

Помимо контроля за выполнением дистрибьютором своих обязательств, целью такого анализа является обобщение результатов для прогнозирования распределения спроса по сегментам и динамики этого распределения. Отслеживая тенденции на рынке, компания оценивает его готовность для вывода новых продуктов, принимает решения о жизненном цикле продукта. Поэтому ассортимент продукции компаний находится под постоянным контролем и при необходимости пересматривается и обновляется.

Таким образом, создание холдинга по производству алкогольной продукции приведет к появлению конкурентоспособного игрока на внутреннем, а также внешних рынках за счет построения международного канала сбыта с использованием агентской технологии в организации системы распределения и системы агентских проектов, что позволит расширить географию поставок и сделать белорусскую алкогольную продукцию узнаваемой во всем мире.

### Список литературы

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информации РБ. — Минск, 2005. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=12551&p0=P31500326&p1=1>. — Дата доступа: 27.09.2015.
2. ИПМ-Консалт [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ipmconsult.by/ru/novosti/xolding-po-proizvodstvu-alkogolnoj-produkczii-sozdadut-v-belarusi.html>. — Дата доступа: 20.09.2015.
3. «Центр деловых коммуникаций БЕЛБИЗ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bel.biz/news/ekonomika/v-belarusi-sozdayut-alkogolnyj-holding>. — Дата доступа: 21.09.2015.
4. «Компаньон Групп» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.companion.ua/articles/content?id=3325>. — Дата доступа: 01.10.2015.

*Ю.В. Русак*

Научный руководитель — К.А. Забродская

## ОЦЕНКА ЦЕННОСТИ КАРТОЧНЫХ ПРОДУКТОВ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ БЕЛКАРТ

*Рассчитаны индексы ценности карточных продуктов платежной системы Белкарт в ведущих белорусских банках. Определены направления развития платежной системы. Даны рекомендации по повышению привлекательности карточных продуктов Белкарт для банков.*

Устойчивая и быстродействующая платежная система (ПС), обеспечивающая потребности банков, хозяйствующих субъектов — необходимая предпосылка эффективного функционирования национальной экономики. ПС Белкарт, созданная в Республике Беларусь, защищает финансовые интересы

государства и способствует финансовой стабильности и росту благосостояния белорусского населения. Основными целями Белкарт являются обеспечение реализации государственных программ, предусматривающих повышение доли безналичных расчетов посредством использования банковских платежных карточек (БПК) и сокращение наличного денежного оборота, а также взаимодействие с другими платежными системами, построенными на основе банковских платежных карточек. Это свидетельствует о необходимости ее развития и совершенствования.

На основе системы факторов и моделирования показателей оценки конкурентоспособности платежной системы [1] была проведена оценка ценности карточных продуктов ПС Белкарт в ведущих банках страны для выявления лидера по внедрению и развитию карточек ПС Белкарт. Для исследования была взята информация о выпускаемых и обслуживаемых БПК ПС Белкарт в ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Белинвестбанк», ОАО «БПС-Сбербанк» и ОАО «Банк БелВЭБ» (таблица 1).

Оценка конкурентоспособности карточных продуктов ПС Белкарт проводилась по критерию ценности карточных продуктов ПС.

Таблица 1

Показатели ценности банковских карточных продуктов ПС Белкарт

Показатели	Банки				
	ОАО «АСБ Беларусбанк»	ОАО «Белагропромбанк»	ОАО «Белинвестбанк»	ОАО «БПС-Сбербанк»	ОАО «Банк БелВЭБ»
1	2	3	4	5	6
<i>Партнерские программы (<math>V_1</math>)</i>	1	0	1	0	0
<i>Технологии карточек (<math>V_2</math>)</i>					
применяемые технологии ( $V_{2_1}$ )	2	1	2	1	2
бесконтактные технологии ( $V_{2_2}$ )	0	0	0	0	0
<i>Виды безналичных платежей (<math>V_3</math>)</i>					
ДБО ( $V_{3_1}$ )	3	3	3	3	3
ЕРИП ( $V_{3_2}$ )	1	1	1	1	1
денежные переводы с карточки на карточку ( $V_{3_3}$ )	1	1	1	1	1
электронные покупки ( $V_{3_4}$ )	1	0	1	0	1
<i>Карточные продукты (<math>V_4</math>)</i>					

