

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Карганов, С.А. Об ошибочности использования в народнохозяйственном планировании экономико-математической модели В. Лсонтьева и межотраслевых балансов «Затраты - Выпуск» / С.А. Карганов // Административно-управлен. журн. [Электронный ресурс]. — 2006. — Режим доступа: <http://iprofit.ru/books/101763.html>. — Дата доступа: 20.06. 2012.
2. Беларусь в цифрах: стат. справ. [Электронный ресурс]. — 2010. — Режим доступа: http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/belarus_in_figures.pdf. — Дата доступа: 20.06. 2012.
3. Годовые данные валового внутреннего продукта [Электронный ресурс]. — 2012. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/gross.php>. — Дата доступа: 20.06. 2012.
4. Карганов, С.А. Методология построения, оптимизации и оценки изменений межотраслевых балансов «Производство — Потребление» / С.А. Карганов [Электронный ресурс]. — 2007. — Режим доступа: http://karganov.am.szczecin.pl/Str_Ru.htm. — Дата доступа: 20.06. 2012.

*Статья поступила
в редакцию 22.10. 2012 г.*

К.А. ЗАБРОДСКАЯ, А.О. ЗАХАРОВА

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДИСТАНЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

В последние годы Республика Беларусь формирует национальные приоритеты в сфере развития процессов информационного общества (ИО), информатизации банковской системы государства как важной составляющей современной экономики, вкладывает значительные средства в развитие услуг на основе инфокоммуникационных технологий (ИКТ) [1—4]. Внедрение научно-технологических инноваций в банковской деятельности позволяет банкам расширить бизнес за счет организации дистанционной, оперативной, удобной системы обслуживания клиентов, привлечь их значительное число, повысить качество и конкурентоспособность предлагаемых банковских услуг, объем совершаемых операций, минимизировать затраты, увеличить прибыль и обеспечить высокий уровень конкуренции на финансовом рынке. Основными показателями успешной реализации государственной политики по развитию ИО и совершенствованию платежной системы в стране должно стать повышение эффективности, надежности и безопасности осуществления безналичных расчетов на основе технологий дистанционного банковского обслуживания (ДБО) и повышение позиций Республики Беларусь в международных рейтингах [1—4]. Вследствие значимости инфокоммуникационной составляющей в инновационном развитии банковской сферы и финансового рынка решение задач по формированию конкурентоспособности дистанционных банковских услуг (ДБУ) является весьма актуальным.

Разработка методических положений по оценке конкурентоспособности ДБУ и выбору направления развития ДБО является относительно новым

Кристина Адамовна ЗАБРОДСКАЯ, ассистент кафедры информационных технологий Белорусского государственного экономического университета;

Анастасия Олеговна ЗАХАРОВА, студентка Белорусского государственного экономического университета.

направлением белорусской прикладной науки. Проведенный анализ научных, информационно-аналитических и статистических публикаций показал, что проблемы, связанные с оценкой состояния и перспектив развития инноваций в сфере ДБО и управлением ими на основе показателя конкурентоспособности, в настоящее время недостаточно разработаны.

Теоретико-методологическую основу процесса оценки качества и конкурентоспособности ДБУ, удовлетворенности и лояльности потребителей составили научные труды зарубежных и отечественных ученых: М. Портера, Ж.Ж. Ламбена, И.М. Лифица, Р.А. Фатхутдинова, С.Г. Светуныкова, И.В. Лопатинской, М.М. Ковалева, И.Л. Акулича, Н.В. Немогая, В.Е. Сыцко, Е.И. Велесько, Т.А. Ткалич, Л.К. Голенды, стандарты ISO серии 9000, методика и прикладные исследования Индекса удовлетворенности и лояльности потребителей EPSI CSI.

Изучение существующих подходов к оценке уровня развития и менеджменту качества услуг [5—15] позволило разработать методику оценки конкурентоспособности ДБУ, основные этапы которой представлены на рис. 1.

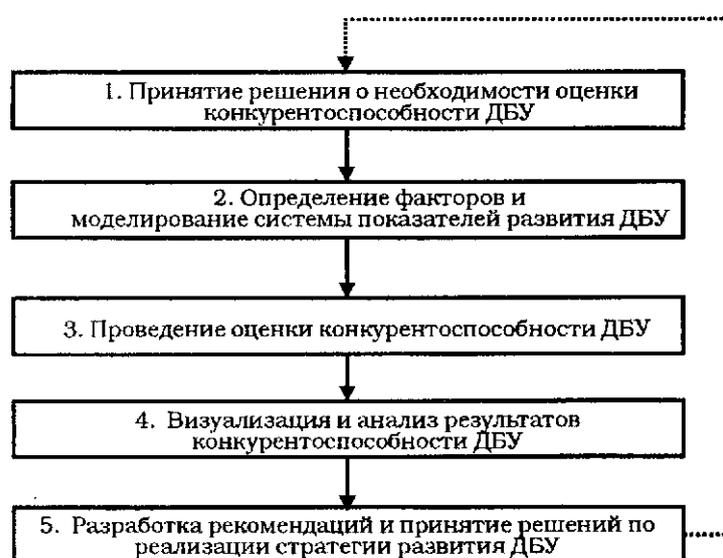


Рис. 1. Концептуальная модель оценки конкурентоспособности дистанционных банковских услуг

Этап 1. Принятие решения о необходимости оценки конкурентоспособности ДБУ. Лицом, принимающим решения, определяется цель, объект и предмет исследования конкурентоспособности. Целью исследования является оценка развития дистанционных банковских услуг для принятия решений по совершенствованию ДБО и повышению эффективности деятельности банков Республики Беларусь. Предмет исследования — совокупность факторов и показателей развития ДБУ, влияющих на ее конкурентоспособность. Объектом оценки являются современные ДБУ: телефонный; Интернет-, мобильный (wap-, mobile-, SMS-, USSD-), ТВ-, терминальный банкинг, услуги систем «Клиент — Банк» и «Интернет — Клиент».

