

УДК 593.

Д.Н.Бочаров (асп., каф. МБ), Е.Р.Счисляева, д.э.н, проф.

## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В РОССИИ

В условиях развития хозяйственных связей происходит процесс интеграции экономик отдельных государств и развития платежных систем. Безналичные формы расчетов нашли широкое применение в современном мире. Достаточно сказать, что безналичная оплата товаров и услуг в промышленно развитых странах достигает 90% в структуре всех денежных операций, при этом деятельность платежных систем становится принципиальной. Одним из основных инструментов безналичных расчетов для частных лиц становятся платежные карты.

Платежная карта – это многоразовый платежный и кредитный инструмент длительного пользования, обладающий наиболее высокой на сегодня степенью защиты от подделок и к тому же содержащий идентификационную информацию о держателе карточки, позволяющий производить проверку его платежеспособности. В настоящее время пластиковый бизнес – это более 1,3 млрд. выпущенных карт. Ежегодный мировой оборот превышает 3 трлн. долл. Платежные карты принимаются более чем 20 млн. торгово-сервисных предприятий.

Рынок платежных карт в России развивается очень динамично. На начало 2005 г. в стране эмитировано более 35 млн. карт. Это на 11 млн. больше чем в начале 2004 г. Если верить прогнозам специалистов, в ближайшие два-три года их количество должно увеличиться в несколько раз.

Основную роль на российском рынке играют международные платежные системы Visa International, Europay International, Dinners Club International, American Express, JCB. В течение десятилетий глобальные платежные ассоциации Visa International и Europay International диктовали свои условия на карточном рынке. Именно эти две системы определяют общие правила игры до сих пор и занимают 40% и 23% российского рынка соответственно. Однако сейчас, испытывая жесточайшее давление со стороны крупнейших акцептантов, регулирующих органов и судебных инстанций, руководители Visa International и Europay International в срочном порядке вынуждены вносить коррективы в установленные ими правила, тем самым открывая двери для новых технологий, альянсов и маркетинговых стратегий.

Несмотря на наличие препятствий и трудностей, а также на довольно крупные начальные затраты, связанные с запуском и отработкой технологий использования пластиковых карт, российские банки всё активнее используют этот инструмент для реализации стратегических целей по развитию розничного бизнеса. Если банк рассчитывает удержаться в какой-либо нише на рынке частных вкладов, то ему не обойтись без выпуска платежных карт.

В России, расширяя свой пластиковый «ассортимент», международные платежные системы делают ставку на массовый рынок, до последнего времени в некоторой степени обделенный многообразием карт. Прежде всего, это касается банковских ассоциаций, традиционно ориентирующих свои карточные портфели на массового потребителя.

Согласно прогнозу представителей международных платежных систем, в ближайшее время российский рынок переживет бурный этап развития «белого» карточного кредитования. По их мнению, в 2006 г. заметно увеличится число банков, использующих револьверную схему кредитования. Фактически уже сейчас некоторые российские банки предоставляют по своим картам револьверные кредиты. Однако рынок именно кредитных

карт находится только в стадии подъема и широкомасштабные программы запускают только ключевые банки при значительной поддержке международных платежных систем.

Специфика российского рынка состоит в том, что рынок развивается в основном не за счет индивидуальных вкладчиков и держателей карт, а за счет «зарплатных» проектов, суть которых – обслуживание банком процесса начисления и выдачи заработной платы сотрудникам предприятия с использованием банковских пластиковых карт. Эта система очень широко распространена в регионах России и доля «зарплатных» карточек оставляет около 80% всех выпущенных карт. Это во многом объясняет поведение держателей, которые после начисления заработной платы сразу же ее снимают в банкомате, отсюда и возникает высокий процент снятия наличных денежных средств – 93% от суммы всех операций.

Таким образом, в России очень активно развивается банкоматная сеть, которая по своим количественным и качественным показателям скоро может достигнуть западного уровня. Большие финансовые расходы в этой сфере достаточно быстро дают отдачу и окупаются за счет большого количества операций.

Принципиальным и исторически основным является обслуживание пластиковых карт в торгово-сервисной сети (эквайринг). На относительно пустом российском рынке эквайринг является достаточно доходным, даже по сравнению с эмиссией карт. Однако, развитие торгово-сервисной инфраструктуры в России и других странах Восточной Европы, особенно в странах СНГ, сдерживается не только относительно небольшими размерами карточных рынков (отсутствием сетевых эффектов), но и небольшой долей кредитных карточек на карточном рынке. В этих условиях крупные торгово-сервисные компании и отдельные предприятия, торгующие дорогостоящими товарами, начинают использовать собственные программы продажи этих товаров в кредит, но, к сожалению, не по кредитным карточкам.

Реально значимую роль в развитии эквайринга в России играют сегодня программы лояльности. Как правило, большинство подобных программ реализуется в виде дисконтных или бонусных проектов с использованием в качестве материальной основы пластиковых карт или бумажных купонов, сертификатов. Подобного рода программы позволяют привлекать новых клиентов в большие розничные сети магазинов, ресторанов и др., а с другой стороны – делать более привлекательными банковские продукты для массового пользователя.

Рынок платежных карт всё больше становится полем конкурентной борьбы между российскими банками и между международными платежными системами. Операции по банковским карточкам относятся к числу наиболее доходных видов банковской деятельности. В среднем доход на единицу затрат в карточном бизнесе выше, чем по другим видам операций. Кроме международных платежных систем, в России действуют общероссийские платежные системы: СТБ, Юнион Кард, Золотая Корона. Существенных технологических различий между российскими и международными платежными системами нет, однако масштабы деятельности международных компаний значительно отличаются от российских.