

Таким образом, в Республике Беларусь для развития процессов консолидации отечественного бизнеса, интеграции компаний через слияния и поглощения с иностранными компаниями, а также использования данного инструмента для привлечения иностранных инвестиций необходимо налаживание деятельности национального фондового рынка, оптимизация законодательства и улучшение инвестиционного климата. Для этого целесообразно обратиться к мировому опыту в области регулирования иностранных инвестиций, а также использовать нормы международного права и кодексы по регулированию слияний и поглощений ведущих экономик мира в качестве прототипа и эталона для создания в дальнейшем полноценной и стабильной платформы для того, чтобы привлечь международные инвестиции в Республику Беларусь. Это явится залогом повышения не только конкурентоспособности, но и стойкости национальных компаний, а также инвестиционной привлекательности белорусского рынка слияний и поглощений для иностранных инвесторов.

Источники

1. *Праневич, А. А.* Слияния и поглощения в мировой экономике: влияние кризиса и возможности для национальной экономики / А. А. Праневич // Белорус. экон. журн. — 2014. — № 1. — С. 60–75.
2. Рынок M&A сделок Республики Беларусь [Электронный ресурс] // BIK Ratings. — Режим доступа: <https://bikratings.by/wp-content/uploads/2021/01/gynok-m-a-sdelok-belarusi-1.pdf>. — Дата доступа: 22.10.2021.
3. Иностранные инвестиции-2016: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // Экономическая газета. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/inostrannye-investicii-2016-problemy-i-perspektivy>. — Дата доступа: 23.10.2021.
4. *Пухальская, О. В.* Международные слияния и поглощения компаний: мировой опыт и особенности на рынке Республики Беларусь / О. В. Пухальская, А. В. Ковалев // Модернизация хозяйственного механизма сквозь призму экономических, правовых и инженерных подходов : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 29 окт. 2015 г. / Белорус. нац. техн. ун-т ; редкол.: С. Ю. Солодовников [и др.]. — Минск, 2016. — С. 478–480.

СНИЛ «ITE-skills»

К. Д. Давыденко

Научный руководитель — кандидат экономических наук К. А. Забродская

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ НЕОБАНКИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье предложены авторские определения понятий «необанк», «необанкинг». Выявлены основные стадии и модели развития необанков. Разработан ме-

методологический подход к оценке состояния развития неоланкинга в Республике Беларусь. Определены белорусские коммерческие банки, лидирующие по уровню цифрового развития.

В современных условиях цифровая трансформация банковского сектора является важнейшей составляющей становления цифровой экономики. Внедрение цифровых технологий (ЦТ) влияет на изменение бизнес-моделей и концепций развития банковского сектора: от появления интернет-банкинга до становления цифровых банков и неоланкинга. Развитие неоланкинга обусловлено, с одной стороны, сокращением затрат за счет использования дистанционных каналов обслуживания, возможностью оптимизации бизнес-процессов банка и усиления конкурентных позиций на рынке, с другой стороны — необходимостью индивидуального подхода к предоставлению услуг клиентам, востребованностью совершения необходимых операций в реальном времени.

Анализ трудов по вопросам построения цифровых банков (М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик, Д. Л. Калечиц, А. Н. Лузгина, Л. К. Голанда, Н. Н. Говядинова и др.) позволил установить многозначность трактовок, различие подходов в определении неоланка и неоланкинга, обозначил иные проблемы, обуславливающие необходимость совершенствования теоретических аспектов и методологических подходов к оценке состояния развития неоланкинга.

В процессе работы автором предложены следующие определения [1, 2]:

- неоланк — инновационный цифровой банк, созданный без отделений, функционирующий в виртуальном пространстве для оказания услуг комплексного банковского обслуживания в онлайн-режиме с любых мобильных устройств и персональных компьютеров;
- неоланкинг — цифровые технологии предоставления комплекса услуг неоланков с целью своевременного удовлетворения повседневных финансовых и информационных потребностей клиентов и повышения эффективности банковской деятельности.

В результате исследования были выявлены основные стадии (табл. 1) и модели (табл. 2) инновационного развития цифровых банков.

