

Абляев С.В.

соискатель ученой степени д-ра экон. наук,
кафедра «Финансы, кредит и страховании»
Российской академии предпринимательства

пластик – не фантик...

совершенствование механизма функционирования
финансово-кредитных учреждений
за счёт инноваций в сфере
пластикового рынка – эквайринг

Основными целями финансовой политики России являются преодоление существенных различий между субъектами РФ по факторам развития и уровню жизни, максимальное использование потенциала межрегионального сотрудничества. Их достижение требует обеспечения необходимых средств для производства, потребления и исключения неоправданных привилегий каким-либо территориям; устранение финансовых барьеров на пути движения товаров, услуг, передачи экономических полномочий и ответственности соответствующим руководителям.

Расширение банковского дела предопределяет необходимость построения стратегии развития. Современный коммерческий банк как финансовый посредник обеспечивает межотраслевое и межтерриториальное

перераспределение денежного капитала. Именно поэтому стратегия развития пластиковых платежных инструментов должна учитывать особенности рынка пластиковых карт той или иной территории, региона.

стратегия развития
пластиковых платежных
инструментов должна
учитывать особенности
рынка конкретного
региона

Надо признать: российские банкиры в последнее время перестали ориентироваться исключительно на экстенсивный рост и все больше раскручивают новые возможности пластиковых карт. Необходимо заметить то, что всё чаще люди нашей страны прибегают к помощи пластиковых карт при расчёте за совершенные покупки в развивающихся торговых сетях, входящих в структуру эквайрингового рынка

страны. Пластиковые карточки превращаются в визитную карту жителей России, начиная от пенсионеров и заканчивая студентами. Существующая простота и удобство обращения в сфере карточной системы подталкивают многих людей, идущих в ногу со временем, к обращению в банк для приобретения пластиковых карт, используемых ими как в повседневной жизни, так и для отоваривания заработной платы. Такая форма оплаты жизненных потребностей, популярная во многих странах всего мира, постепенно начинает укореняться и в нашей стране.

Многие пластиковые карты имеют международный уровень и принимаются к оплате разнообразными банками мира, что делает эту систему вдвойне выгодной для туристов и бизнесменов. Конечно, отечественная система пластиковых карт не так развита, и не имеет многих разновидностей финансовых схем обслуживания, так как в России этот вид деятельности только-только начинает приживаться. Несомненно, будущее пластикового бизнеса зависит как от регионов, так и от крупных городов, где бурно происходит развитие этой сферы для юридических и физических лиц.

Мы часто встречаем очереди у банкоматов – казалось бы, это явный признак развития пластикового рынка, однако такие дни, как правило, совпадают с днями выдачи заработной платы на многих предприятиях и не могут служить показателем роста. Вторая особенность этого момента заключается в том, что слишком маленький процент банкоматов приходится

современный
коммерческий банк
как финансовый
посредник обеспечивает
межотраслевое
и межтерриториальное
перераспределение
денежного капитала

на душу населения в некоторых районах и областях нашей страны. Но зачастую некоторые финансово-кредитные организации поднимают комиссионный процент обслуживания для держателей карточек не родственных структур. Хотя ставка и не велика, но люди просто не желают дарить свои заработанные средства и поэтому вынуждены искать банкомат своей организации, где, как правило, уже собралась очередь клиентов.

Проблема решения этого вопроса стоит остро, поэтому необходимо создание банковских альянсов. Однако реальные шаги в данном направлении сделаны только в Центральном федеральном округе. Несмотря на многочисленные декларации банкиров о необходимости согласованных действий на рынке пластиковых карт, консолидирующей системы по-прежнему нет.

Обращаясь к опыту западных стран, мы можем увидеть, что именно направление пластиковых карт в разветвленной эквайринговой сети является самым развитым и нуж-

пластиковые карточки
превращаются
в визитную карту жителей
России, начиная
от пенсионеров
и заканчивая студентами

ным в решении накопивших задач. А у нас в этой сфере наблюдается заметное отставание и нежелание многих банкиров вкладывать денежные средства в ее развитие, так как старая система хоть и порочна, но работает стабильно, принося прибыли и не требуя большого внимания.

