

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра финансов и кредита

**Проблемы и перспективы развития рынка банковских  
пластиковых карт в России**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

студента 4 курса 412 группы

направления 38.03.01 Экономика профиль «Финансы и кредит»  
Экономического факультета

Красивовой Полины Викторовны

Научный руководитель

доцент кафедры финансов и кредита,  
к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

А.Н. Айриева

Зав. кафедрой финансов и кредита,

к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

О.С. Балаш

Саратов 2018

Актуальность исследования обусловлена тем, что развитие рынка пластиковых карт на национальном уровне имеет стратегическое значение для стимулирования экономического роста и повышения уровня и качества жизни населения.

В результате расширения глобализации происходит активизация интеграционных процессов в платежной отрасли, усиливая позиции наиболее конкурентоспособных игроков. Это отражается в формировании модели мирового карточного рынка, характеризующейся наличием малого количества активно функционирующих платежных систем, предлагающих свои услуги его участникам

Вопросам развития рынка пластиковых карт в России посвящено немало работ отечественных и зарубежных ученых, таких как Бикмаев Ш.Р., Данилин В.А., Барманова О.Р., Дубровина А.М., Бурмистрова О.А., ДAUDРИХ Н.И. В своих работах ученые подчеркивают недостаточное развитие российского рынка пластиковых карт и предлагают различные экономические и правовые меры по его совершенствованию. Современное состояние российской экономики требует четкого определения текущей ситуации в сфере безналичных расчетов, а также поиска возможных путей её развития. Этим обусловлена необходимость исследования рынка пластиковых карт как одного из самых перспективных элементов этой сферы.

Цель настоящего исследования состоит в определении тенденций развития рынка и совершенствование технологии операций с пластиковыми картами в России.

В соответствии с этой целью поставлены следующие задачи:

1. Исследовать понятие и сущность рынка банковских пластиковых карт на современном этапе.
2. Проанализировать нормативно-правовое регулирование рынка банковских пластиковых карт.
3. Изучить классификацию банковских пластиковых карт.

4. Провести анализ продуктовой линейки для физических лиц на базе пластиковых карт в ПАО банк «Возрождение».

5. Выявить особенности реализации зарплатных карт в ПАО банк «Возрождение»

6. Проследить процессы продвижения продуктов банка на базе кредитных карт.

7. Разработать практические рекомендации по улучшению работы рынка банковских пластиковых карт Российской Федерации.

Объектом исследования является российский рынок банковских пластиковых карт.

Предмет исследования – закономерности функционирования рынка банковских пластиковых карт на современном этапе развития экономики.

Методология и методы исследования. В процессе написания работы автором применялись общенаучные, экспериментальные и эмпирическо-теоретические методы исследования: экспертная оценка, многопризнаковая классификация, исторический, статистический и сравнительный анализ.

Объем и структура исследования. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы (33 наименования) и приложения. Объем работы составляет 63 страниц текста, содержит 6 рисунков и 5 таблиц.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ**

В первой главе «Теоретические основы функционирования рынка банковских пластиковых карт в России» раскрывается экономическая сущность понятия банковской карты, заключающейся в гарантии проведения окончательного расчета и получения денежных средств. Согласно классификации современных денег банковские карты относятся к кредитным деньгам. Кредитные деньги - это «денежные документы, являющиеся чьим-

либо долговым обязательством или обязывающие кого-либо уплатить определенную денежную сумму»<sup>1</sup>.

Основное экономическое значение кредитных денег заключается в способности заменить находившиеся в обращении наличные денежные средства, способствуя развитию безналичного оборота.

В 2016 году сохранялась наблюдаемая на протяжении последних лет положительная динамика развития каналов дистанционного банковского обслуживания клиентов, высокотехнологичных платежных сервисов и продуктов, способствующих повышению уровня доступности платежных услуг и расширению безналичных платежей.

