

4. 10 трендов веб-дизайна на 2020 год : [Электронный ресурс]. URL: <https://lpgenerator.ru/-blog/2019/11/28/10-trendov-veb-dizajna-na-2020-god/> (дата обращения: 12.04.2021).
5. Казакова Н. А. Экономический анализ в оценке бизнеса и управлении инвестиционной привлекательностью компании: Учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2014. 240 с.
6. Скрипичников Е. И., Абакумова Ю. Г. Разработка стратегии по максимизации прибыли на электронных рынках // Беларусь-2030: государство, бизнес, наука, образование : материалы VI Междунар. науч. конф., Минск, 16 дек. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2019. С. 188–191.
7. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами : монография. Книга 25 / Гагина Е. В. [и др.] / под общ. ред. С.С. Чернова. Новосибирск : Издательство ЦРНС, 2014. 284 с.
8. Господарик Е. Г., Ковалев М. М. Анализ мировых экономических трендов В сборнике: Беларусь-2030: государство, бизнес, наука, образование. Материалы VI Международной научной конференции; редкол.: А. А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. 2019. С. 137–141.
9. Головчанская Е. Э. Интеллектуальный ресурс в системе общественного воспроизводства: сущность, роль, структура // Фундаментальные исследования. 2015. № 5–2. С. 400–404.
10. Математическая статистика : [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие / М. В. Дубатовская, С. В. Рогозин, Е. И. Васенкова. Минск, БГУ. 2020. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). ISBN 978-985-566-963-1 (дата доступа: 03.03.2021).

## **АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК» В 2020 ГОДУ И ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БАНКОВ БЕЛАРУСИ**

**А. Д. Журавская, М. В. Дубатовская**

*Белорусский государственный университет,  
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Беларусь*

На данный момент одной из главных проблем человечества является стремительное развитие и распространение коронавирусной инфекции, а также нарастающая, в связи с этим экономическая напряженность. В связи с этим весь мир стремительно перешел к цифровизации, что помогло немного смягчить всю сложившуюся ситуацию, так как многие люди смогли работать дистанционно, не теряя при этом работу, многие фирмы, организации и компании не обанкротились, предоставляя свои услуги онлайн.

*Ключевые слова:* пандемия; конкурентоспособность; банк; цифровая трансформация; МНК.

## **ANALYSIS OF ACTIVITIES OF JSB BELARUSBANK IN 2020 AND RESEARCH OF THE INFLUENCE OF PROMOTION ON THE INTERNET ON THE COMPETITIVENESS OF BELARUS BANKS**

**A. D. Zhuravskaya, M. V. Dubatovskaya**

*Belarusian State University,  
st. K. Marksa, 31, 220030, Minsk, Belarus*

At the moment, one of the main problems of mankind is the rapid development and spread of coronavirus infection, as well as the growing economic tension in this regard. In this regard, the whole world has rapidly switched to digitalization, which helped to alleviate the whole situation a little, since many people were able to work remotely without losing their jobs, many firms, organizations and companies did not go bankrupt, providing their services online.

*Keywords:* pandemic; competitiveness; bank; digital transformation; LS.

2020 год перевел практически весь мир в онлайн. Цифровая трансформация стала происходить ускоренными темпами, тем самым помогая многим компаниям, предприятиям и организациям, а также людям во время экономической напряженности в мире. Произошел довольно быстрый переход к удаленной работе, удаленному обслуживанию и круглосуточному взаимодействию с клиентами в онлайн режиме, к дистанционному обучению, к доставке товаров на дом, в частности бесконтактной [7, 8, 9, 10].

В данной статье рассматривалась деятельность ОАО «АСБ Беларусбанк» в 2020 году, а также то, как влияет цифровое продвижение на конкурентоспособность банков Республики Беларусь.

Открытое акционерное общество «АСБ Беларусбанк», являясь крупнейшим универсальным системообразующим финансово-кредитным учреждением Республики Беларусь, которое в течение многих лет является неотъемлемой частью банковской системы страны, а также важнейшей составляющей ее стабильности, предлагает все виды банковских услуг и продуктов, а также занимает лидирующие позиции в отечественной банковской системе по уровню собственного капитала, активов, кредитов и депозитов [1].

Развитая инфраструктура, доступность банковских средств, широкая филиальная сеть – главные преимущества Банка.

Банк активно финансирует инвестиционные проекты и государственные программы, осуществляет кредитование важнейших отраслей экономики Республики Беларусь.

