

Таблица 6 – Оценка деловой активности ЧТУП «ЭтикетСервис» на основании золотого правила экономики

| Показатель | Сумма, тыс. руб. | | Темп, % |
|-----------------------------------|------------------|---------|---------|
| | 2018 г. | 2019 г. | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Активы | 4796,0 | 7539,6 | 157,2 |
| 2. Выручка от реализации товаров | 18774,1 | 18807,6 | 100,2 |
| 3. Прибыль (убыток) от реализации | 2344,1 | 2306,5 | 98,4 |

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

В анализируемом периоде «золотое правило экономики» не выполняется, так как не соблюдаются 2 условия:

– объём продаж увеличивается медленнее, чем активы предприятия, что доказывает неэффективное использование ресурсов предприятия;

– темп роста прибыли меньше темпа роста выручки ($98,4\% < 100,2\%$). Причиной этому послужило то, что темп роста полной себестоимости продукции ($100,4\%$) выше темпа роста выручки.

Однако по первому условию можно сделать выводы о том, что:

– темп роста активов $>100\%$, а значит экономический потенциал предприятия увеличивается по сравнению с предшествующим периодом.

Литература

1. Карлик, А. Е. Экономика предприятия / А.Е. Карлик. – СПб: Питер, 2010. – 464 с.
2. Крылов, С. И. Стратегический анализ как основа формирования сбалансированной системы показателей / С.И. Крылов // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – №15 (318). – 2-8 с.

УДК 336.71

Нестерёнок Г.С., магистрант 2-ого курса
УО «Академия управления при Президенте Республики Беларусь»
г. Минск, Республика Беларусь

ФОРМЫ И ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ С ФИНТЕХ-КОМПАНИЯМИ

Совет по финансовой стабильности, учреждённый странами Большой двадцатки в 2009 г. для обеспечения устойчивого развития мировой экономики, использует следующее определение термина «финтех» [1, с.7]: технологически осуществимая финансовая инновация, которая может привести к появлению новых бизнес-моделей, приложений, процессов или продуктов, значительно влияющих на финансовые рынки и институты и предоставление финансовых услуг. По данным аудиторской компании KPMG [2, с.9] роль финтех-компаний постоянно растёт. В 2018 году объём инвестиций в такие фирмы составил рекордные 120 млрд долларов (51 млрд долларов в 2017 году). Согласно ежегодному опросу ЕУ [3, с.6], индекс принятия потребителем услуг финтех-компаний увеличивается: для шести крупнейших рынков, которые участвуют в расчёте индекса с 2015 года, показатель вырос с 16 % до 64% в 2019 году. Рост интереса к финтех-компаниям

отмечен во всех отраслях финансового сектора. На рисунке 1 отмечен средний процент респондентов, ответивших, что используют хотя бы одно приложение финтех компаний в соответствующей категории.

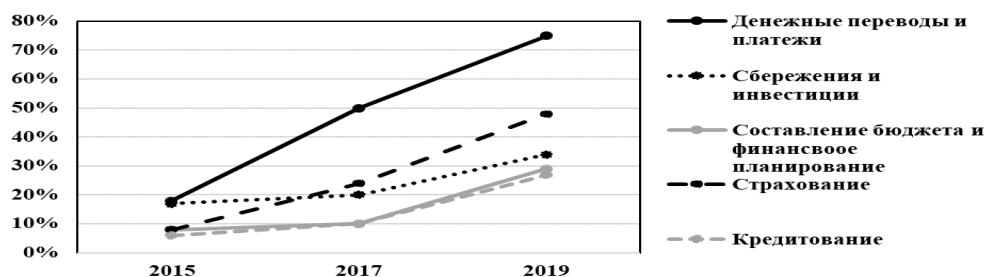


Рисунок 1 – Пользователи приложений финтех-компаний

Развитие финтех-компаний усиливает конкуренцию в финансовом секторе и требует от банков более гибких подходов к взаимодействию с новыми участниками рынка. Партнёрство банков с финтех-компаниями может носить различный характер (таблица 1).

