**Организация банковских расчетов при помощи банковских пластиковых карт**

2013

Диплом

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

ВВЕДЕНИЕ

Развитие экономики любого государства сегодня невозможно без высокоэффективной системы денежного обращения и использования современных платежных механизмов. Стремительное развитие научно-технического прогресса затронуло и развитие банковских технологий в сфере осуществления различных платежей.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что сегодня банковские карточки выступают ключевым элементом электронных банковских систем, все более активно вытесняя привычные чековые книжки и наличные деньги. Та немаловажная особенность, что на карточке содержится определенный объем информации, необходимый для доступа к счету в банке, проведения расчетов за товары, услуги или работы, а также снятия наличных денежных средств позволяет ей служить наиболее простым и прогрессивным средством в организации безналичных расчетов.

С развитием современной банковской системы России и в условиях стабилизации положения на финансовом рынке, происходит активное внедрение банковских пластиковых карточек в платежный оборот страны.

Многие банки предпочитают диверсифицировать свою деятельность и сочетают выпуск международных карточек с членством в российских платежных системах. Карточки международных платежных систем имеют пока неоспоримое преимущество перед российскими, так как их принимают по всему миру.

Надо отметить, что в настоящее время карточки становятся дешевле, то есть снижаются тарифы за выдачу карточек и растет доля дешевых для клиента дебетовых карточек, как VISA, Mastercard и доля российских карт.
Основная задача - сделать банковскую карточку поистине массовой, добиться, чтобы она стала привычным платежным инструментом для каждой российской семьи. Именно это будет мощным стимулом развития розничного финансового рынка, даст российской банковской системе новые возможности в плане мобилизации денежных средств населения, привлечет относительно недорогие кредитные ресурсы.

Каждая из платежных систем, каждый банк-эмитент решают эту задачу по-своему. Конкурентная борьба на рынке банковских карточек идет, в конечном счете, во благо всем участникам рынка, так как заставляет постоянно думать об эффективности деятельности и о привлекательности услуг платежной системы для клиентов и коммерсантов. Однако оборотной стороной конкуренции выступает не только дробление рынка, но и нескоординированность усилий участников рынка по его развитию. В то же время существует целый ряд задач, решение которых не под силу ни одному из субъектов рынка банковских карточек в отдельности. Решать эти задачи необходимо, и в их скорейшем и наиболее эффективном решении заинтересован каждый, кто работает с банковскими карточками.

Построение российской системы расчетов при помощи пластиковых карт должно учитывать то, что платежные системы разных стран существенно отличаются друг от друга в связи с различиями в уровнях экономического развития, особенностями банковского законодательства, платежными обычаями. Поэтому данную систему надо формировать в соответствии со спецификой и особенностями самой банковской системы, при тщательном изучении специфики денежного обращения и факторов, формирующих его движение, кроме этого необходимо учитывать состояние переходного периода в экономике и уровень платежеспособности и деловой активности населения.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)[Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)[Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

Целью данной дипломной работы является изучение методологических основ организации банковских расчетов при помощи банковских пластиковых карт, а также анализ действующей практики внедрения пластиковых карт на примере конкретного банка и разработка путей повышения эффективности работы с пластиковыми картами. Для достижения обозначенной в данной работе цели необходимо решить следующие задачи:

 рассмотрение роли и значимости пластиковых карточек в системе денежного обращения страны;

 изучение механизма расчетов при помощи пластиковых карт;

 анализ технических характеристик пластиковых карточек;

 изучение современных зарубежных и российских платежных систем;

 анализ эффективности внедрения пластиковых карточек на примере конкретного банка;

 разработка путей повышения эффективности работы с пластиковыми картами.

Предметом исследования в данной работе являются платежные системы на основе банковских карт.

Объектом исследования в данной дипломной работе является акционерный коммерческий банк «ТрансКредитБанк». Выбор данного банка в качестве объекта исследования объясняется тем, что стабилизация политической и экономической ситуации в стране, рост реальных доходов граждан, подкрепленный взвешенной процентной политикой, позволили Банку добиться за последние три года высоких темпов привлечения средств населения во вклады.

Более того, развитие собственной расчетной карточной системы имеет для «ТрансКредитБанка» особое значение в силу специфики его работы. Ни один из коммерческих банков так и не смог занять на рынке частных вкладов России сколь-нибудь значительный сегмент. Финансовый кризис 17 августа 1998 году еще более усилил тенденцию централизации средств частных вкладчиков. В силу этих причин именно «ТрансКредитБанк» имеет не только необходимость, но и реальную возможность организации крупной расчетной системы на Российском финансовом рынке.

Методологической и теоретической базой исследования является современная теория банковского маркетинга и менеджмента, а также финансового менеджмента в банке. Практическую основу работы составляют данные «ТрансКредитБанка» за период 2010-2012 гг.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ.

.1 Основные понятия, применяемые в системе безналичных платежей

Процессы, происходящие в области безналичных расчетов за последние несколько лет, вызывают значительный интерес, хотя сфера их применения все еще остается на достаточно низком уровне по сравнению с наличными деньгами.

Тем не менее, в условиях интенсивного роста технологических и рыночных инноваций в сфере розничных и крупных безналичных платежей все чаще встает вопрос о модернизации действующей платежно-расчетной системы и все актуальнее становится проблема внедрения новых механизмов осуществления этих платежей и расчетов, все большее значение приобретает четкое определение новой экономической категории - электронных денег (e-money), а также выявление функционально-технологических особенностей их расчетных схем и организации систем электронных денег и определении их места в системе безналичных расчетов.

Безналичный денежный оборот представляет собой часть денежного оборота, в котором движение денежных средств осуществляется в безналично-денежной форме в порядке перечисления (перевода) денежных средств со счета плательщика в банке на счет получателя, путем зачета взаимных требований, а также с использованием других банковских операций. В наиболее общем виде безналичные расчеты представляют собой совокупность безналичных денежно-кредитных операций в процессе реализации товаров и услуг, распределения и перераспределения национального дохода.

Что касается сущности электронных денег, то за последние три десятилетия термин «электронные деньги» получил широкое распространение как в зарубежной, так и в отечественной экономической литературе.

Существует множество научных работ, посвященных тем или иным аспектам развития электронных денег. Вместе с тем следует признать, что в настоящее время отсутствует единое мнение относительно понятия «электронные деньги». В российском законодательстве вместо термина «электронные деньги» используется понятие «предоплаченный финансовый продукт», под которым понимаются «денежные обязательства кредитной организации, заменяющие в процессе их обращения требования юридических и/или физических лиц по оплате товаров или услуг, и в том числе денежные обязательства, составленные в электронной форме

Западные специалисты предпочитают так называемый технологический подход к определению электронных денег.

Согласно Директиве Европарламента и Союза ЕС 2000/46/ЕС «О деятельности в сфере электронных денег и пруденциальном надзоре над институтами, занимающимися этой деятельностью», электронные деньги представляют собой «денежную стоимость, представленную в виде требования к эмитенту, которая:

1) хранится на электронном устройстве;

2) эмитируется после получения эмитентом денежных средств, сумма которых не менее выдаваемой денежной стоимости (следует заметить, что в первоначальной редакции вместо данного критерия фигурировал другой: «создается для предоставления в распоряжение пользователей в качестве заменителей монет и банкнот и для осуществления переводов денежных средств электронным способом в ограниченном размере»;

) принимается в качестве платежного средства предприятиями, отличными от эмитента.

На практике под «электронными деньгами» зачастую понимают так называемые «электронные платежи», осуществляемые посредством «электронных кошельков», - программ, работающих непосредственно в интернет-пространстве и оперирующих средствами со счета пользователя.

В России распространены две системы осуществления расчетов с помощью «электронных денег» - международная система WebMoney и российская система Яндекс. Деньги. Принципиальное различие между этими системами, помимо страны их происхождения (WebMoney разработана американскими специалистами, Яндекс. Деньги - российская система), состоит в том, что WebMoney требует установки на компьютер пользователя дополнительной программы-терминала, собственно «электронного кошелька», с помощью которого и осуществляются расчеты, в то время как оперировать средствами в системе Яндекс. Деньги можно с помощью Интернет-браузера: вся информация о счетах клиентов хранится на едином сервере, что делает эту систему несколько менее безопасной.

Пополнять свой «электронный кошелек» можно двумя способами - либо путем покупки предоплаченного финансового продукта - специальной карты, либо путем перечисления денег на счет, которое может быть осуществлено как в наличной (в том числе через специальные денежные терминалы), так и в безналичной форме.

«Электронные деньги» получили в настоящее время в сети Интернет широкое распространение, практически все интернет-магазины и сервисные службы принимают оплату с помощью «электронных денег» различных систем - и WebMoney, и Яндекс. Деньги.

Преимущество безналичных расчетов

Во-первых, одно из основных преимуществ безналичных расчетов заключается в прозрачности денежных потоков. Более того, российская экономика в значительной степени ориентирована на наличность, поскольку в России почти 50% денежной массы в узком смысле - это наличные деньги, находящиеся в обращении. Ориентация экономики на наличность не только снижает способность банков выступать в качестве финансовых посредников, но и, как упоминалось ранее, подпитывает неофициальную экономику.

Многочисленные исследования, проведенные в разных регионах мира, позволяют сделать вывод о том, что рост объемов электронных платежей обеспечивает странам ощутимые экономические выгоды. Это обусловлено главным образом тем, что в большом масштабе электронные платежи намного эффективнее наличных расчетов с точки зрения затрат. По мнению президента VISA International Кристофера Родригеса общие издержки, связанные с использованием системы наличных платежей, составляют от 5 до 7% ВВП Так, за 2005 г. данные издержки в денежном выражении колебались в диапазоне от 1079,9 до 1511,86 млрд руб. Результаты исследований позволяют также заключить, что более высокая по сравнению с наличными расчетами эффективность электронных платежей способна обеспечить странам экономию в размере 1% ВВП, что в случае с Россией соответствовало бы 215,98 млрд рублей. Развитые безналичные платежи повысили бы прозрачность проводимых в России финансовых операций, позволив правительству добиться уменьшения масштабов неофициальной экономики.

Безналичные платежи дают и другие преимущества. Так, благодаря широкому применению различных схем выплаты заработной платы на банковские карты значительно уменьшается часть населения, не охваченная банковскими услугами, а стимулируемое ими увеличение вкладов физических лиц и повышение скорости обращения денег помогают повысить качество финансового посредничества, что способствует экономическому росту. И действительно, исследование, проведенное компанией Global Insight, показывает, что каждый дополнительный доллар банковского вклада приносит от 10 до 15 дополнительных долларов кредита со всей вытекающей из этого экономической отдачей.

Увеличение масштаба безналичных расчетов будет способствовать и социальному развитию регионов России. Эффективное функционирование механизмов электронных платежей и расчетов положительно скажется на работе региональных экономик, облегчит торговлю между российскими регионами и поможет стимулировать развитие региональных хозяйств.

Кроме того, рассматривая проблему более широко, внедрение подобных систем в рамках международного сотрудничества с государствами участниками СНГ и ЕврАзЭС позволят вывести интеграционное взаимодействие на более высокий уровень.

В данных условиях особо актуальным становится вопрос разработки и внедрения оптимальных систем платежей и расчетов, основанных на электронных технологиях, а также клиринговых механизмов, которые в международной практике доказали свою жизнеспособность.

Сегмент пластиковых карт является одним из наиболее быстро развивающихся сегментов на рынке банковских услуг России. По данным исследовательского холдинга ROMIR Monitoring в мегаполисах пластиковыми картами пользуется каждый четвертый житель. При этом основным предназначением пластиковых карт является перечисление на них заработных плат работникам, которые в свою очередь либо немедленно обналичивают их в банкоматах, либо расплачиваются с помощью карт за товары и услуги там, где принимаются безналичные деньги. Однако, несмотря на это, по данным Банка России до сих пор почти 83% всех операций с банковскими картами приходится именно на процедуру снятия заработной платы. Тем не менее до сих пор, по данным Банка России, в денежном выражении доля операций по снятию наличности в 15,4 раза больше доли операций по оплате товаров и услуг.

Таким образом, доля безналичных расчетов в России не превышает нескольких процентов от потребительского оборота: по мнению представителя московского офиса Visa, с помощью платежных карт оплачивается всего порядка 3,3% потребительских расходов россиян, что существенно ниже уровня Европы.

В связи с этим для перехода на безналичный расчет (с помощью пластиковых карт) необходимо решить как минимум две задачи: первая - создать необходимую техническую базу, вторая - убедить население в том, что использование пластиковых карт выгоднее.

Внедрение системы безналичных платежей требует существенных финансовых затрат, которые складываются из расходов на техническое оснащение процессингового центра (аппаратура и программное обеспечение), создание телекоммуникационной инфраструктуры, техническое обслуживание системы, изготовление и обслуживание пластиковых карточек. Выбор типа пластиковой карточки - с магнитной полосой или с микропроцессором (интеллектуальной) - вопрос принципиальный. От этого выбора зависит не только структура и организация работы системы, но и ее стоимость, хотя, конечно, общая стоимость системы определятся не только типом карточки.
Пластиковые карточки с магнитной полосой широко распространены как за рубежом, так и в России. Однако просуществовав более 30 лет, магнитные карточки постепенно утрачивают свои позиции, во-первых потому, что они не обеспечивают необходимый уровень безопасности, и во-вторых по той причине, что магнитная полоса может содержать малый объем информации, вследствие чего область их применения становится ограниченной.
Информация на магнитной пластиковой карточке, выполняя только функцию идентификатора, не изменяется в течение всего времени эксплуатации карточки. При совершении покупки с оплатой в безналичной форме необходимо обращаться к процессинговому центру (режим онлайн) для проверки наличия средств или кредита на карточке-счете. Авторизация может проводиться автоматически по коммутируемым или выделенным линиям связи или с помощью оператора (голосовая авторизация). Такая технология предопределяет основное требование к системе безналичных платежей: процессинговый центр и операторы голосовой авторизации должны работать непрерывно и постоянно.

Для того чтобы процессинговый центр работал постоянно и непрерывно необходимо использовать компьютеры с полным дублированием

элементов и возможностью автоматического переключения на исправные модули. Стоимость такого компьютера и соответствующего программного обеспечения составляет не менее нескольких сот тысяч, а чаще свыше миллиона долларов. Для оперативного доступа к процессинговому центру, т. е. для быстрого оформления покупки, должны использоваться дорогостоящие выделенные линии связи.

При использовании коммутируемых телефонных линий или голосовой авторизации время обслуживания покупки увеличивается до нескольких минут, что совершенно недопустимо при продаже товаров повседневного спроса. Следовательно, для создания платежной системы, в которой используется относительно дешевая идентификационная карточка с магнитной полосой, необходимы значительные расходы на оборудование, программное обеспечение и содержание персонала процессингового центра.