По сравнению с 2015 годом количество таких операций увеличилось более чем на треть (до 18,7 млрд распоряжений), объем – на 0,8% (до 536,6 трлн рублей). Главным образом это было достигнуто за счет операций физических лиц, годовой прирост которых составил почти 40% как по количеству, так и по объему. Одним из основных платежных инструментов в сегменте безналичных платежей являлись платежные карты, количество которых за год увеличилось на 4,5% и на 1.01.2017 составило 254,8 млн карт, или 1,7 карты на человека, что соответствует уровню развитых стран.

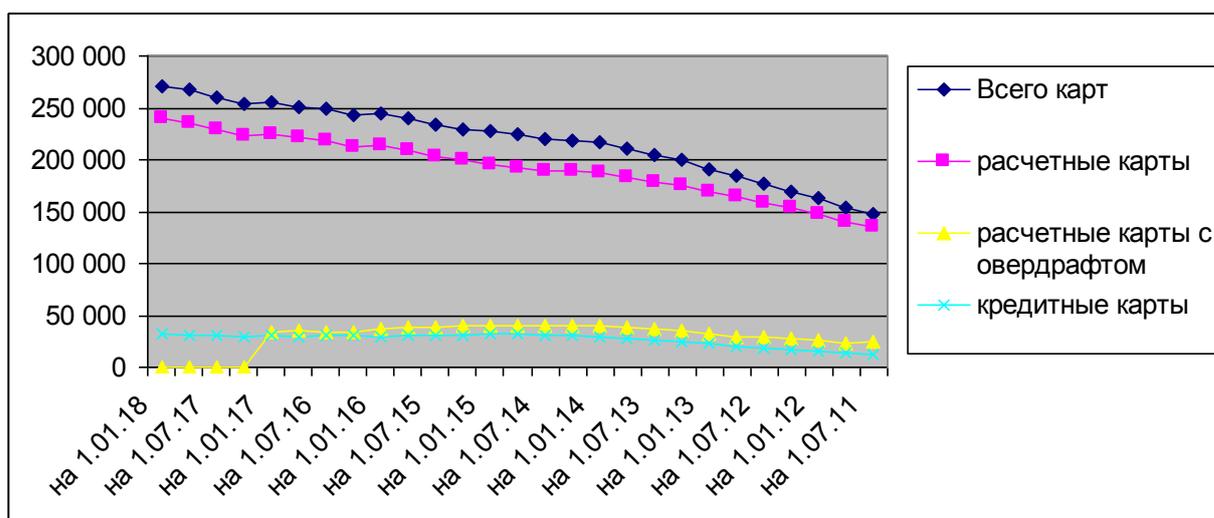


Рисунок 1 - Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями, по типам карт<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Воронин И.В., Федосова СП. Деньги, кредит, банки. М.: Юрайт-Издат, 2012. С. 65.

В структуре операций с использованием платежных карт доля безналичных операций выросла до 80,7% по количеству и 46,6% по объему операций. Темпы прироста таких операций существенно превышали темпы прироста операций по снятию наличных денег (47,0% против 4,3% по количеству и 45,6% против 9,0% по объему). Из 100 безналичных операций с платежными картами 90 приходилось на оплату товаров и услуг, что составляло 52,1% от их общего объема. В совокупном обороте розничной торговли, общественного питания и объеме платных услуг населению доля таких операций выросла с 22,4% в 2015 году до 30,5% в 2016 году. Все более востребованной со стороны пользователей становится услуга кредитных организаций по безналичному переводу денежных средств с одного банковского счета на другой с использованием платежных карт. В 2016 году россияне в 1,8 раза чаще, чем годом ранее, совершали такие операции (1,4 млрд переводов на сумму 10,7 трлн рублей)<sup>3</sup>.

Банковская карта - это инструмент безналичных платежей и расчетов, который:

представляет собой денежное обязательство эмитента - коммерческого банка;

принимается в качестве средства платежа иными, нежели эмитент, организациями;

хранит информацию о размере денежной стоимости в электронной форме во владении держателя.

Анализ динамики количества банковских карт, позволяет сделать вывод, что данный рынок бурно развивается в настоящее время. Операции по банковским карточкам относятся к числу наиболее доходных видов банковской деятельности, так как в среднем доход на единицу затрат в карточном бизнесе выше, чем по другим видам операций.

---

<sup>2</sup> Составлено автором на основе данных Банка России: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru).

