

МВФ, не всегда были эффективными и оправданными, выдавались под высокие проценты. Полученные средства иногда использовались не для технологической перестройки экономики, а для покрытия бюджетного дефицита и обслуживания государственного долга.

Список использованных источников

1. Одобрена новая Рамочная стратегия партнёрства Группы Всемирного банка с Беларусью на 2018–2022 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.economy.gov.by/ru/>. – Дата доступа : 14.05.2018.

УДК 336.717.3

ТЕНДЕНЦИИ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Дем О.Д., к.э.н., доц., Супрунов А.С., маг.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В современных условиях, характеризующихся конкурентной борьбой на рынке розничных банковских услуг, большое значение имеет широкая продуктовая линейка, которая предлагается населению банковскими организациями. При этом наиболее серьезным фактором конкурентоспособности услуг и продуктов, предоставляемых каким-либо кредитным институтом, на данный момент выступает их гибкость, способность удовлетворять различные нужды клиентов в зависимости от изменения поведенческих настроений клиентов и состояния финансового рынка.

В настоящее время у населения и юридических лиц наблюдается активный рост спроса на кредитные продукты, в связи с чем банковские организации Республики Беларусь вынуждены увеличивать объемы привлечения денежной массы населения во вклады, чтобы поддерживать необходимый уровень ликвидности. Наиболее остро данный вопрос касается денежной массы в национальной валюте, поскольку кредитование всех физических лиц и большинства юридических лиц осуществляется в белорусских рублях. Для достижения данных целей все коммерческие банки Республики Беларусь регулярно обновляют свои депозитные линейки. По состоянию на первое полугодие 2018 года наблюдается регулярное изменение процентных ставок по вкладам во всех коммерческих банках. Данные изменения происходят несколько раз в месяц, причем это может происходить хаотично как в меньшую, так и в большую сторону. Именно данный фактор на наш взгляд наиболее негативно отражается на настроениях вкладчиков. Так же в линейке банковских вкладов наблюдается тенденция к сокращению вкладов на короткие сроки, некоторые банки даже не предлагают депозитные продукты сроком менее года. Это объясняется заинтересованностью банков исключительно в долгосрочных вложениях. Банки стимулируют привлечение долгосрочных вложений путем проведения различных акций, например, связанных с повышением процентных ставок в какой-либо праздничный период, предоставлением подарочных сертификатов, предоставлением подарков по акционным банковским продуктам.

Следует подчеркнуть, что данная инициатива исходит от банков исключительно с целью привлечения денежных средств на долгосрочную перспективу. Также на рынке банковских вкладов присутствует тенденция к кросс-продажам. Например, банки продают страховые продукты со скидкой под видом акционных, что дает возможность потенциальным клиентам сэкономить время и получить нужный им продукт по лучшей цене. Еще одним удачным примером является подключение платных услуг SMS-информирования по вкладам. Данная услуга позволяет получить банку неплохие средства в виде комиссий за подключение, а вкладчики получают возможность быть вовремя информированными о текущем состоянии их

вкладов (уведомления об изменении процентных ставок, о капитализации процентов и о скором истечении сроков).

Таким образом, можно сделать следующий вывод: банковские организации проявляют высокую активность в вопросах привлечения средств населения во вклады, особенно на долгосрочный период в национальной валюте, наращивают свою ресурсную базу в условиях высокой конкуренции. Серьезно возрастает роль новых банковских технологий и разработки новых депозитных продуктов, поскольку именно регулярная работа над данными направлениями позволяет оставаться банку конкурентоспособным, поддерживая клиентскую базу и привлекая новых клиентов.

УДК 658.81

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ВЗРД «МОНОЛИТ»

Жучкевич О.Н., ст. преп., Баклушина П.А., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Повышение эффективности сбытовой деятельности в современных условиях требует активизации сбыта как на внешнем, так и на внутреннем рынке. На внешнем рынке основная часть продукции ОАО «ВЗРД «Монолит» реализуется через единственного дилера – АО «Экситон» в г. Смоленске. Однако за последнее время запасы готовой продукции на складе значительно увеличились. При этом оборачиваемость конденсаторов замедлилась более чем в 3 раза, терморезисторов – в 2,5 раза. Для снижения складских запасов целесообразна разработка системы скидок дилеру, стимулирующая его к увеличению объемов заказов (табл. 1).

Таблица 1 – Система дилерских скидок в зависимости от объема заказов

Стоимость заказов в среднем за месяц, тыс. руб.	Размер скидки, %	
	с приемкой ОТК	с приемкой заказчика
1000,00–1499,99	3	1
1500,00–1999,99	5	3
2000,00–2999,99	10	5
≥ 2500,00	15	7

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Кроме того, актуальным является расширение рынков сбыта, привлечение новых клиентов и более активное продвижение продукции на рынок. Такого рода задачи может решать дилер, для чего целесообразно введение для него дополнительных скидок (табл. 2).

Таблица 2 – Шкала дополнительных скидок

Условия предоставления дополнительных скидок	в %	
	С приемкой ОТК	С приемкой заказчика
Если в отчетном периоде дилер поставлял продукцию поставщика в страны СНГ, кроме Беларуси и России	3	2
Если в отчетном периоде дилер поставлял продукцию поставщика в страны дальнего зарубежья	5	5
Если дилер документально подтвердил продвижение и рекламу продукции поставщика за счет собственных средств на выставках, презентациях, семинарах, в печатных изданиях и т. п.	1–3	0,5–2

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.