1.2 Понятие и классификация банковских карт, области их применения и возможности

Отсутствие нормативно-правового определения понятия платежной карты и вызванное этим неправильное толкование данного термина привели к тому, что на банковском рынке России долгое время все виды платежных карт именовались кредитными. Причем такое понимание платежной карты присутствовало не только на бытовом уровне, но и фигурировало практически во всех выпущенных в 1993-1995 гг. нормативных актах. Только в последние годы банковские карты в документах стали справедливо называться платежными.

Между тем банковские карты могут быть не только кредитными, но и дебетовыми, имеющими иные характеристики и предоставляющими их владельцам совершенно иные возможности. Помимо этого могут выпускаться и смешанные виды карт, сочетающие черты кредитных и дебетовых. А в некоторых случаях при наступлении определенных условий дебетовая карточка может превращаться в кредитную.

Кредитная карточка представляет собой такое средство расчетов, при котором эмитент берет на себя не только обязанность перечисления средств клиента на счета его контрагентов, но и риск немедленной оплаты товаров, работ и услуг ее владельца в пределах установленного им лимита кредитования. Таким образом, кредитная карточка позволяет ее владельцу при совершении любой покупки отсрочить ее оплату путем получения у банка кредита (кредитной линии).

Лимит кредитования определяется банком-эмитентом каждому владельцу карты на его ссудном счете. Этот счет абсолютно независим от обычного (текущего, расчетного и пр.) счета клиента в банке.

Как правило, перед открытием ссудного счета банк или соответствующая компания по выпуску карточек скрупулезно проверяют финансовое положение будущего владельца кредитной карты, а также детали предыдущих кредитных операций клиента - его "кредитную историю". На основании этих данных эмитент определяет сальдо денежных средств клиента на ссудном счете, а также суммы возможных поступлений и списаний.

Следует заметить, что эмитентами, как правило, устанавливаются конкретные сроки, в пределах которых клиент обязан вернуть банковский кредит. В случае задержки возврата денежных средств банк вправе взимать заранее оговоренные с клиентом проценты за каждый день просрочки. Для этой цели банками довольно часто устанавливается специальный страховой депозит, средства которого могут использоваться как для списания задолженности банку, так и для обращения взыскания в пользу возможных кредиторов клиента. Лишь некоторые банки работают без страховых депозитов.

Многими банками допускается овердрафт - перерасход кредитуемых средств. Разумеется, пользование кредитными ресурсами осуществляется также под проценты, причем в данном случае повышенные.

С точки зрения западных экономистов, кредитные карточки имеют определенные недостатки, к числу которых относятся: ежемесячные платежи банку в размере 2,5-3% общего товарооборота, уплата вступительного взноса для пользования компьютерной системой банка, дополнительное время для проверки платежеспособности карты и наличия лимита кредитования по ней, заинтересованность продавца в наличном расчете с покупателем. Тем не менее все преимущества кредитных карт очевидны и клиенты заинтересованы в получении именно этого вида платежных карт.

Дебетовые карты предназначены для немедленной оплаты товаров, работ и услуг путем прямого списания средств с текущего счета владельца карточки на счет его кредитора в пределах имеющейся там суммы. В этом случае при недостаточности средств расчеты банком производиться не будут, так как лимит, вносимый при открытии счета, снижаться не может, а обязательств по кредитованию клиента банк на себя не принимал.

Таким образом, расчеты по дебетовой карточке производятся путем прямого перечисления списанных со счета ее владельца денежных средств, а не за счет получения у банка кредита.

Как ни парадоксально, хотя все виды эмитируемых в России платежных карт и объединялись под названием кредитных, эмитировались преимущественно именно дебетовые карты. Это объясняется особенностями экономической ситуации в стране - инфляцией, кризисом неплатежей, повышенными экономическими рисками и пр.

Как отмечалось выше, в отдельных банках при наступлении определенных условий дебетовая карточка может превратиться в кредитную (такие случаи банк определяет для каждого клиента индивидуально). Это значит, что банком при расчетах с использованием карты может быть предоставлен кредит, размер которого банк также определяет индивидуально. Величина кредита, к примеру, может зависеть от сумм постоянных остатков на спецкарточном счете (СКС) и регулярности пополняемости лимита.

Все очевидные преимущества кредитных и дебетовых карт проявились в так называемых исполнительных, или экзекьютивных, карточках, выдаваемых, как правило, высокооплачиваемым клиентам, крупным бизнесменам и т. п. Такой тип платежных карт считается наиболее престижным и отличается более крупным размером минимального депозита, дороговизной их открытия и обслуживания, а также более высоким лимитом кредитования в сочетании с простотой получения наличных денег. Представителями исполнительных карточек сегодня являются "золотые", "платиновые", "премиальные" и др.

В качестве гарантии чека была выпущена специальная чековая гарантийная карточка (Check Guarantee Card). Она выдается банком, где открыт счет клиента, и применяется для того, чтобы избежать получения от недобросовестного клиента необеспеченного чека или чека с поддельной подписью.

Появление таких карточек связано с широким распространением одной из форм чекового кредита, которая основана на наличии у того или иного лица обычного текущего счета. Чековая гарантийная карточка предусматривает автоматическое предоставление кредита в момент исчерпания остатка на чековом счете. При такой системе чеки принимаются к оплате до определенного оговоренного лимита, который может составлять от 100 до $500, а иногда и больше. Подобная система иногда называется овердрафтными счетами. В большинстве случаев кредит выдается автоматически, как только сумма чека превысила остаток на счете. Такие ссуды могут погашаться либо в процессе поступления на счет обычных вкладов, либо чаще всего специальными взносами.

Карточки гарантии чеков используются для идентификации клиента. Указанная система весьма привлекательна своими возможностями расширения сферы применения чековых платежей. На гарантийных карточках обычно имеется идентификационый номер, срок их действия и подпись клиента. Для идентификации привилегированных клиентов некоторые банки выпускают гарантийные карточки без условий овердрафта. Такие карточки используются владельцами еврочеков и других чеков, имеющих хождение в нескольких странах. В то же время в системе расчетов такими распространенными чеками, как American Express Travel Checks, никакие дополнительные банковские карточки не применяются. Использование чековой гарантийной карточки имеет свои недостатки, к числу которых относится наличие ежедневного лимита - предельной суммы платежа, гарантированной карточкой.

. По категории клиентуры, на которую ориентируется эмитент:

 обычные карты;

 серебряные карты;

 золотые карты.

Обычные карты предназначены для рядового клиента. Это Visa Classic, EuroCard/MasterCard Mass (Standard).

Серебряная карта (Silver, Business) называется бизнес-картой и предназначена для частных лиц, для сотрудников компаний, уполномоченных расходовать в тех или иных пределах средства своей компании.

Золотая карта (Gold) предназначена для наиболее состоятельных богатых клиентов.

В системах Visa и Еигорау есть карточки, которые могут быть использованы только в банкоматах для получения наличных денег и в электронных терминалах: Visa Elektron, Cirrus/Maestro. Они действуют в пределах остатка на счете, по ним, как правило, держателю карточки кредит не предоставляется, и поэтому они могут быть выданы любому клиенту не выше от уровня его обеспеченности или кредитной истории.

. По характеру использования:

 индивидуальная карта, выдаваемая отдельным клиентам банка, может быть "стандартной" или "золотой";

 семейная карта, выдаваемая членам семьи лица, заключившего контракт, который несет ответственность по счету;

 корпоративная карта выдается юридическому лицу. На основе этой карты могут выдаваться индивидуальные карты избранным лицам (руководителям, главному бухгалтеру или ценным сотрудникам). Им открываются персональные счета, привязанные к корпоративному карточному счету. Ответственность перед банком по корпоративному счету имеет организация, а неиндивидуальные владельцы корпоративных карт.

7. По принадлежности к учреждению-эмитенту:

 банковские карты, эмитент которых - банк или консорциум банков;

 коммерческие карты, выпускаемые нефинансовыми учреждениями: коммерческими фирмами или группой коммерческих фирм;

 карты, выпущенные организациями, чьей деятельностью непосредственно является эмиссия пластиковых карт и создание инфраструктуры по их обслуживанию.

8. По сфере использования:

 универсальные карты. Служат для оплаты любых товаров и услуг;

 частные коммерческие карты. Служат для оплаты какой-либо определенной услуги (например, карты гостиничных сетей, автозаправочных станций, супермаркетов).

9. По территориальной принадлежности:

 международные, действующие в большинстве стран;

 национальные, действующие в пределах какого-либо государства;

 локальные, используемые на части территории государства;

 карты, действующие в одном конкретном учреждении.

10. По времени использования:

 ограниченные каким-либо временным промежутком (иногда с правом пролонгации);

 неограниченные (бессрочные).

11. По способу записи информации на карту:

 графическая запись;

 эмбоссирование;

 штрих-кодирование;

 кодирование на магнитной полосе;

 чип;

 лазерная запись (оптические карты)

Самой ранней и простой формой записи информации на карту была и остается графическая. Она до сих пор используется во всех картах, включая самые технологически изощренные. Вначале на карту наносились только фамилия, имя держателя карты и информация об ее эмитенте. Позднее на универсальных банковских картах был предусмотрен образец подписи, а фамилия и имя стали эмбоссироваться (механически выдавливаться).

Эмбоссирование - нанесение данных на карточке в виде рельефных знаков. Это позволило значительно быстрее оформлять операцию оплаты картой, делая на ней оттиск слипа. Информация, эмбоссированная на карте, моментально переносится на слип. Способ переноса эмбоссированной на карте информации - механическое давление. Эмбоссирование не вытеснило полностью графическое изображение.

Штрих-кодирование - запись информации на карту с помощью штрих кодирования применялась до изобретения магнитной полосы и в платежных системах распространения не получила. Карточки со штрих-кодами, подобными тем, которые наносятся на товары, довольно популярны в специальных карточных программах, где не требуются расчеты. Это связано с относительно низкой стоимостью таких карточек и считывающего оборудования. При этом для лучшей защиты штрих-коды покрываются непрозрачным для невооруженного глаза слоем и считываются в инфракрасном свете.

Магнитные карты имеют тот же самый вид, что и обыкновенные пластиковые карты, только на обратной стороне карты имеется магнитная полоса, а также возможны фотография держателя и образец его подписи. Способы записи и чтения аналогичны способам, используемым в бытовом магнитофоне. Магнитная полоса может хранить около 100 байт информации, которая считывается специальным считывающим устройством. Информация, нанесенная на магнитной полосе, имеет идентификационный характер, а стоимостные показатели отсутствуют. На лицевой стороне карточки указываются:

 имя держателя;

 номер его банковской карты;

 шифр его отделения банка;

 наименование банка;

 символы электронной системы платежей, в которой используются карточки данного вида;

 голограмма - фирменный знак платежной системы. Цель нанесения голограммы - сделать внешний вид карты более привлекательным и защитить от подделки; впервые голограмму применили в системе MasterCard в 1985 г.;

 срок пользования карточкой (от полугода до двух лет).

Существует много национальных и международных стандартов на магнитные карточки. Наибольшее распространение получил стандарт с трехдорожечной магнитной полосой.

В соответствии со стандартом 1807813 на первой дорожке записываются следующие данные: номер карточки, имя держателя, срок истечения действия карточки, сервис-код (максимальная длина записи - 89 символов); на второй дорожке - номер карточки, срок истечения действия, сервис-код (до 40 символов). Сервис-код - это код из двух цифр, определяющий допустимые для данной карточки типы операций, например: 03 - только операции, выполняемые банкоматом; 20 - операции, которые требуют авторизации у эмитента.

На третьей дорожке чаще всего записывается PIN-код. Помимо определенных в стандарте величин на магнитной полосе могут записываться некоторые другие коды, например PVV (PIN Verification Value) или CVC (Card Verification Code) - коды, позволяющие проверить PIN (секретный номер, присваиваемый карточке и выдаваемый держателю вместе с карточкой) автономно устройством, выполняющим операцию.

Магнитная запись является одним из самых распространенных способов нанесения информации на пластиковые карты. С магнитными картами на сегодняшний день работают такие транснациональные компании, как Visa, MasterCard, Europay, American Express, Diners Club.

Магнитные карточки нельзя считать идеальным платежным средством, так как они имеют множество недостатков:

 плохие эксплуатационные характеристики (информацию на магнитном носителе легко можно разрушить);

 отсутствует возможность падежного обновления информации, что не позволяет хранить на карточке информацию о состоянии счета клиента;

 необходимость обслуживания карточки в режиме on-line, что повышает издержки эксплуатации подобной системы. Это означает, что для каждой транзакции необходимо обращаться через модемную связь в центр авторизации для подтверждения подлинности по выделенной телефонной линии, что дорого и недостаточно надежно, особенно в условиях России;

 слабая защита от мошенничества (эти карточки легко украсть, подделать либо путем производства фальшивок, либо скопировав информацию с них).

Распространение карт с магнитной полосой на российском рынке сдерживает ряд причин:

 низкий уровень и нерегулярность доходов населения в сочетании с высокими темпами инфляции делает невозможным для массового клиента поддерживать приличные неснижаемые остатки либо страховые депозиты на счетах;

 традиционное низкое качество телекоммуникационных сетей, не позволяющее строить классические для Запада схемы on-line-обращения к счетам клиентов.

Понятно, что магнитная полоса уже не обеспечивает необходимого уровня защиты информации от мошенничества и подделок. И специалисты начали искать более надежный способ записи информации. Им оказался чип (от англ, chip - кристалл с интегральной схемой), или микросхема. Карточки с чипом очень часто называются также смарт-картами. Название "смарт-карта" (smart - интеллектуальная, или разумная) связано с возможностью последней выполнять весьма сложные операции по обработке информации. Основными преимуществами этого вида карт являются повышенная надежность, безопасность и много-функциональность. Существенным недостатком является ее высокая себестоимость. Стоимость таких карт определяется стоимостью микросхемы, которая прямо зависит от размера имеющейся памяти и колеблется для тиража в миллион карточек от 0,6 до $9,5.

Смарт-карты имеют различную емкость. Объем памяти обычной карты составляет приблизительно 256 байт, но существуют карты с объемом памяти от 32 байт до 8 Кбайт. Микросхемы позволяют хранить в памяти такой карты кроме идентификационной информации и стоимостные показатели.

Рассмотрим типологию смарт-карт. В зависимости от внутреннего устройства и выполняемых функций специалисты подразделяют смарт-карты па два вида:

 карты с памятью;

 микропроцессорные карты.

. Карты с памятью. Это название весьма условно, так как все смарт-карты имеют память. Обычно карты подобного типа используются для хранения информации. Существуют два подтипа подобных карт: с незащищенной и с защищенной памятью.

