

та с проблемными кредитами будет приоритетной задачей, а не одной из многочисленных, на которую не хватает времени у кредитного отдела банка.

<http://edoc.bseu.by:8080/>

*Л.С. Явид  
БГЭУ (Минск)*

## **РАЗВИТИЕ РЫНКА ПЛАСТИКОВЫХ КАРТОЧЕК КАК ОСНОВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМЫ “RETAIL BANKING”**

В ходе создания системы нового типа идет системная перестройка финансово-кредитных институтов по нетрадиционным для прежней банковской системы принципам и направлениям, а также создание целого направления банковских услуг, продуктов и финансовых инструментов, которые в европейской североамериканской экономической литературе определяются как “retail banking” и включают ведение текущих и кредитных счетов частных и юридических лиц, срочных депозитов, расчетно-кассовое обслуживание предприятий, кредитование под потребительские нужды частных лиц, продажу всех типов дорожных и коммерческих чеков, банковских карточек для обслуживания граждан в зарубежных поездках. Методология развития банковского бизнеса в области “retail banking” разработана и продолжает постоянно развиваться на основе системного анализа теории и практики ведущих банковско-финансовых институтов мира. Ее сущностью в области “retail banking” являются теоретические принципы построения бизнеса, этапы его планомерного развития, а также последовательность реализации форм и методов бизнеса. Наилучшим подходом к анализу достижений и проблем в развитии белорусской модели “карточного” бизнеса в общей системе “retail banking” является сравнение ключевых позиций развития банковских карточек на общемировом уровне. Особенно важен анализ американского опыта. Для банков США приоритетом является создание заинтересованности для граждан страны в открытии счета банковской карточки.

Применительно к нашим национальным задачам необходимо учитывать, что в развитии банковской сферы можно перешагнуть определенный этап. Его можно сократить, но невозможно перестроить за 3—7 лет психологию нескольких миллионов людей.

Таким образом, в работе с клиентами-держателями карточек банкам необходимо принимать во внимание психологический фактор. Задачу перехода на преимущественно безналичные расчеты банковскими карточками можно ставить, если данный вид бизнеса

перейдет хотя бы на третий уровень готовности в разрезе количества выпущенных карточек, числа установленных банкоматов и сети ПТС, принимающих карточки в качестве платежного средства. “Retail banking” является одним из важнейших компонентов банковского бизнеса по мобилизации внутренних финансовых ресурсов общества для модернизации реального сектора экономики, с одной стороны, и стимулятором покупательной способности граждан, с другой.

Итак, необходимо направить как можно больше банковских ресурсов на эмиссию банковских карточек, параллельное расширение сети выдачи наличных их держателям.

Каковы же наиболее типичные ошибки в развитии услуг в области “retail banking”? Наиболее типичными являются игнорирование и непонимание важности опыта ведущих банков Европы и Америки. Это приводит не только к неэффективному использованию инвестиций, но также к возможной компрометации электронных банковских продуктов и услуг. Серьезная ошибка состоит в том, что бизнес банковских карточек рассматривается как преимущественно технический проект. Технократический подход к данной сфере работы банков ведет к следующей ошибке методологического уровня — невозможности экономического прогнозирования последствий своих действий. Государственные институты анализируют работу банков в сфере “retail banking”. В Беларуси постепенно начался процесс создания дополнительного сектора банковского бизнеса, который способствует формированию экономической культуры нации, а также создает один из важнейших компонентов для въездного туризма.