Этап 2. Определение факторов и моделирование системы показателей развития ДБУ. На основе международных и государственных стандартов по измерению и контролю качества ISO серии 9000 [14], модели EPSI CSI [15], научных и прикладных исследований [5—13] для оценки конкурентоспособности ДБУ был определен комплекс взаимосвязанных факторов, основные группы которых определяют ценность и привлекательность рынка услуги (рис. 2).

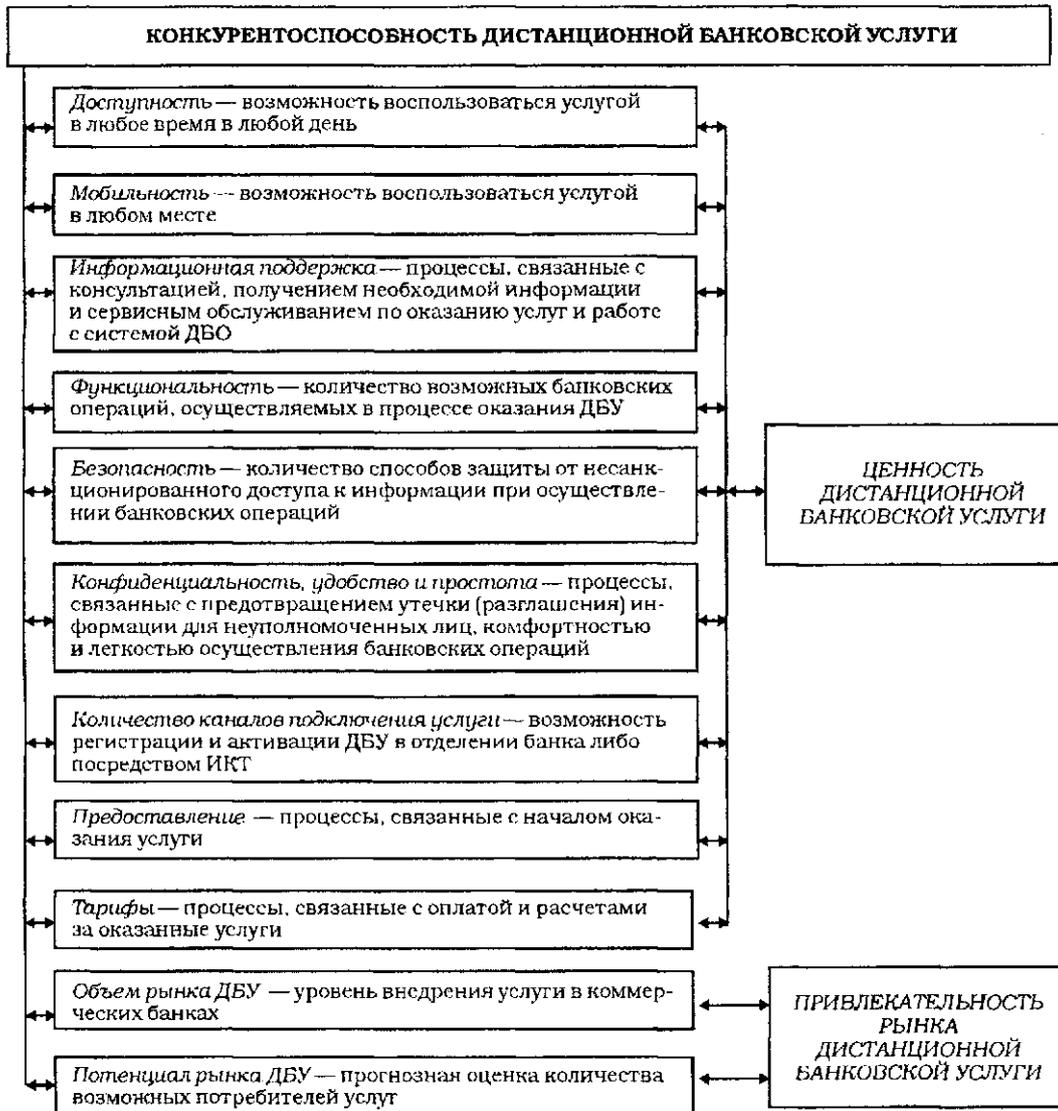


Рис. 2. Основные факторы конкурентоспособности дистанционных банковских услуг

Примечание: наша разработка на основе [5—14].

Для оценки конкурентоспособности ДБУ нами разработана система моделей показателей и индексов их развития.

- Уровень внедрения ДБО (KB_i) в i -м банке

$$KB_i = \frac{S_i}{n},$$

где S_i — количество ДБУ, предлагаемых i -м банком, $S_i \leq n$; n — общее количество ДБУ.

- Уровень внедрения ($KDBS_j$) j -й услуги на рынке ДБО (объем рынка ДБУ)

$$KDBS_j = \frac{K_j}{k},$$

где K_j — количество банков, предоставляющих j -ю ДБУ, $K_j \leq k$; k — общее количество банков.

- Уровень внедрения (KDBSE) j -й услуги на рынке банков-эмитентов пластиковых карточек

$$KDBSE_j = \frac{KE_j}{ke}$$

где KE_j — количество банков-эмитентов, предоставляющих j -ю ДБУ, $KE_j \leq ke$; ke — общее количество банков-эмитентов.

- Количество потенциальных клиентов по каждому виду ДБО (табл. 1).