Председателем Правления Банка является Виктор Михайлович Ананич и на данный момент в Беларусбанке работает порядка 13,3 тысяч сотрудников.

Опишем финансовое состояние ОАО «АСБ Беларусбанк». Активы Банка по состоянию на 01.01.2021 составили 36,79 млрд рублей, где доминирующей статьёй являются кредиты клиентам – 74,25 % от общего объема активов. Это значительно выше показателя за аналогичный период прошлого года, который составил 30,19 млрд рублей (увеличились на 6 %). Рассматривая структуру активов, можно выделить, что сумма средств в банках в общем объеме активов в апреле 2021 года сократилась на 2,28 % по сравнению с январем 2020 года, также уменьшились средства в Национальном банке – на 2,78 %, а сумма кредитов клиентам увеличилась на 6 %.

В пассивах Банка заметно увеличение средств Национального банка (на 3 %), средств банков (на 3,9 %), уменьшение средств клиентов (на 7,5 %), а также уставного фонда (на 0,9 %).

Прибыль Банка на 01.01.2021 составила 380,2 млн рублей. Прибыль от основной деятельности составила более 1,89 млрд рублей (в 2020 – примерно 1,4 млрд), где в основном преобладают чистые процентные доходы (67 %), а также значимыми являются показатели чистого комиссионного дохода (18,6 %) и чистого дохода по операциям с иностранной валютой (12,7 %).

Показатели, которые оценивают эффективность Банка, показали следующие результаты в 2020 году: показатель рентабельности активов составил 1,44 %, показатель рентабельности капитала – 11,54 %, чистая процентная маржа – 3,52 %, а показатель отношения операционных расходов к прибыли от основной деятельности, который характеризует эффективность управления затратами (CIR) – 38,1 %, что является самым низким показателем в банковской системе.

Клиентская база, в том числе насчитывает порядка 89 тысяч корпоративных клиентов, среди которых крупные промышленные предприятия и торговые организации.

На 01.01.2021 Банком было обеспечено выполнение всех пруденциальных нормативов и требований, предъявленных Национальным банком.

Нормативный капитал на 1 января 2021 года составил 4,556 млрд рублей, увеличившись на 12,9 % (520,8 млн) по сравнению с 1 января 2020 года и на 19,9 % (754,8 млн) по сравнению с 1 января 2019 года.

Достаточность нормативного капитала также увеличивался с течением времени (на 0,06 % с 1 января 2020 и на 0,76 % с 1 января 2019).

Норматив покрытия ликвидности, предназначенный для того, чтобы оценить способность банка обеспечить достаточный запас высоколиквидных активов для выполнения обязательств банка и некоммерческих организаций в стрессовых условиях, значительно уменьшился – на 63,5 %, но все еще соответствует установленному значению. Также заметно уменьшение на 9,7 % норматива чистого стабильного фондирования.

Для выявления достоинств и недостатков организации ОАО «АСБ Беларусбанк» нами был проведен SWOT-анализ (таблица 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ организации ОАО «АСБ Беларусбанк»

	<b>Strengths – сильные стороны</b>	<b>Weaknesses – слабые стороны</b>
<b>Внутренняя среда</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Лидер рынка</li> <li>• Государственная поддержка</li> <li>• Обширная клиентская база</li> <li>• Присуща известность и узнаваемость</li> <li>• Стабильная прибыль в виде дивидендов</li> <li>• Широкий перечень услуг</li> <li>• Высокий профессионализм сотрудников, возможность карьерного роста</li> <li>• Достойная оценка работников банка на рынке труда</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Недостаточный уровень обучения</li> <li>• Сложность с принятием оперативных управленческих решений</li> <li>• Высокая зависимость от крупных клиентов</li> </ul>
	<b>Opportunity – возможность</b>	<b>Threat – угроза</b>
<b>Внешняя среда</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Расширение сотрудничества с партнерами</li> <li>• Повышение лояльности клиентов</li> <li>• Распространение электронных платежей</li> <li>• Развитие информационных технологий, внедрение инноваций, тенденции к развитию</li> <li>• Выход на новые рынки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Социально-экономическая нестабильность</li> <li>• Сокращение финансирования со стороны государства</li> <li>• Рост налогов</li> <li>• Усиленная конкуренция</li> </ul>

Источник: собственная разработка.

Согласно проведенному анализу слабых сторон, оказалось не так уж и много, в основном Банк достойно себя демонстрирует на рынке и показывает свое превосходство перед конкурентами.

