Мищенко И.С.
Ставропольский государственный аграрный университет

На, карту, друг

платежные карты как элемент инфраструктуры банковского предпринимательства

Рассматривая рынок банковских платежных карт как составной элемент инфраструктуры банковского предпринимательства, можно отметить, что его развитие в современных условиях идет весьма динамично. Увеличивается эмиссия платежных карт, растут обороты и остатки по картсчетам, расширяется спектр услуг с их использованием. Вместе с тем функциональность платежных карт до сих пор в регионах реализована не в полном объеме. Это объясняется не только высокой концентрацией карточного бизнеса в Московской и Ленинградской областях, но и недостаточной мотивацией населения регионов в ежедневном использовании карт не только в качестве средства доступа к счету, но и как средство кредитования или накопления.

Смещение акцентов на операции с наличными денежными средствами посредством платежных карт вызвано российскими особенностями их внедрения на рынок банковских услуг, когда массовость эмиссии (выпуска – *ред.*) не подкрепляется адекватной инфраструктурой их обслуживания, способной проявить у потребителей интерес к ним как платежному инструменту.

Особо остро на данный момент стоят вопросы необходимости контроля распределения финансовых потоков на региональных рынках, внедрения новых банковских продуктов на основе платежных карт для физических лиц и предпринимательских структур, анализе ситуации на рынке платежных карт и взаимодействии его субъектов.

Одна из ключевых задач российских банков заключается в повышении рентабельности их основной предпринимательской деятельности. Чтобы добиться успехов в этой области, им необходимо сосредоточить усилия на диверсификации источников доходов и сдерживании затрат. Карточный бизнес в банковском предпринимательстве является, на наш взгляд, одним из перспективных диверсификационных путей.

Сегодня коммерческие банки осуществляют эмиссию платежных карт российских и международных платежных систем. Согласно Положению ЦБ РФ от 24 декабря 2004г. №266-П «Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт»

под эмиссией банковских карт понимается деятельность кредитной организации, связанная с выдачей банковской карты. Кредитная организация, осуществляющая эмиссию банковских карт, именуется кредитной организацией – эмитентом вне зависимости от её юридического статуса в платежной системе. При этом банк – эмитент выполняет следующие функции:

- *андеррайтинг клиента* (анализ платежеспособности заявителя, открытие карточного счета, определение лимита кредитования);
- *выпуск карты* (спектр операций от кодирования и записи персональных данных держателя на магнитную полосу карты до последующего перевыпуска карты);
- *авторизацию* (разрешение на проведение транзакции, т.е. выдачу подтверждения гарантии оплаты товаров или услуг/получения наличных, приобретаемых/получаемых держателем карты в ходе конкретной транзакции, выдаваемое эмитентом карты *эквайреру*, который передает его предприятию торговли/услуг);
- *получение комиссии* за обмен информацией;
- *подготовку и высылку* владельцу карточки выписки по счету с указанием сумм и сроков погашения задолженности;
- *бухгалтерский учет операций* по карточному счету;
- *взыскание просроченной задолженности* и контроль превышения кредитного лимита;
- *операционную работу* с клиентами (в том числе рассмотрение спорных транзакций);
- обеспечение безопасности и контроль над мошенническими операциями по картам (подготовку отчетов по украденным и подделанным картам, блокировку счетов);
- маркетинг (поиск новых клиентов, реклама).

одна из ключевых задач российских банков заключается в повышении рентабельности их основной предпринимательской деятельности

Реализация этих функций формирует значительную группу доходов современных банков и является основным направлением их предпринимательской деятельности, что стимулирует расширение эмиссионных операций на рынке платежных карт. При этом следует учитывать, что предпринимательский доход коммерческих банков, связанный с эмиссией платежных карт, включает в себя:

1. Первоначальный взнос.

Устанавливается банками с целью выявления платежеспособности клиента, а также с целью привлечения дополнительных ресурсов. Однако данный вид эмиссионного дохода становится менее целесообразным, поскольку не гарантирует заявленной платежеспособности клиента. Так, клиент, получив карту, может после активации лимита обналичить денежные средства. Как альтернативный вариант оценки платежеспособности клиента предлагается проводить *андер-*

райтинг (неформальную оценку платежеспособности) на этапе принятия решения о выпуске карты.

2. Страховой депозит, неснижаемый остаток.