<sup>3</sup> Банк России: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru).

Обобщенно информация о классификации банковских платежных карт представлена на рисунке 2

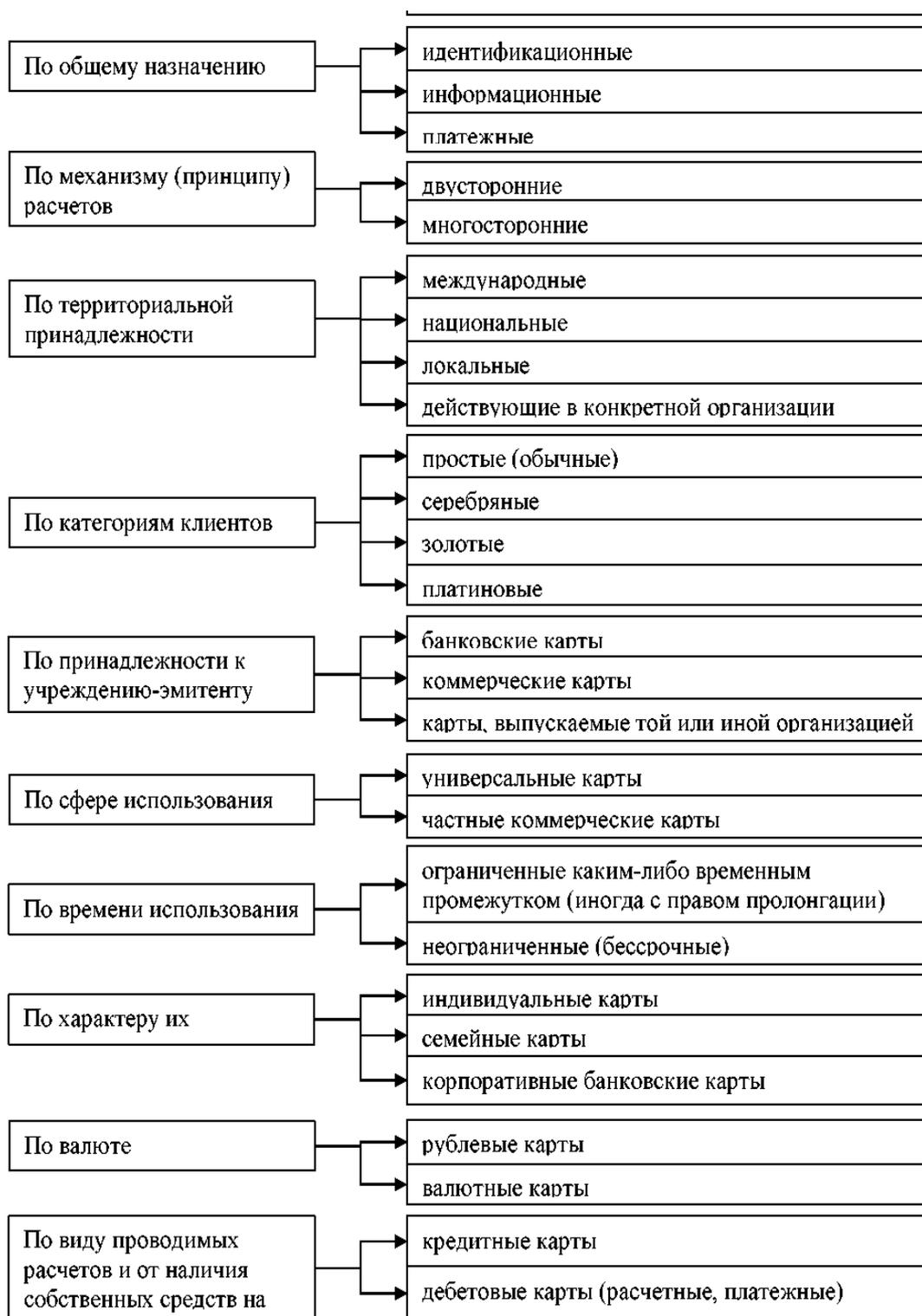


Рисунок 2 Классификация банковских платежных карт

Этим список классификаций банковских платежных карт не исчерпывается, его можно продолжить и разграничивать карты по типу

информации, по технологическим особенностям, по способу записи информации на карту и т.д.

