения, имидж банка — имидж его продуктов, уже опробованных или интересующих клиентов, а также такие факторы, как оперативность обслуживания, «атмосфера банка», величина сборов и приемлемость условий, территориальное размещение банка, вплоть до личного интуитивно положительного мнения клиентов.

В экономической литературе можно выделить два основных способа количественной оценки имиджа банка:

- оценка информационных сигналов (положительных, отрицательных, нейтральных) о деятельности банка. К подобным сигналам относят различные сообщения в средствах массовой информации, интервью, аналитические статьи с учетом объемов публикуемой информации, тиража и авторитетности изданий. Совокупность информации позволяет рассчитать рейтинговый индекс, позволяющий формализовать имидж банка с учетом каждой структурной компоненты;

- метод социологических опросов юридических и физических лиц об их мнении о деятельности банка («анализ репутации») по различным направлениям (надежность, респектабельность, доходность, качество обслуживания, компетентность и т.д.).

Данные подходы имеют ряд существенных недостатков, прежде всего, поскольку они базируются либо на использовании в качестве объектов анализа сообщений в средствах массовой информации или общественного мнения, сложившегося под воздействием данных сообщений.

В белорусской практике большинство банков предлагают на рынке одинаковые услуги с примерно одинаковыми тарифами за их предоставление, и выбор потенциальных клиентов обусловлен, прежде всего, их личным мнением о надежности (или успешности деятельности) банка, сформированным под влиянием знакомых, работников банков или финансовой сферы, статуса банка в банковской системе страны.

Высокий имидж банка, сформированный благодаря рекламе, не является свидетельством успешной деятельности. В условиях пониженного доверия к рекламе, ее роль в формировании банковского имиджа минимальна; обилие навязчивой рекламы может отражаться на имидже как в положительном, так и в отрицательном аспекте.

Поэтому необходимо уточнение понимания термина имидж для целей комплексного (рейтингового) анализа банковской деятельности.

Имидж необходимо рассматривать исключительно как репутацию банка в деловой среде, среди клиентов и партнеров банка, в банковской системе страны, на международных рынках, среди банковских специалистов, аналитиков и аудиторов, то есть среди субъектов, напрямую контактирующих с изучаемым банком или среди респондентов, профессионально занимающихся изучением проблем банковского бизнеса в стране.

Таким образом, поскольку формирование положительного образа банка — итог целенаправленной маркетинговой стратегии банка, а также учитываемая специфика банковского бизнеса в Беларуси, круг опрашиваемых с использованием анкетирования или интервью, или путем иных схем социологических исследований, должен быть значительно сужен.

Для оценки деловой репутации банка предлагается оценивать:

- деловую репутацию и доверие со стороны банков-контрагентов (менеджеры) и банков, не являющихся партнерами данного банка;
- деловую репутацию среди юридических и физических лиц — клиентов других банков (филиалов), перспективы их будущего сотрудничества с данным банком;
- мнения независимых экспертов — специалистов банковского дела.

Традиции банка, его «деловая история» также является важным имиджеобразующим фактором. В связи с этим представляется, что оценка традиций банка, как составляющей ресурсного потенциала, может производиться как отдельно, так и в рамках оценки имиджа (деловой репутации) банка. Последнее наиболее оправдано в рамках внутрибанковской рейтинговой оценки деятельности филиальных подразделений.

Среди факторов, оказывающих влияние на перспективы развития банка можно выделить:

- значительный срок деятельности,
- постоянное выполнение банком своих обязательств перед клиентами и партнерами,
- устойчивость корреспондентской и клиентской сети,
- рост объемов и спектра операций с постоянными корреспондентами,
- комплексный характер обслуживания клиентов (предложение новых смежных услуг).

За исключением срока функционирования, состояния единого коррес-

пондентского счета и примененных санкций (что отслеживается Национальным банком), деловую историю банка можно оценивать только при организации внутренних инспекционных исследований или используя информацию, полученную от других банков. В качестве объектов исследования и оценки могут также выступать:

- разнообразие форм и комплексный характер обслуживания частных и корпоративных клиентов;
- способность привлекать новых клиентов и партнеров (динамика операций с клиентами и банками-контрагентами);
- динамика движения средств по корреспондентским счетам;
- деловая история (наличие в истории банка случаев ненадлежащего или несвоевременного исполнения обязательств);
- «солидность и добропорядочность» крупных акционеров и клиентуры.