Целью взимания страхового депозита банками является увеличение объема привлеченных средств на более долгий, нежели при первоначальном взносе, срок. Однако данная операция накладывает обязательство перед кредитной организацией по ведению бухгалтерского учета, что, несомненно, приводит к дополнительным затратам банка. Другой главной целью взимания страхового депозита является покрытие *овердрафтных* рисков[1]. Несанкционированный (технический) овердрафт может возникнуть в следующих случаях:

а) при использовании карт в торгово-сервисной сети без проведения процедуры авторизации;

б) возникновение курсовой разницы при произведенной банком-эмитентом конверсии по совершенным операциям, валюта которых отлична от валюты счета и т.д. Суммы по данным операциям могут превышать не только остаток на счете клиента-держателя банковской карты, но и лимит кредитования, установленный соответствующим договором.

3. Плата (тариф) за оформление и годовое обслуживание, продление срока действия карты.

Данный тариф является главной статьей операционного дохода банка. Наблюдается варьирование цен на изготовление и обслуживание карт стандарта *Classic*, и довольно однородное предложение со стороны карт стандарта *Gold*.

Как правило, стоимость первого года пользования картой тарифицируется банками на 25-100% дороже стоимости пользования картой в последующие годы, что трактуется банками как «плата за оформление» и «плата за годовое обслуживание». Кредитные организации также могут отменять плату за оформление и годовое обслуживание карты в случаях маркетинговых кампаний (бесплатный выпуск карты для лиц, открывших в банке определенный вклад и т.д.).

4. Переоформление карты в случае утраты.

Утрата карты связана с её утерей либо кражей. Клиент оплачивает блокировку карты, постановку её в стоп-лист (в случае необходимости) или перевыпуск новой карты.

5. Операции покупок.

Основным транзакционным доходом банков от розничных операций являются операции покупок в предприятиях торговли и сервиса. Межбанковские комиссии (*interchange fee*) в пользу эмитента, исчисляются с оборота по торговым операциям, совершенным держателями эмитированных карт. Размер данных комиссий зависит от некоторых дополнительных параметров, географического деления на регионы,

сегодня коммерческие банки осуществляют эмиссию платежных карт российских и международных платежных систем

предусмотренного платежными системами. Размер комиссионных эмитента составляет 0,5 до 1,25% от оборота.

6. Операции выдачи наличных.

При рассмотрении данного вида транзакционных доходов учитываются снятие держателем карты денежных средств через банкомат эмитента или через банкомат стороннего банка.

В отличие от эмиссионных банковских операций, рынок эквайринга не имеет массового характера, т.к. соглашение о сотрудничестве между банком и предприятиями торговли и сервиса носит индивидуальный характер.

Под банковским *эквайрингом* понимается деятельность кредитной организации, включающая в себя осуществление расчетов с предприятиями торговли/услуг по операциям, совершаемым с использованием банковских карт, а также осуществление операций по выдаче наличных денежных средств держателям банковских карт, не являющихся клиентами данной кредитной организации.

Эквайринговый бизнес банка генерирует операционный банковский доход, поскольку расчетные счета предприятий открываются преимущественно в банках-эквайрерах. Операции эквайринга способствуют выводу из тени доходов предприятий, их легализации, что, в свою очередь, увеличивает сборы в бюджет.

Следует отметить, что эквайринговый рынок является более конкурентным, чем эмиссионный. За каждого клиента между банками ведется определенное соперничество, результатом которого является снижение тарифных ставок. Нередко банки с целью диверсификации эквайрингового бизнеса ведут демпинговую политику, в надежде на удержание клиента. Несомненно, что такая политика ведет к убыточности данного бизнеса.

целью взимания страхового депозита банками является увеличение объема привлеченных средств на более долгий, нежели при первоначальном взносе, срок

Необходимо учесть влияние, оказываемое на эквайринговый бизнес со стороны торгово-сервисных предприятий. Большое значение имеет расположение торговой точки: географическое, удаленность или приближенность к местам наибольшей проходимости потенциальных клиентов и т.д. При этом следует учитывать, что при выдаче наличных средств через банкомат или терминальное устройство банк-эквайер получает доход лишь за счет межбанковской комиссии (*reimbursement fee*).

[1] *Овердрафт – краткосрочное заимствование денежных средств банка в связи с текущим недостатком средств на счете физического или юридического лица*