УДК 338.2

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Советникова О.П., ст. преп., Демещенко Н.О., студ.

Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь

Проблемы, связанные с инновационным развитием регионов, постоянно находятся в центре внимания многих исследователей. Это объясняется тем, что в условиях информационной экономики ключевым конкурентным преимуществом региона является его инновационная активность. Инновации и научно-технические разработки становятся неотъемлемыми составляющими устойчивого экономического роста не только государств, но и отдельных их регионов, в особенности обладающих значительными интеллектуальными и промышленными ресурсами.

Эффективность инновационной деятельности во многом определяется инновационной инфраструктурой. Поэтому она является базовой составляющей инновационной экономики, инновационного потенциала общества.

Для инновационного развития регионов Беларуси необходимо:

– рационально использовать инвестиционный капитал при формировании программы развития конкретного региона Беларуси и её территорий путём направления его на техническое перевооружение и модернизацию основных средств;

– расширить международное сотрудничество на основе привлечения иностранного капитала для увеличения выпуска высокотехнологичной продукции и оказания конкурентоспособных услуг;

– активизировать работу по организации совместных и иностранных предприятий, компаний и региональных групп;

– укрепить авторитет Витебской области на внутреннем рынке страны и на международном путём увеличения поставок инновационной продукции и конкурентоспособных услуг.

УДК 336.711

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ УДАЛЕННОГО ДОСТУПА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Дём О.Д., к.э.н., доц., Арбатский А.О., студ.

Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь

В настоящее время все большее распространение получает Интернет-банкинг и Мобильный-банкинг. Согласно World Retail Banking Report 2015 количество банковских операций, осуществляемых через Internet, возросло с 57,3 % до 65,1 %. Доля мобильного-банкинга выросла с 22,1 % до 30,5 %, причем в станах Латинской Америки, Северной Америки и Центральной Европы произошло практически двукратное увеличение этого показателя. Однако, несмотря на увеличение доли Интернет и Мобильного-банкинга, клиенты не обходятся без услуг отделений банков. При этом, доля операций, осуществляемых в отделениях банков возросла незначительно с 14,2 % до 16,2 %. Если условно разделить все банковские операции на простые и сложные, то, согласно исследованиям World Retail Banking Report 2015, 53,2 % клиентов обращаются в отделения банков для получения консультации по простым продуктам и 51,7 % клиентов обращаются в банк для консультации по более сложным продуктам, что на 1,5 % меньше, чем по простым [1].

Были также изучены онлайн-формы для самых популярных розничных продуктов: кредиты и банковские карточки. Лучше всего оказалось развито направление по оформлению кредитов: на 65 % сайтов банков в различном виде присутствовали формы для получения кредита [1].

Еще один массовый продукт, для которого можно использовать возможности сайта в полной мере – оформление банковских карточек. Исследование показало, что анкеты на выпуск карточки работают на сайтах примерно 30 % банков, эмитирующих карточки.

Следует отметить, что белорусские банки во многом уступают банкам соседних стран, в основном – России.

Мы считаем, что существует три основные причины, задерживающие в Беларуси переход банков в онлайн:

1. Недостаточный уровень развития ИТ-инструментов в банках.
2. Нехватка квалифицированных специалистов.
3. Законодательная база. Сегодня белорусское финансовое законодательство старается сдерживать развитие технологий, учитывая очень большое количество рисков с точки зрения клиентов: для подтверждения своих намерений клиенту в большинстве случаев необходимо появиться в банке лично. Однако с ростом финансовой грамотности населения и развитием отрасли этот вопрос становится все менее актуальным. Совершенствование законодательства (финансового и в сфере идентификации граждан) в ближайшем будущем сможет позитивно повлиять на освоение банками онлайн – каналов. Примером этому уже сегодня могут служить российские банки, не имеющие обычных отделений в принципе.

Список использованных источников

1. Доклад о мировых розничных банковских услугах в 2015 году. – Режим доступа https://www.capgemini.com/thought-leadership/world-retail-bank.

УДК 339.13

ИССЛЕДОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СООО «БЕЛВЕСТ»

Квасникова В.В., к.э.н., доц., Денисенко А.С., студ.

Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь

СООО «Белвест» специализируется на производстве обуви, причем более 70 % от общего объема реализации продукции составляет женская обувь. Объем реализации женской обуви в 2013 году в стоимостном выражении вырос на 62,36 %, а мужской – на 90 %. В структуре реализации продукции внутренний рынок занимает 39 %, а на долю внешнего рынка приходится 61 % от общего объема продаж. Причем в 2013 году объемы реализации на внешнем рынке увеличились на 550 тыс. пар, тогда как на внутреннем рынке сократились на 277 тыс. пар. Наибольший удельный вес в объемах продаж на внутреннем рынке занимают Витебская и Минская области – 11,1 % и 11,2 % соответственно. Более 60,7 % объемов продаж приходится на рынок Российской Федерацией, доля Латвии не значительна и составляет всего 0,6 %. На российском рынке 44 % всех продаж осуществляется в Центральном федеральном округе, что обусловлено большей численностью и более высокой покупательской способностью населения, большим количеством магазинов и близостью к территории Витебской области. На втором месте находится Приволжский округ – 15,67 %, а наименьший удельный вес 3,7 % занимает Дальневосточный округ. Приоритетным каналом сбыта для СООО «Белвест» является фирменная торговля, ее доля в 2013 году составила 82 %. Причем, как показала оценка эффективности сбытовой деятельности, фирменная торговля является более эффективным каналом сбыта. Так, в исследуемом