

діяльності, а також зростання рівня ризиків, важливим завданням є застосування ефективних методів управління ризиками. Страхові компанії пропонують для туристичної галузі понад десять видів послуг страхування, при цьому спостерігається зростання популярності страхування специфічних туристичних ризиків.

Результати аналізованої теми показали, що страхування у туристичній сфері є важливим елементом як економіки, так і безпеки туристів в цілому. Динамічний розвиток туризму потребує страхування у даній сфері. Аби страховий бізнес надалі мав стрімкий розвиток туризму, держава повинна втрутитись в сферу культурного розвитку. Це дасть змогу зробити більший вклад в економіку країни, розвиватись страховим компаніям за рахунок страхових премій та у подальшому гарантії надійнішої безпеки своїм страхувальникам.

Література.

1. Статистичні дані щодо розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/962/global-tourism>.
2. Абрамітова Д.Р. Розвиток страхування туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%B4%D0%BE%D0%BC/Downloads/VUABS_2013_1_22.pdf.
3. Кифяк В.Ф. Безпека туризму та страхування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_11.htm.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДОХОДНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК» НА РЫНКЕ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ПОСРЕДСТВОМ БАНКОВСКИХ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТОЧЕК

Наговонский А. Г., магистрант

*Научный руководитель: Платоненко Е. И., к. э. н., доцент
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы
г. Гродно, Республика Беларусь*

ОАО «АСБ Беларусбанк» является одним из лидеров рынка банковских услуг в Республике Беларусь, в том числе услуг предоставляемых посредством платежных карт. Обладает обширной филиальной сетью и развитой инфраструктурой с

представительствами в ряде зарубежных стран. В течение последних лет ОАО «АСБ Беларусбанк» демонстрирует положительную динамику основных экономических показателей, и исправно выполняет нормативы безопасного функционирования, устанавливаемые Национальным Банком. Анализ использования платежных карточек показал, что с каждым годом клиенты все больше используют их для осуществления безналичных платежей, а не только для снятия наличных. Росту данного показателя способствует развитие сервисов ДБО, повышение финансовой грамотности населения, внедрение новых «клубных» банковских продуктов и услуг, которые позволяют проводить сегментацию и микро сегментацию клиентов и предлагать продукты и услуги, основываясь на предпочтениях клиентов. Банку необходимо продолжать политику повышения привлекательности своих карточных продуктов и сопутствующих им услуг в частности дистанционного банковского обслуживания.

Известно, что прибыль коммерческого банка на рынке услуг, предоставляемых посредством банковских платежных карточек рассчитывается как разница между доходами от работы с платежными карточками и расходами на работу с платежными карточками. Таким образом, мы имеем два фактора, влияющих на результирующий показатель. Однако эти факторы можно представить в расширенном и более усложненном виде, тем самым увеличив число факторов. Можно выделить девять факторов, которые в дальнейшем будут исследованы при помощи факторного анализа. Их взаимосвязь с прибылью ОАО «АСБ Беларусбанк» на рынке услуг, предоставляемых посредством банковских платежных карточек, можно представить в виде аддитивной модели представленной формулой (1):

$$Y = X_1 + X_2 + X_3 + X_4 - X_5 - X_6 - X_7 - X_8, \quad (1)$$

где Y – прибыль от деятельности банка на рынке платежных карточек, тыс. руб.;

X_1 – комиссионные доходы от выдачи и обслуживания платежных карточек, тыс. руб.;

X_2 – комиссионные доходы в виде межбанковского вознаграждения, тыс. руб.;

X_3 – эквайринговая комиссия от ОТС, тыс. руб.;

X_4 – прочие комиссионные доходы от работы с платежными

карточками, тыс. руб.;

X_5 – процентные расходы на работу с платежными карточками, тыс. руб.;

X_6 – комиссионные расходы на работу с платежными карточками, тыс. руб.;

X_7 – операционные расходы на работу с платежными картами, тыс. руб.;

X_8 – прочие расходы на работу с платежными карточками, тыс. руб.

Так как используемая нами факторная модель является аддитивной, наиболее подходящим методом факторного анализа будет метод цепных подстановок. Для наглядности анализа, построим таблицу исходных значений факторных показателей в базисном и отчетном периоде. В качестве отчетного периода использованы данные за 2018 г., базисного – 2017 г. (таблица 1).

Таблица 1 – Доходы, расходы и прибыль ОАО «АСБ Беларусбанк» на рынке платежных карточек, тыс. руб.

Показатель	2017 г.	2018 г.
Комиссионные доходы от выдачи и обслуживания платежных карточек	147607	173829
Комиссионные доходы в виде межбанковского вознаграждения	43857	50359
Эквайринговая комиссия от ОТС	530619	689804
Прочие комиссионные доходы от работы с ПК	1717	7059
Процентные расходы на работу с платежными карточками	33581	45205
Комиссионные расходы на работу с платежными карточками	77092	93058
Операционные расходы на работу с платежными карточками	16820	19055
Прочие расходы на работу с платежными карточками	1744	1833
Прибыль от деятельности банка на рынке платежных карточек	594563	761900

Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Метод цепных подстановок, предполагает расчет условных величин результативного показателя, которые учитывают изменение одного, затем двух, трех и т.д. факторов, допуская, что остальные не меняются. Разница между значениями результативного показателя до и после изменения уровня того или другого фактора показывает, уровень его влияния. Однако, учитывая аддитивность рассматриваемой модели, имеет смысл представить значения влияния факторов в виде изменения каждого из них. Значения данных величин вместе с данными об относительном влиянии каждого из факторов на прибыль от деятельности банка на рынке платежных карточек представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты факторного анализа

Показатель	Абсолютное значение, тыс. руб.	Относительное значение, %
$\Delta Y (X_1)$	26222	4,41
$\Delta Y (X_2)$	6502	1,09
$\Delta Y (X_3)$	159185	26,77
$\Delta Y (X_4)$	5342	0,89
$\Delta Y (X_5)$	-11624	-1,95
$\Delta Y (X_6)$	-15966	-2,68
$\Delta Y (X_7)$	-2235	-0,37
$\Delta Y (X_8)$	-89	-0,1

Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Как видим, в ходе анализа были выделены следующие основные факторы, оказывающие наибольшее влияние на прибыль: X_3 – эквайринговая комиссия от ОТС; X_1 – комиссионные доходы от выдачи и обслуживания платежных карточек; X_6 – комиссионные расходы на работу с платежными карточками; X_5 – процентные расходы на работу с платежными карточками. Первые два увеличили прибыль на 31,18 %, а последние снизили на 4,63 %, что, в конечном счете, обусловило увеличение показателя прибыли в отчетном периоде на 28,14 %. Таким образом, руководству банка необходимо обратить особое внимание на такие факторы, как эквайринговая комиссия от ОТС и комиссионные расходы на работу с платежными карточками, поскольку управление ими способно оказать значительное влияние на увеличение прибыли банка. Знание этих факторов и умение управлять ими позволит воздействовать на изменение показателей эффективности деятельности банка.

Литература.

1. Консолидированная финансовая отчетность за 2018 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belarusbank.by/ru>. – Дата доступа: 27.02.2019.

АНАЛИЗ ВИДОВ БАНКОВСКИХ УСЛУГ НА РЫНКЕ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Фиясь А. А., магистрант

*Научный руководитель: Платоненко Е. И., к. э. н., доцент
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы
г. Гродно, Республика Беларусь*