

Не всегда большие затраты в рекламу повлекут за собой увеличение прибыли от реализации.

Мощным средством популяризации товара и повышения престижа предприятия служат выставки. При их проведении необходимо понимать, что их функции заключаются не только в коммуникациях и продажах. Прежде всего – это хорошее средство исследования рынка, общение с потенциальными клиентами. Неоспоримым преимуществом таких мероприятий над всеми другими видами маркетинговых коммуникаций является возможность непосредственного наблюдения за конкурентами. Так как большинство выставок сопровождается проведением конкурсов-дегустаций продукции, важно грамотно использовать это в рекламных целях.

Таким образом, для наращивания производства и эффективного продвижения по всем каналам коммуникации необходима налаженная дистрибуция и достаточная представленность в торговых точках традиционной розницы, сетевого ритейла Республики Беларусь, а также постоянное участие предприятия в выставках как национального уровня, так и за рубежом.

По нашим расчетам, в результате эффект от внедрения предложенных мероприятий на ОАО «Лидапещеконцентраты» составит 2 833,9 тыс. руб.

УДК 336.7:004

**А. Пархимович**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель В.В. Липницкая, к.э.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО БАНКИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА 2016–2020 ГОДЫ**

Появление в финансовой сфере новых сервисов, разрушение привычных схем взаимодействия участников рынка финансовых услуг во многом изменяют парадигму развития банковской системы. Если ранее для получения доли рынка банкам достаточно было предложить более дешевые, чем у конкурентов, услуги, то сейчас необходимо учитывать современные тенденции, искать инноваци-

онные подходы, интегрироваться с другими продуктами и сервисами, в том числе небанковскими.

В Республике Беларусь быстро развивается сектор IT-индустрии. По индексу развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира за 2014 год (ICT Development Index 2014), который рассчитан по методике Международного союза электросвязи (ITU), Республика Беларусь опережает все страны постсоветского пространства. Кроме того, согласно отчету Международного союза электросвязи (ITU) Республика Беларусь заняла 36-е место в рейтинге за 2014 год, поднявшись на две позиции по сравнению с 2013 годом и на 14 позиций по сравнению с 2010 годом, и 10-е место среди стран с наиболее динамичным развитием сектора IT-индустрии.

В связи с этими явлениями Национальным банком Республики Беларусь была разработана Стратегия развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016-2020 годы, в которой определены основные направления развития цифрового банкинга.

Приоритетная цель настоящей Стратегии заключается в расширении к 2021 году взаимодействия банков, их клиентов, республиканских органов государственного управления и коммерческих организаций посредством электронных каналов коммуникаций.

Реализация банками данной стратегии уже принесла положительные плоды. На данном этапе активно развиваются системы дистанционного банковского обслуживания, которые позволяют пользователям осуществлять платежи в безналичной форме в удобное время. В связи с этим наблюдается рост количества пользователей мобильного банкинга, с помощью которого можно совершать переводы, платежи, производить обмен валют, открывать удаленно банковские счета и управлять всем этим со смартфона и с помощью сети Интернет. В то же время банки активнее развивают новые банковские продукты на базе мобильного и Интернет-банкинга.

В процессе становления и развития финансовой системы Республики Беларусь под руководством Национального банка Республики Беларусь созданы:

- система BISS – система межбанковских расчетов Национального банка, в которой в режиме реального времени осуществляются межбанковские расчеты по срочным и несрочным денежным переводам, а также по результатам клиринга в смежных системах;

– платежная система БЕЛКАРТ – национальная платежная система Республики Беларусь на основе использования банковских платежных карточек;

– единое расчетное и информационное пространство на базе автоматизированной информационной системы ”Расчет“.

В последние годы разработано множество новых технологий, однако не существует единой стратегии их применения. Появление новых продуктов и услуг, предоставляемых банками, вынуждает их ускоренно проводить модернизацию, более активно конкурировать с разработчиками инновационных программно-технических решений, а также компаниями, осуществляющими свою деятельность в финансовой сфере и применяющими новейшие технологии.

В настоящее время существует ряд причин, препятствующих дальнейшему развитию цифровых банковских технологий в Республике Беларусь, основными из которых является отсутствие возможности осуществления идентификации физических и юридических лиц на межбанковском уровне; ограниченное количество операций, доступных для осуществления юридическими и физическими лицами через существующие каналы систем дистанционного банковского обслуживания; и через системы электронного взаимодействия республиканских органов государственного управления и участников рынка финансовых услуг, а также отсутствие единого стандарта функционирования данных систем; несовершенная нормативная правовая база, регламентирующая использование инновационных цифровых банковских технологий и продуктов.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что Стратегия развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016–2020 гг., выработанная Национальным банком, позволит придать дополнительный импульс развитию цифровых банковских технологий, заложить основные тренды развития цифрового банкинга в стране на ближайшую перспективу. К тому же не исключено, что уже в недалеком будущем в Беларуси могут появиться и полностью виртуальные банки, ведь во многих странах уже давно работают финансовые учреждения, у которых нет реальных отделений, а все операции проходят только через интернет. Но сначала будущие клиенты этих банков должны созреть для таких инноваций.