В картах с незащищенной памятью нет ограничений но чтению или записи данных. Иногда их называют картами с полно/доступной памятью. Можно произвольно структурировать карту на логическом уровне, рассматривая ее память как набор байтов, который можно скопировать в оперативную память или обновить специальными командами.

Карты с незащищенной памятью использовать в качестве платежных крайне опасно. Достаточно приобрести такую карту легально, скопировать ее память на диск, а дальше после каждой покупки восстанавливать память копированием начального состояния данных с диска, т. е. шифрование данных в памяти карты от мошенничества подобного рода не спасает. Практика показывает, что в России людей, способных на такое занятие, достаточно.

В картах с защищенной памятью используется специальный механизм для разрешения чтения/записи или стирания информации. Чтобы провести эти операции, надо предъявить карте специальный секретный код (а иногда и не один). Предъявление кода означает установление связи с ней и передачу кода "внутрь" карты. Сравнение кода с ключом защиты чтения/записи (стирания) данных проведет сама карта и "сообщит" об этом устройству чтения/записи смарт-карт. Чтение записанных в память карты ключей защиты или копирование памяти карты невозможно. В то же время, зная секретный код (коды), можно прочитать или записать данные, организованные наиболее приемлемым для платежной системы логическим образом. Таким образом, карты с защищенной памятью годятся для универсальных платежных применений, хорошо защищены и при этом недороги. Так, цена карты СРМ896 составляет не более $4 для тиражей свыше 5 тыс. экз.

Как правило, карты с защищенной памятью содержат область, в которую записываются идентификационные данные. Эти данные не могут быть изменены впоследствии, что очень важно для обеспечения невозможности подлога карты. С этой целью идентификационные данные на карте "прожигаются".

Необходимо также, чтобы на платежной карте были по меньшей мере две защищенные области. Уже отмечалось, что в технологии безналичных расчетов по картам участвуют обычно три юридически независимых лица: клиент, банк и магазин. Банк вносит деньги на карту (кредитует ее), магазин снимает деньги с карты (дебетует ее), и все эти операции должны совершаться с санкции клиента. Таким образом, доступ к данным на карте и операции над ними надо разграничивать. Это достигается разбиением памяти карты на две защищенные разными ключами области - дебетовую и кредитную. Каждый участник операции имеет свой секретный ключ.

Для защиты областей данных от несанкционированного доступа предусматриваются поля, контролирующие доступ к этим данным. Существуют три типа ключей:

 1-Кеу - ключ банка;

 Р-Кеу - ключ владельца карточки - PIN-код;

 A-Keys - ключи торговых организаций или иных приложений.

Использование этих ключей дает возможность доступа к чтению информации из соответствующей области или записи информации. Как правило, активизация одного ключа позволяет только читать информацию, а активизация сразу всех ключей ее - и записывать.

Правильное предъявление PIN-кода открывает доступ к карте (по чтению данных), однако не должно менять информацию, которой распоряжается кредитор карты (банк) или ее дебитор (магазин). Ключ записи информации в кредитную область карты имеется только у банка; ключ записи информации в дебетную область - у магазина. Только при предъявлении сразу двух ключей (PIN-кода клиента и ключа банка при кредитовании, PIN-кода клиента и ключа магазина при дебетовании) можно провести соответствующую финансовую операцию - внести деньги либо списать сумму покупки с карты.

Если в качестве платежной используются карты с одной защищенной областью памяти, значит, банк и магазин будут работать с одной и той же областью, применяя одинаковые ключи защиты. Если банк как эмитент карты может ее дебетовать (например, в банкоматах), то магазин права кредитовать карту не имеет. Однако такая возможность ему дана, поскольку в силу необходимости дебетования карты при покупках он знает ключ стирания защищенной зоны. То обстоятельство, что и кредитор карты, и ее дебитор (обычно разные лица) пользуются одним ключом, нарушает сразу несколько основных принципов защиты информации (в частности, принципы разделения полномочий и минимальных полномочий). Это рано или поздно приведет к мошенничеству. Не спасают ситуацию и криптографические способы защиты информации.

Из известных карт с защищенной памятью лишь упоминавшаяся уже карта СРМ896 обладает двумя защищенными областями памяти и удовлетворяет требованиям по разграничению доступа к информации, как со стороны банка, так и со стороны магазина.

. Микропроцессорные карты. Они открывают принципиально новые возможности, поскольку имеют свою внутреннюю логику и фактически являются микрокомпьютерами.

В карту встраивается специализированная операционная система, обеспечивающая большой набор сервисных операций и средств безопасности.

Операционная система карты поддерживает файловую систему, предусматривающую разграничение доступа к информации. Для информации, хранимой в любой записи (файл, группа файлов, каталог), могут быть установлены следующие режимы доступа:

 всегда доступна по чтению/записи. Этот режим разрешает чтение/запись информации без знания специальных секретных кодов;

 доступна по чтению, но требует специальных полномочий для записи. Этот режим разрешает свободное чтение информации, но разрешает запись только после предъявления специального секретного кода;

 специальные полномочия по чтению/записи. Этот режим разрешает доступ по чтению или записи после предъявления специального секретного кода, причем коды для чтения и записи могут быть различными;

 недоступна. Этот режим не разрешает читать или записывать информацию. Информация доступна только внутренним программам карточки. Обычно этот режим устанавливается для записей, содержащих криптографические ключи.

Как правило, в такие карточки встроены криптографические средства, обеспечивающие шифрование информации и выработку "цифровой" подписи. Традиционно в карточках для этих целей применяется криптографический алгоритм. Кроме того, в карточке имеются средства ведения ключевой системы.

Карты обеспечивают различный спектр сервисных команд. Для банковских целей наиболее интересные из них - средства ведения электронных платежей.

К специальным средствам относят возможность блокировки работы с карточкой. Различаются два вида блокировки: при предъявлении неправильного транспортного кода и при несанкционированном доступе.

Суть транспортной блокировки состоит в том, что доступ к карточке невозможен без предъявления специального "транспортного" кода. Этот механизм необходим для защиты от нелегального использования карточек при хищении во время пересылки карточки от производителя к потребителю. Карточка может быть активизирована только при предъявлении правильного "транспортного" кода.

Суть блокировки при несанкционированном доступе состоит в том, что если при доступе к информации несколько раз неправильно был предъявлен код доступа, то карта вообще перестает быть работоспособной. При этом в зависимости от установленного режима карта может быть впоследствии либо активизирована при предъявлении специального кода, либо нет. В последнем случае карточка становится непригодной для дальнейшего использования.

Пластиковые карты с микросхемами имеют более высокую степень защиты от мошенничества и подделок.

Несмотря на очевидные преимущества, смарт-карточки до сих пор имели ограниченное применение по той причине, что такая карточка на порядок дороже, чем карточка с магнитной полосой. Лишь в последние годы, когда ущерб от мошенничества с магнитными картами в международных платежных системах стал пугающе высоким и продолжает расти, банками было принято решение о постепенном переходе на смарт-карты.

Суперсмарт-карты. Примером может служить многоцелевая карта фирмы Toshiba, используемая в системе Visa. В дополнение ко всем возможностям обычной микропроцессорной карты эта карта также имеет небольшой дисплей и вспомогательную клавиатуру для ввода данных.. Эта карта объединяет в себе кредитную, дебетовую и предоплатную карты, а также выполняет функции часов, календаря, калькулятора, осуществляет конвертацию валюты, может служить записной книжкой и т. д. Из-за высокой стоимости суперсмарт-карты не имеют сегодня широкого распространения, но их использование будет, вероятно, расти.

В 1981 г. Дж. Дрекслером была изобретена оптическая карточка. Карты оптической памяти имеют большую емкость, чем карты памяти, но данные на них могут быть записаны только один раз. В таких картах используется WORM-технология (однократная запись - многократное чтение). Запись и считывание информации с такой карты производятся специальной аппаратурой с использованием лазера (откуда другое название - лазерная карта). Технология, применяемая в картах, подобна той, которая используется в лазерных дисках. Основное преимущество таких карточек - возможность хранения больших объемов информации. Такие карточки в банковских технологиях распространения пока не получили вследствие высокой стоимости как самих карточек, так и считывающего оборудования.

# Платежные карты: магнитные и чиповые

С точки зрения технических возможностей пластиковые карточки можно классифицировать на магнитные и микропроцессорные (или чиповые).

Магнитная банковская карточка - это только отражение банковского счета владельца: ее магнитный индикатор содержит лишь информацию об имени владельца и номере его счета в банке. Поэтому при расчетах с использованием этой карты каждый раз необходимо обращаться к центральному компьютеру для получения информации о наличии на счете необходимой для оплаты товаров (работ, услуг) суммы денег.

Помимо этого, при использовании магнитной карты следует пройти процедуру персонификации - уточнения того факта, что картой владеет именно ее предъявитель. Связь с системным кассовым терминалом нужна для передачи команды на списание определенной суммы денег, подлежащей оплате.

Чиповая карточка (smart-карта) предоставляет намного больше возможностей для манипуляций деньгами, находящимися на счете. Дело в том, что такая карточка содержит микропроцессор (чип), в памяти которого содержится вся информация о банковском счете ее владельца: о количестве денег на счете, максимальном размере суммы, которую можно снять со счета единовременно, об операциях, совершенных в течение дня. Иными словами, чиповая карточка - это одновременно и кошелек, и средство расчета, и банковский счет. И это все благодаря микропроцессору, главным достоинством которого является его высокая способность при постоянстве памяти надежно сохранять и использовать большие объемы информации.

Чиповая карточка не нуждается в процедуре идентификации и персонификации, а значит, способна работать в режиме off-line, что не требует обращения при каждом необходимом случае к банку или компании, где открыт счет владельца карты.

Таким образом, чиповая карта - на порядок более совершенное платежное средство, нежели магнитная. Благодаря своим техническим характеристикам, а также наличию у владельца личного кода, без знания которого доступ к счету невозможен, чиповая карточка не только надежнее защищена от подделки, по и предполагает более широкий набор возможностей по оперированию счетом: помимо обналичивания денег через банкомат ее владелец может перевести средства с карточного счета на депозитный или иной, однако в пределах того банка, который эмитировал карточку.

К числу неудобств, возникающих при использовании smart-карты, можно отнести, во-первых, отсутствие единой унифицированной системы обслуживания чиповых карт, в связи с чем для "считывания" чиповых карточек разных банков необходимо наличие индивидуального терминала, и, во-вторых, высокая себестоимость производства микропроцессоров.

Нужно заметить, что из-за этих недостатков Центральный банк РФ скептически относится к перспективам широкомасштабного внедрения в РФ чиповых карт. Несмотря на высокий уровень их защиты от подделок и несанкционированного доступа к счету владельца карты, по мнению ЦБ, издержки банков на внедрение карточек с памятью на микросхеме очень высоки. Это будет значительно тормозить внедрение новых технологий.

Платежные карты: корпоративные и личные

Владельцем платежной карты может быть как физическое лицо, имеющее в банке-эмитенте личный счет, так и юридическое лицо, которому открывается счет корпоративный.

Корпоративная карточка открывается юридическим лицам и предназначена для управления счетом юридического лица. Выдается она банком-эмитентом или организацией-распространителем отдельным сотрудникам фирмы, правомочным пользоваться ее средствами, а потому на корпоративной платежной карточке кроме названия фирмы выбивается имя пользователя, так что применять ее может только один человек, которому при оплате товаров, работ или услуг придется подтвердить свою личность.

Фирма может открывать карточки для нескольких своих сотрудников, причем каждой карточке будет соответствовать свой спецкартсчет. Ограничений на число открываемых карточек внутри одной фирмы не существует.

Нужно заметить, что приобретение "корпоративки" имеет ряд преимуществ. Прежде всего это более широкий круг возможностей по оперированию счетом. Помимо командировочных расходов при помощи такой карты можно оплачивать столь любимые представительские расходы, услуги переводчиков, получать самые большие скидки в ресторанах, а иногда даже проплачивать контракты. Владелец корпоративной карточки может стать участником самых разнообразных программ своих платежных систем - от дорогостоящих медицинских страховок до компенсационных выплат за задержки рейсов и потерю багажа. Помимо того стоит упомянуть тот факт, что сумма денег, находящаяся на счете и выдаваемая банкнотами налично, по корпоративной карточке гораздо больше, чем по личной.

Ответственность за ненадлежащее использование корпоративной карты перед банком несет юридическое лицо - владелец, а физическое лицо-пользователь, в свою очередь, отчитывается перед бухгалтерией фирмы за все расходы, произведенные по корпоративной карте.

На российском рынке получили достаточно широкое распространение так называемые"зарплатные" карточки. Сотрудник фирмы, оформивший такой тип карты, может получать заработную плату не наличными деньгами, а путем ее перечисления на спецкарточный счет.

Кроме того, у предприятия появляется гораздо больше возможностей вовремя выдать деньги, поскольку в случае возникновения временного денежного затруднения оно имеет больше шансов получить в банке кредит, который пойдет на зарплату сотрудникам. Ведь банк, предоставляющий предприятию услугу в виде выдачи "зарплатных карточек", не должен перечислять выдаваемые деньги на счета других кредитных организаций. В расчете на то, что часть средств будет некоторое время храниться на карточных счетах сотрудников, банк может предоставить предприятию-клиенту и более льготные условия получения заемных средств.

Существует много признаков, по которым можно классифицировать пластиковые карты:

. По материалу, из которого они изготовлены:

 бумажные (картонные);

 пластиковые;

 металлические.

В настоящее время практически повсеместное распространение получили пластиковые карты. Однако для идентификации держателя карты часто используются бумажные (картонные) карты, запаянные в прозрачную пленку. Это ламинированные карты. Ламинирование является довольно дешевой и легкодоступной процедурой, и поэтому, если карта используется для расчетов, с целью повышения защищенности от подделок применяют более совершенную и сложную технологию изготовления карт из пластика. В то же время в отличие от металла пластик легко поддается термической обработке и давлению (эмбоссированию), что весьма важно для персонализации карты перед выдачей ее клиенту.

. По общему назначению:

 идентификационные;

 информационные;

 для финансовых операций.

Это разделение не является взаимоисключающим. Например, крупная компания может выдать каждому своему сотруднику карту, которая:

 является пропуском, разрешающим проход в определенные зоны предприятия (идентификационная функция);

 на той же карте может быть записана в кодированном виде какая-либо важная информация о держателе карты (информационная функция);

 кроме того, такая карта может использоваться еще для расчетов в столовых и магазинах данной компании (расчетная функция).

Система с использованием многофункциональных карточек реально существует за рубежом, и очевидно, что объединение многих функций в одной пластиковой карточке является перспективным, поскольку такая многофункциональная карта удобна для эмитента и для держателя.