Что касается угроз, то большинство, такие как социально-экономическая нестабильность, рост инфляции, налогов Банк не может контролировать, а усиленную конкуренцию возможно уменьшить с помощью развития маркетинга, увеличения узнаваемости бренда и других способов. Например, мы провели исследование о влиянии цифрового продвижения на конкурентоспособность банков Республики Беларусь [4, 5].

Повышение конкурентоспособности в современных условиях является одной из самых важных задач, в том числе и для банковского сектора. Для этого активно используются самые популярные цифровые каналы в Республике Беларусь:

- социальные сети, такие как ВКонтакте и Instagram;
- сервис (видеохостинг) YouTube;
- поисковые системы Google и Яндекс.

Касаемо последнего пункта можно выделить следующее «правило»: чем выше позиция сайта при поиске, тем большее количество пользователей посещает его и таким образом повышение позиции является необходимым аспектом. Для этого в основном используется комплекс мер, направленный на улучшение сайта и его продвижение как можно выше в выдаче по необходимым пользователю поисковым запросам – поисковая

оптимизация (SearchEngineOptimization, SEO). Согласно ей, оптимальным показателем для измерения результатов продвижения и выявления уровня популярности по сравнению с конкурентами является видимость сайта, которую мы и будем использовать в нашем исследовании вместе с информацией об активности пользователей, а также с общим количеством подписчиков в социальных сетях.

Представленная далее таблица демонстрирует промежуточные результаты исследования влияния цифрового продвижения на конкурентоспособность банков Республики Беларусь.

Таблица 2 – Показатели цифрового продвижения банков и индексы конкурентоспособности

Наименование банка	Показатели цифрового продвижения банка				Profit	Индексы конкурентоспособности банка		
	YT	G&Y (%)	Vk	Inst		Индекс чистой прибыли	Индекс цифрового продвижения	Индекс конкурентоспособности
ОАО «АСБ Беларусбанк»	472	69,96	29536	21294	248659	1	0,351	0,749
ОАО «Белгпромпромбанк»	2456,6	20,77	15973	9986	49818	0,2	0,15	0,177
ОАО «Белинвестбанк»	756,2	15,54	10295	11239	13799	0,055	0,108	0,086
ОАО «Банк Дабрабыт»	636,2	0,167	4353	11068	17729	0,071	0,077	0,074
ОАО «Банк БелВЭБ»	222,7	15,29	5572	22454	21385	0,086	0,164	0,131
«Приорбанк» ОАО	712,4	32,81	17089	11122	1453	0,006	0,171	0,121
ЗАО «Альфа-Банк»	4008,4	9,85	234232	12145	79726	0,321	0,529	0,438
ОАО «СтатусБанк»	81,8	0,017	1788	1457	2363	0,01	0,011	0,01
ОАО «Белгазпромбанк»	1115,2	12,88	4918	2578	44615	0,179	0,074	0,137
ЗАО «ТК Банк»	0	0,009	0	11	4572	0,018	0,0001	0,013
ЗАО «Банк Решение»	40,9	0,724	1939	845	1713	0,007	0,008	0,007
ЗАО «Идея Банк»	173,9	20,33	8516	1099	2011	0,008	0,094	0,067
ЗАО «Банк ВТБ»	13623,2	111,12	134337	75503	32639	0,131	0,912	0,652
ОАО «Технобанк»	20,2	12,48	858	1274	7638	0,031	0,057	0,046
ОАО «БПС-Сбербанк»	335,5	17,72	47468	20386	57563	0,231	0,187	0,21
ЗАО «МТБанк»	818,6	11,03	21648	9073	26146	0,105	0,095	0,1
ЗАО «БТА Банк»	47,2	0,058	0	2876	1866	0,008	0,019	0,015
ОАО «БНБ-Банк»	3,1	0,058	0	1137	5793	0,023	0,008	0,017
ЗАО «БСБ Банк»	49,2	0,059	606	1754	7384	0,03	0,012	0,023
ОАО «Паритетбанк»	174,2	0,214	1904	3193	1453	0,006	0,022	0,016
ОАО «Франсабанк»	0	0,052	672	22	1853	0,007	0,001	0,005
ЗАО «РРБ-Банк»	0,5	0,1	463	3689	1791	0,007	0,024	0,018
ЗАО «АБСОЛЮТБАНК»	593,7	0,019	0	2742	3978	0,016	0,028	0,023
ЗАО «Цептер банк»	0	0,009	551	2405	-330	-0,001	0,016	0,011

Источник: собственная разработка на основе [2, 3, 5].