Таблица 1

Стадии инновационного развития цифровых банков

Стадия	Период	Предмет инноваций
1	2	3
Цифровой банк 1.0: развитие интернет-банкинга	1998–2002 гг.	Организация связи по электронной почте, использование баз данных, внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами
Цифровой банк 2.0: многоканальная интеграция технологий	2003–2008 гг.	Организация веб-счетов, оплата счетов в режиме реального времени, использование телефонии и чатов в работе кол-центров, создание хранилищ данных

1	2	3
Цифровой банк 3.0: внедрение омниканальных технологий	2009–2014 гг.	Взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в единую систему, разработка полноценных приложений для смартфонов, предоставление видеосервисов, использование облачных хранилищ данных, применение технологий больших данных
Цифровой банк 4.0: использование интернета вещей	2015 г. — настоящее время	Внедрение цифровых банков и сокращение количества традиционных отделений, взаимная интеграция каналов распределения и связи с клиентами, развитие облачной инфраструктуры, персонализированное предложение услуг

Источник: [1].

Таблица 2

Модели развития необанков

Модель	Описание модели	Примеры банков
Модель А — цифровой банковский бренд	Классические банки с огромным количеством унаследованных систем и бизнес-процессов открывают новые бренды с уникальными предложениями и продуктами, созданными специально для более молодого поколения на основе использования сложившейся банковской инфраструктуры	FRANK банк OCBC в Сингапуре; LKXA от CaixaBank в Испании
Модель В — банк с цифровыми каналами	Цифровые банки используют бэк-офис и банковскую лицензию существующих банков и перепродают их продукты через более удобный пользовательский интерфейс	Moven в США; Rocketbank в России
Модель С — цифровой филиал банка	Цифровые банки объединяют два подхода: цифровой пользовательский опыт и новые бизнес-процессы, организуют отдельное подразделение для разработки гибкой и модульной программно-аппаратной части цифрового банка	Hello Bank от BNP Paribas; «Точка» (филиал банка «Открытие») в России
Модель D — полностью цифровой банк	Банки строят все свои продукты на ЦТ	Fidor Bank в Германии; «Тинькофф Банк» в России

Источник: [1].

Вследствие значимости цифровой трансформации банков для повышения их конкурентоспособности на национальном и мировом уровнях особую важность приобрела разработка подхода к оценке состояния развития необанкинга в Республике Беларусь и формализация его основных этапов:

1. Принятие решения о необходимости проведения оценки. На данном этапе определяется цель — проведение оценки состояния развития небанкинга для выявления перспективных направлений развития небанков; объект исследования — небанки; предмет — факторы и показатели развития небанков.

2. Определение факторов и показателей развития небанков. Определяется комплекс взаимосвязанных экономических и технологических факторов и показателей (предоставляемые финансовые продукты и услуги, цифровые технологии, прибыльность и др.), характеризующих конкурентоспособность небанков [1–3].

3. Выбор метода и проведение оценки развития небанков. На основе предложенной системы факторов и показателей, экономико-математических и инструментальных методов [2–5] строится модель оценки и рассчитываются индексы развития небанков, формируется рейтинг и определяются конкурентные позиции банков.

4. Визуализация и анализ результатов оценки развития небанков. Реализация данного этапа позволяет сделать вывод о конкурентном потенциале и инвестиционной привлекательности небанков. Для визуальной оценки и анализа полученных результатов могут использоваться графические методы и инструменты [4, 5], в том числе «многоугольники конкурентоспособности», матрица стратегических позиций небанков.

5. Разработка рекомендаций и принятие решений по реализации стратегии развития небанков. На основе полученных результатов разрабатываются рекомендации по совершенствованию стратегии развития небанков и адаптации передового опыта [1–4].