. На основании механизма расчетов:

 двусторонние системы. Возникли на базе двусторонних соглашений между участниками расчетов, при которых владельцы карт могут использовать их для покупки товаров в замкнутых сетях, контролируемых эмитентом карт (универмаги, бензоколонки и т. д.);

 многосторонние системы. Предоставляют владельцам карт возможность покупать товары в кредит у различных торговцев и организаций сервиса, которые признают эти карты в качестве платежного средства. Многосторонние системы возглавляют национальные ассоциации банковских карт, а также компании, выпускающие карты туризма и развлечений (например American Express).

4. По виду проводимых расчетов:

 кредитные карты, которые связаны с открытием кредитной линии в банке, что дает возможность владельцу пользоваться кредитом при покупке товаров и при получении кассовых ссуд. Владельцу кредитной карточки открывается специальный карточный счет и устанавливается лимит кредитования по ссудному счету на весь срок действия карты, а также разовый лимит на сумму одной покупки. В пределах разового лимита оплата покупки может производиться без авторизации;

 дебетовые карты предназначены для получения наличных в банковских автоматах или для оплаты товаров с расчетом через электронные терминалы. Деньги при этом списываются со счета владельца карты в банке. Дебетовые карты не позволяют оплачивать покупки при отсутствии денег на счете.

Некоторые авторы выделяют в особую категорию платежные карты как разновидность кредитных карт. Отличие стоит в том, что общая сумма долга при использовании платежной карты должна погашаться полностью в течение определенного времени после получения выписки без права продления кредита.

безналичный платеж банковский карта

1.3 Особенности российских платежных систем современного рынка банковских карт

В последние годы банковские карты прочно вошли в жизнь россиян. Маленький кусочек пластика стандартного размера (54x86x0,76мм) создает определенные удобства его владельцу. Оформив карту, клиент получает доступ к очень широкому перечню продуктов и услуг банка. В их числе как основные карточные услуги (оплата товаров, снятие наличных), так и ряд новых (переводы между своими счетами, пополнение счёта через банкомат, размещение депозита, оплата коммунальных платежей и мобильного телефона и многое другое). На основе карт банки также создают кредитные и депозитные продукты, по которым их клиенты могут получить кредитные средства от банка, или, наоборот, разместить свои средства в банке на определённый срок и процент.

В настоящее время в РФ существует порядка 700 кредитных организаций, которые занимаются эмиссией или эквайрингом банковских карт. Широкий перечень карточных продуктов и услуг возник на российском рынке в результате активной конкуренции, которая развернулась между основными участниками в последние годы.

Появляются новые типы карточек - с кредитной функциональностью; расширился набор функций, выполняемых банковскими карточками. Развивается инфраструктура обслуживания карточек (сети банкоматов и торгово-сервисных точек) и институциональная инфраструктура (кредитные бюро и коллекторские компании), что является необходимым атрибутом развитого карточного рынка.

Российский рынок банковских карт как в 2011 году, так и в первом квартале 2012 года, демонстрирует рост по всем показателям и остается одним из наиболее динамично развивающихся рынков платежных инструментов. С 2001 года количество выпущенных карт выросло в 12,2 раз, хотя Россия продолжает отставать от развитых стран по уровню проникновения банковских карточных услуг. В конце 2011 года в наличии у российских пользователей насчитывалось 129,8 млн банковских карт. По итогам 1 квартала 2012 года количество карт составило уже 132,4 млн ед. (рост за квартал 2,2%). Однако, по данным исследований, держателями используется не более половины выпущенных карт. Так, в течение 2010-2011 годов доля активных банковских карт (которые использовались своими владельцами) колебалась в пределах 49,0% - 52,1% от общего объема эмитированных карт, что фактически составляло от 63,6 до 67,6 млн карт. По данным агентства MForum Analytics, по итогам 2011 года степень проникновения банковских карт в РФ составила 88%, активных карт вдвое меньше - 49%. Степень проникновения карт в Москве и области - 180%, из них активных карт - 57%.

Аналитики отмечают, что в сфере использования банковских карт населением положительные тенденции наметились во втором полугодии 2010 года: степень проникновения банковских карт возросла с 84% до 88%, из них активных - 45% против 41%.

По данным Европейского Центрального Банка и Банка России, по количеству выпущенных банковских карт наша страна опережает такие страны, как Польша, Италия, Испания, Германия и Франция, а по количеству карт на одного человека приближается к Италии. В России на сегодняшний день представлено как большинство лидирующих мировых платёжных систем, так и ряд локальных. Однако платёжные системы MasterCard и VISA являются безусловными лидерами как по количеству выпущенных карт, так и по объёму операций по картам.

По данным агентства финансовой статистики StatBanker.ru, в 2010 году общий объём операций по банковским картам по оплате товаров и услуг и снятию наличных составил 98,2 миллиарда долларов. В структуре соотношения числа операций по снятию наличных денежных средств и операций по оплате товаров и услуг до кризиса происходило постепенное увеличение доли вторых.

В 2011 году на фоне преодоления кризисных явлений начался обратный процесс, во многом объясняющийся снижением покупательной способности граждан. Из общего объёма операций по банковским картам в 2011 году лишь 17,2% (или 16,9 миллиарда долларов) приходится на операции по оплате товаров и услуг по картам, а остальные 82,8% (или 87,6 миллиарда долларов) приходится на операции по снятию наличных через банкоматы.

Между тем, эксперты отмечают постепенное снижение доли количества карточных операций, ориентированных на снятие наличных. Это связано в первую очередь с расширением предложения розничных платежных услуг, предоставляемых кредитными организациями. Фактором увеличения безналичных платежей также является рост количества предприятий торговли и услуг, принимающих к обслуживанию платежные карты, а также появление банкоматов, позволяющих осуществлять оплату коммунальных услуг, услуг мобильной связи и т.п.

По данным на конец 2011 года, общий объём средств, накопленных россиянами на карточных счетах, достиг 853 миллиардов рублей. Средний баланс по счёту банковской карты в России в настоящее время составляет 17 000 -19000 рублей. Максимальный объём средств на карточных счетах был зафиксирован в последний месяц перед началом кризиса.

По итогам 2011 года средний размер операции по банковской карте составил 4 200 рублей, когда как 2010 году средняя операция по банковской карте составляла 4 600 рублей. В 2011 году средняя сумма снятия наличных в России составила 5 200 рублей, а средний чек по оплате товаров и услуг по карте составил 1 600 рублей. В 2010 году, средний размер операций по снятию наличных в банкомате составлял 5 500 рублей, а средний размер чека по оплате картой товаров или услуг был равен 2 000 рублей.

По данным портала www.bsmarket.ru, доля кредитных карт в РФ традиционно невелика. Из 129,8 млн выпущенных в России банковских карт 80% (или 103,8 миллионов карт) приходится на дебетовые карты, и только 20% (или 25,96 миллионов карт) приходится на кредитные карты. Основной объем кредитных карт приходится на крупные города, прежде всего, Москву и Санкт-Петербург, где есть физическая возможность расплатиться за товар при помощи карты.

Главной причиной преобладания дебетовых карт над другими видами является то, что становление российского рынка происходило в основном за счет реализации кредитными организациями «зарплатных проектов», в рамках которых они выдавались. В 2010 году появилась тенденция к увеличению количества кредитных карт, однако темпы прироста были значительно ниже, чем в предшествующие годы. Снижение темпов прироста объясняется главным образом сокращением кредитными организациями программ потребительского кредитования в условиях финансово-экономического кризиса и роста риска невозврата кредитов. По мнению аналитиков, сегмент кредитных карт в России также продолжит развиваться, в отличие от рынков многих европейских стран, уже достигших насыщения. Тем не менее темпы роста несколько снизятся.

По данным агентства MForum Analytics в рейтинге распространения банковских карт в РФ традиционно лидирует Москва и Московская область - им принадлежит 24,5% рынка. Второй по размеру доли - Приволжский Федеральный округ (18,35% карт). Сибирский ФО занял третью позицию с 12,6%, Урал - 10,4%, Центральный Федеральный округ - 10,2%. Южный, Санкт-Петербург с областью, Северо-Западный и Дальневосточный Федеральные округа занимают от 3,9% до 8,7% рынка банковских карт в России.

Эксперты агентства MForum Analytics отмечают, что в большинстве регионов РФ банковские карты довольно широко распространены. Так, в Москве, Санкт-Петербурге и их областях, а также на Урале у определенной части жителей в наличии больше одной банковской карты, и степень проникновения банковских карт превышает 100%. Однако, как сказано выше, в среднем по России регулярно используется лишь половина карт, а количество не всегда перерастает в качество - за исключением Москвы и Санкт-Петербурга, где банковские услуги хорошо распространены, количество карт не всегда гарантирует высокую долю распространения банковских услуг. Таким образом, рынок банковских карт в России еще недостаточно развит, даже несмотря на огромные вложения в продвижение карт со стороны банков и платёжных систем.

По данным агентства финансовой статистики StatBanker.ru, в 2011 году общие комиссионные сборы платёжных систем с банков за их услуги составили 516 миллионов долларов. При этом, на первые 10 банков (Сбербанк, Альфа-банк, Русский Стандарт, Газпромбанк, Уралсиб, Ситибанк, Мастер-банк, Транскредитбанк, Петрокоммерц, ВТБ) приходится 56% от всех выплат платёжным системам. Самые большие комиссионные сборы заплатили в 2011 году Сбербанк (114,2 миллиона долларов, или 22,3% от всех сборов), Альфа-банк (37,4 миллиона долларов, или 7,3% от всех сборов), банк Русский Стандарт (26,9 миллиона долларов, или 5,3% от всех сборов), Газпромбанк (26,6 миллиона долларов, или 5,2% от всех сборов) и Уралсиб банк (25,3 миллиона долларов, или 4,9% от всех сборов).

Несмотря на развитие рынка банковских карт, пока российский рынок серьезно отстает от западных стран, объемы платежей с их использованием пока нельзя назвать значительными. Доля пластиковых карт в общем объеме оплаченных населением товаров и услуг составляет около 3,3%. Эксперты считают, что догнать западные страны Россия сможет через 5-10 лет при сохранении нынешней динамики. Улучшение макроэкономической ситуации в стране после финансового кризиса и дальнейшее развитие банковского сектора российской экономики будет способствовать не только количественным, но и качественным изменениям на российском карточном рынке в ближайшие годы.

По данным агентства финансовой статистики Statbanker.ru, в 2011 году объём операций по оплате товаров и услуг по кредитным картам составит порядка 2 миллиардов долларов, а объём операций по снятию наличных достиг 15 миллиардов долларов. По дебетовым картам в конце 2011 года общий объём операций по оплате товаров и услуг, а также снятию наличных достиг 350 миллиардов долларов.

Эксперты считают, что основными задачами в дальнейшем будут являться предотвращение оттока клиентов, а также удержание прежних объемов и обеспечение максимально возможного прироста в существующих условиях рынка.

Основные выводы:

 Несмотря на активное развитие рынка и рост количества банковских карт у населения в последние годы, эксперты считают рынок еще недостаточно развитым.

 В сфере использования банковских карт населением в последние несколько лет наметились положительные тенденции: степень проникновения банковских карт возросла.

 Следует отметить, что около половины банковских карт населения являются не активными, то есть не используются их владельцами для каких-либо транзакций.

 Максимальный объём средств населения на карточных счетах был зафиксирован в последний месяц перед началом финансового кризиса. С началом кризиса граждане сняли со своих карт значительные суммы денежных средств.

 Доля дебетовых карт в России традиционно больше, однако сегмент кредитных карт в России также продолжит развиваться, в отличие от рынков многих европейских стран, уже достигших насыщения.

 Большинство операций с помощью банковских карт совершается с целью снятия наличных, а сумма операций по оплате товаров и услуг остаётся достаточно небольшой. Развитие рынка сдерживает низкое проникновение платёжных терминалов в магазины и точки продаж, а также распространение банкоматов.

Таким образом, следует отметить оживление рынка пластиковых банковских карт и явное преодоление последствий кризиса. Однако следует отметить что преобладают карты всеже кредитовой направленности чем дебетовой.

2. АНАЛИЗ БАНКОВСКИХ РАСЧЕТОВ ПРИ ПОМОЩИ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ «ТрансКредитБанка»

.1 Основная характеристика банка

ОАО «ТрансКредитБанк» было образовано в ноябре 1992 года (лицензия Банка России № 2142 получена 2 декабря 1992 года). За прошедшие годы Банк стал одним из крупнейших в России и в настоящее время входит в топ-15 банков по активам. ТрансКредитБанк - стратегический партнер ОАО «Российские железные дороги», которому принадлежит 21,81%. С 2010 года в состав акционеров ТрансКредитБанка вошел ОАО Банк ВТБ, на данный момент его доля составляет 77,79%. ВТБ сегодня - системообразующий российский банк, построивший международную финансовую группу. Группа ВТБ обладает уникальной для российских банков международной сетью, насчитывающей более 20 банков и финансовых компаний в 19 странах мира.

ТрансКредитБанк занимает лидирующие позиции в сегменте услуг для транспортной и смежных с ней отраслей. Банк также активно сотрудничает с эффективными компаниями из различных отраслей (включая крупнейшие российские компании и предприятия малого и среднего бизнеса, в т ч. энергетической, добывающей, инфраструктурной отраслей, промышленного производства и торговли). Всего Банк обслуживает около 35 тысяч предприятий всех сфер экономики.

Развивается и розничный бизнес Банка. ТрансКредитБанк обслуживает около 2 млн частных лиц, входит в топ-10 российских банков по количеству карт в обращении, а также в «пятерку» крупнейших операторов корпоративных зарплатных проектов. Банком выпущено свыше 2,8 млн карт.

По состоянию на 1 января 2012 года сеть Банка состоит из 2 485 банкоматов и 272 терминала самообслуживания. Региональная сеть ТрансКредитБанка насчитывает 287 подразделений, действующих в 190 городах и населенных пунктах России.

ТрансКредитБанк входит в топ-15 крупнейших банков по размеру совокупного кредитного портфеля. Банк также является одним из крупнейших игроков рынка торгового эквайринга. Начав в 2007 году с обеспечения платежного шлюза сайта http://ticket.rzd.ru/, на данный момент ТрансКредитБанк предоставляет услугу интернет-эквайринга 1700 российским интернет-магазинам.

Совокупные активы банка по МСФО за 2011 год составили 505,8 млрд руб., кредитный портфель (до вычета резервов под обесценение) - 335,9 млрд руб., средства клиентов достигли 341,4 млрд руб., собственные средства банка - 36,1 млрд руб., чистая прибыль ОАО «ТрансКредитБанк» за 2011 год составила 8,7 млрд руб.

Банку присвоены долгосрочные кредитные рейтинги Moody’s (Baa3 / Стабильный) и Standard & Poor’s (BBB - / A - 3 / Стабильный).

