

кой государства осуществляется РУПЭИС «Белэксимгарант». При этом спектр оказываемых им услуг значительно меньше, чем у аналогичных ЭКА за рубежом. Отсутствие отечественного экспортно-импортного банка заставляет экспортеров обращаться за кредитами в различные коммерческие банки страны, что существенно ограничивает доступ белорусских предприятий к кредитным ресурсам, необходимым для выхода на внешние рынки.

Анализ состояния экспортного кредитования и факторов, ограничивающих его развитие в нашей стране, позволяет представить перспективные направления улучшения финансовой системы поддержки экспорта, к которым можно отнести следующие:

- разработка концепции отдельного экспортного агентства и формирование его структуры, включающей как кредитные, так и страховые организации;
- создание в рамках этого агентства государственного экспортно-импортного банка Беларуси, который выступал бы не конкурентом частных коммерческих банков и страховых организаций, а дополняющей их государственной структурой;
- расширение, в соответствии с международной практикой, перечня услуг предоставляемых «Белэксимгарантом» по страхованию экспорта.

Список источников

1. О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг): Указ Президента Респ. Беларусь, 25 авг. 2006 г., №534 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=P30600534>. – Дата доступа: 15.03.2013.

2. Бобровская, Ж. В. Стратегия поддержки экспорта в Республике Беларусь / Ж. В. Бобровская // Управление в социальных и экономических системах: материалы XX междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 мая 2011 г. / редкол.: Н. В. Суша [и др.]; Минский ин-т управления. – Минск, 2011. – С. 97–98.

3. Точицкая, И. Э. Система стимулирования и поддержки экспорта в Беларуси в контексте международного опыта / И. Э. Точицкая // Исследовательский центр ИПМ [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: www.research.by/webroot/delivery/files/wp2012r02.pdf. – Дата доступа: 15.03.2013.

Ю. В. Русак

Научный руководитель – К. А. Забродская

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТОЧЕК

В статье определены социальные, технологические, экономические, политические факторы и показатели развития рынка банковских платежных карточек,

представлены результаты рейтинговой оценки европейских государств на данном рынке, даны рекомендации по достижению высоких рейтинговых позиций Республики Беларусь.

Устойчивая и быстродействующая платежная система, обеспечивающая потребности банков, хозяйствующих субъектов – необходимая предпосылка эффективного функционирования национальной экономики. С широким применением информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) возникает потребность в ее совершенствовании. Одним из наиболее перспективных направлений в этой области является развитие рынка банковских платежных карточек (БПК). Об этом свидетельствуют проводимая в Республике Беларусь государственная политика.

В процессе изучения и анализа научных работ в сфере развития банковского бизнеса, информационного общества и применения стратегического менеджмента были определены политические, экономические, социальные и технологические факторы развития рынка БПК. Под политическими факторами мы понимаем принятие различных государственных программ и законов, под экономическими – оплату на услуги ИКТ, совершение операций по снятию наличных и безналичных денег. Одним из социальных факторов является численность активного населения. К технологическим факторам отнесем эмиссию платежных карточек, развитие терминального оборудования и банкоматов, наличие персональных компьютеров и использование услуг мобильной связи и сети Интернет.

Оценка факторов развития рынка БПК проводилась по странам европейского региона по следующим показателям (таблица 1): доля активного населения (% , K_1); число карт на душу активного населения (шт., K_2); число банкоматов на 1 млн активного населения (шт., K_3); число платежных терминалов на 1 млн активного населения (шт., K_4); нагрузка на банкомат (карт, K_5); нагрузка на терминал (карт, K_6); доля домохозяйств с наличием компьютеров (% , K_7); количество мобильных абонентов на 1 млн населения (млн чел., K_8); количество интернет-пользователей на 1 млн населения (млн чел., K_9); корзина цен на услуги ИКТ (% от ВВП на душу населения, K_{10}); доля безналичных операций (% , K_{11}); доля операций по снятию наличных денежных средств (% , K_{12}).

Показатели развития европейских рынков БПК на 01.01.2012 г.

