

Существование производителей комплектующих позволяет кластеру построить крепкие отношения между производителями и, следовательно, улучшить координацию и сотрудничество между членами. Производители комплектующих будут специализироваться на каждом производственном процессе в цепи создания стоимости. Одна организация специализируется в одном производственном процессе таком, как раскрой, подготовка, пошив, контроль качества и финишный этап. Это поможет организациям увеличить их емкость, качество продукции, снизить срок поставки, следовательно, достичь лучшего удовлетворения запросов клиентов.

Продавцы обеспечивают связь кластера с внешним миром и, в основном, на этом уровне сети образуются производственные заказы. Поэтому успешная интеграция этого уровня с производителями является ключом к повышению производительности кластера.

Другая часть кластерной сети состоит из вспомогательных организаций, как коммерческих, так и некоммерческих. Эти организации помогут кластеру в улучшении и обновлении деятельности. Так, например, обеспечивать современное обслуживание модной продукции, совместные перевозки и логистические услуги, службы развития человеческого потенциала в зонах производственных процессов, управления и качества, научных исследований и разработок в повышении производительности, передачи технологии и так далее.

Интеграция процессов цепи поставок может стать эффективным средством снижения затрат и повышения уровня обслуживания клиентов. Однако расчет интеграции не является простым. Организации, которые стремятся стать частью расширенной интегрированной сети поставок, также могут ожидать, что для этого потребуются инфраструктура, обеспечивающая эффективные информационные потоки и оптимизированную логистику. Один из ключевых компонентов этой инфраструктуры будет основываться на прочных соглашениях о сотрудничестве с торговыми партнерами. Наиболее эффективными из этих сетей будут те, которые будут сочетать информационные требования, логистические характеристики и права на сотрудничество, обеспечивая общие преимущества для большинства партнерских организаций. Соответственно, разработка такой сети является актуальной, поскольку позволит участникам кластера повысить эффективность производства, улучшить технологии, а также полнее удовлетворить запросы клиентов.

Список использованных источников

1. Damien Power. Supply chain management integration and implementation: a literature review. Supply Chain Management: An International Journal. – Vol 10, – No.4, (2005). – pp. 252–266.
2. Biqing Huang, Xiao Xue, (2012), An application analysis of cluster supply chain: a case study of JCH, Kybernetes. – Vol. 41 Iss: 1. – pp. 254–280.
3. Яшева, Г. А. Кластерная концепция повышения конкурентоспособности предприятий в контексте сетевого сотрудничества и государственно-частного партнерства: монография / Г. А. Яшева. – Витебск : УО «ВГТУ», 2010. – 373 с.

УДК 336.719

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ НА ОСНОВЕ СМЕШАННОГО МЕТОДА

Квасникова В.В., доц.

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

Ключевые слова: депозит, конкурентоспособность, кредит, розничный банковский продукт.

Реферат. В статье представлена оценка конкурентоспособности розничных продуктов банков Республики Беларусь в национальной валюте на основе смешанного метода. С этой

целью отобраны розничные продукты-аналоги. На основе опроса специалистов банков отобраны показатели конкурентоспособности розничных кредитных и депозитных продуктов, а посредством опроса клиентов банков оценена их значимость. Путем перевода фактических значений показателей конкурентоспособности банковских продуктов в баллы определены оценки конкурентоспособности отдельных розничных кредитных и депозитных продуктов в национальной валюте коммерческих банков.

Роль розничного банковского бизнеса обусловлена, прежде всего, тем, что он позволяет вовлечь в банковский оборот свободные денежные средства населения, и тем самым создать ресурсную базу для кредитования предприятий и организаций. Розничный банковский бизнес вносит значительный вклад в деятельность банков Республики Беларусь. Так, по состоянию на начало 2018 вклады населения в банках Республики Беларусь составляли 57,79 % от общего количества депозитов – 34785,3 млн руб., а кредиты населению – 23,28 % от общего количества выданных кредитов – 38750 млн руб.

Возможность привлечения денежных средств населения в депозиты и осуществление кредитования физических лиц банками зависит от конкурентоспособности их розничных продуктов.