Состав акционеров банка представлен в таблице 2.1

Таблица 2.1 Состав акционеров ТрансКредитБанка

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Акционеры | Доля участия в уставном капитале Банка | Доля к количеству голосов |
| Банк ВТБ (открытое акционерное общество) | 77,78223045 | 77,78519813 |
| Открытое акционерное общество "Российские железные дороги" | 21,80976783 | 21,81059996 |
| Прочие акционеры (юридические и физические лица) | 0,40800172 | 0,40420191 |
| ИТОГО | 100% | 100% |

Основным механизмом управления, используемым в данном банке, является корпоративное управление, то есть реализация прав Банка как основного акционера через участие в органах управления дочерних компаний.

Дополнительным механизмом управления является функциональная координация основных направлений деятельности, включая направления бизнеса поддержки и контроля (например, управление рисками, планирование, бюджетирование и формирование управленческой отчетности, бренд, внутренний контроль и аудит).

Дополнительный механизм применяется с целью максимальной реализации потенциальной синергии, распространения лучших практик в по отдельным направлениям деятельности, ограничения рисков. Функциональная координация помогает осуществлять передачу знаний и обмен опытом между компаниями группы ВТБ, позволяет объединять ресурсы для реализации тех или иных проектов. В рамках функциональной координации разрабатываются единые стандарты, принципы и системы лимитов для реализации соответствующего направления деятельности в группе ВТБ.

Международные кредитные рейтинги представлены в таблице 2.2

Таблица 2.2 Международные кредитные рейтинги

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рейтинговое агентство | Долгосрочный / Краткосрочный рейтинг | Рейтинг финансовой устойчивости | Рейтинг по национальной шкале | Прогноз | Дата последнего пересмотра |
| Standard & Poor’s | BBB- / A-3 | - | ruAAA | Стабильный | Декабрь 2011 |
| Moody’s Investors Service | Baa3 / Prime-3 | D- | Aaa.ru | Стабильный | Апрель 2012 |

Международное рейтинговое агентство Moody’s Investors Service повысило рейтинги ОАО «ТрансКредитБанк» на одну ступень: долгосрочный долговой рейтинг в национальной и иностранной валюте повышен до Baa3 с Ba1; долгосрочный рейтинг по депозитам в национальной и иностранной валюте повышен до Baa3 с Ba1; рейтинг субординированных долговых обязательств в национальной и иностранной валюте повышен до Ba1 с Ba2; рейтинг финансовой устойчивости банков остался неизменным D-

Кроме того, в связи с повышением долгосрочного рейтинга банка, агентство Moody’s Interfax повысило долгосрочный кредитный рейтинг ТрансКредитБанка по национальной шкале до Aaa.ru с Aa1.ru. Все рейтинги имеют прогноз «Стабильный».

По мнению агентства, повышение рейтинга обусловлено более тесной интеграцией ТрансКредитБанка в Группу ВТБ. Банк внедрил стандарты Группы ВТБ, такие как методы управления рисками, системы обработки обращений и обслуживания клиентов, в свою операционную деятельность. Стратегическое управление ТрансКредитБанка находятся в процессе интеграции с ВТБ, а интеграция операционных процессов достигла уровня других дочерних организаций Группы.

Агентство также отметило подтвержденную готовность ВТБ оказать поддержку дочернему Банку путем повышения капитала и предоставления ликвидности. В 2011 году ТрансКредитБанк получил от ВТБ капитал 1-го уровня в размере 7,6 млрд руб., что увеличило долю участия ВТБ в уставном капитале ТрансКредитБанка до 77,78%.

По результатам 2011 г. по МСФО совокупные активы ТрансКредитБанка составили 505,8 млрд руб., собственные средства банка - 36,1 млрд руб. Чистая прибыль ОАО «ТрансКредитБанк» за 2011 год составила 8,7 млрд руб. Крупнейшие акционеры ТрансКредитБанка - ОАО Банк ВТБ (77,78%) и ОАО «РЖД» (21,81%).

Рейтинги финансовых показателей (рэнкинги) таблица 2.3 (см. Приложение А)

«По показателю прибыли 2011 год оказался для ТрансКредитБанка самым успешным в его истории. Банк заработал за год 8,7 миллиарда рублей чистой прибыли, что на 16% выше результата предыдущего года. Субординированные кредиты от Банка ВТБ поддержали масштабный рост активов и прежде всего кредитного портфеля, который увеличился на 56%. При этом банк продолжил работать, в основном, со своими традиционными клиентами, а его «аппетит к риску» остался на прежнем, весьма консервативном уровне.

Главной целью Банка на период 2011-2013 годов является продолжение поступательного роста бизнеса Банка при сохранении качества активов. В этой связи в качестве основных задач Банка можно выделить следующие:

 Увеличение основного капитала как базы для продолжения роста бизнеса на уровне не ниже среднерыночного;

 Дальнейшее повышение качества и комплексности обслуживания клиентов;

 Оптимизация структуры филиальной сети;

 Реинжиниринг продуктовой линейки, в том числе, за счет развития программ розничного кредитования в новых для Банка рыночных сегментах и улучшения системы внедрения новых продуктов и финансовых решений;

 Укрепление материально-технической базы Банка, прежде всего за счет развития необходимой ИТ-инфраструктуры Банка;

 Координация развития Банка как части стратегии развития Группы ВТБ, включая соблюдения согласованных с Группой ВТБ операционных показателей, обеспечение достижения эффективности внутренних процессов и этапов интеграции Банка в Группу ВТБ.

Задачей минимум в течение 2011 - 2013 годов является не нарушение квартальных операционных показателей Банка по МСФО, установленных в качестве предельно допустимых основными акционерами:

). Ежеквартальный рост кредитного портфеля Общества не должен быть ниже 2%;

). Рентабельность капитала (ROE) не должна быть ниже 15% годовых (квартальный результат умножается на 4, т.е. аннуализируется);

). Коэффициент затрат не должен превышать 60%;

). Чистая маржа не должна опускаться ниже 4,0% (аннуализируется);

). Уровень комиссионных доходов должен составлять не менее 15% от общих доходов;

). Уровень резервов не должен превышать 7,5% от объема кредитного портфеля;

). Уровень фактической чистой прибыли не должен составлять менее 80% от планового значения чистой прибыли, установленного в финансовом плане.

Центральная задача планового периода - это поддержание показателей эффективности использования активов и капитала на уровне выше среднерыночного при сохранении сравнительно высоких темпов роста активов Банка. Одновременно необходимым является постоянный мониторинг и контроль следующих качественных параметров бизнеса:

 качества заемщиков с целью минимизации объемов создаваемых резервов и формирующихся

 просрочек;

 сбалансированности тарифной политики, в том числе по параметру риск/доходность с целью сохранения необходимого уровня процентной маржи;

 взвешенности кадровой политики, направленной на обеспечение высокого уровня вовлеченности сотрудников в развитие Банка и эффективное управление их численностью.

Банк является универсальным банком, входящим в Группу ВТБ и являющимся стратегическим партнером ОАО «РЖД». Это предопределяет основные перспективные направления деятельности Банка:

 качественное обслуживание клиентов транспортной отрасли. Особое внимание

 уделяется компаниям, входящим в группу РЖД, и их партнерам;

 координация клиентской работы с ОАО Банк ВТБ в целях использования

 возможностей Группы ВТБ, в том числе в предоставлении сложных инвестиционно-банковских продуктов;

 кросс-продажи продуктов дочерних финансовых компаний ОАО Банк ВТБ;

 оптимизация структуры филиальной сети;

 развитие розничного бизнеса через корпоративный канал продаж и увеличение

 охвата существующей клиентской базы;

 всестороннее использование возможностей Группы ВТБ, как в части продуктового

 ряда, так и инфраструктуры;

 использование существующей широкой сети обслуживания;

 развитие продуктового ряда, гармонизация с продуктовым рядом ОАО Банк ВТБ и

 ВТБ 24;

 сохранение общей консервативной политики управления активами и ликвидностью

 при увеличении масштабов операций;

 поддержание репутации Банка как надежного партнера, ориентированного на

 долгосрочное сотрудничество.

Банк осуществляет деятельность на основании генеральной лицензии на осуществление банковских операций, выданной Центральным банком Российской Федерации, № 2142 от 23 октября 2002 года, которая была продлена 13 июля 2005 года без ограничения срока действия.

2.2 Анализ финансово-экономических показателей

Чистая прибыль ОАО «ТрансКредитБанк» по РСБУ за 2011 год увеличилась на 159 % по сравнению с 2010 годом и составила 12,1 млрд. рублей.

Высокие финансовые показатели обусловлены динамичным ростом процентных доходов по операциям кредитования корпоративных клиентов (+47%) и розницы (+40%), а также высоким качеством кредитного портфеля, что позволило существенно уменьшить расходы по созданию резервов.

Чистая прибыль эмитента в четвертом квартале 2011 года выросла до 7,2 млрд рублей, превысив показатели третьего квартала на 5,4 млрд рублей или 291%.

Существенные изменения, влияющие на сопоставимость отдельных показателей деятельности Банка в учетную политику на 2012 год не вносились. Финансовые показатели за 2011 год сопоставимы с финансовыми показателями за 2010 год.

В связи с выходом Указания Банка России от 13 декабря 2010 г. №2539-У «О внесении изменений в Указание Банка России от 12 ноября 2009 года 2332-У «О перечне, формах и порядке составления и представления форм отчетности кредитных организаций в ЦБ РФ» были внесены изменения в формы отчетности 0409110 «Расшифровки отдельных показателей деятельности кредитной организации» и 0409814 «Отчет о движении денежных средств» (публикуемая форма). Для сопоставимости данных, в форму отчетности 0409806 Бухгалтерский баланс (публикуемая форма) на 1 января 2011 внесены изменения на сумму 1 932 176 тыс.руб. по счету 47404 «Расчеты с валютными и фондовыми биржами». Указанная сумма перенесена из строки 9 «Прочие активы» в строку 5 «Чистая ссудная задолженность». В форме отчетности 0409814 «Отчет о движении денежных средств» (публикуемая форма) за 2011 год по графе «Денежные потоки на предыдущий отчетный период» уменьшены значения по строкам 1.2.4 «Чистый прирост (снижение) по ссудной задолженности», 1.2 «Прирост (снижение) чистых денежных средств от операционных активов и обязательств, всего», 1.3 «Итого по разделу 1», 5 «Прирост (использование) денежных средств и их эквивалент» на сумму 1 251 216 тыс.руб., 5.1 «Денежные средства и их эквиваленты на начало отчетного года» на 2 373 789 тыс.руб., 5.2 « Денежные средства и их эквивалент на конец отчетного года» на сумму 3 625 005 тыс.руб.

В годовом бухгалтерском отчете все активы и обязательства в иностранной валюте отражаются в рублях по официальному курсу соответствующей иностранной валюты по отношению к рублю, установленному ЦБ РФ на отчетную дату.

Балансовые показатели ТрансКредитБанка

На отчетную дату валюта баланса составила 503 270 130 тыс.руб. По сравнению с предыдущей отчетной датой она увеличилась на 124 473 175 тыс.руб. (32,9%).

В составе активов Банка, как и в 2010 году основную долю по-прежнему занимает чистая ссудная задолженность таблица 2.4, которая составляет 80,1% активов баланса (на 01 января 2011 года - 69,8%).

Таблица 2.4 Чистая ссудная задолженность

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2011год (тыс.руб.) | Уд. вес в портфеле (%) | 2010год (тыс.руб.) | Уд. вес в портфеле (%) |
| Кредиты предоставленные юридическим лицам | 244 030 418 | 60,6% | 140 037 166 | 52,5% |
| Кредиты предоставленные физическим лицам | 83 970 397 | 20,8% | 61 725 849 | 23,2% |
| Кредиты предоставленные, депозиты размещенные банкам (в банках) в т.ч. | 74 923 829 | 18,6% | 64 639 352 | 24,3% |
| Банкам-резидентам | 43 000 000 | 57,4% | 8 436 173 | 13,0% |
| Банкам-нерезидентам | 22 923 828 | 30,6% | 1 203 179 | 1,9% |
| Депозит в Банке России | 9 000 000 | 12,0% | 55 000 000 | 85,1% |
| Итого | 402 924 644 | 100% | 266 402 367 | 100% |

За 2011 год в абсолютном выражении объем ссудной задолженности увеличился на 136 522 277 тыс.руб.(51,2%). Доминирующую роль в данном показателе играют кредиты юридическим лицам, которые составляют 60,6%, от чистой ссудной задолженности. Кредиты физическим лицам составляют 20,8%, а кредиты, предоставленные банкам, - 18,6% от общей ссудной задолженности. Большинство кредитов, выданных физическим лицам, представляет собой потребительские и ипотечные кредиты сотрудникам ОАО «РЖД».

Сведения о просроченной задолженности представлены в таблице 2.5

Таблица 2.5 Сведения о просроченной задолженности

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2011год (тыс.руб.; %) | 2010год (тыс. руб.; %) | Изменение (тыс.руб.; п.п.) |
| Просроченная задолженность по кредитам юридических лиц | 3 682 072 | 4 557 718 | -875 646 |
| в % к сумме кредитов, предоставленных юридическим лицам | 1,5% | 3,3% | -1,8% |
| Просроченная задолженность по кредитам физических лиц | 2 468 491 | 2 353 034 | 115 457 |
| в % к сумме кредитов, предоставленных физическим лицам | 2,9% | 3,8% | -0,9% |
| Всего просроченная задолженность | 6 150 563 | 6 910 752 | -760 189 |
| в % к сумме кредитных вложений | 1,5% | 2,6% | -1,1% |

В 2011 году просроченная задолженности по кредитам снизилась на 760 189 тыс.руб.(11%), при увеличении чистой ссудной задолженности на 52,4%. При этом просроченная задолженность юридических лиц уменьшилась на 875 646 тыс.руб. (19,2%), а просроченная задолженность физических лиц увеличилась на 115 457 тыс.руб.(4,9%). Несмотря на рост просроченной задолженности по физическим лицам, ее доля в общей сумме кредитов физических лиц уменьшилась с 3,8% до 2,9%.

В абсолютном выражении доля просроченной задолженности в общей сумме кредитных вложений составляет всего 1,5% (на 1 января 2011 года -2,6%)

Чистые вложения в ценные бумаги, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток представлены в таблице 2.6

Чистые вложения в ценные бумаги, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток, составляют 9,4 % от активов Банка (на 1 января 2011 года - 13,5%).