Таблица 1. Моделирование показателей потенциала сегментов рынка дистанционного банковского обслуживания

Показатель	Формула расчета	Условные обозначения
Потенциал рынка ДБУ «Телефонный банкинг», P_1	$P_1 = \sqrt[4]{k_1 \cdot k_2 \cdot k_3 \cdot k_4}$	k_1 — численность экономически активного населения
Потенциал рынка ДБУ «SMS-банкинг», P_2	$P_2 = \sqrt[3]{k_1 \cdot k_2 \cdot k_4}$	k_2 — количество эмитированных банковских пластиковых карточек
Потенциал рынка ДБУ «Интернет-банкинг», P_3	$P_3 = \sqrt[4]{k_1 \cdot k_2 \cdot k_5 \cdot k_6}$	k_3 — количество стационарных телефонов
Потенциал рынка ДБУ «Мобильный банкинг», P_4	$P_4 = \sqrt[4]{k_1 \cdot k_2 \cdot k_4 \cdot k_7}$	k_4 — количество абонентов сотовой подвижной электросвязи
Потенциал рынка ДБУ «USSD-банкинг», P_5	$P_5 = \sqrt[3]{k_1 \cdot k_2 \cdot k_4}$	k_5 — количество пользователей сети Интернет
Потенциал рынка ДБУ «ТВ-банкинг», P_6	$P_6 = \sqrt[3]{k_1 \cdot k_2 \cdot k_8}$	k_6 — количество абонентов стационарного широкополосного доступа в сеть Интернет
Потенциал рынка ДБУ «Клиент — Банк», P_7	$P_7 = k_9$	k_7 — количество абонентов мобильного широкополосного доступа в сеть Интернет
Потенциал рынка ДБУ «Интернет — Клиент», P_8	$P_8 = k_9$	k_8 — количество абонентов IP-TV
Потенциал рынка ДБУ «Терминальный банкинг», P_9	$P_9 = \sqrt[2]{k_1 \cdot k_2}$	k_9 — количество юридических лиц, использующих компьютер для доступа в сеть Интернет

Индексы доступности, мобильности, информационной поддержки, безопасности, функциональности, конфиденциальности, удобства и простоты, количество каналов подключения, доля и потенциал ДБУ рассчитываются следующим образом:

$$X_i = \frac{x_i}{\max\{x_i\}}$$

где X_i — относительный (нормированный) i -й показатель развития ДБУ; x_i — частный i -й показатель развития ДБУ; $\max\{x_i\}$ — максимальное значение среди i -х частных показателей развития ДБУ.

Индексы тарифов и предоставления услуги рассчитываются по формуле

$$X_i = \frac{\min\{x_i\}}{x_i}$$

где $\min\{x_i\}$ — минимальное значение среди i -х частных показателей развития ДБУ.

Комплексные индексы развития ценности, привлекательности рынка, конкурентоспособности ДБУ можем рассчитать, используя один из методов: средняя арифметическая оценка, средняя геометрическая оценка, векторный, многоугольника конкурентоспособности [7].

Этап 3. Проведение оценки конкурентоспособности ДБУ. В процессе исследования был проведен мониторинг доступных на 28.05. 2012 г. информационных ресурсов 31 коммерческого белорусского банка (среди которых 23 банка являются банками-эмитентами пластиковых карточек) с целью оценки состояния развития ДБО в Республике Беларусь (табл. 2).

Таблица 2. Предложения белорусских банков по дистанционному банковскому обслуживанию клиентов

Наименование банка, адрес сайта	Дистанционная банковская услуга									Уровень внедрения ДБО в банке	Позиция банка
	«Телефонный банкинг»	для физических лиц					для юридических лиц		«Терминаль- ный банкинг» (банкоматы, инфокиоски, терминалы)		
		«SMS- банкинг»	«Интер- нет- банкинг»	«Мобиль- ный банкинг»	«USSD- банкинг»	«ТВ- банкинг»	«Кли- ент — Банк»	«Интер- нет — Клиент»			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ОАО «БПС-Сбербанк» http://www.bps-sberbank.by/	+	+	+	+	+	+	+	+	+	1	Л
2. «Приорбанк» ОАО http://www.priorbank.by/	+	+	+	+	+	-	+	+	+	0,88	Л
3. ОАО «Белинвестбанк» http://www.belinvestbank.by/	+	+	+	+	+	+	+	-	+	0,88	Л
4. ОАО «Белгазпромбанк» http://www.belapb.by/	+	+	+	+	+	-	+	+	+	0,88	Л
5. ОАО «АСБ Беларусбанк» http://belarusbank.by/	+	+	+	+	+	-	+	-	+	0,77	Л
6. ОАО «Паритетбанк» http://www.paritetbank.by/	+	+	+	+	-	-	+	+	+	0,77	Л
7. ОАО «Технобанк» http://www.tb.by/	+	-	+	+	-	-	+	+	+	0,66	К
8. ЗАО «Трастбанк» http://www.trustbank.by/	+	+	-	+	-	-	+	+	+	0,66	К
9. ЗАО «Кредэксбанк» http://www.credexbank.by/	+	+	+	-	-	-	+	+	+	0,66	К
10. ЗАО «АКБ «БЕЛПРОСБАНК»» http://www.belrosbank.by/	+	+	-	-	+	-	+	+	+	0,66	К
11. ОАО «БелВЭБ» http://www.belveb.by/	+	-	+	+	-	-	+	-	+	0,55	К
12. ОАО «БНБ-Банк» http://www.bnb.by/	+	+	+	-	-	-	+	-	+	0,55	К
13. ОАО «Белгазпромбанк» http://www.belgazprombank.by	+	+	+	-	-	-	+	-	+	0,55	К
14. ЗАО «РРБ-Банк» http://www.rrb.by/	+	-	+	+	-	-	+	-	+	0,55	К
15. ЗАО «МТБанк» http://www.mtbank.by/	+	-	+	-	-	-	+	+	+	0,55	К