Таблица 1 — Формы сотрудничества с финтех-компаниями

| Формы | Преимущества | Недостатки |
|--|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Инвестирование собственного капитала (в т.ч. с помощью венчурных фондов) | <ul style="list-style-type: none"> • Возможность получить ранний доступ к инновационным решениям. • Компенсация недостатка талантливых кадров. • Сокращение time-to-market. | <ul style="list-style-type: none"> • Справедливая оценка стартапов затруднена. • Необходимость решать проблему монетизации инвестиций. • Передача клиентских данных третьим лицам. • Существует вероятность инвестиций в те же стартапы со стороны конкурентов. |
| Сотрудничество (разработка общих продуктов, совместное использование финтех-платформ и т.п.) | <ul style="list-style-type: none"> • Возможность быстрого расширения клиентской базы без значительных расходов. • Доступ к преимуществам передовых и/или узкоспециализированных проектов. • Компенсация недостатка талантливых кадров. | <ul style="list-style-type: none"> • Сложность поиска подходящего партнёра. • Передача клиентских данных третьим лицам. |
| Собственные инновационные разработки (прямая конкуренция с финтех-компаниями) | <ul style="list-style-type: none"> • Эксклюзивность разработок. • Лёгкая масштабируемость. • Полный контроль над данными и технологиями. | <ul style="list-style-type: none"> • Рекрутинг необходимых кадров. • Увеличение time-to-market. • Значительные расходы на развитие IT-инфраструктуры. |
| Слияние и поглощение | <ul style="list-style-type: none"> • Диверсификация рынков и продуктов. • Доступ к талантам и инновационным решениям. • Эксклюзивность разработок. • Сокращение time-to-market. | <ul style="list-style-type: none"> • Сложность справедливой оценки сделки. • Несоответствие корпоративных культур. • Расходы на полную интеграцию финтех-решений в IT-инфраструктуру банка. |
| Создание стартап акселератора | <ul style="list-style-type: none"> • Возможность задавать приоритетные направления развития финтех-компаний. • Развитие культуры инноваций. • Эксклюзивность разработок. | <ul style="list-style-type: none"> • Расходы на поддержку программы. • Необходимость сложного взаимодействия между различными структурами банка в целях эффективного администрирования программы. |

В Беларуси уже имеются примеры различных форм сотрудничества между финтех-компаниями и коммерческими банками. ОАО «Белгазпромбанк» принял участие в создании первого в стране финтех-акселератора FTh.by. В рамках проекта банк оказывает стартапам всестороннюю сервисную поддержку и предлагает различные формы финансирования после проведения комплексной бизнес-экспертизы. «Приорбанк» ОАО является организатором Fintech Hackathon: Elevator Lab Edition, победители которого получают возможность сотрудничества с любым банком австрийской группы Raiffeisen Bank International. Собственную студенческую лабораторию на базе Белорусского государственного университета запустил ОАО «БПС-Сбербанк». Стратегический план развития ОАО «Банк БелВЭБ» на период 2019–2021 предусматривает полный реинжиниринг существующих бизнес-процессов для трансформации в полноценную финтех-компанию.

Литература

1. Financial Stability Implications from FinTech, Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities' Attention // Financial Stability Board. – 27 June 2017. – 61 с.
2. The Pulse of Fintech H1 2019 // KPMG International. – Amstelveen, 31 July 2019. – 79 с.
3. Accelerating digital transformation: four imperatives for risk management / 9th annual EY/IF global bank risk management survey // Institute of International Finance and Ernst & Young. – London, 2018. – 27 с.

УДК 659.1.013

Пашаева А.А., Пинкевич Д.А., Финке Ю.Р., студенты,
научный руководитель – **Кулакова Л.О.**, старший преподаватель
кафедры УЭиФ
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СОЗНАНИЯ ОБЩЕСТВА НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ «САНТА-БРЕМОР»

Классификации рекламы многочисленны. В истории рекламы были периоды, когда она воспринималась и была направлена исключительно на цели торговой и коммерческой сфер. Но время идет, и появляются новые представления о рекламе.

Основным источником появления социальной рекламы является общественная жизнь, которая наполнена конфликтными ситуациями и противостоянием на уровне социальных групп и поэтому остро нуждается в созидательных стимулах и процессах.

Социальная реклама – вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума. Она представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение гуманных целей. В связи с ростом популярности социальной рекламы ее символы, темы, приемы и даже слоганы стали нередко