Таблица 2.6 Чистые вложения в ценные бумаги

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2011год (тыс.руб.) | Уд. вес в портфеле (%) | 2010год (тыс.руб.) | Уд. вес в портфеле (%) |
| Государственные облигации | 36 008 274 | 75,7% | 17 109 313 | 33,5% |
| РФ |  |  |  |  |
| Облигации местных и | 16 256 | 0,03% | 1 541 585 | 3,0% |
| региональных органов |  |  |  |  |
| власти |  |  |  |  |
| Облигации кредитных | 0 | 0 | 1 557 203 | 3,1% |
| организации |  |  |  |  |
| Корпоративные облигации | 9 627 031 | 20,3% | 9 893 863 | 19,4% |
| Облигации иностранных | 1 011 484 | 2,1% | 1 667 698 | 3,3% |
| государств |  |  |  |  |
| Прочие облигации | 847 282 | 1,8% | 4 483 493 | 8,8% |
| нерезидентов |  |  |  |  |
| Облигации Банка России | 0 | 0 | 14 394 454 | 28,2% |
| Акции кредитных | 0 | 0 | 46 133 | 0,01% |
| организации |  |  |  |  |
| Корпоративные акции | 26 937 | 0,1% | 356 521 | 0,7% |
| Итого | 47 537 264 | 100% | 51 050 263 | 100% |

Основную долю в данном показателе составляют Государственные облигации РФ, корпоративные облигации, которые составляют 75,7% и 20,3%%, соответственно, от портфеля чистых вложений в ценные бумаги, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток.

На 1 января 2012 года государственные облигации РФ преимущественно включают в себя облигации федерального займа (ОФЗ). ОФЗ являются государственными ценными бумагами с номиналом в российских рублях, выпущенными и гарантированными Министерством финансов РФ. Корпоративные акции и облигации представлены акциями и облигациями ведущих российских предприятий. По сравнению с 1 января 2011 года, государственные облигации в данном показателе увеличились на 18 898 961 тыс.руб. (110,5%); облигации и акции кредитных организаций, а также облигации Банка России, уменьшились на 100%. В результате чистые вложения в ценные бумаги, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток, уменьшились на 3 512 999 тыс.руб. (6,9%).

По состоянию на 1 января 2012 года в составе активов числится следующая дебиторская задолженность Банка таблица 2.7

Таблица 2.7 Сведения о дебиторской и кредиторской задолженности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2011год | 2010год |
|  | (тыс.руб.) | (тыс.руб.) |
| Расчеты с валютными и фондовыми биржами | 1 344 881 | 1 932 176 |
| Требования по аккредитивам по | 2 057 833 | 3 021 914 |
| иностранным операциям |  |  |
| Расчеты с бюджетом по налогам | 368 741 | 64 930 |
| Расчеты с работниками по | 863 | 525 |
| подотчетным суммам |  |  |
| Налог на добавленную | 17 178 | 63 482 |
| стоимость уплаченный |  |  |
| Прочая дебиторская | 1 091 473 | 685 566 |
| задолженность |  |  |
| в том числе просроченная | 54 041 | 16110 |
| Расчеты с работниками по | 0 | 2 |
| оплате труда |  |  |
| Итого | 4 880 969 | 5 768 595 |

Просроченная дебиторская задолженность таблица 2.8

По состоянию на 1 января 2012 года в основном состоит из сумм комиссий, пени, штрафов, требований по взысканию задолженности по кредитным договорам, не полученных от юридических и физических лиц, а также недостач в банкоматах.

Таблица 2.8 Просроченная дебиторская задолженность

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2011год | 2010год |
| Просроченная дебиторская задолженность | 54 041 | 16 110 |
| Итого | 54 041 | 16 110 |

Резервы на возможные потери по дебиторской задолженности созданы в полном объеме.

По состоянию на 1 января 2012 года в составе обязательств числится следующая кредиторская задолженность Банка Таблица 2.9

Таблица 2.9 кредиторская задолженность Банка

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2011 год | 2010 год |
| Обязательства по аккредитивам | 99 810 | 1 177 251 |
| по иностранным операциям |  |  |
| Суммы, поступившие на | 86 774 | 78 689 |
| корреспондентские счета до |  |  |
| выяснения |  |  |
| Расчеты с бюджетом по налогам | 1 074 567 | 269 194 |
| Налог на добавленную стоимость | 8 760 | 3 024 |
| полученный |  |  |
| Прочая кредиторская | 2 202 834 | 3 115 364 |
| задолженность в том числе: |  |  |
| ( \* - счет 47422 (обязательства по прочим операциям, в том числе \*\*- обязательства по | 2 067 344\* 1 914 499\*\* | 3 040 493\* 3 024 408\*\* |
| аккредитивам) |  |  |
| Итого | 3 472 745 | 4 643 522 |

Просроченная кредиторская задолженность отсутствует.

Средства клиентов банка представлены таблицами 2.10 и 2.11

Таблица 2.10 Средства клиентов, не являющихся кредитными организациями

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2011год (тыс.руб.) | Уд .вес в портфеле (%) | 2010год (тыс.руб.) | Уд .вес в портфеле (%) |
| Средства юридических лиц, и средства в расчетах, в т.ч. | 273 703 078 | 76,9% | 237 694 868 | 79,3% |
| Средства на расчетных счетах юридических лиц и средства в расчетах | 74 023 371 | 27,0% | 61 734 079 | 26,0% |
| Депозиты юридических лиц | 199 579 898 | 72,9% | 174 783 539 | 73,5% |
| Средства в аккредитивах | 99 809 | 0,1% | 1 177 250 | 0,5% |
| Вклады физических лиц, в т.ч. | 82 331 977 | 23,1% | 62119 010 | 20,7% |
| Депозиты и прочие средства резидентов | 81 785 118 | 99,3% | 61 778 716 | 99,5% |
| Депозиты и прочие средства нерезидентов | 546 858 | 0,7% | 340 294 | 0,5% |
| Итого | 356 035 055 | 100% | 299 813 878 | 100% |

Основным показателем обязательств Банка являются средства клиентов, не являющихся кредитными организациями, которые составляют 76% от обязательств Банка, что на 56 221 177 тыс.руб. (18,8%) больше чем за 2010 год. Данный показатель состоит из средств юридических лиц и средств в расчетах (76,9%) и средств физических лиц (23,1%). Средства клиентов юридических лиц на депозитных счетах составляют (72,9%) и, как и в 2010 году, занимают лидирующую позицию в средствах клиентов. Данный показатель за отчетный период увеличился на 24 796 359 тыс.руб.(14,2%). Средства на расчетных счетах юридических лиц и средства в расчетах за 2011 год увеличились на 12 289 292 тыс.руб.(19,9%).

Вклады физических лиц представлены депозитами резидентов (99,3%) и депозитами нерезидентов (0,7%). За отчетный год вклады физических лиц увеличились на 20 212 967 тыс.руб. (32,5%).

Средства кредитных организаций включает в себя следующие позиции таблица

Таблица 2.11 Средства кредитных организаций

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2011год (тыс.руб.) | 2010год (тыс.руб.) | Изменение (тыс.руб.) |
| Средства кредитных организаций, в т.ч. | 80 789 556 | 25 238 546 | 55 551 010 |
| Банков - резидентов | 65 875 267 | 14 697 727 | 51 177 540 |
| Банков - нерезидентов | 14 839 708 | 10 427 714 | 4 411 994 |
| Корреспондентские счета ЛОРО | 74 581 | ИЗ 105 | -38 524 |

Средства кредитных организаций на отчетную дату составили 80 789 556 тыс.руб., что на 220% больше, чем на предыдущую дату. Средства кредитных организаций занимают 17,3% от обязательств Банка. Динамика роста остатков средств кредитных организаций связана с увеличением остатков на счетах банков - резидентов.

По итогам деятельности Банка в 2011 году чистая прибыль составила 10805041 тыс. руб., и по сравнению с 2010 годам она увеличилась на 141,4%.

Сравнительным анализом структуры доходов и расходов выявлены следующие тенденции таблицы 2.12 и 2.13:

 рост процентных и комиссионных доходов, чистых доходов от операций с ценными, имеющимися в наличии для продажи, и прочих операционных доходов;

 снижение чистых доходов от операций с ценными бумагами, оцениваемыми по стоимости через прибыль или убыток, от чистых доходов от операций и иностранной валютой.

Таблица 2.12 Процентные доходы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2011 год (тыс. руб) | 2010 год (тыс .руб) | Изменения (тыс. руб) |
| Процентные доходы от размещения средств в кредитных организациях | 1188367 | 1001647 | 186720 |
| От кредитов, предоставленных клиентам, не являющимся кредитными организациями | 32682160 | 22744348 | 9937812 |
| От вложений в ценные бумаги | 4252088 | 4109309 | 142779 |
| Итого | 38122615 | 27855304 | 10267311 |

За 2011 год Банк получил процентных доходов на 36,9% больше чем в 2010 году. За счет увеличения доходов по кредитам юридических и физических лиц на 43,7%, за счет размещения средств в кредитных организациях на 18,6% и по ценным бумагам на 3,5%.

Таблица 2.13 Процентные расходы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2011 год (тыс. руб) | 2010 год (тыс. руб) | Изменения (тыс. руб) |
| По привлеченным средствам кредитных организаций | 3174739 | 660829 | 2513910 |
| По привлеченным средствам клиентов, не являющихся кредитными организациями | 13003878 | 12843051 | 160827 |
| По выпущенным долговым обязательствам | 1384709 | 1608577 | -223868 |
| Итого | 17563326 | 15112457 | 2450869 |

Видно, что произошло увеличение процентных расходов на 16,2%, что в основном связано с ростом процентных расходов по привлеченным средствам кредитных организаций на 380,4%.

В таблице 2.14 указана динамика уплаты налогов.

Таблица 2.14 Начисленные (уплаченные) налоги

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2011 год (тыс. руб) | 2010 год (тыс. руб) | Изменения (тыс. руб) |
| Налог на прибыль | 2995350 | 1483703 | 1511647 |
| Прочие налоги | 744535 | 5990557 | 153978 |
| Итого | 3739885 | 2074260 | 1665625 |

В отчетном году Банк начислил налогов больше, чем за предшествующий год на 80,3%, в основном рост произошел по налогу на прибыль 101,9%.

Недавно стартовал новый проект по формированию пенсионных накоплений россиян, в котором участвуют 2 отделения в Москве и Санкт-Петербурге. В ближайшее время к проекту будут подключены другие филиалы.

Клиенты ТрансКредитБанка имеют возможность использовать дополнительные сервисы для более оперативного обслуживания - круглосуточные телефонные консультации, интернет-банк, другие формы дистанционного обслуживания. Активно развивается услуга смс-информирования о состоянии клиентских счетов.

2.3 Анализ работы банка с пластиковыми картами

Одним из динамично развивающихся направлений по обслуживанию клиентов «ТрансКредитБанка» является выпуск банковских карт международных платежных систем Visa и MasterCard. Банк не только предоставляет своим клиентам самые распространенные в мире банковские карты, но и обеспечивает широкий и постоянно развивающийся набор услуг на их основе, например, дистанционное обслуживание при помощи Телефонного банка и Интернет-банк, кредитование и другие услуги. Активно реализуются проекты по комплексному банковскому обслуживанию на территориях предприятий железнодорожной отрасли, например, выплате зарплаты сотрудникам при помощи банковских карт.

Виды пластиковых карт:

 Электронные банковские карты VISA Electron и Maestro - недорогие и удобные.

 Стандартные VISA Classic и MasterCard Standard - самые распространенные. В том числе Visa Classic с благотворительной программой.

 Престижные золотые VISA Gold и MasterCard Gold.

 Премиальные VISA Infinite/Platinum и MasterCard Platinum.

 Банковские карты VISA Virtual - удобное платежное средство для осуществления покупок в сети Интернет.

 Кредитные карты (Visa Classic, MasterCard Standard, Visa Gold, MasterCard Gold) для сотрудников предприятий и организаций железнодорожной отрасли, а также предприятий, являющихся корпоративными клиентами банка.

Основными преимуществами получения и обслуживания банковских карт в ТрансКредитБанке являются развитость сети банкоматов и пунктов выдачи наличных (ПВН) <http://www.tcb.ru/regions/ATM-n-CASH/index.shtml>, высококонкурентные тарифы на предоставление и обслуживание карт, широкий комплекс сопутствующих услуг, включающий получение информации о состоянии карточных счетов через Интернет, SMS-информирование об операциях по карте, а также услуги <http://www.tcb.ru/online/ATM/index.shtml>, предоставляемые через банкоматы Банка. <http://www.tcb.ru/regions/ATM-n-CASH/index.shtml>

Клиенты, зарегистрированные в системе Интернет-банк <http://www.tcb.ru/online/private/information/index.shtml>, имеют возможность подавать заявления на обслуживание карт дистанционно.

Клиенты, желающие получить банковскую карту сразу по обращению в банк, в том числе при невозможности использования ранее полученной карты, могут получить неперсонифицированную карту <http://www.tcb.ru/privserv/cards/replacement.shtml> (без указания ФИО держателя карты). Неперсонифицированная карта позволяет осуществлять все операции, разрешенные по электронным картам, в день получения карты.

По заявлению владельцев картсчетов ТрансКредитБанк выпускает дополнительные карты для членов их семей. Для контроля расходов по дополнительным картам владелец картсчета может самостоятельно установить по ним ежемесячные расходные лимиты.

Для оформления банковских карт необходимо обратиться в московские офисы <http://www.tcb.ru/regions/moscow/index.shtml> или региональные филиалы <http://www.tcb.ru/regions/branches/index.shtml> ТрансКредитБанка.

Список документов, необходимых для получения международной банковской карты:

 Паспорт или другой документ, удостоверяющий личность;

 Для нерезидентов - миграционная карта и документ, подтверждающий право пребывания на территории РФ.

 Заявление на получение личной банковской карты VISA (Gold, Classic, Electron), MasterCard (Gold, Standard, Maestro) <http://www.tcb.ru/openfile.shtml?/files/CARDAHKETA.pdf>

 Заявление на получение личной банковской карты VISA (Platinum/ Infinite), MasterCard (Platinum) <http://www.tcb.ru/openfile.shtml?/files/CARDAHKETA2.pdf>

 Заявление на получение основной банковской карты по тарифу Пенсионный <http://www.tcb.ru/openfile.shtml?/files/CARDAHKETA3.pdf> - Заявление на получение личной банковской карты VISA Classic с благотворительной программой по тарифу «Расправь крылья» <http://www.tcb.ru/openfile.shtml?/files/CARDAHKETA4.pdf>  <http://www.tcb.ru/openfile.shtml?/files/CARDAHKETA4.pdf>

ТрансКредитБанк и Благотворительный Фонд социальной помощи детям «Расправь крылья» презентовали совместный проект - Благотворительную карту VISA «Я помогаю детям!». При оплате покупки этой картой ее обладатель каждый раз имеет возможность перечислить 0,25% процента от суммы платежа в Фонд «Расправь крылья». Еще столько же на счет фонда от себя будет перечислять и «ТрансКредитБанк». Стать обладателем карты может каждый клиент банка, просто оформив соответствующее заявление.