Страна	Бельгия	Франция	Германия	Италия	Нидерланды	Россия	Швеция	Швейцария	Велико-британия	Беларусь
K_1	0,66	0,65	0,66	0,65	0,67	0,72	0,65	0,68	0,66	0,71
K_2	2,756	2,342	2,603	2,120	2,726	1,944	3,280	2,595	4,048	1,541
K_3	2172	1373	1560	1321	697	1378	576	1224	1579	548
K_4	19412	34066	13168	32003	24898	5133	33209	28306	33356	8296
K_5	1266	1705	1668	1029	3910	1411	3167	2097	2564	2973
K_6	142	69	197	42	109	379	56	91	121	202
K_7	81,9	81,2	89,6	66,4	93,0	57,1	91,5	90,0	84,0	46,4
K_8	1,27	0,95	1,32	1,58	1,15	1,79	1,19	1,31	0,93	1,12
K_9	0,780	0,796	0,900	0,568	0,923	0,490	0,910	0,852	0,779	0,396
K_{10}	0,8	1,0	0,9	0,9	0,8	1,1	0,6	0,6	0,9	1,9
K_{11}	54,1	74,8	29,5	53,4	55,0	10,3	73,6	74,6	71,2	17,8
K_{12}	45,9	25,2	70,5	46,6	45,0	89,7	26,4	25,4	28,8	82,2

Источник: собственная разработка на основе данных [1; 2].

На основе полученных данных вычислили частные индексы развития рынка БПК (таблица 2) по следующим формулам:

$$I_i = \frac{K_i}{K_{i_{\max}}}, \text{ для } i=1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 11; \quad (1)$$

$$I_i = \frac{K_i}{K_{i_{\min}}}, \text{ для } i=5, 6, 10, 12; \quad (2)$$

где I_i – индекс по K_i показателю, K_i – значение i -го показателя таблицы 1.

Индексы развития европейских рынков БПК на 01.01.2012 г.

Страна	Бельгия	Франция	Германия	Италия	Нидерланды	Россия	Швеция	Швейцария	Велико- британия	Беларусь
I_1	0,92	0,90	0,92	0,90	0,93	1,00	0,90	0,94	0,92	0,99
I_2	0,68	0,58	0,64	0,52	0,67	0,48	0,81	0,64	1,00	0,38
I_3	1,00	0,63	0,72	0,61	0,32	0,64	0,27	0,56	0,73	0,25
I_4	0,57	1,00	0,39	0,64	0,73	0,15	0,97	0,83	0,98	0,24
I_5	0,81	0,60	0,62	1,00	0,26	0,73	0,33	0,49	0,40	0,35
I_6	0,30	0,61	0,21	1,00	0,39	0,11	0,75	0,46	0,35	0,21
I_7	0,85	0,86	0,98	0,62	1,00	0,53	0,99	0,92	0,84	0,43
I_8	0,88	0,87	0,96	0,71	1,00	0,61	0,98	0,97	0,9	0,5
I_9	0,72	1,00	0,39	0,71	0,74	0,14	0,98	0,99	0,95	0,24
I_{10}	0,669	0,706	0,534	0,764	0,543	0,358	0,653	0,680	0,671	0,319
I_{11}	0,71	0,53	0,74	0,88	0,64	1,00	0,66	0,73	0,52	0,63
I_{12}	0,55	1,00	0,36	0,54	0,56	0,28	0,95	0,99	0,88	0,31

Источник: собственная разработка.

Для рейтинговой оценки каждой страны на мировом рынке БПК определили социальный (S), технологический (T), экономический (E) и политический (P) индексы развития, с помощью которых нашли агрегированный индекс развития рынков БПК (G) (таблица 3). Для всех стран P -индекс равен 1, S -индекс равен I_1 . При этом E - и T -индексы рассчитали, используя метод векторного развития, G -индекс рассчитали методом среднего геометрического [3].

$$S = I_1, \quad (3)$$

$$T = \sqrt{\frac{(I_2^2) + (I_3^2) + (I_4^2) + (I_5^2) + (I_6^2) + (I_7^2) + (I_8^2) + (I_9^2)}{8}}, \quad (4)$$

$$E = \sqrt{\frac{(I_{10}^2) + (I_{11}^2) + (I_{12}^2)}{3}}, \quad (5)$$

$$P = 1, \quad (6)$$

$$G = \sqrt[4]{S \cdot T \cdot E \cdot P}. \quad (7)$$

Рейтинговая оценка развития европейских рынков БПК на 01.01.2012 г.