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
16. «Франсабанк» ОАО http://www.fransabank.by/	+ (017)3893636	+	+	-	-	-	+	-	+	0,55	К
17. ЗАО Банк ВТБ (Беларусь) http://www.vtb-bank.by/	+ (017)3091515	+	-	-	+	-	+	-	+	0,55	К
18. ЗАО «Альфа-Банк» http://www.alfabank.by/	+ (017)2176464	-	+	+	-	-	+	-	+	0,55	К
19. ОАО «Банк Москва — Минск» http://www.mmbank.by/	+ 186	-	+	+	-	-	+	-	+	0,55	К
20. ЗАО «БелСвиссБанк» http://www.bsb.by/	+ (017)3062040	-	+	+	-	-	-	+	+	0,55	К
21. ЗАО «Сомбелбанк» http://www.sbb.by/	+ 7555	-	-	-	+	-	+	+	-	0,44	П
22. ЗАО «Дельта Банк» http://deltabank.by/	+ (017)2790279	-	+	-	-	-	+	-	-	0,33	П
23. ОАО «ХКБанк» http://www.homecredit.by/	+ (017)2298989 ¹	-	+	-	-	-	-	-	+	0,33	П
24. ЗАО «БТА Банк» http://btabank.by/	- (017)3345434	-	+	-	-	-	+	-	+	0,33	П
25. ОАО «Международный резервный банк» http://www.irb.by/	+ (017)2372585	-	-	-	-	-	+	+	-	0,33	П
26. ЗАО «ТК Банк» http://tcbank.by	+ (017)3121012	-	-	-	-	-	+	-	-	0,22	А
27. ЗАО «АБСОЛЮТБАНК» http://www.absolutbank.by/	- (017)2370702	-	-	-	-	-	+	-	-	0,11	А
28. ЗАО «Банк ББМБ» http://www.bbsb.by/	- (017)2021055	-	-	-	-	-	+	-	-	0,11	А
29. ЗАО «Евробанк» http://www.eurobank.by/	- (017)2596286	-	-	-	-	-	-	+	-	0,11	А
30. ЗАО «Онербанк» http://www.hbank.by/	- (017)3060690	-	-	-	-	-	-	+	-	0,11	А
31. ЗАО «Цептер Банк» http://www.zeppterbank.by/	- (017)3318949	-	-	-	-	-	+	-	-	0,11	А

Примечание: разработана по данным Национального банка и коммерческих банков Республики Беларусь: 1 — возможность предоставления услуги по технологии IVR; 2 — возможность предоставления услуги для юридических лиц; 3 — наличие демонстрационной версии; 4 — war-банкинг; 5 — полный перечень операций и возможность предоставления услуги юридическим лицам.

На основе бинарной оценки («+/-») предложений коммерческих банков по ДБО (табл. 2) рассчитываются уровни внедрения ДБУ среди общего количества банков ($KDBS_i$) и банков-эмитентов ($KDBSE_i$), а также уровень внедрения ДБО (KB_i) в каждом банке. В зависимости от значения последнего показателя определяются конкурентные позиции банков на рынке ДБО: Лидеры (Л), если $KB_i \in [0,75; 1]$; Кандидаты (К), если $KB_i \in [0,5; 0,75]$; Претенденты (П), если $KB_i \in [0,25; 0,5]$; Аутсайдеры (А), если $KB_i \in [0; 0,25]$.

Потенциал рынка каждой ДБУ рассчитан на основе данных, представленных ниже.

Показатели информационно-коммуникационной инфраструктуры ДБО в Республике Беларусь на период 2011—2012 гг.

Показатель	Значение
Численность экономически активного населения	4 664 000
Количество эмигрированных банковских карточек	9 817 700
Количество стационарных телефонов	4 203 000
Количество абонентов сотовой подвижной электросвязи	10 694 900
Количество пользователей сети Интернет	3 000 722
Количество абонентов стационарного широкополосного доступа в сеть Интернет	1 647 084
Количество абонентов мобильного широкополосного доступа в сеть Интернет	1 098 056
Количество абонентов IP-TV	445 000
Количество юридических лиц, использующих компьютер для доступа в сеть Интернет	623 400

Примечание: по данным Национального статистического комитета и Национального банка Республики Беларусь.

В результате исследования состояния развития ДБО в белорусских банках был определен уровень внедрения ДБУ, изучен перечень банковских операций, ценовая политика, качественные характеристики по каждому виду ДБО, сформирована система количественных показателей, рассчитаны частные и комплексные индексы развития ДБУ. Для расчета показателей привлекательности рынка, ценности, конкурентоспособности и конкурентного потенциала ДБУ мы использовали методы средней геометрической и многоугольника конкурентоспособности [7].

Этап 4. Визуализация и анализ результатов оценки конкурентоспособности ДБУ. Реализация данного этапа позволяет сделать вывод о конкурентных преимуществах и уровне конкурентоспособности каждой ДБУ по сравнению с аналогами и эталоном.

В результате проведенного мониторинга (табл. 2) были определены основные конкурентные позиции банков по уровню внедрения ДБО. Абсолютным лидером по ДБО клиентов в Республике Беларусь по состоянию на 28.05. 2012 г. явился ОАО «БПС-Сбербанк», который оказывает все виды ДБУ (уровень внедрения ДБО в банке равен 1). В группу «Лидеры» также входят: «Приорбанк» ОАО, ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Белагропромбанк» (уровень внедрения ДБО в банках равен 0,88), ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Паритетбанк» (уровень внедрения ДБО в банках равен 0,77). Удельный вес каждой группы банков следующий: «Лидеры» — 6 банков, 19 %; «Кандидаты» — 14 банков, 46 %; «Претенденты» — 5 банков, 16 %; «Аутсайдеры» — 6 банков, 19 %. Оценка предложений белорусских банков по ДБО проводилась по двум срезам: среди всех коммерческих банков и среди банков — эмитентов пластиковых карточек (рис. 3).