ТрансКредитБанк в Иркутске предлагает новые удобные и выгодные кредитные карты для зарплатных клиентов.

##### Преимущества Кредитной карты

1) Кредит в Иркутске в любой момент

Если необходимо совершить покупку или получить наличные, Кредитная карта ТрансКредитБанка всегда под рукой. Не нужно для каждой покупки занимать у знакомых деньги или брать потребительский кредит в Иркутске.

) Кредит в Иркутске без уплаты процентов

Можно пользоваться кредитом бесплатно при условии, что задолженность будет погашена в течение 50 дней.

) Кредитный лимит до 600 000 рублей

Клиент банка сам выбираете размер кредита из предложенных Банком вариантов. В случае, если Вы в дальнейшем захотите увеличить кредитный лимит, Банк всегда готов рассмотреть заявление.

) Возобновляемый кредит

При погашении задолженности лимит кредитования восстанавливается в размере внесенных средств и им можно пользоваться снова.

) Гибкость в погашении

Клиент сам выбирает удобный для него размер платежа, который составляет не менее 10% от суммы задолженности. Клиент банка может в любой момент погасить часть или всю сумму задолженности, не дожидаясь даты платежа. Это позволит рационально планировать семейный бюджет.

) Удобство погашения

Погасить задолженность клиент банка может с зарплатной карты в банкомате ТрансКредитБанка, Интернет-банке или в отделении Банка. Он может внести наличные средства через терминалы с функцией внесения наличных. Также может перевести деньги из другого банка, через Почту России или воспользоваться платежными терминалами QIWI.

) Скидки и специальные предложения

Используя кредитную карту ТрансКредитБанка, клиент банка получает скидки и специальные предложения от партнеров Банка и программы MasterCard® ИЗБРАННОЕ.

) Оперативный контроль и доступ

При открытии кредитной карты клиент бесплатно подключаетесь к Интернет-банку. С его помощью может оперативно получать выписки по кредитной карте и осуществлять другие операции. Также может подключить SMS-информирование для получения информации об операциях кредитной карты при помощи SMS-сообщений.

Виды карт представлены в таблице 2.15. (см. Приложение Б)

##### Как получить кредитную карту ТрансКредитБанка:

Банк предлагает банковские продукты, которые не только отвечают потребностям клиента, но и позволяют экономить время.

) Для оформления карты потребуется только паспорт и анкета-заявление на оформление кредитной карты.

2) Клиент может посетить отделение Банка в удобное для него время, или сотрудник Банка приедет к нему на работу и поможет в оформлении кредитных документов.

) Когда кредитная карта будет готова, с клиентом связывается сотрудник Банка, и клиент сам может получить ее в отделении Банка.

##### Условия получения Кредитной карты

1) Гражданство РФ.

2) Возраст - от 21 года.

) Доход - от 10 тыс. рублей в месяц.(для регионов) 15 тыс.рублей для Мск. Области и СПб.

) Получение заработной платы на карту ТрансКредитБанка.

В 2011 году количество действующих банковских карт выросло на 159 тыс. шт. и составило на 31 декабря 2011 года 2126 млн. шт. На 2012 год запланирован рост эмиссии на 200 тыс. карт. В 2011 году установлено 149 банкоматов, сеть насчитывала 2485 устройств. В июле произошло объединение сетей банкоматов группы ВТБ. Суммарное число устройств самообслуживания приблизилось к 10000 шт. В 2012 году планируется установить 200 АТМ, таким образом, собственная сеть терминальных устройств увеличилась до 2685 шт. В 2011 году по картам, , выпущенным Банком, проведено 132, 3 млн. операций на сумму 479,3 млрд.руб.

Банк является полноправным участником платежных систем VISA и MasterCard.

Стратегия развития розничного бизнеса в 2011 году была направлена:

 специализацию розничного бизнес на обслуживание текущей клиентской базы;

 стабилизация региональной сети продаж;

 ориентация на сотрудников корпоративных организаций;

 совместное использование инфраструктуры в рамках Группы ВТБ;

 организация кросс-продаж продуктов дочерних финансовых компаний ВТБ.

В 3 квартале 2011 года Банк представил своим клиентам новый продукт кредитную карту со льготным периодом до 50 дней. За 5 месяцев 2011 года было выпущено свыше 48 тыс.кредитных карт, что повлекло активную динамику роста (свыше 40% прироста портфеля только за декабрь месяц), что позволяет утверждать, что кредитные карты станут еще одним значительныи источником роста портфеля кредитов физическим лицам и доходов от кредитования уже в 2012 году.

Выпуск и обслуживание банковских карт - одно из основных и динамично развивающихся направлений обслуживания физических лиц в ТрансКредитБанке.

Выпуск и обслуживание банковских карт - одно из основных и динамично развивающихся направлений обслуживания физических лиц в ТрансКредитБанке.

Обладая статусом Принципиального члена международных платежных систем "Visa" и "MasterCard", банк предлагает частным клиентам карты следующих категорий:

 недорогие VISA Electron/Maestro;

 наиболее распространенные VISA Classic/MasterCard Standard;

 престижные VISA Gold/MasterCard Gold;

 премиальные VISA Infinite/Platinum и MasterCard Platinum;

 карты VISA Virtual для осуществления платежей в сети Интернет;

 карты Visa Classic с благотворительной программой.

Сотрудникам предприятий и организаций железнодорожной отрасли и сотрудникам предприятий-корпоративных клиентов банк также предлагает кредитные карты.

Основными преимуществами получения и обслуживания банковских карт в ТрансКредитБанке являются развитость сети банкоматов и пунктов выдачи наличных (ПВН), высококонкурентные тарифы на предоставление и обслуживание карт, широкий комплекс сопутствующих услуг, включающий получение информации о состоянии карточных счетов через Интернет, SMS-информирование об операциях по карте, а также услуги, предоставляемые через банкоматы Банка.

Клиенты, зарегистрированные в системе Интернет-банк, имеют возможность подавать заявления на обслуживание карт дистанционно.

Клиенты, желающие получить банковскую карту сразу по обращению в банк, в том числе при невозможности использования ранее полученной карты, могут получить неперсонифицированную карту (без указания ФИО держателя карты). Неперсонифицированная карта позволяет осуществлять все операции, разрешенные по электронным картам, в день получения карты.

По заявлению владельцев картсчетов ТрансКредитБанк выпускает дополнительные карты для членов их семей. Для контроля расходов по дополнительным картам владелец картсчета может самостоятельно установить по ним ежемесячные расходные лимиты.

Согласно данным рейтингового агентства «РБК Рейтинг», по итогам 2011 года ТрансКредитБанк вошел в десятку банков-лидеров по количеству собственных банкоматов и пластиковых карт.

3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЛАСТИКОВЫМИ ПРОДУКТАМИ ОАО «ТРАНСКРЕДИТБАНК

.1 Перспективы развития российского рынка пластиковых банковских карт

О бурном развитии рынка пластиковых карт говорят не только количественные показатели, но и расширение ареала его применения. По статистике, в первой половине года с использованием пластиковых карт совершено 758 млн транзакций на общую сумму 2,8 трлн рублей. За год частота использования россиянами карт растет примерно на треть, хотя наблюдатели отмечают, что карта еще не стала для россиян привычным средством «расплаты».

Россияне, которые хотят повысить уровень безопасности своих средств, используют дебетовые карты, при этом все еще небольшое количество клиентов непосредственно рассчитывается с помощью пластиковых карт, многие предпочитают снимать деньги с карт в банкоматах».

Тем не менее, российский рынок карт становится все более цивилизованным. Прежде всего - благодаря изменениям в отношении к этому продукту со стороны самих банков, которые делают возможности «картовладельцев» более комфортными - отменяют скрытые комиссии, увеличивают сроки действия карт и льготные периоды кредиток, расширяют список сервисов (таких как «мобильный банк», Интернет-банкинг) и сети банкоматов. Есть и встречное движение - в России практически не осталось супермаркетов, торговых центров и ресторанов, где нет возможности расплатиться через пластиковые карты. В последнее время наибольшими темпами растет самый перспективный его сегмент - эмиссия кредитных карт. Например, по итогам прошлого года их количество увеличилось на 85%, в то время как дебетовых - лишь на 32%.

Сегодня банки расширяют ряды обладателей пластиковых карт за счет двух основных источников - зарплатных проектов и потребительских кредитов с использованием пластиковой карты . Появление у клиента пластиковой карты по зарплатному проекту, как правило, не зависит от его желания или сознательного выбора. Это - решение работодателя. Владельцы таких карт начинают их использовать прежде всего как инструмент хранения и снятия наличных, но постепенно вовлекаются и в процесс осуществления платежей. А «протестировав» основные преимущества пластиковых карт, многие обращаются в банк за предоставлением им кредитной карты. Эта специфика российского рынка пластиковых карт определяет основные тенденции его развития на ближайшую перспективу: банки заинтересованы в одновременном развитии как расчетных, так и кредитных карт и в дальнейшей популяризации услуги, которая становится все более привлекательной для потребителей.

Рынок карт в России изначально начинался с дебетовых продуктов, в то время как зарубежные рынки начинали с кредитов. Постепенно с ростом кредитной инициативы россиян доля дебетовых карт снижается.

Впрочем, дебетовый сегмент по-прежнему расценивается участниками рынка как весьма перспективный.

Во-первых, государство, озабоченное проблемой «черной» обналички и отмывания сомнительных денег, судя по всему, готово стимулировать рынок безналичных платежей и в парламентских кулуарах уже лежит несколько законопроектов на сей счет

Во-вторых, самим банкам выгодно стимулировать в клиентах тягу к зарплатным проектам, себестоимость обслуживания которых ниже цены классических кассовых операций. К тому же в условиях затягивания поясов на мировом рынке межбанковских заимствований так называемые «остатки на счетах» (то есть деньги, которые остаются лежать на вашем текущем счете) начинают представлять для банков все больший интерес в качестве удобных оборотных средств.

Перспективы кредитных карт еще более масштабны.

Сегодняшняя принципиальная тенденция - «вытеснение» дорогих экспресс кредитов более дешевыми кредитными картами.

Конечно, уровень финансовой грамотности населения России еще низок и сдерживает «карточное» развитие, но он быстро растет. Многие начинают понимать, что экспресс кредит (кредит за час) с эффективной процентной ставкой порядка 50% годовых - далеко не идеальный способ покупок. Кредитная карта с более низкой процентной ставкой, обладающая льготным периодом оплаты и рядом других преимуществ подходит для этих целей куда лучше. Кроме того, кредитка может быть использована для реализации других задач - например, бронирование отелей или билетов, аренда автомобилей (в Европе за наличные авто не арендуются) и так далее. Так что тенденция роста рынка кредитных карт будет не только сохраняться, но и усиливаться.

Несмотря на впечатляющие темпы, «пластиковый» рынок сохраняет негативные черты, которые были присущи ему и ранее. Одна из них - уже упомянутая привычка россиян просто снимать с помощью карты деньги со счета То есть в многих случаях карты работают лишь два раза в месяц - в дни «аванса» и «получки». Около 90% всех действий, производимых с использованием карт, приходится именно на простую «обналичку» в банкоматах. Доля более доходных для банков транзакций - операций, связанных с безналичными платежами, - продолжает оставаться низкой.

Подобная ситуация наблюдается и в кредитном сегменте «пластикового» рынка. Карта используется большинством заемщиков опять же для «обналички», несмотря на то, что в большинстве банков обналичивать кредитку - крайне невыгодная операция, которая предусматривает повышенные комиссии и проценты. Однако это не останавливает клиентов. Некоторые эксперты полагают, что причины кроются в «ментальной любви» россиян к наличным и в отсутствии должного понимания функций кредитных карт.

Еще одна проблема - географический перекос карточного рынка. Он развивается прежде всего за счет ограниченного числа регионов, на которые приходится основная доля эмиссии и использования пластиковых карт.

Большая часть российских банковских карт эмитирована в трех регионах - в Москве и Московской области (более 43,7 млн карт), Петербурге (свыше 4,45 млн. карт) и Свердловской области (более 2,8 млн. карт). Причина диспропорции известны - карты распространяются прежде всего там, где более высокий уровень доходов и хорошо развитые банковские сети.

В столице и уровень жизни другой, и больше мест, где можно расплатиться картой. В небольших провинциальных городах уровень использования карт существенно ниже. Региональные клиенты банков станут чаще пользоваться картами тогда, когда оплачивать ими покупки и услуги будет так же легко и удобно, как и наличными деньгами».

В этом году на рынке появились новые интересные разработки. Одной из них стала принципиально новая модель лояльности, позволяющая клиентам накапливать на счету в банке определенный процент от суммы, потраченной с пластиковой карты. Это направление стало логическим продолжением существующих ранее дисконтных и бонусных программ, применяемых многими банками. Однако, в отличие от них, новый проект предусматривает не какие-то скидки и премиальные баллы, к которым привыкли клиенты, а «живые» деньги. Таким образом, банки пытаются создать реально ощутимый стимул.

Первым, кто решился на такой путь, стал Ситибанк , выпустивший в обращение кредитку с системой Cash back, обеспечивающую возврат 1% потраченных денежных средств. Карта обладает всеми преимуществами кредитки, имеет неплохой кредитный лимит в размере 160 тыс. рублей и позволяет заемщику использовать льготный период кредитования продолжительностью до 50 дней. Относительным ее недостатком является несколько завышенные, в сравнении с другими картами, стоимость годового обслуживания и проценты по кредиту (28% годовых). Но, по большому счету, все это не столь важно. Главное, что появление на рынке этой карты дало толчок развитию нового направления.

В середине лета эстафету Cash back подхватил Промсвязьбанк, ставший вторым банком, который начал возвращать деньги за покупки. Он наладил выпуск кредиток, держатели которых ежемесячно получают назад 0,5% потраченной суммы.

Затем на путь Cash back вступил банк «Авангард», а месяц тому назад о намерении ввести в обращение карту с аналогичной функцией заявил и ОТП банк. Причем этот банк устанавливает Cash back в размере 2% от потраченной суммы - самый большой на рынке процент возврата.

Вторым стратегическим направлением развития рынка пластиковых банковских карт стало распространение так называемых коалиционных проектов (кобрендинг), позволяющих соединить усилия банка и нескольких торгующих организаций и обеспечить тем самым расширение бонусных предложений.

Кобрендинг позволяет получить лояльную бренду аудиторию - это интересно и ритейлерам, и банкирам.

В настоящее время многие банки, вошедшие в розничный бизнес, пытаются продвигать кредитные карточные продукты.Рынок сейчас насыщен такими предложениями, многие банки предлагают идентичные продукты, это можно заметить по засилью рекламы с предложением оформить кредитную карту (одинаковая процентная ставка, стоимость годового обслуживания, период рассмотрения заявки). Например, на сайте banki.ru размешено порядка 154 предложений по кредитным картам. В такой ситуации есть только два способа выделиться среди конкурентов - создать дополнительную ценность своего продукта или найти потребителя, который изначально будет лоялен именно к вашей карте. Кобрендинговые проекты позволяют решить обе задачи одновременно.

