

Литература

1. Финансовая отчетность БРУСП «Белгосстрах» за 2016–2018 гг. // Официальный сайт БРУСП «Белгосстрах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bgs.by>. – Дата доступа: 29.10.2019.

2. Федорович, В. О. Анализ финансового состояния страховых компаний и оценка их реальной возможности увеличения уставного капитала / В. О. Федорович // Аваль. – 2015. – № 9. – С. 10.

Развитие рынка платежных карт в Республике Беларусь

*Наговонский А. Г., магистрант ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. Платоненко Е. И., канд. эк. наук, доц.*

На современном этапе развития мирового рынка инструментов безналичных платежей доминируют именно платежные карты, в том числе и в Республике Беларусь. Этот факт подтверждает стабильный рост таких показателей, как доля и объем безналичных расчетов, объем эмиссии карт, рост инфраструктуры дистанционного банковского обслуживания клиентов, увеличения количества платежных терминалов (*табл. 1*) [1].

Таблица 1. – Динамика показателей использования платежных карт в Республике Беларусь

Год	Объем эмиссии карт (тыс. ед.)	Безналичные операции	
		Количество (тыс. ед.)	Доля, %
2015	12 345,0	719 480,7	79,8
2016	12 681,4	877 364,6	83,1
2017	13 854,9	1 087 197,8	86,2
2018	15 011,7	1 330 722,9	88,1

В то же время в Республике Беларусь использование платежных карт все еще недостаточно развито. Многие функции карточек, популярных у пользователей за рубежом, в нашей стране или отсутствуют, или только появляются, такие как виртуальные карты, карты с «кэш-бэком» и т.д.

Развитие возможностей платежных карт позволяет наполнить их уникальными торговыми предложениями, удовлетворяющими потребности определенного сегмента клиентов. Это дает возможность банку разделить собственные клиенты со схожими интересами и в будущем предложить наиболее выгодный банковский продукт или услугу, создать рекламу для конкретного потребителя, набором привлекательных условий стимулировать частоту использования платежной карты и многое другое.

Стоит понимать и то, что потребности и запросы клиентов выходят за рамки финансового сектора, поэтому банкам необходимо изменяться вместе с ними. Развитие рынка платежных карт неразрывно связано с совершенствованием технологий и изменением поведения клиентов. На сегодняшний день клиенты ценят свое время, поэтому необходимо развивать дистанционное банковское обслуживание, стимулировать рост безналичных платежей, повышать финансовую грамотность населения, а также делать ставку на безлюдные офисы с многофункциональными устройствами [2].

С развитием цифровых технологий держателю карточки даже нет необходимости иметь при себе «пластик» для совершения оплаты. Этому может помочь цифровая карта, добавленная в умные часы или смартфон. Данный вид платежей позволяет обезопасить держателей карт от хищений и мошеннических действий, ускорить процесс совершения оплаты, уменьшение износа карты.

В связи с этим банкам нашей страны необходимо постоянно совершенствовать предоставляемые банковские продукты и услуги, ориентируясь на своих клиентов и перенимая опыт зарубежных коллег.

Литература

1. Отчет Национального банка по основным показателям использования платежных карт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/payment/plasticcards/mainindices.xlsx>. – Дата доступа 14.10.2019.
2. Кожекина, С. Г. Возможности и новые драйверы роста / С. Г. Кожекина // Наш банк сегодня. – 4 октября 2019 г. – С. 2.

Особенности современной социальной политики Республики Беларусь

*Носацкая Е. В., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Нестерова А. А., канд. эк. наук*

Основной целью развития каждого государства является создание условий для повышения благосостояния населения. Современное государство не может развиваться без эффективной социальной политики. Ключевым предназначением социальной политики является повышение уровня и качества жизни населения с учетом реализации защиты малообеспеченных слоев населения, а также создание условий для формирования, развития и реализации человеческого потенциала. Таким образом, социальная политика – это своего рода мощный механизм, который обеспечивает социальное развитие страны, регионов, организаций и фирм, а также каждого человека.