Во второй главе «Анализ деятельности ПАО Банк «Возрождение» в области использования пластиковых карт» количество дебетовых карт по итогам года составило 1 млн; количество кредитных карт — 130 тыс.

Банк «Возрождение» — один из ведущих финансовых институтов России с более чем 25-летней историей, стабильно входящий в топ-30 крупнейших российских частных банков. Региональная сеть Банка «Возрождение» на 1 января 2017 года состоит из 121 подразделения и охватывает 17 регионов Российской Федерации. Самый ценный актив Банка — многолетние отношения с клиентами, выстроенные на принципах человечности, надежности и отзывчивости.

В банке выделяют два основных направления бизнеса, которые приносят прибыль: корпоративный и розничный бизнес. Корпоративный бизнес представляет собой объединение группы людей учредителей, которые при организации своего бизнеса могут брать кредиты, так и наоборот быть кредиторами. Следует отметить, что в современных условиях жесткой рыночной конкуренции корпорации являются наиболее сильными, и как следствие — наиболее выживаемыми в соотношении с другими субъектами рыночных отношений. Акционеры и владельцы корпораций получают от своих вкладов не малые проценты. Прибыль между ними распределяется в соответствии с дивидендами. Но, как правило, часть прибыли не распределяется. В финансовом резерве компании всегда должен быть процент денег, направленный в случае надобности на реинвестирование. Для корпоративного бизнеса рентабельно создавать бизнес проекты, так как данный вид бизнеса является наиболее стойким и серьезным, обеспеченным достаточными инвестициями. Другие формы бизнеса не способны в столь быстрые сроки приумножить желаемые доходы, увеличить объемы продаж и потребительского рынка. Другой полезный аспект корпораций — это то, что каждый держатель акций добросовестно выкладывается для получения

наилучшего результата, так как от успеха компании напрямую зависит приумножение его собственных дивидендов. Минусом корпоративных объединений являются большие налоги, которыми они обкладываются.

Налогообложение исчисляется на единицу прибыли. Розничный бизнес заключается в продаже банковских продуктов и услугах физическим лицам. Прежде всего, к розничным кредитам относятся: потребительские кредиты (могут быть беззалоговыми или же оформляются под залог; с поручителем и без поручителя); автокредитование; кредитные карты (карты с разрешенным овердрафтом); ипотечное кредитование; кредиты на покупку бытовой техники и т.д. При этом если говорить о розничном бизнесе в целом (а не только о кредитовании), есть ряд смежных продуктов, которые можно частично отнести и к розничному бизнесу банка, и к корпоративному. Например, работа по привлечению зарплатных проектов переговоры проводятся менеджерами банка с руководством компаний, договор заключается с юридическими лицами (корпоративный бизнес), а конечными пользователями карт являются сотрудники компании, то есть физические лица (розничный бизнес).

ПАО «Возрождение» использует различные виды банковских карт

Таблица 1 - Виды банковских карт ПАО «Возрождение»

Структура распределения карт по видам	2014	2015	2016	Отклонение (+/ - )	
				2015/2014	2016/2015
Дебетовые карты	36,41	38,32	36,76	+1,91	-1,56
Кредитные карты	33,50	30,66	30,88	-2,84	+0,23
Зарплатные проекты	26,70	27,37	28,53	+0,67	+1,16
Другие виды карт	3,40	3,65	3,82	+0,25	+0,17
Всего	100,00	100,00	100,00	—	—

Исходя из данных таблицы видим, что наибольшую долю в 2014 г. занимали дебетовые карты — 36,41 %, кредитные карты занимали 33,50 %, зарплатные

карты — 26,70 %, другие виды карт — 3,40 %. В 2015 г. доля дебетовых карт выросла на 1,91 %, кредитных — сократилась на 2,84 %, зарплатных — увеличилась на 0,67 %, а других видов карт — на 0,25 %. В 2016 г. доля дебетовых карт сократилась до 36,76 %, за счет увеличения доли кредитных карт на 0,23 %, зарплатных проектов — на 1,16 %, других видов карт — на 0,17 %

продуктовая линейка банковских пластиковых карт в ПАО «Возрождение» представлена достаточно широкой линейкой. И отражает современные тенденции в развитии банковского маркетинга.