Наиболее распространенными на рынке банков-эмитентов являются услуги телефонного и терминального банкинга (96 %). Высокие показатели уровня внедрения демонстрируют такие услуги, как «Клиент — Банк» (91 %), «Интернет-банкинг» (87 %), «Мобильный банкинг» и «SMS-банкинг» (57 %). Доли инновационных услуг «USSD-банкинг» и «ТВ-банкинг» — 30 и 9 % соответственно. Такие результаты объясняются рядом объективных факторов.

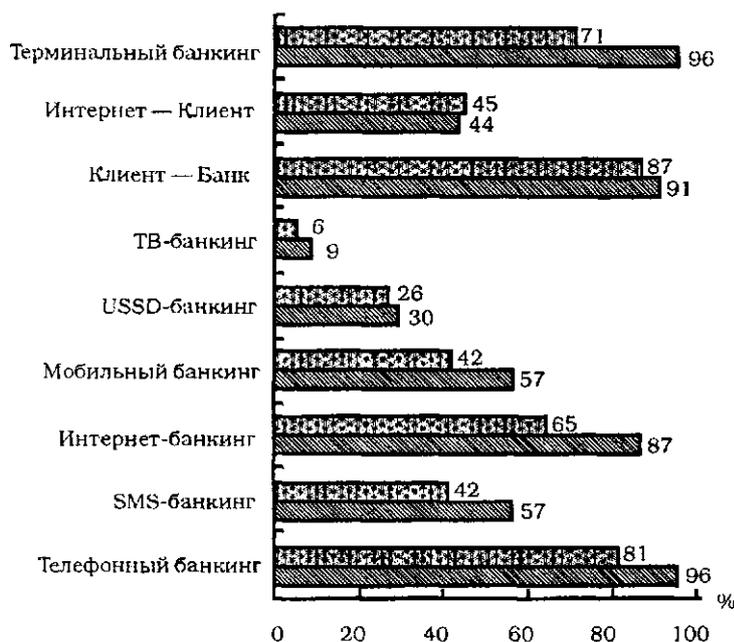


Рис. 3. Уровень предложения коммерческих банков по ДБО в Беларуси:
 ■ — уровень внедрения услуги на рынке ДБО; ■ — уровень внедрения услуги на рынке банков — эмитентов пластиковых карточек

Примечание: наша разработка с помощью инструментальных средств MS Excel.

Высокий уровень внедрения телефонного и терминального банкинга связан прежде всего с достаточно длительным доминированием данных услуг на рынке ДБО, распространенностью стационарных и мобильных телефонов, низкой стоимостью обслуживания, а также отсутствием необходимости каких-либо специальных навыков для совершения определенных операций. Достижение высокого уровня распространения услуги «Клиент — Банк» было связано с необходимостью оптимизации взаимодействия банка и юридических лиц.

При увеличении объема услуг розничного бизнеса, быстром росте развития ИКТ и их применении на практике белорусские банки начали активно внедрять новые технологии ДБО физических лиц (Интернет-, SMS- и мобильный банкинг) [16; 17]. Мировой тенденцией развития ИКТ является превышение доли мобильных технологий по сравнению со стационарными. Следовательно, можем предположить, что в будущем дистанционный банкинг на основе мобильных ИКТ займет лидирующие позиции на белорусском рынке ДБО. С учетом того что к 2015 г. цифровое телевидение в Республике Беларусь полностью заменит аналоговое, услуга ТВ-банкинга является также перспективной ДБУ.

Для визуальной оценки и анализа полученных результатов используется метод многоугольника конкурентоспособности (рис. 4). Сравнительный анализ ДБУ (рис. 5) показал, что в настоящее время наибольшей конкурентоспособностью на рынке ДБО обладает услуга «Интернет-банкинг» (0,73).

Проведенный корреляционный анализ показателей развития ДБУ подтвердил высокую степень влияния факторов ценности услуги на ее конкурентоспособность. Для прогностической оценки уровня развития ДБУ на основе регрессионного анализа разработана двухфакторная экономико-математическая модель:

$$\text{Конкурентоспособность} = 0,107 + 0,731 \cdot \text{Ценность} + 0,122 \cdot \text{Привлекательность рынка}$$