Применение предложенного методологического подхода позволило определить:

- ЦТ, характеризующие стадии развития небанкинга в Республике Беларусь (ДБО — дистанционное банковское обслуживание; БПК — эмиссия банковских платежных карточек, денежные переводы онлайн, онлайн-обслуживание, бесконтактные платежи; ЭД — расчеты с использованием электронных денег, онлайн-кредитование, онлайн-депозиты, онлайн-страхование, онлайн-инвестирование; БИ — системы биометрической идентификации; ИИ — технологии искусственного интеллекта; БЧ — операции на основе блокчейн, токенов и криптовалюты; АРІ — поддержка открытых программных интерфейсов, создание банковской экосистемы);

- конкурентные позиции цифровых банков и построить их рейтинг на основе балльного метода (табл. 3);

- перспективные направления развития небанкинга в нашей стране.

Анализ результатов (табл. 3) показал, что топ-5 цифровых банков в Республике Беларусь составляют ЗАО «Альфа-Банк», ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Сбер банк», ОАО «Белгазпромбанк» и ОАО «Технобанк». В настоящее время все банки Республики Беларусь прошли стадию «Цифровой банк 1.0» и находятся на второй и третьей стадиях развития небанкинга, большинство банков развивают технологии «Цифровой банк 4.0».

Таблица 3

Оценка состояния развития небанкинга в Республике Беларусь

Банк/цифровая технология	Стадия развития														Баллы	
	Цифровой банк 2.0					Цифровой банк 3.0						Цифровой банк 4.0				
	ДБО	БПК	Денежные переводы	Онлайн-обслуживание	Бесконтактные платежи	ЭД	Онлайн-кредиты	Онлайн-депозиты	Онлайн-страхование	Онлайн-инвестирование	БИ	ИИ	БЧ	API		Банковская экосистема
ЗАО «Альфа-Банк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
ОАО «АСБ Беларусбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	14
ОАО «Сбер Банк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	14
ОАО «Белгазпромбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1		1	1	1	13
ОАО «Технобанк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			13
ОАО «Белагропромбанк»	1	1	1	1	1		1	1			1	1	1	1	1	12
ОАО «Белинвестбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1		1		1	12
ЗАО «МТБанк»	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1			1	12
ОАО «Банк Дабрабыт»	1	1	1	1	1	1	1	1			1		1	1		11
ЗАО «Банк Решение»	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1		1			11
ОАО «Приорбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1			1	1		1		11
ОАО «Банк БелВэб»	1	1	1	1	1		1				1	1		1	1	10
ЗАО «Банк ВТБ»	1	1	1	1	1		1	1				1			1	9
ЗАО «Идея-Банк»	1	1	1	1	1		1	1			1	1				9
ЗАО «БСБ Банк»	1	1	1	1	1			1				1		1		8
ЗАО «БТА Банк»	1	1	1				1	1	1		1	1				8
ЗАО «РРБ Банк»	1	1	1	1	1		1				1	1				8
ОАО «Паритетбанк	1	1	1	1		1	1	1			1					8
ЗАО «Цептер Банк»	1	1	1				1	1			1	1				7
ОАО «Франсабанк»	1	1	1	1			1	1			1					7
ОАО «СтатусБанк»	1	1		1			1	1			1					6
ЗАО «АБСОЛЮТБАНК»	1	1	1		1		1	1								6
ОАО «БНБ-Банк»	1	1					1				1	1				5
ЗАО «ТК Банк»	1		1					1			1					4

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе информационных ресурсов коммерческих банков Республики Беларусь.

Стадия «Цифровой банк 2.0» характеризуется предоставлением банковских услуг без посещения филиала банка с помощью интернет-банкинга, мобильного банкинга, Клиент-Банка, USSD-банкинга, SMS-банкинга и других технологий ДБО, а также онлайн-обслуживанием клиентов посредством социальных сетей, чатов, электронной почты. Кроме этого, белорусские банки осуществляют эмиссию БПК и денежные переводы в онлайн-формате.

На стадии «Цифровой банкинг 3.0» клиенты банков активно совершают бесконтактные платежи и операции по расчетам с использованием электронных денег, депозитные и кредитные операции, а также страхование и инвестирование осуществляются в режиме онлайн через сайт банка или мобильное приложение. Идентификация клиентов производится посредством биометрических технологий, а в процессе взаимодействия с клиентами широко используются технологии искусственного интеллекта.