Региональная структура карточного рынка России достаточно неоднородна. Федеральные округа — это территориальное образование, сформированное по геополитическому принципу. В то же время, нельзя не заметить, что условия функционирования банков на этих территориях неодинаковы. Как считают ведущие экономисты нашей страны, основным препятствием в развитии удобной межбанковской программы является недостаточная развитость инфраструктуры обслуживания владельцев пластиковых карт.

В настоящее время в РФ более 90 процентов всех пластиковых карт оформляется для получения заработной платы через эквайринговую сеть. Как ни странно, но Южный федеральный округ является лидером в этой сфере.

Однако, по мнению многих социологов, люди по старинке пред-

почитают пользоваться наличными средствами, а карточки воспринимают как кусок пластика. Именно поэтому они пользуются ими один раз в месяц при снятии заработной платы, но делают это без удовольствия, ратуя на навязанную новацию их работодателей.

Большинство экспертов останавливаются на том, что стратегическое развитие платежных инструментов зависит от развития ритейлового рынка, основным инструментом которого является пластиковая карта. Банки, стремясь увеличить прибыль, предпринимают попытки внедрения новейших технологий в сфере привлечения массового клиента. Следствием этого является растущее число банкоматов и терминалов в торговых сетях, расширяющийся ассортимент пластиковых карт, эмитируемых банком.

Попытки привлечь розничного клиента ведут к увеличению количества карт, улучшению пластиковой политики банка. А это, в свою очередь, увеличивает число розничных клиентов. Грамотно пост-

в настоящее время
в России более
90 процентов всех
пластиковых карт
оформляется
для получения
заработной платы через
эквайринговую сеть

роенная политика банка в сфере пластиковых карт несет в себе и аналогичную деятельность менеджеров банка, маркетинговую деятельность и т.д.

На наш взгляд, для улучшения ситуации на рынке пластиковых карт, следует расширить эквайринговую сеть, включить в нее не только супермаркеты, но и аптеки. Это позволит пенсионерам охотнее использовать карту для оплаты товаров и услуг. Для активизации молодежи необходимо включить в эквайринговую сеть спортклубы, кинотеатры, интернет-кафе. Для более широкого использования пластиковых карт как средства платежа следует ускорить переход на EMV-стандарты, что позволит включить в эквайринговую сеть и такие многие дискаунтеры.

В целом эквайринговый рынок в России пока находится в состоянии демпинга. Многие опасаются, что расходы на развитие сетей в дальнейшем могут быть перераспределены на плечи людей, обладающих пластиковыми картами. Однако, несмотря на все трудности, банки в последнее время расширяют свои сети в сфере эквайринговых услуг. Несомненным лидером здесь остаётся Сбербанк.

Мы можем сделать вывод, что подобная банковская стратегия оправдана, так как потенциал развития карточного рынка довольно большой. Об этом свидетельствует все возрастающее число эмитированных карт в разных регионах России, увеличение числа транзакций с использованием банковских пластиковых карт. В то же время, в стране не принята единая стра-

многие россияне
по старинке
предпочитают
пользоваться наличными
средствами,
а карточки воспринимают
как кусок пластика

тегия, программа развития карточного бизнеса на государственном, региональном уровнях, что является необходимым в условиях недостаточной информированности населения о преимуществах использования пластиковых карточных продуктов.

Вот и получается, что основное препятствие на пути развития «пластикового» рынка в регионах и центрах – не слабая законодательная база или устаревшие технологии, а инертность финансового мышления бизнесменов и препоны со стороны чиновников разного уровня.

Литература

1. Бузин А. Региональная структура карточного рынка России. – М., 2006.
2. Калинина Ю.В., Калинина Т.Н. Банковская стратегия развития пластиковых платежных инструментов. – Екатеринбург, 2004. – 156 с.
3. Чаблин А. Регионы открывают прелести «пластикового» бизнеса // Российская Газета. – 15.06.2004.

рп