Наше исследование основывается на таких показателях цифрового продвижения, как:

- YT – активность банка в видеохостинге YouTube;
- G&Y – видимость сайта в поисковых системах Google и Яндекс;
- Vk – количество подписчиков в социальной сети ВКонтакте;
- Inst – количество подписчиков в социальной сети Instagram;
- Profit – чистая прибыль банка.

Также для оценки конкурентоспособности банков была использована система моделей, которая была построена с помощью индексного метода и метода «векторного развития» [3, 4].

Общий индекс конкурентоспособности ( $I_c$ ) рассчитывается с помощью следующей формулы:

$$I_c = \sqrt{\frac{I_p^2 + Id_i^2}{2}} \quad (1)$$

где  $I_p$  – индекс чистой прибыли, рассчитываемый следующим образом:

$$I_p = \frac{Profit_i}{Profit_{max}} \quad (2)$$

и  $Id_i$  – индекс цифрового продвижения, формула которого такова:

$$Id_i = \sqrt{\frac{IYT_i^2 + IG\&Y_i^2 + IVk_i^2 + IInst_i^2}{4}} \quad (3)$$

Частные индексы, такие как  $IYT_i$ ,  $IG\&Y_i$ ,  $IVk_i$ ,  $IInst_i$ , используемые в расчете индекса цифрового продвижения, вычислялись таким же образом, как индекс чистой прибыли ( $I_p$ ).

Таким образом, анализируя полученные результаты, можно сказать, что в пятерку лучших банков по всем исследуемым показателям вошли: ОАО «АСБ Беларусбанк», ЗАО «Банк ВТБ», ЗАО «Альфа-Банк», ОАО «Белагропромбанк» и ОАО «Белгазпромбанк».

На основе проведенного исследования удалось построить уравнение множественной регрессии используя МНК:

$$I_c = -0,00376 + 0,5157I_p + 0,6153Id \quad (4)$$

Корреляционная матрица выглядит следующим образом:

Таблица 3 – Корреляционная матрица

	$I_c$	$I_p$	$Id$
$I_c$	1	–	–
$I_p$	0,81595011	1	–
$Id$	0,8721391	0,436712	1

Источник: собственная разработка.

В полученной корреляционной матрице можно отметить коэффициенты корреляции. Между индексом конкурентоспособности ( $I_c$ ) и индексом цифрового продвижения ( $Id$ ) существует довольно сильная прямая линейная связь. С индексом чистой прибыли ( $I_p$ ) тоже имеется связь, но она немного слабее. А вот  $Id$  и  $I_p$  довольно слабо коррелируют между собой.

Множественный коэффициент корреляции в нашем случае равняется значению 0,99726, что говорит о весьма сильной связи между  $I_c$  и  $Id$ ,  $I_p$ . Довольно высокое значение говорит о том, что уравнение регрессии лучше описывает фактические данные и факторы сильнее влияют на результат.

Коэффициент детерминации  $R^2 = 0,9945$ , но более объективной оценкой считается скорректированный (нормированный)  $R$ -квадрат, равный 0,994, т. е. уравнение регрессии практически в полной мере объясняет поведение  $Ic$ .

Для проверки гипотезы о незначимости уравнения регрессии в основном используется  $F$ -критерий Фишера. В нашем случае он равен  $F = 1907,935$ . Критическое значение при степенях свободы  $k_1 = 2$  и  $k_2 = n - m - 1 = 24 - 2 - 1 = 21$ ,  $F_{\text{крит}}(2; 21) = 3,49$  и т. к.  $F > F_{\text{крит}}$ , то коэффициент детерминации статистически значим и уравнение регрессии статистически надежно.

Суммируя вышесказанное можно сказать, что:

- наибольшее влияние на индекс конкурентоспособности ( $Ic$ ) оказывает индекс цифрового продвижения ( $Id$ );
- связь между показателями есть, довольно сильная;
- уравнение регрессии объясняет поведение показателя индекса конкурентоспособности ( $Ic$ );
- уравнение регрессии статистически надежно.