Страна	S	T	E	P	G	Рейтинг
Бельгия	0,92	0,75	0,68	1,00	0,828	5
Франция	0,90	0,73	0,89	1,00	0,874	3
Германия	0,92	0,70	0,49	1,00	0,750	8
Италия	0,90	0,81	0,64	1,00	0,828	6
Нидерланды	0,93	0,68	0,69	1,00	0,813	7
Россия	1,00	0,60	0,36	1,00	0,683	9
Швеция	0,90	0,77	0,98	1,00	0,908	2
Швейцария	0,94	0,72	1,00	1,00	0,909	1
Великобритания	0,92	0,76	0,84	1,00	0,873	4
Беларусь	0,99	0,40	0,29	1,00	0,580	10

Источник: собственная разработка.

Результаты оценки развития рынков БПК в каждом государстве позволили определить рейтинг выбранных стран в европейском регионе (таблица 3). Лидирующие позиции в нем заняли Швейцария, Швеция, Франция вследствие развитой системы терминального оборудования и банкоматов, а также информационно-коммуникационного оборудования. Республика Беларусь в данном рейтинге опережает другие государства по социальному фактору (доли активного населения), что свидетельствует о широких возможностях использования электронных средств платежа. Чтобы выявить необходимые направления развития рынка БПК в нашей стране, построили многоугольник конкурентоспособности (рис. 1.)



Рис. 1. Сравнение индексов развития европейских рынков БПК

Источник: собственная разработка.

Для достижения более высоких рейтинговых позиций Республике Беларусь следует расширять и совершенствовать программно-техническую инфраструктуру, снижать стоимость ИКТ-услуг, способствовать повышению цифровой и финансовой грамотности населения.

Список источников

1. Развитие в Республике Беларусь рынка БПК // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/payment/PlasticCards/> – Дата доступа: 18.04.2013.

2. Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPSS countries: Figures for 2011 [Electronic resource] / Committee on Payment and Settlement Systems, 2012. – Mode of access: <http://www.bis.org/publ/cps104.pdf>. – Date of access: 19.04.2013.

3. Забродская, К. А. Методологические подходы к оценке уровня развития информационно-коммуникационных технологий и услуг / К. А. Забродская // Весн. сувязі. – 2012. – № 1(111). – С. 25–29.

Т. О. Рысева

Научный руководитель – Е. Н. Бедретдинова

УЧАСТИЕ В ВИРТУАЛЬНЫХ ВЫСТАВКАХ КАК НЕПРЕМЕННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Интернет-технологии создают для современного предприятия, его товаров и услуг дополнительные конкурентные преимущества. Они представляют собой эффективный инструмент, с помощью которого предприятие переходит на новый современный уровень организации своей маркетинговой деятельности. Проблемы оценки эффективности интернет-технологий до сих пор не изучены в полной мере и служат основой для проведения исследований в данной области. Участие в виртуальных выставках предоставит современному предприятию возможность повысить эффективность рекламных мероприятий по продвижению своих товаров и услуг, расширить круг клиентов и партнеров.

В быстро меняющихся условиях рынка любому предприятию (организации) крайне важно обеспечивать реальных и потенциальных потребителей наиболее полной и достоверной информацией о себе и своем бизнесе. Выставка – это хорошая возможность для демонстрации достигнутых деловых успехов, эффективная рекламная акция, способ найти новых партнеров и клиентов, заключить новые контракты, оценить конкурентов и тенденции рынка, определить свое положение на нем.

«Виртуальные выставки в Беларуси» и «Виртуальные выставки ТПП России» – это многофункциональные информационные ресурсы, которые содержат расширяемый перечень тематических разделов-выставок. В каж-