Однако при данных условиях, и при том, что Банк осуществляет успешно выпуск карт «Мир», можно отметить некоторое снижение показателей в рассматриваемом вопросе.

На рисунке 3 представлены данные по объему эмиссии карт в ПАО «Возрождение»

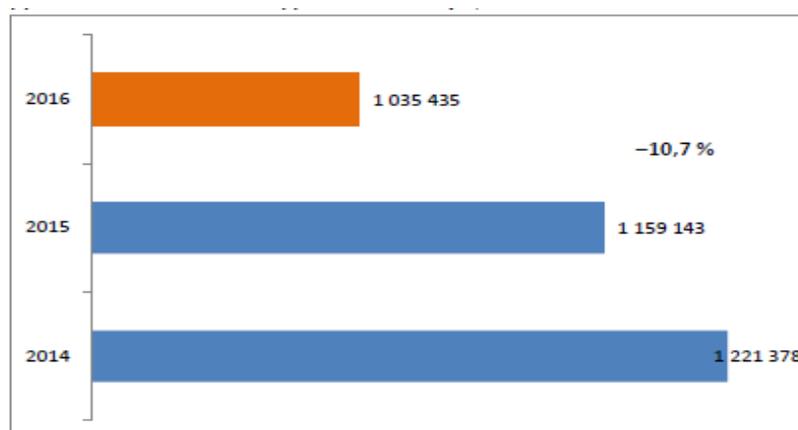


Рисунок 3 - Динамика количества дебетовых карт, шт.

Как можно видеть, из представленных данных, наблюдается отрицательная динамика в выпуске дебетовых карт. Хотя анализ, проведенный в первой главе говорит об обратной тенденции в целом по РФ.

При этом тенденция количества операций по банковским картам продолжает стремиться к увеличению.

Таким образом, мы можем видеть, что ПАО «Возрождение» обладает достаточной финансовой устойчивостью. Однако, существующая отрицательная динамика в выпуске пластиковых карт может негативно

сказаться на дальнейшем развитии банка. Эти показатели могут обусловлены как недостаточной развитостью сети банкоматов, так и сменой политики банка.

Следуя своей стратегии, в корпоративном сегменте Банк концентрировал свои усилия на кредитовании реального сектора экономики, главным образом средних и малых предприятий. В розничном сегменте приоритетным направлением кредитования является ипотека, прирост портфеля которой обеспечивается преимущественно за счет продаж продуктов, разработанных совместно с партнерами — крупными застройщиками и риелторами в регионах присутствия Банка. Также Банк продолжает развивать линейку потребительских кредитов и продажи карточных кредитных продуктов. Банк придерживался консервативной стратегии в оценке экономической ситуации и управлении рисками.

Процесс кредитования претерпевает большие изменения, так как весь мир стал пользоваться кредитами, что привело на современном этапе к вытеснению наличных кредитов кредитными картами. Удобство использования кредитной карты позволяет сэкономить время клиентов и уменьшить издержки банка, так как карта оформляется один раз, а пользуются кредитом многократно. При погашении минимального взноса в счет долга заемщик может располагать средствами в пределах кредитного лимита, а не получать кредит с нуля. Получая же кредит наличными, клиент каждый раз будет подвергаться новой оценке со стороны банка, подтверждать свою платежеспособность, стоять в очередях, тратить время. С кредитной картой доступна гибкая схема: держатели карт по выбору могут вносить часть задолженности или сразу всю сумму долга, а кредит наличными клиент должен погашать в указанный срок. Достоинством кредитной карты является тот факт, что получить ее намного проще, чем кредит наличными. Немаловажным фактором является то, что кредитную карту можно получить без каких-либо справок и поручителей, следовательно, существуют риски невозвратов. Получить карту возможно, если заемщик:

- 1) является гражданином Российской Федерации;
- 2) имеет постоянную регистрацию на территории РФ в любом регионе присутствия Банка;
- 3) имеет возраст от 21 до 60 лет для мужчин, от 21 до 55 лет для женщин включительно;
- 4) имеет постоянную работу и стаж работы на последнем месте не менее 3 месяцев;
- 5) имеет ежемесячный подтвержденный доход не менее 7 000 рублей;
- 6) не имеет отрицательной кредитной истории.