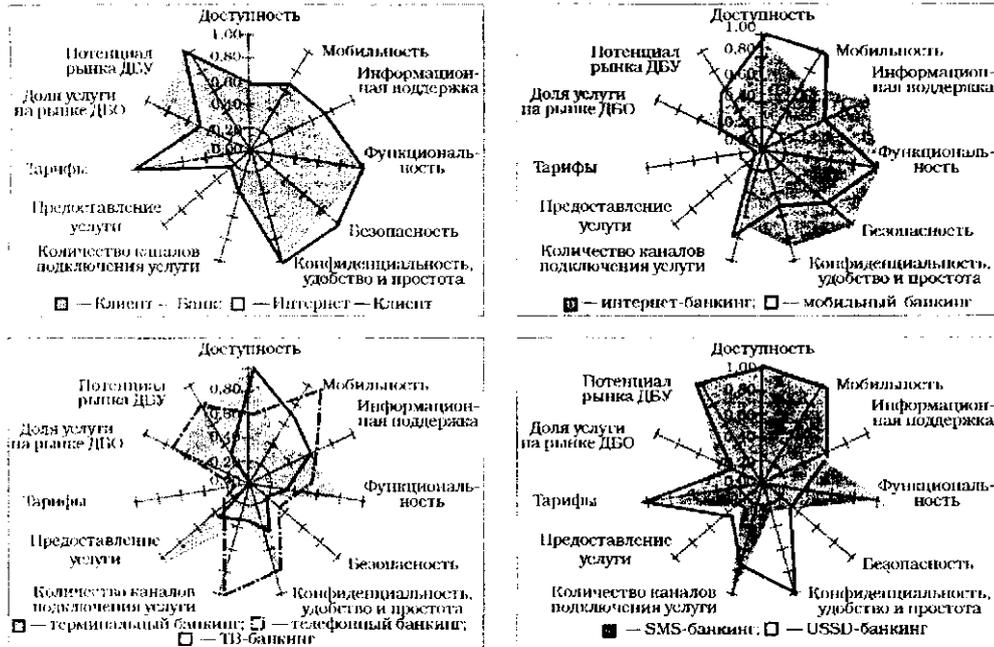


Рис. 4. Многоугольники конкурентоспособности дистанционных банковских услуг

Примечание: наша разработка с помощью инструментальных средств MS Excel.

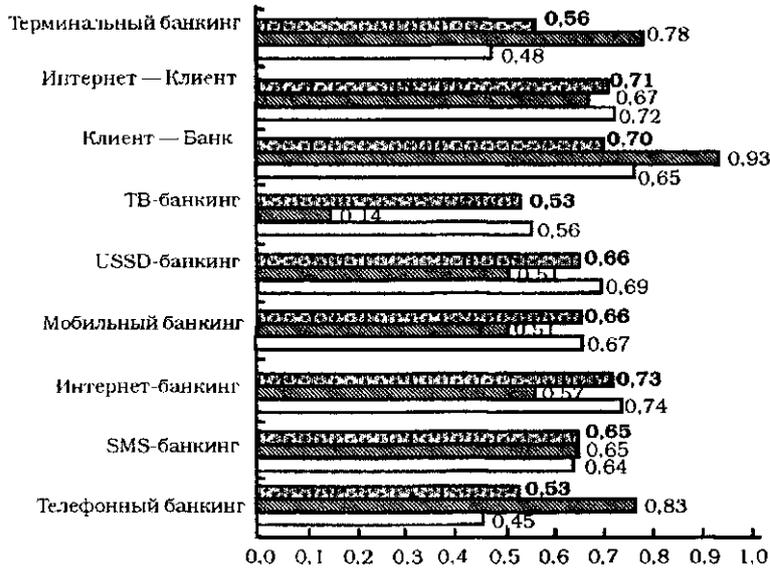


Рис. 5. Комплексные показатели развития дистанционных банковских услуг: ■ — конкурентоспособность ДБУ; ■ — привлекательность рынка ДБУ; □ — ценность ДБУ

Примечание: наша разработка с помощью инструментальных средств MS Excel.

Достоверность модели подтверждается показателем коэффициента детерминации $R_2 = 0,989$. Полученная модель является адекватной, так как значение F -статистики превышает значение критерия Фишера F_f (Значимость F) ($260,723 > 1,472E-06$). Оценки коэффициентов регрессии статистически значимы, поскольку расчетные уровни, указанные в столбце P -значение $< 0,05$ и значения t -статистики превышают значение квантиля распределения Стьюдента. Коэффициенты регрессии в данной модели имеют экономический смысл: при изменении одного из факторов на едини-

цу его измерения и неизменности другого конкурентоспособность услуги повышается в среднем на величину, пропорциональную полученному коэффициенту.

Этап 5. Разработка рекомендаций и принятие решений по реализации стратегии развития ДБУ. С этой целью используются методы портфельного стратегического анализа [11], которые позволяют в матричном виде сравнить и оценить результаты деятельности банка по различным показателям, определить направления развития для последующего роста и увеличения прибыльности банковских продуктов и услуг, оптимизировать структуру бизнес-портфеля в соответствии с конъюнктурой рынка.

Для принятия решений по совершенствованию стратегии развития ДБУ предлагаем использовать разработанную нами двухмерную матрицу, которая базируется на рекомендациях матриц MCKinsey/GE и Shell/DPM [11, 125—128, 136—143] и строится на основе таких многомерных переменных, как *ценность ДБУ* и *привлекательность рынка ДБУ*. Значение индекса конкурентоспособности определяет «размер» данных услуг (рис. 6).

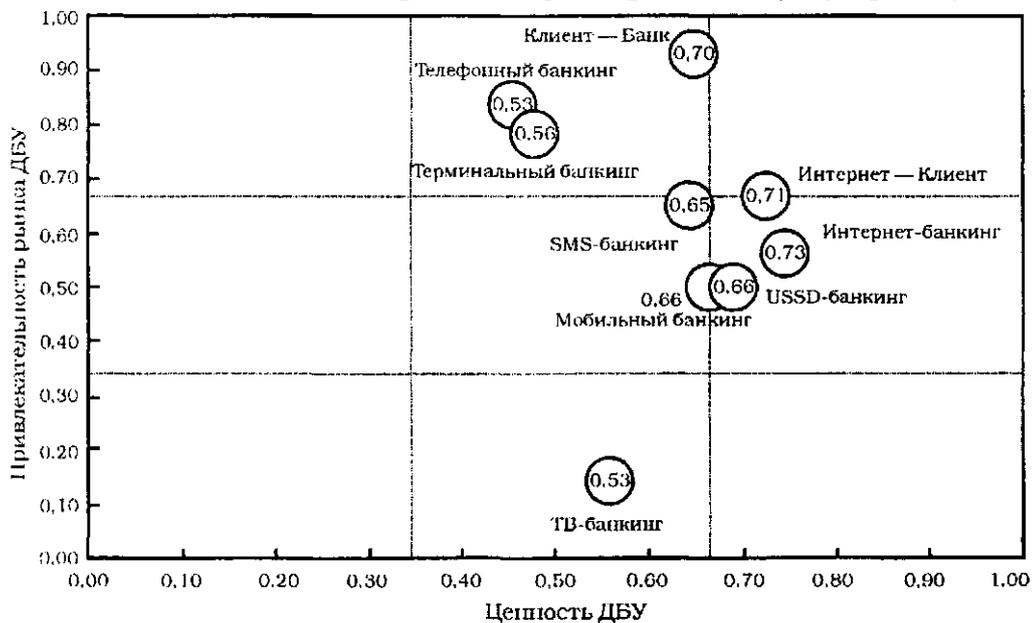


Рис. 6. Матрица стратегических позиций дистанционных банковских услуг

Примечание: наша разработка с помощью инструментальных средств MS Excel.