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6
Число карточных продуктов по дебетовой карте ( $V_{4_1}$ )	5	3	4	1	2
Число карточных продуктов по кредитной карте ( $V_{4_2}$ )	0	0	0	0	0
Число карточных продуктов по категориям карт-чек ( $V_{4_3}$ )	5	3	4	1	2
Число карточных продуктов в рамках личных карт ( $V_{4_4}$ )	2	1	2	1	2
Число карточных продуктов в рамках корпоративных карт ( $V_{4_5}$ )	1	1	1	0	1
Валюта счета ( $V_5$ )	1	1	1	1	1
<i>Безопасность платежей (<math>V_6</math>)</i>					
в сети Интернет ( $V_{6_1}$ )	1	0	1	0	1
в ПТС ( $V_{6_2}$ )	1	1	1	1	1

Примечание — Источник: Разработано автором на основе анализа информационных ресурсов белорусских банков.

На основе данных таблицы 1 и применения экономико-математических методов и моделей [1] были рассчитаны индексы ценности карточных продуктов ПС Белкарт в ведущих банках Республики Беларусь (таблица 2).

Таблица 2

Индексы ценности банковских карточных продуктов ПС Белкарт

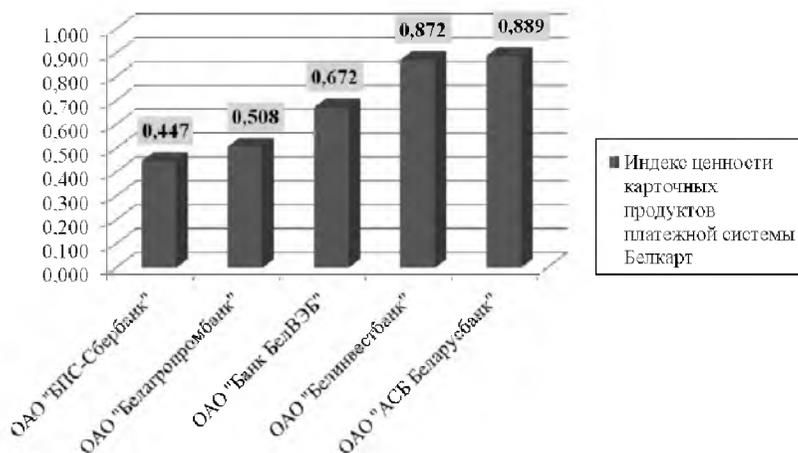
Банки	Показатели					
	$I_{V_1}$	$I_{V_2}$	$I_{V_3}$	$I_{V_4}$	$I_{V_5}$	$I_{V_6}$
ОАО «АСБ Беларусбанк»	1,000	0,500	1,000	0,833	1,000	1,000
ОАО «Белагропромбанк»	0,000	0,250	0,750	0,550	1,000	0,500
ОАО «Белинвестбанк»	1,000	0,500	1,000	0,733	1,000	1,000
ОАО «БПС-Сбербанк»	0,000	0,250	0,750	0,183	1,000	0,500
ОАО «Банк БелВЭБ»	0,000	0,500	1,000	0,533	1,000	1,000

Примечание — Источник: Разработано автором.

Результаты комплексной оценки ценности карточных продуктов ПС Белкарт (рис. 1) позволяют сделать вывод о том, что наиболее привлекательными являются платежные карты, которые предлагают своим клиентам ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белинвестбанк».

ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белинвестбанк» реализуют кобъиджинговый проект по эмиссии карточек БЕЛКАРТ-Maestro, в рамках которого эти банки смогли предоставить своим клиентам не только

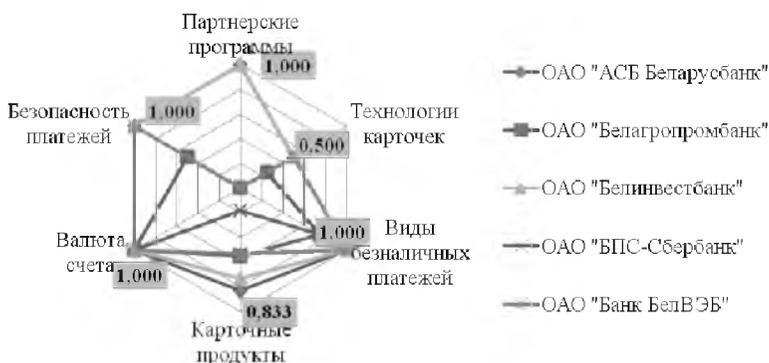
возможность осуществлять операции за пределами нашей страны, но и получить доступ к современным микропроцессорным технологиям, а также сделали возможным для своих держателей расчеты в сети Интернет [2].



**Рис. 1. Комплексные индексы ценности банковских карточных продуктов ПС Белкарт**

Примечание — Источник: Разработано автором на основе данных таблицы 2.

Для определения приоритетных направлений развития новых продуктов ПС Белкарт в белорусских банках и повышения их конкурентоспособности на рынке безналичных расчетов построили многоугольники ценности (рис. 2).



**Рис. 2. Многоугольники ценности банковских карточных продуктов ПС Белкарт**

Примечание — Источник: Разработано автором на основе данных таблицы 2.

Для повышения привлекательности своих карточных продуктов банкам следует перенимать опыт у ОАО «АСБ Беларусбанк» по внедрению БПК БЕЛКАРТ-Maestro, а также карточек БЕЛКАРТ-Премиум. Банкам необходимо развивать начатую ОАО «Белинвестбанк» программу лояльности по продукту БЕЛКАРТ-ПРЕМИУМ-Maestro. Она совмещает все преимущества микропроцессорной премиальной карточки БЕЛКАРТ, международную функциональность Maestro и программу лояльности «Мощная картка». Основной целью данной программы является увеличение количества безналичных платежей по карточкам и дополнительных услуг по ним, повышение лояльности клиентов и расширение клиентской базы банков [2].

### Список литературы

1. *Русак, Ю.В.* Методический подход к оценке конкурентоспособности платежных систем на основе банковских платежных карточек / Ефременко Е.А., Русак Ю.В. // Социально ориентированная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития: материалы X Респ. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и магистрантов, Бобруйск, 14 апр. 2015 г. — Минск: РИВШ, 2015. — С.120–122.
2. *Сотников, А.* Развитие платежной системы Белкарт: достижения и вызовы / А. Сотников // Банкаўскі веснік. — 2015. — № 1(618). — С. 42–46.

*А.В. Рыжиченко*

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.В. Буховец*

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В Г. МИНСКЕ

*Автор анализирует развитие рынка коммерческой недвижимости города Минска, выявляет проблемы и определяет перспективы развития рынка коммерческой недвижимости в городе Минске.*

Коммерческая недвижимость — важный источник пополнения государственного бюджета. Налог на недвижимость дает до 70 процентов доходной части бюджета в развитых странах. Коммерческая недвижимость имеет «устойчивую» стоимость, привлекательна для инвестиций. Именно поэтому исследование развития рынка коммерческой недвижимости является важным и необходимым условием успешного функционирования субъектов данного рынка, а особенно в условиях риска и неопределенности, когда необходимо представлять перспективы и направления развития рынка коммерческой недвижимости.

Для проведения анализа рынка коммерческой недвижимости изучались такие показатели, как средняя стоимость аренды торговых площадей, цены реальных сделок купли-продажи коммерческой недвижимости и цены пред-