Наиболее инновационные цифровые технологии банковского обслуживания присущи стадии «Цифровой банк 4.0». Наряду с другими ЦТ здесь применяется технология блокчейн, совершаются операции с токенами и другими цифровыми финансовыми активами, поддерживаются API-интерфейсы, развивается цифровая банковская экосистема [1–4, 6]. По мнению экспертов [6] цифровая трансформация банков позволяет расширить банковский бизнес за счет использования современных каналов, что способствует более тесному сотрудничеству с клиентами, сокращению операционных затрат и повышению конкурентоспособности за счет современных цифровых услуг.

В заключение отметим: практическая значимость результатов исследования состоит в оценке состояния развития необанкинга и определении конкурентных позиций цифровых банков в Республике Беларусь, выявлении перспективных ЦТ и определении приоритетных направлений совершенствования деятельности цифровых банков для повышения их конкурентоспособности. Научная значимость результатов исследования состоит в развитии теоретических и методических положений оценки и анализа состояния развития необанкинга.

Источники

1. Цифровой банк: состояние и направления развития / К. Д. Давыденко [и др.] // НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2020. — Вып. 9. — С. 221–226.

2. Давыденко, К. Д. Необанкинг: сущность, модели, технологии и перспективные направления развития / К. Д. Давыденко // НИРС 2020 : сб. науч. ст. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: И. А. Старовойтова (пред.) [и др.]. — Минск, 2021. — С. 287.

3. Давыденко, К. Д. Необанкинг как современное направление цифровой трансформации банковских услуг / К. Д. Давыденко, К. А. Забродская // Развитие бизнеса и финансового рынка в условиях цифровизации экономики : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Волгоград, 14–15 нояб. 2019 г. / Волгоград. фил. Рос. экон. ун-та им. Г. В. Плеханова ; под общ. ред. А. Н. Бутова. — Волгоград, 2020. — С. 48–51.

4. *Давыденко, К. Д.* Необанкинг: анализ передового опыта и перспективные направления развития в Республике Беларусь / К. Д. Давыденко // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15–16 апр. 2020 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2020. — С. 66–67.

5. *Забродская, К. А.* Модели и методическое обеспечение оценки уровня развития инфокоммуникационных услуг в Республике Беларусь : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / К. А. Забродская. — Минск, 2015. — 180 л.

6. *Голенда, Л. К.* Экосистема банка в условиях становления цифровой экономики / Л. К. Голенда, Н. Н. Говядинова, К. А. Забродская // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Ю. Шутилин (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2020. — Вып. 13. — С. 161–168.

СНИЛ «PR»

Т. В. Шкуренко, Ю. О. Булгакова

Научный руководитель — Н. В. Казаченко

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА MILAVITSA В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В работе представлен анализ деятельности по коммуникациям с потребителями в сети Интернет белорусского бренда нижнего белья Milavitsa, рассмотрены социальные сети ВКонтакте, Instagram, а также официальный сайт компании. В ходе анализа используемых каналов коммуникаций были выявлены их недостатки и предложены варианты их устранения.

Объектом исследования являются маркетинговые коммуникации в сети Интернет с потребителями белорусского производителя нижнего белья «Милавица».

Предметом были выбраны официальный сайт бренда, его социальные сети ВКонтакте и Instagram.

В 2021 г. в рейтинге брендов среднего ценового сегмента Milavitsa занимает 5-е место с рейтингом 8,2/10 и оценивается как высококачественный продукт с комфортными образцами.

Фирменный стиль Milavitsa как один из элементов коммуникации представлен логотипом, фирменными магазинами, фирменной одеждой персонала, а также такими дополнительными атрибутами, как фирменные пакеты. Только за последние 2 года предприятие открыло 10 новых фирменных торговых точек со своей неповторимой атмосферой, доброжелательным персоналом и обязательными примерочными. Уже 642 магазина работают во всем мире под вывеской Milavitsa.

В работе были проанализированы следующие каналы коммуникаций: частота упоминаний бренда в поисковых запросах потребителей, их активность на официальном сайте, проведена оценка качества ведения социальных сетей.