Оценка конкурентоспособности розничных банковских продуктов может быть осуществлена на основе смешанного метода, реализация которого включает следующие этапы:

1. Выбор розничных продуктов-аналогов.
2. Определение набора показателей для оценки конкурентоспособности розничных банковских продуктов (депозитных и кредитных).
3. Оценка значимости показателей конкурентоспособности розничных продуктов на основе опроса клиентов банка.
4. Перевод абсолютных значений показателей конкурентоспособности розничных банковских продуктов в балльные оценки.
5. Определение оценок конкурентоспособности розничных банковских продуктов.

Оценка конкурентоспособности банковских продуктов предусматривает выбор продуктов-аналогов, которые предоставляют банки-конкуренты.

Потребительские кредиты в национальной валюте, предлагаемые банками в зависимости от срока их предоставления, можно разделить на следующие группы:

1. Кредиты до 2 лет.
2. Кредиты от 2 до 5 лет.
3. Кредиты свыше 5 лет.
4. Кредиты на покупку товаров отечественного производства.

Розничные депозитные продукты в национальной валюте целесообразно разделить на следующие группы:

1. Депозиты отзывные на 3 месяца.
2. Депозиты безотзывные на 3 месяца.
3. Депозиты безотзывные на 6 месяцев.
4. Депозиты безотзывные на 12 месяцев.

На основе опроса специалистов банков были отобраны основные показатели конкурентоспособности розничных продуктов. Для кредитных розничных продуктов такими показателями являются: процентная ставка, срок кредитования, максимальная и минимальная сумма кредита, дополнительные условия. Для депозитных продуктов – минимальная сумма депозита, величина процентной ставки, срок размещения депозита и другие.

Для оценки значимости показателей конкурентоспособности розничных кредитных и депозитных продуктов был проведен опрос клиентов банков, численность респондентов составила 117 человек (табл. 1).

Как видно из таблицы, наибольшую значимость для респондентов как при выборе кредитного, так и депозитного продукта, имеет процентная ставка.

В соответствии со смешанным методом фактические значения показателей конкурентоспособности розничных банковских продуктов переведены в балльные оценки, на основе которых рассчитаны оценки конкурентоспособности розничных банковских продуктов.

Таблица 1 – Коэффициенты значимости показателей конкурентоспособности розничных кредитных и депозитных продуктов

Показатели конкурентоспособности розничных кредитных продуктов	Коэффициент значимости	Показатели конкурентоспособности розничных депозитных продуктов	Коэффициент значимости
Минимальная сумма	0,1	Минимальная сумма	0,05
Максимальная сумма	0,13	Процентная ставка	0,57
Срок кредитования	0,21	Капитализация	0,1
Процентная ставка	0,47	Фиксированность процентной ставки	0,08
Наличие справки о доходах	0,09	Возможность делать дополнительные взносы	0,05
		Порядок выплаты процентов или капитализации	0,15

Источник: собственная разработка на основе опроса респондентов.

В таблице 2 представлена оценка конкурентоспособности потребительских кредитных продуктов банков.

Таблица 2 – Оценка конкурентоспособности потребительских кредитных продуктов банков
В балл.

Наименование банка	Потребительский кредит				Групповой показатель конкурентоспособности
	до 2 лет	от 2 до 5 лет	свыше 5 лет	кредит на приобретение товаров отечественного производства	
ЗАО «Идея Банк»	3,23	3,99	3,76	3,64	3,66
ЗАО «Альфа-Банк»	3,08	-	3,39	3,49	3,32
ОАО «АСБ Беларусбанк»	-	-	-	2,75	2,75
ОАО «Белагропромбанк»	-	3,76	-	3,74	3,75
ОАО «Франсабанк»	-	-	-	3,71	3,71
ОАО «Белинвестбанк»	2,03	4,15	-	4,3	3,49
ЗАО «МТБанк»	3,43	4,07	-	-	3,75
ОАО «Приорбанк»	-	3,96	-	-	3,96
ОАО «СтатусБанк»	-	4,36	-	-	4,36
ОАО «Белгазпромбанк»	-	3,94	-	-	3,94
ОАО «Технобанк»	4,5	-	-	-	4,50
ОАО «Паритетбанк»	-	-	3,83	-	3,83
ОАО «Банк БелВЭБ»	-	-	3,8	-	3,80
ЗАО «Банк ВТБ (Беларусь)»	-	-	4,32	-	4,32
ЗАО «Абсолютбанк»	3,46	-	-	-	3,46
ЗАО «РРБ-Банк»	3,62	-	-	-	3,62

Источник: собственная разработка.