Для улучшения финансового состояния Банка, а также для его развития, можно предложить:

- проведение цифровой трансформации для роста клиентской базы и сокращения операционных расходов (сервисов дистанционного банковского обслуживания; карточного бизнеса);
- приспособление населения к инновационным сервисам (в частности – старшее поколение), и таким образом увеличение количества клиентов (наращивание активной клиентской базы и повышение качества обслуживания);
- развитие программ лояльности для роста продуктовой нагрузки у населения;
- развитие маркетинга – развитие бренда, наращивание клиентской базы, формирование имиджа с помощью PR-инструментов, реклама, проведение маркетинговых исследований для выявления предпочтений клиентов, продвижение дистанционных каналов обслуживания, активное продвижение в социальных сетях;
- расширение и усовершенствование продуктовой линейки; проведение акций для привлечения новых клиентов;
- усовершенствование системы подготовки кадров, повышение квалификации, в том числе путем проведения тренингов, стимулирование работников вознаграждениями, повышение вовлеченности, обеспечение непрерывного обучения;
- развитие интернет-эквайринга;
- внедрение CRM-системы;
- активное взаимодействие с учебными заведениями, отбор студентов для прохождения практики и стажировки;
- увеличение эффективности системы банка (за счет развития ДБО, оптимизации бизнес-процессов) и обеспечение устойчивости (за счет соблюдения пруденциальных нормативов);
- интеграция с партнерами;
- максимизация доходов путем финансирования активных операций для обеспечения высокого уровня процентной маржи.

Таким образом, в качестве вывода можно сказать, что цифровое продвижение оказывает большое влияние на конкурентоспособность банков, в частности Беларусбанка, выдвигая его в пятерку лучших.

#### Библиографические ссылки

1. Открытое акционерное общество «Сбергательный банк «Беларусбанк»»: [Электронный ресурс]. URL: <https://belarusbank.by/> (дата обращения: 31.03.2021).

2. Национальный банк Республики Беларусь : [Электронный ресурс]. Минск, 2021. URL: <https://www.nbrb.by/> (дата обращения: 01.04.2021).
3. Тенденции экономического развития в XXI веке : мат. Межд. науч. конф. (28 февраля 2019 г., г. Минск) / Белорусский государственный университет. Минск : Право и экономика, 2019. 598 с.
4. Голенда Л. К., Говядинова Н. Н., Забродская К. А. Цифровое продвижение банка как фактор повышение его конкурентоспособности. Минск, 2019. 324 с.
5. Забродская К. А. Модели и методическое обеспечение оценки уровня развития инфокоммуникационных услуг в Республике Беларусь: дис... к-та экон. наук: 08.00.13 / К. А. Забродская. Минск, 2015. 180 с.
6. ArtoхMediaDigitalGroup. Рекламное digital-агентство : [Электронный ресурс]. Минск, 2021. URL: <https://www.artox-media.by/> (дата обращения: 30.03.2021).
7. Ковалев М. М., Господарик Е. Г. Рейтинг белорусских банков по предварительным итогам 2016 г. // Вестник Ассоциации белорусских банков. 2017. No 4 (803). С. 13–23.
8. Абакумова Ю. Г., Белый С. А. Применение эконометрических методов для оценки влияния экономических факторов на объемы долгосрочного кредитования // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2019. No 1. С. 28–35.
9. Лебедева А. А., Головчанская Е. Э. Оценка основных показателей деятельности банка и направления развития: эмпирический подход. Основные тенденции экономического развития Республики Беларусь : сборник докладов II Научно-практического Круглого стола преподавателей, аспирантов и студентов, Минск, 15 апреля 2020 г. / БГУ, Экономический фак. ; [редкол.: А. М. Сидорова (отв. ред.) и др.]. Минск : БГУ, 2020. С. 251–255.
10. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами : монография. Книга 25 / Гагина Е. В. [и др.] / под общ. ред. С. С. Чернова. Новосибирск : Издательство ЦРНС, 2014. 284 с.

## **ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ ЗАЕМНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ**

**Н. А. Кошевский, Е. А. Семак**

*Белорусский государственный университет,  
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Беларусь*

В настоящей работе содержится обзор литературы по теме привлечения заемного финансирования субъектами хозяйствования. В работе рассмотрены факторы, которые влияют на решение о привлечении долга. Сделан вывод о необходимости проведения дальнейших исследований по теме структуры капитала, порядка финансирования для стран Восточной Европы.

*Ключевые слова:* заемное финансирование; инвестиции; экономика; кредит.

## **LITERATURE REVIEW ON LOAN FINANCING**

**N. A. Koshevsky, E. A. Semak**

*Belarusian State University,  
st. K. Marksa, 31, 220030, Minsk, Belarus*

This paper contains a review of the literature on the topic of debt financing by business entities. The paper considers the factors that influence the decision to raise debt. The conclusion is made about the need for further research on the topic of capital structure, the order of financing for the countries of Eastern Europe.

*Keywords:* debt financing; investments; economics; loan.