Для оценки имиджа и традиций филиальных подразделений банков нами предложены следующие объекты оценки:

- профессионализм менеджеров и персонала,
- культура банковского обслуживания,
- визуальный облик филиала, мнение о финансовом состоянии филиала,
- удобство территориального размещения,
- комплексный характер и оперативность обслуживания клиентов,
- мнение о некоммерческой и благотворительной деятельности филиала,
- мнение о банковской рекламе,
- мнение о продуктах и услугах банка с точки зрения доступности, новизны,
- мнение о технико-технологическом уровне филиала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Синки, Дж. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / Дж. Синки-мл. — Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 1017 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ДОКЛАДЫ НА ПЛЕНАРНОМ ЗАСЕДАНИИ

ГЕРАСИМОВИЧ Л.С., ПАНЧИКОВ В.С., МИЩЕНКО В.А., ЧАЙКОВСКИЙ М.В. Концепция корпоративной локальной сети распределенной базы знаний и менеджмента качества образования в институте	3
ИВЧЕНКО В.Н. Идеологический контекст преподавания курса «Культурология»	6
РОСТОВЦЕВА В.М., РОСТОВЦЕВ В.Н. Нравственность как основа здоровья	10
КОРЗЕНКО В.Н., СМОТРИЦКИЙ А.Л. Физическая культура и здоровье: роль и место гигиенических факторов в их формировании у учащихся в современный период	13
ГОРЕЛИК А.Г. Суперкомпьютерные технологии в подготовке студентов специальности «Дизайн»	17

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ

АГЕЕВА Л.А., АХРЕМЕНКО И.Н. Особенности формирования коллектива студентов-первокурсников в вузе	20
ФАНГИНА И. В. Высшие нравственные ценности гражданского общества	22
ПОНОМАРЕВ А.Е. Деидеологизация как проблема социогуманитарного знания	24
СИДОРОВИЧ Н.А. Социально-гуманитарные дисциплины и профессиональная подготовка авиационных специалистов	27
МЯЧИКОВА И. И., ЖЕВНЯК О. Г. Четыре схемы зарождения государственности	30
КОРОЛЕНКО Л.Г. Анализ основных PR-технологии избирательных кампаний	33
БОЛЬБАС Г.В. Ф. Скорина и развитие идей гражданского воспитания в Беларуси эпохи возрождения	36
КЛИМОВИЧ В.С. Идеология гуманизма	38
АДЗИНОЧАНКА В.А. Проблема выкладки релігійнаўства ва ўмовах трансфармацыі беларускага грамадства	40
ЛУЧЕНКОВА Е.С. Власть харизмы: из чего и как строится личностное влияние лидера	43
ЯХНО В.Н. Современное общество и его ценностные оппозиции	45
ТАРАСАВА Т.М. Маргеріт Дюрас «Боль»: спецыфіка ўвасаблення экзістэнцыяльнай свядомасці	48
ТАРАСОВ В.С. Социальные факторы девиантного поведения молодежи ...	51
АКСЕНЧИКОВА Е. В. Психологическая готовность к материнству как фактор, снижающий вероятность отказа от ребенка	54

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

УГЛИК И.Г. К проблеме историко-культурной типологии референтных бытовых типов культуры Беларуси (от барокко до постмодернизма)	57
КОНОВАЛОВ И.М. Исторические стилизации в современном интерьере. Анализ специализированных периодических изданий	60

<i>ЗАНЬКО А. Г.</i> Развитие белорусской эстрадной и джазовой музыки	63
<i>ЗИМЕНКО А.И., КАРАУЛОВА Р.З.</i> Белорусская станковая живопись: от социалистического реализма к «салону»	65
<i>КОВАЛЕНКО О.С.</i> Абстракция в искусстве Беларуси рубежа XX—XXI веков	68
<i>СМУЛЬСКАЯ С.Ю.</i> Аналоговая фотография в системе техногенных искусств: двойственность природы	71
<i>КОРСАКОВА Е.Е.</i> Феномен инситуного искусства: аспекты проблемы	74
<i>ВЕРНИКОВСКАЯ Н.С.</i> Тенденции оформления текстиля. Осень — зима 2008/09 г.	76
<i>РЕДНИКИНА Т.Г.</i> Стиль и образ как концепция в дизайне одежды	78
<i>КАРАТОВА О.Н.</i> Признаки, определяющие внешнюю форму одежды	81
<i>ЛЮ СИНЬ-ЛИ.</i> Фортепианный концерт в творчестве композиторов Китая: к проблеме освоения общеевропейских традиций	84
<i>СТАРИКОВА В.В.</i> Методика исследования звукозаписи музыкального произведения	86
<i>СУНЬ ЦЗЮАНЬ.</i> Представления музыкального театра и цзюанью эпохи юань (XII — XIII вв.) и его отличительные особенности	88
<i>ЛИ ЮНЬ ЦЗЕ.</i> Жанр портрета в живописи, литературе и музыке: компаративный подход	92
<i>ЦАО ШУ ЛИ.</i> Взаимосвязь хорового искусства и народной музыки	95
<i>ХУ ИЦЗЮАНЬ.</i> Влияние европейской музыки на развитие системы образования в Китае	98
<i>ДЯГИЛЕВ Л. Е.</i> Синтез искусств в процессе формирования городской среды	101
<i>ФЕЛЬГИН Е.В.</i> Особенности развития джаза в Беларуси в 1970-е годы — первой половине 1980-х гг.	102
<i>АТРАХОВИЧ Е.И.</i> К вопросу изучения основ композиции в профессиональном дизайн-образовании	105

МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<i>КОРШУК Е.В.</i> Особенности национально-культурного самосознания в узкоспециальных текстах	109
<i>ЩИРЯЕВА Н.Н.</i> Реферативный перевод как один из видов переводческой деятельности	111
<i>АРТЕМОВ В.И.</i> Testing Language Skills	114
<i>ДЕВКИН А.П.</i> Speech culture: Variety in Description	116
<i>ОЛЕЙНИК Е.Ю.</i> Формирование социокультурной компетенции в системе подготовки специалистов гуманитарного профиля в рамках специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации»	119
<i>ЛОСИЦКАЯ Е.Э.</i> Национально-культурный аспект интеркоммуникации	121
<i>ГАПЕЕВА В.М.</i> Да пытаньня міжмоўнай камунікацыі на ўзроўні перакладу цэнтральнай адзінкі катэгорыі жадання (беларускі дзеяслоў <i>хацець</i> і яго англійскія адпаведнікі)	124
<i>СНІПРОВА Н.А.</i> Некаторыя назвы чалавска, які займаецца пакладаннем свойскіх жывёл: паўночна-ўсходнія арэальныя інавацыі ў польскай мове	126
<i>СЫЧЕВСКАЯ Н.С.</i> Риторические характеристики политической публицистической речи	129

<i>СЫАНТОВИЧ Е.Л.</i> Средства вербальной репрезентации принципа вежливости в сфере делового общения	133
<i>ЗВОНАК Н.П.</i> Коммуникативные стратегии и тактики формирования имиджа в рекламной коммуникации	135
<i>НИКОЛАЮК Н.Н.</i> Способы лингвистической репрезентации оценки в бизнес-коммуникации	138
<i>ШЕЛЕГ В.М.</i> Дифференциация обучения как основа личностно-ориентированного подхода в процессе обучения иностранному языку ...	140

МНОГОКАНАЛЬНАЯ КРИПТОГРАФИЯ

<i>МИЩЕНКО В.А.</i> Многоканальная криптография — новый уровень безопасности. Стеганокриптография	143
<i>ВИЛАНСКИЙ Ю. В.</i> Двухканальные шифры и их комплексирование с другими системами	146
<i>ВАТУТИН А.Е.</i> Хранение информации в многоканальных криптографических системах	149
<i>ЗАХАРОВ В.В., ВАТУТИН А.Е.</i> Система электронной идентификации, проверки подлинности и контроля движения товаров LABEL	152
<i>ШЕМАРОВ А.И., ГРИНЕВИЧ Е.Г.</i> Метод повышения безопасности использования электронных ключей	154