Данные таблицы свидетельствуют, что 11 банков из 16 предлагают только один кредитный продукт, 2 банка – 2 кредитных продукта, 2 банка предоставляют 3 кредитных продукта и только ЗАО «Идея Банк» предоставляет все виды кредитов.

Наиболее высокие групповые оценки конкурентоспособности розничных кредитных продуктов на потребительские цели имеют ОАО «Технобанк» (4,5 балла), ОАО «Статусбанк» (4,36 балла) и ЗАО «Банк ВТБ (Беларусь)» (4,32 балла). Можно сказать, что большинство банков ориентируются на предоставление кредитов лишь в одной временной группе и стремятся быть лучшими среди них. Так, ОАО «Технобанк» предоставляет только кредит на срок до 2 лет («На карманные расходы»). ОАО «Статусбанк» предоставляет лишь кредит на срок от 2 до 5 лет («Ваши деньги»). ЗАО «Банк ВТБ (Беларусь)» предоставляет только кредит на срок свыше 5 лет («Всё серьёзно»).

В таблице 3 представлена оценка конкурентоспособности розничных депозитных продуктов банков в белорусских рублях.

Таблица 3 – Оценка конкурентоспособности розничных депозитных продуктов банков в белорусских рублях В балл.

Банк	Депозитный продукт				Групповой показатель конкурентоспособности
	отзывный	безотзывный			
	3 месяца	3 месяца	6 месяцев	12 месяцев	
ЗАО «Банк БелВЭБ»	3,76	3,33	3,03	3,12	3,31
ЗАО «Банк ВТБ (Беларусь)»	3,56	4,00	4,00	-	3,85
ОАО «АСБ Беларусбанк»	1,52	1,98	2,42	-	1,97
ЗАО «МТБанк»	2,32	4,07	-	4,04	3,48
ОАО «БПС-Сбербанк»	3,71	3,47	3,31	3,13	3,41
ОАО «Банк Москва-Минск»	4,33	4,20	3,90	3,92	4,09
ЗАО «Идея Банк»	4,88	5	5	5	4,97
ЗАО «БТА Банк»	-	3,88	-	3,20	3,54
ОАО «Приорбанк»	-	3,52	-	-	3,52
ОАО «Статусбанк»	-	4,10	3,96	3,65	3,90
ЗАО «Альфа-Банк»	-	4,06	3,50	-	3,78

Источник: собственная разработка.

Данные таблицы свидетельствуют, что наиболее высокий уровень конкурентоспособности депозитных продуктов в национальной валюте имеют ЗАО «Идея Банк» (4,97 балла). ЗАО «Идея Банк» является безусловным лидером на рынке, он предоставляет все категории депозитных продуктов, при этом каждый продукт имеет наивысшую оценку конкурентоспособности в своих группах.

Высокий уровень конкурентоспособности депозитов ЗАО «Идея Банк» обусловлен самыми высокими процентными ставками на рынке. Все депозиты ЗАО «Идея Банк» предусматривают капитализацию и фиксированность процентной ставки.

Помимо ЗАО «Идея Банк», высокий уровень конкурентоспособности имеют депозиты ОАО «Банк Москва-Минск» (4,09 балла). Данный банк предоставляет все виды депозитов, уровень конкурентоспособности которых можно охарактеризовать как выше среднего.

Низкий уровень конкурентоспособности имеют депозитные продукты ОАО «АСБ Беларусбанк» (1,97 балла). Это обусловлено самыми низкими процентными ставками на рынке. Негативно на уровень конкурентоспособности депозитных продуктов ОАО «АСБ Беларусбанк» влияет высокая минимальная сумма депозита – 150 рублей.

Остальные 8 банков имеют средний уровень конкурентоспособности депозитных продуктов в национальной валюте. Это связано с более низкими процентными ставками, нежели у ЗАО «Идея Банк», отсутствием еженедельной капитализации процентов, что можно назвать главным конкурентным преимуществом депозитов в национальной валюте ЗАО «Идея Банк».

Таким образом, апробация смешанного метода для оценки конкурентоспособности розничных кредитных и депозитных продуктов позволила определить продукты-лидеры и продукты-аутсайдеры и выявить причины такого положения дел.