Таким образом, российским банкам следует развивать деятельность на рынке кредитных карт по следующим направлениям: совершенствовать ценовую политику банка в отношении кредитных карт; создавать имиджевые платежные карт для различных слоев населения (по примеру молодежных карт Сбербанка России); повышение функциональности использования кредитных карт (расширение инфраструктуры расчетов безналичным путем, обучение клиентов безналичным расчетам, памятки по проведению расчетов через банкомат, терминал или POS-терминал); дифференцированный подход к формированию условий обслуживания платежных карт в зависимости от сроков кредитования, суммы кредитного лимита, статуса клиента (VIP-клиент, средний класс, молодежь, студенты, пенсионеры, молодые семьи и т.п.).

На данный момент «Возрождение» выпускает различные виды банковских карт, каждая из которых имеет свои конкретные преимущества. Проанализировав условия по каждой карте и рассмотрев все их преимущества и достоинства, считаем целесообразным расширить сегмент карточных продуктов банка и предложить выпустить новую кредитную карту, которая бы представляла интерес для клиентов банка и пользовалась популярностью, которые часто летают на самолётах и совершают авиаперелеты.

Проведенный анализ позволил выявить основные недостатки в организации работы банка с пластиковыми картами:

- использование карт в основном как инструмента обналичивания денежных средств;
- значительное преобладание карт, выданных в рамках зарплатных проектов;
- ограниченность бонусных программ;
- неразвитая эквайринговая сеть.

Анализ ситуации на российском рынке пластиковых карт позволяет отметить, что Россия по сравнению с другими странами демонстрирует относительно высокий коэффициент восприятия карточных платежных технологий, однако большая часть эмитированной базы — это дебетовые карты, выданные в рамках «зарплатных» схем, т. е. не по требованию потребителей, а по распоряжению работодателей.

На основе анализа основных проблем рынка пластиковых карт предложен комплекс мер для их решения:

- продвижение карт как платежного инструмента с помощью маркетинговой политики, нацеленной на отражение наиболее привлекательных для клиентов имиджевых характеристик банковских продуктов;
- расширение бонусных программ, нацеленных на интересы различных целевых аудиторий, исходя из потребностей и повседневных нужд потенциальных клиентов;
- обеспечение большей доступности услуги торгового эквайринга для предприятий малого бизнеса посредством дифференцированного подхода (более высокие требования для крупных организаций и несколько сниженные — для малых);
- дополнительное стимулирование клиентов посредством ежемесячного начисления процента на остаток средств на пластиковой карте.

С помощью регрессионного анализа, были рассмотрены некоторые факторы, влияющие на объем выпуска карт в РФ.

Из всех ранее выделенных объясняющих переменных наиболее важными оказались общее количество учреждений банковской системы и количество электронных терминалов. Именно эти показатели в большей степени влияют на эмиссию банковских карт. Согласно полученной модели, увеличение учреждений банковской системы на 1 единицу, при прочих равных условиях, приведет к выпуску пяти банковских карт. А увеличение электронных терминалов на 10 единиц, при прочих равных условиях, приведет к росту количества банковских карт на 1 единицу.

Подобный количественный метод оценки экономических показателей эффективен, когда окружающие условия не претерпевают системных или больших изменений.

В заключении можно сказать, что развитие российского рынка банковских пластиковых карт является одним из важнейших факторов при достижении целей по сокращению расчетов наличными денежными средствами и развитию безналичных расчетов в сфере розничных платежей. Платежные карты занимают лидирующую позицию среди платежных инструментов, используемых на рынке розничных платежей. Благодаря универсальности платежной карты, стало возможным решение различных задач не только в сфере розничных услуг, но и в социальной, бюджетной сферах.