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ И СОВРЕМЕННЫХ СМИ

<i>ПЕРЕСЫПКИН А.А.</i> Кейс-стади, в работе с проблемой толерантности	159
<i>ДИМОВА Н.И., ЕВТУХОВА О.Е., РОСТОВЦЕВ В.Н.</i> Оценки индивидуального качества жизни и степени сопротивляемости стрессу у сотрудников коммерческой организации	162
<i>СТВОЛЬГИН К.В.</i> Воспитание у молодежи гражданственности, патриотизма и альтернативная гражданская служба	164
<i>КАЧАН Г. А., ЛУКАШЕВИЧ Е.В.</i> Преодоление кризиса семьи как приоритетное направление социальной политики государства	167
<i>ВЕНГЕР Ю.И.</i> Профилактическая работа с подростками, склонными к употреблению спиртного	170
<i>ШЕЛЕГ Л.А.</i> Социально-педагогическое сопровождение выпускников детских интернатных учреждений	173
<i>МЕДВЕДСКАЯ Е.И.</i> Понимание педагогами начальной школы причин неустойчивого внимания учащихся на уроке	176
<i>СОЛОВЬЯНОВ А.П.</i> Определение понятия «беспризорность» в БССР в 1920-е гг.	179
<i>ЯТУСЕВИЧ И.А.</i> Теоретико-методологические взгляды на проблему возраста девочек-подростков в концепциях западных исследователей	182
<i>БАЙДАРЭНКА Т.П.</i> Ці правільна гаварыць і пісаць: водзвыў на дысертацыю, характарыстыка на выпускніка інстытута, заява ад Іванова?	185
<i>ЯКАВЕНКА А.В.</i> Бяззлучнікавыя сказы з квазі-дэтэрмінацыяй у сістэме беларускіх прыказак	188
<i>ГОРСКИЙ И.Н.</i> Специфика формирования имиджа молодежи современными печатными СМИ	190
<i>МАРКОВА И.И.</i> Влияние социальных установок на коммуникативное поведение юношеской телевизионной аудитории	192
<i>КРУЧИНИН С. В.</i> Молодежная субкультура и ее особенности	195

ИНФОРМАТИКА И УПРАВЛЕНИЕ

<i>СКЛЕПОВИЧ В.Э.</i> Проблемы внедрения элементов дистанционного обучения в учебный процесс	200
<i>ГРИНЕВИЧ Е.А.</i> Определение степени готовности студентов к процессу дистанционного обучения	202
<i>ИОНИН В.С., СЕРГЕЕНКО Е.А.</i> Инновационные технологии в управлении бизнесом	205
<i>ШЕМАРОВ А.И., ГРИНЕВИЧ Е.Г.</i> Влияние качества формирования тестовых последовательностей на итоговые оценки тестируемых в СДО МООДУС	207
<i>ВЯТЧЕНИН Д.А., ГУДЫНО Л.Ю., МОНЫЛО Н.С., ЮРКИН С.С.</i> Метрический подход к определению весовых коэффициентов нечетких продукционных правил	212
<i>АСМЫКОВИЧ И.К.</i> К вопросу о применении прикладной математики в техническом вузе	215
<i>СТАНКЕВИЧ И.И.</i> Реинжиниринг как элемент механизма Управления молокоперерабатывающим предприятием	217
<i>КУНЕЦ И.Е.</i> Объектно-ориентированный анализ и проектирование сложных систем в организации управления учебным процессом	220
<i>БЕЛЯВСКИЙ С.С., МУЛЯРЧИК С.Г., ШЕВКУН И.М.</i> Использование вейвлетов при разработке алгоритмов приближенного решения системы уравнений температурной модели переноса	223
<i>БОРОДИНА А.И., ЕРОХОВЕЦ Т.В., ГЛАТКИЙ А.А.</i> Контролируемая самостоятельная работа студентов — основа подготовки конкурентоспособных специалистов	226
<i>ЛАВРЕНОВ А.Н.</i> КУУМ: Состояние и проблемы	230

ФИНАНСЫ И ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<i>КОЛПИНА Л.Г.</i> Управление операционной прибылью	234
<i>СИМОНОВ Д.Е.</i> Инвестиционная политика в Республике Беларусь	236
<i>ШЕВЦОВА В.В.</i> Проблемы Применения доходного подхода при оценке интеллектуальной собственности в Республике Беларусь	239
<i>ШЕЛЕГ Е.М., ШЕВЦОВА В.В.</i> Подходное налогообложение граждан в Республике Беларусь: проблемы и пути совершенствования	242
<i>ДОРОФЕЕВ В.Г.</i> Особенности формирования и регулирования бюджетного дефицита в транзитивной экономике	243
<i>СПЛОШНОВ С.В.</i> Имидж и традиции в системе комплексного анализа банковской деятельности	246
<i>ДАВЫДОВА Н.Л.</i> Анализ инвестиционной кредитоспособности предприятия	248
<i>СВЕРГУН А.Г., ГРАНКОВСКИЙ К.В.</i> Отличие форфейтинга от факторинга	251
<i>ВОЛКОВ Г.Ю.</i> Негативные аспекты внешнеэкономической практики США	254
<i>КОБРИНСКИЙ Г.Е.</i> Финансовое обеспечение воспроизводственного процесса в современных условиях	256
<i>ЦИЛИПЕЙКО М.М.</i> Глобализация и страхование	258
<i>ДРОЗД Д.Н.</i> Динамика и эффективность государственной поддержки реального сектора экономики: ретроспективный анализ и перспективы развития	261