Анализ данной матрицы позволяет разработать стратегию развития ДБУ на перспективу.

- Позицию лидирующей услуги, которой необходимо расширение и укрепление достигнутых успехов, занимает услуга «Интернет — Клиент». Близка к этой позиции ДБУ «Клиент — Банк», однако она находится вместе с телефонным и терминальным банкингом в позиции удержания, в которой необходимо инвестирование в повышение конкурентоспособности или рефинансирование для сохранения позиции, а также усиление контроля за уязвимыми сторонами данных банковских продуктов.

- В позиции растущего лидера находятся услуги Интернет-, USSD- и мобильного банкинга, которым необходимо дополнительное инвестирование в рост производства, обусловленный расширением рынка.

- Услуга «SMS-банкинг» наряду с телефонным и терминальным банкингом требует осторожного развития: осмотрительного инвестирования и избирательного подхода, основанного на обеспечении прибыльности. Конкурентная позиция данной услуги близка к позиции услуг «Интер-

нет — Клиент», «Интернет-банкинг», «USSD-банкинг», и «Мобильный банкинг», следовательно, к управлению развитием SMS-банкинга возможно применить стратегии развития лидирующих услуг.

• В настоящее время услуга «ТВ-банкинг» занимает слабую позицию, вследствие чего необходимо провести дополнительные меры по совершенствованию данного продукта.

Таким образом, при внедрении ДБУ банкам следует уделить больше внимания технологиям ДБО, которые находятся в позиции лидера или близки к ней (Интернет — Клиент, Интернет-, USSD-, мобильный, SMS-банкинг). Данные банковские продукты, наиболее оптимально сочетают в себе ценность, привлекательность рынка и конкурентоспособность ДБУ, а также позволяют в перспективе достичь максимальной прибыли. Для оценки конкурентных преимуществ, прогнозирования уровня развития и выработки мер по регулированию процесса развития ДБО рекомендуем использовать результаты корреляционно-регрессионного анализа и построенные многоугольники конкурентоспособности ДБУ (рис. 4).

Основные научные результаты исследования.

1. Предложена *методика оценки конкурентоспособности дистанционных банковских услуг*, которая в условиях ограниченности количественной информации о результатах процессов ДБО позволяет определить наиболее важные показатели развития ДБУ:

- ценность услуги для клиента банка, которая зависит от ее качественных и стоимостных характеристик;
- привлекательность рынка услуги, основными факторами которой являются уровень внедрения и рыночный потенциал услуги;
- конкурентоспособность услуги.

Новизна методики состоит в систематизации процессов оценки конкурентоспособности ДБУ и возможности применения бенчмаркинга [7], который совмещает в себе современные подходы стратегического менеджмента: системный, комплексный, динамический, ситуационный, индексно-рейтинговый, маркетинговый и другие и дает возможность изучить и внедрить лучшую практику ведения банковского бизнеса для достижения конкурентных преимуществ и повышения степени удовлетворенности клиентов. Разработанная методика проста в освоении и эффективна — не требует привлечения независимых экспертов, что ведет к отсутствию субъективных оценок; основана на результатах мониторинга и статистического анализа доступной информации коммерческих банков и других субъектов финансового рынка; обладает низкой ресурсоемкостью, является универсальной, так как позволяет оценить не только конкурентоспособность ДБУ, но и конкурентоспособность банков на рынке ДБО.

2. Сформирована *система экономико-математических моделей показателей оценки конкурентоспособности дистанционных банковских услуг*, включающая 11 показателей, характеризующих ценность услуги и привлекательность рынка ДБУ; на основе индексных методов разработаны модели определения относительных (нормированных) значений этих показателей. Использование предлагаемых моделей позволяет применять комбинированные методы для получения комплексных показателей развития ДБУ в зависимости от целей, задач, объектов оценки конкурентоспособности.

3. Разработан *инструментарий оценки и анализа конкурентоспособности дистанционных банковских услуг*, включающий:

- «многоугольники конкурентоспособности» ДБУ, позволяющие оценить конкурентные преимущества, конкурентный потенциал и конкурентоспособность услуг;
- матрицу конкурентоспособности ДБУ, построенную по двум независимым параметрам — комплексным показателям ценности и привлекатель-

ности рынка услуги, позволяющую определить стратегические позиции дистанционных банковских услуг и разработать рекомендации по совершенствованию развития ДБО;

– инструментальные средства корреляционно-регрессионного анализа, позволяющие оценить степень влияния частных показателей развития на комплексные, динамику показателя конкурентоспособности в зависимости от величины изменения показателей ценности и привлекательности рынка услуги.

Результаты исследования могут быть применены белорусскими банками для принятия эффективных управленческих решений по выбору и реализации стратегии развития ДБУ с целью достижения конкурентных преимуществ на национальном и международном финансовых рынках, клиентами для выбора наилучших по цене и качеству дистанционных банковских услуг. Материалы проведенного исследования и разработанные методические положения используются в образовательной деятельности в рамках курса «Информационные технологии банка».

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Стратегия развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 года: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 09 авг. 2010 г., № 1174 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2010. — № 197. — 5/32317.
2. Национальная программа ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011—2015 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 28 марта 2011 г., № 384 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2011. — № 38. — 5/33546.
3. Концепция развития платежной системы Республики Беларусь на 2010—2015 годы: постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 26 февр. 2010 г., № 29 // Платежная система. — Нац. банк Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — 2000—2012. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/payment/PaySysFramework.pdf>. — Дата доступа: 15.06. 2012.
4. Стратегия развития банковского сектора экономики Республики Беларусь на 2011—2015 годы: постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 03 марта 2011 г., № 73 // Публикации. — Нац. банк Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — 2000—2012. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/publications/banksectordev10-15.pdf>. — Дата доступа: 15.06. 2012.
5. *Забродская, К.А.* Оценка удовлетворенности потребителей качеством инфокоммуникационных услуг / К.А. Забродская // *Вестн. Беларус. дзярж. экан. ун-та.* — 2011. — № 1 (84). — С. 66—77.
6. *Забродская, К.А.* Оценка конкурентоспособности инфокоммуникационных услуг / К.А. Забродская // *Вестн. сувязі.* — 2011. — № 2. — С. 25—31.
7. *Забродская, К.А.* Методологические подходы к оценке уровня развития инфокоммуникационных технологий и услуг / К.А. Забродская // *Вестн. сувязі.* — 2012. — № 1 (111). — С. 25—29.
8. *Портер, М.* Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / М. Портер. — М.: Альпина Паблишер, 2008.
9. *Ламбен, Ж.Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: пер. с англ. / Ж.Ж. Ламбен; под ред. В.Б. Колчанова. — СПб.: Питер, 2007. — С. 250—258.
10. *Лопатинская, И.В.* Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг / И.В. Лопатинская // *Маркетинг в России и за рубежом.* — 2002. — № 3 (29). — С. 20—32.
11. *Велесько, Е.И.* Стратегический менеджмент: пособие / Е.И. Велесько, А.А. Неправский. — Минск: БГЭУ, 2009.
12. *Акулич, И.Л.* Удовлетворенность клиентов как фактор сохранения взаимоотношений / И.Л. Акулич, А.И. Субботенко, Н.Ю. Черник // *Научные труды Белорусского государственного экономического университета: науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т; ред. кол.: В.Н. Шимов [и др.].* — Минск, 2010. — С. 17—22.
13. *Сыцко, В.Е.* Управление качеством: учеб.-метод. пособие / В.Е. Сыцко [и др.]; под общ. ред. В.Е. Сыцко. — Минск: Выш. шк., 2008.
14. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход с позиции менеджмента качества (ISO 9004:2009, IDT) // Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ ISO 9004/ ПР_1. — Госстандарт, Минск [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.tnra.by/tnra/TnraFiles/pdf/STB_ISO_9004.pdf. — Дата доступа: 15.06. 2012.
15. Прикладные исследования Индекса удовлетворенности и лояльности потребителей EPSI CSI (Customer Satisfaction Index) // EPSI Russia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.epsi-rating.ru/EPSI_SCI.html. — Дата доступа: 15.06. 2012.

16. Каким современным технологиям банки отдают предпочтение сегодня? // Форум по банковским информационным технологиям БАНКИТ [Электронный ресурс]. — 2009. — Режим доступа: <http://www.bankit.by/component/content/article/46-10/129-2011-03-01-17-49-33.html>. — Дата доступа: 15.06.2012.

17. О результатах опроса населения об использовании средств осуществления безналичных розничных платежей // Сайт Нац. банка Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — 2000—2012. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/press/?nid=765>. — Дата доступа: 15.06.2012.

*Статья поступила
в редакцию 29.06.2012 г.*

С.Г. ПРУСОВ

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ И ОТБОРУ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

В современной теории и практике инвестиционного анализа в качестве базовых критериев оценки эффективности реализации бизнес-планов инвестиционных проектов на сегодняшний момент сформирован достаточно обширный круг инструментов и методов, при этом часто смещая акцент интересов в область их риск-анализа [1, 52—59]. Многие из них нашли свое отражение в национальном законодательстве, например, в постановлении Министерства экономики Республики Беларусь от 31.08.2011 г. № 158 «Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов» и иных отраслевых документах министерств, посвященных данным вопросам.

При всем многообразии методов оценки эффективности и механизмов анализа рисков инвестиционных проектов один из аспектов в данной сфере еще не нашел должного отражения, а именно, оценка эффективности реализации инвестиционных проектов в рамках комплексных инвестиционных программ (инвестиционных портфелей). Включенные в программу проекты могут быть конкурирующими, взаимно дополняющими или нейтральными по отношению друг к другу. Суть вопроса состоит в том, каким образом включать проекты в инвестиционную программу, как оценивать их эффективность: единолично и в рамках единого инвестиционного портфеля, а также каким целям подчинять. В случае внедрения целого ряда проектов проявляются так называемые эффекты синергии или же обратные им экстерналии инвестиционных проектов.

Одним из ярчайших практических примеров возникновения подобных ситуаций служит энергетическая отрасль Республики Беларусь, в частности электроэнергетика. Связано это с тем, что в настоящее время данная отрасль образует естественную монополию по поставкам электро- и теплоэнергии на национальный рынок. Учитывая единство графиков производства и потребления электроэнергии, неделимость и одновременность потоков, отсутствие технической возможности ее складирования, все инвестиционные проекты, реализуемые в данной сфере, являются зависимыми.

Вопросы оценки эффективности инвестиционных проектов в электроэнергетике в Республике Беларусь освещались в трудах Л.П. Падалко,

Станислав Геннадьевич ПРУСОВ, аспирант кафедры экономики и управления Белорусского государственного экономического университета, начальник отдела бизнес-планирования планово-экономического управления РУП «Витебскэнерго».

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.