В этом году одним из наиболее ярких проектов стало появление совместной кредитной карты Райффайзенбанка и бонусного пула «Малина». Принципиальным отличием нового пластика от созданных ранее кобрендинговых карт является присутствие в качестве партнера банка ни одной, а сразу нескольких бизнес-структур. Еще одна удачная новинка года - кобрендинговая карта Альфа-банка и журнала Cosmopolitan. Эта карта имеет четко выраженную целевую аудиторию (чего не было раньше в дисконтных проектах) - она рассчитана на молодых женщин и дает возможность не только получать скидки при покупке товаров компаний-партнеров, но и является «пропуском» на специальные мероприятия - показы мод, демонстрации новых коллекций и т.п.

По словам Сергея Малышева, начальника управления по развитию стратегического партнерства Альфа-банка, выпущено более 25 тыс. таких карт, а к концу года планируется достичь планки в 35 тыс.

Еще одним удачным примером кобрендинга многие участники рынка считают совместную программу «Аэрофлота» и банка «Русский стандарта». Расплачиваясь кобрендинговой картой, клиент получает скидку на билеты или может «копить» на своем счету мили для следующих полетов.

Что касается основных брендов карточного рынка, то, по оценке специалистов, в России ими по-прежнему останется две международные платежные системы - MasterCard и VISA. Многие аналитики полагают, что их доминирование усилится, и попытки создать альтернативные карточные бренды постепенно сойдут на нет. В то же время доля кобрендинга будет увеличиваться.

Таким образом банкиры высоко оценивают перспективы развития «пластикового» рынка. Знаковое событие - появление банка «Тинькофф. Кредитные Системы» - первого банка-монолайнера, единственная функция которого - выпуск и обслуживание кредитных карт. «Тинькофф» планирует до конца года эмитировать 300 тыс. карт, а через год войти в тройку лидеров «пластика». Пока, в соответствии с традициями бренда, «он такой один», но уже многие банки думают о «пластике» не как о приложении, а как о доминирующем направлении своего розничного бизнеса.

В течение ближайшего года следует ожидать усиления активности операторов рынка, не исключено, что и появления новых участников. Кроме того, будет расширяться спектр предоставляемых банками сервисов: увеличится количество банков, предлагающих клиентам карты с льготным периодом выплат (grace period) и услуги, связанные преимущественно с проведением интернет-платежей. Будет расти также число безналичных операций по оплате товаров и услуг с помощью карт параллельно с увеличением числа торговых точек, принимающих к оплате карты. Расширится и спектр преференций, предоставляемых клиентам.

3.2 Мероприятия по развитию пластиковых продуктов продуктов банка на основе кобрэндовых программ

Кобрендинговая программа как говорилось ранее это по сути своей программа повышения лояльности частных клиентов по отношении к банку и компании участвующей в кобренде.

На основании исследований описанных во второй главе для ОАО «ТрансКредитБанк» можно предложить следующие мероприятия в отношении активизации кобрендинговых программ данного банка:

1. Скидки в магазинах

Данный продукт уже применяется, но активность его применения все еще низка. Механизм реализации данного мероприятия следующий.

При оплате картами ОАО «ТрансКредитБанк» клиент получает скидку на покупки в магазине; банк получает определенную комиссию за обслуживание карты и транзакцию; магазин получает зачисление данной суммы непосредственно на расчетный счет в банке, тем самым ускоряется процесс включения данных средств в оборот фирмы, что является безусловным преимуществом для фирмы.

Однако сложность будет состоять в том, какую шкалу избрать для скидок на покупки, и какие льготы банку дать фирме за формирование ей данного дисконта покупателю.

Стандартные «5 %» не подойдут так как при формировании ставки нужно исследовать количество премии получаемой банком от транзакций по фирме, ну а фирме естественно скалькулировать свою экономию при включении безналичного расчета.

Как показывает практика, для крупных ритейлеров скидка в пять процентов приемлема, однако их необходимо заинтересовать льготами от банка, которые могут быть выражены в соразмерном суммарной величине скидки по расчетам покупателей при помощи карт ОАО «ТрансКредитБанк» уменьшении стоимости обслуживания или же предложении дополнительных бонусов по овердрафтным проектам для персонала фирмы.

2. Скидки за покупку бензина

Данное мероприятие наиболее безрисково так как данный бизнес высоко доходен и комиссионное вознаграждение банка будет очень существенным и довольно стабильным, а фирме будет еще более выгодно структурировать свои значительные финансовые потоки через безналичные расчеты и соответственно экономию на ряде бизнес процессов к каким прежде всего следует отнести, инкассацию денег, аудит денежных расчетов, бухгалтерский персонал и тому подобное.

3. Мультибрендовый «пластик»

Особенно актуально это будет в отношении расчетов в магазинах бытовой техники.

Как правило, покупка бытовой техники подразумевает существенные финансовые затраты у покупателя, и зачастую покупку в кредит.

Любая кредитная покупка это риск и для продавца и для банка, но в случае использования карты может быть снят такой риск как вероятность возникновения безнадежного кредита.

За счет чего получится данное обстоятельство?

Если кредитный договор будет завязан на овердрафтную карты покупателя, то банк страхует подобный риск и в случае не оплаты может обратить взыскание на заработную плату заемщика или переадресовать взыскание на работодателя данного лица. Другим обстоятельством естественно выступает, получение банком дополнительных комиссионных сборов по карте.

Продавец кроме описанных в предыдущих мероприятиях льгот, может быть заинтересован, соразмерным скидке увеличением суммы первоначальной оплаты банком части стоимости покупки в кредит.

4. Мобильные скидки

У ОАО «ТрансКредитБанк» есть уже опыт сотрудничества с сотовыми операторами. В иркутской области такие программы еще не развиты.

Использование данного метода позволит покупателю получать бонусы, выраженные допустим в дополнительных минутах или в дополнительном трафике при выходе в сеть Интернет, то есть при пользовании картой ему будут начисляется дополнительные бонусные баллы. Оператор сотовой связи по соглашению с банком соответственно получает дополнительную рекламу у клиентов банка и естественно различные бонусы при обслуживании в данном банке в процессе кредитования или же работы по другим продуктам банка.

5. Овердрафтные бонусы.

Овердрафт - это так называемый краткосрочный кредит, когда банк даёт взаймы деньги зарекомендовавшим себя клиентам, причём на очень короткий срок. Идея в том, что кредитное учреждение осуществляет перерасход средств (от англ. overdraft - «сверх планируемого»), после чего человек может воспользоваться куда большими средствами, чем у него есть на счёте. Правда, в последующем вся денежная сумма, которая была занята у банка, выплачивается заёмщиком единовременно. А делается это автоматически, когда на карточку клиента поступают денежные средства. Как правило, сумма овердрафта устанавливается в размере регулярных поступлений на счёт, по крайней мере, не превышает её.

Если ОАО «ТрансКредитБанк» «завяжет» на зарплатные овердрафты бонусы при оплате клиентами покупок в магазинах или по оплате различных услуг, то он имеет возможность получить дополнительные бонусы по овердрафтным (застрахованным заработной платой) суммам, которые потратит покупатель, ну а продавец воспользуется эффектом прироста продаж с наименьшей величиной риска.

6. «Женские» скидки

Как правило ежедневные траты женщин больше чем мужчин, поэтому банку следует приступить к переговорам с крупными косметическими ритейлерами Иркутска с целью обсуждения возможности подключения их компаний в систему безналичных расчетов ОАО «ТрансКредитБанк».

Как показали опросы экономически активных женщин, они бы отдали предпочтение безналичному способу расчетов в магазинах, а если они при этом будут получать соответствующие скидки, то банк может получить ощутимый прирост комиссионных сборов по карточкам.

7. Оплата за обучение.

С ОАО «ТрансКредитБанк» сотрудничают ряд учебных заведений города Иркутска и Иркутской области.

Банк осуществляет расчетно-кассовое обслуживание и кредитование, в принципе было бы разумно завязать расчеты по оплате за обучение на дебетовые и кредитовые карточки клиентов банка.

Допустим, абитуриент желает поступить в данный вуз, если он будет осуществлять расчеты пластиковыми картами банка, то ему будет предоставляться 3-5 процентная скидка. Банк при этом получает дополнительные комиссии, а в отношении вуза допустимо изменить условия обслуживания в банке по различным проектам.

Перед внедрением данных мероприятий необходимо тщательно проанализировать рыночные условия в конкретном локальном рынке, так как ряд предлагаемых мероприятий разумны к внедрению в экономически активных населенных пунктах таких как город Иркутск, а в небольших населенных пунктах где нет крупного ритейлинга они не уместны, но тем не менее если по всей области сделать единую систему работы по соответствующим видам карт, тогда для жителей небольших городов, подобная карта будет так сказать «выездно», то есть ее будут использовать при выезде в крупные города или за рубеж, но по опыту европейской части России вероятен риск не окупаемости выпуска подобных карт для мелких локальных рынков.

3.3 Минимизация вероятных рисков при реализации предлагаемых мероприятий

Существенное отличие кобрендинга от других видов программ лояльности состоит в том, что эта технология основана на взаимодействии двух и более брендов. Синергетический эффект совместного позиционирования зависит от того, усиливают вектора брендов друг друга или, наоборот, ослабляют. Второй случай является базовым риском всех программ лояльности, использующих кобрендинг. Для успешной реализации кобрендингового проекта бренды должны быть близки по масштабу, более-менее состоявшимися и известными. Кобрендинг теряет смысл в случае взаимодействия сформировавшегося сильного бренда с молодым.

По мнению специалистов «ИМА-консалтинг», основная проблема применения кобрендинга в России состоит в том, что множество отечественных брендов, в том числе, и на банковском поле, еще находятся в стадии закрепления в сознании потребителей и не обладают достаточным влиянием. Использование совместных акций с участием других «незрелых» брендов может только усложнить коммуникацию и процесс продвижения. Поэтому важно правильно выбрать партнеров и оценить последствия взаимодействия брендов на стадии планирования кампании.

Кроме того, важное значение для развития этого бизнеса имеет соответствие кобрендинговой карты требованиям потребителей. Очевидно, что карта, позволяющая максимально удовлетворить все запросы клиентов, будет использоваться чаще. В связи с этим целесообразно провести исследование ожиданий имеющихся и потенциальных клиентов банка от кобрендинговой кампании, предваряющее разработку стратегии ее продвижения. Успешные совместные программы банков и торговых сетей способны дать ощутимый финансовый результат.

Так, по данным одного из ведущих американских эмитентов Bank One, в 20010-2011 годах счета держателей кобрендинговых карточек приносили ему в два раза больше прибыли, чем счета держателей обычных карточек. Торговые сети также фиксируют значительное увеличение средней суммы разовой покупки при оплате кобрендинговой картой.

Применительно к ОАО «ТрансКредитБанк» для успешной реализации кобрендинговых программ следует снизить следующие риски:

1) Риск ликвидности данного продукта:

Всегда существует риск, что клиент не будет оплачивать выставляемые комиссии.

Для этого следует ужесточить условия привязки новых продуктов к картам клиентов, внедрить плавающую шкалу начисления бонусных балов при расчетах пластиковыми картами.

2) Риск неравноценности проектов.

Так как кобрэнд это способ увеличения лояльности клиентов к банку и компании продавцу, то не следует в одном «пластиковом» продукте связывать продавцов различных ценовых сегментов.

Наиболее идеальный случай формировать кобрэнд для различных целевых аудиторий с различными величинами дисконта.

3) Операционный риск

На фоне частых не лицеприятных отзывов от граждан, нужно заранее проработать цепочку действий направленных на снижение потерь времени при транзакциях по кобрэндинговым программа.

Данное обстоятельство может быть достигнуто путем совершенствования существующего программного обеспечения и внедрением нового, которое прошло проверку в других кредитных институтах.

Еще одним недостатком ОАО «ТрансКредитБанк» является не достаточное количество банкоматов, а те которые есть очень часто не работают, поэтому надо ликвидировать данное обстоятельство перед внедрением кобрэндов.

В целом, перед внедрением кобрендинговых программ следует ликвидировать указанные риски в таком случае банк сможет минимизировать финансовые потери при их реализации

Кроме того стоит отметить что успешное решение кобрэндовых программ банка, а следовательно и минимизация рисков потерь и неверных маркетинговых решений в системе MasterCard для микропроцессорных карт будет достигнуто путем интеграции программы OneSMART MasterCard

Программы OneSMART MasterCard объединяют все карточные проекты платежной системы MasterCard WorldWide, основанные на микропроцессорной технологии, а также обеспечивают эмитенту техническое содействие и коммуникационную поддержку под единым маркетинговым брэндом. Банк сможет выбирать из обширного меню функционала OneSMART готовые технологические решения для применения в кобрэндовых карточных программах. Программы OneSMART включают, но не ограничивают, следующие функциональные возможности:M/Chip - дебетовые и кредитные платежные карты с чипом для выполнения платежных функций.Pre-Authorized - электронный кошелек на базе чипа для совершения операций оплаты товаров/услуг без авторизации эмитентом в режиме реального времени.Chip Authentication program (CAP) - идентификация держателя карты при оплате в сети Интернет в целях повышения безопасности проведения операции.

Кроме того, в рамках кобрэнда планируется использование технологии OneSMART PayPass .

Это технология бесконтактной передачи информации с карты на внешнее считывающее устройство (PayPass Reader) посредством вмонтированной в карту и подключенной к чипу радио-антенны. Возможности применения варьируются от оплаты проезда в общественном транспорте до использования в качестве пропуска с разграничением доступа в служебные помещения.

Технология MasterCard Open Data Storage (MODS) будет применятся для:

Loyalty program - программ лояльности, размещение на чипе информации об участии держателя карты в программах лояльности разных организаций и величин скидок, предпочтениях держателя карты;

Social card - социальных карт, размещение на чипе информации об участии держателя карты в социальных программах, медицинском страховании, размерах скидки на товары социальной группы (медикаменты, продукты питания и т.п.) и услуги ЖКХ, общественный транспорт, телефон и т.п.предлагает готовые эскизы для дизайна OneSMART карт для более оперативного запуска программ и экономии маркетинговых издержек.

Кроме того допустимо внедрение программы mc2™ MasterCard Program, как часть общего OneSMART маркетингового решения для смарт карт. Дизайнерским решением продукта mc2 является карта с закругленным правым нижнем углом, выпускаемая и российскими эмитентами. Но, как показывает практика, для персонализации таких карт необходима модернизация эмбоссера. Банк будет иметь возможность использовать дизайн собственной разработки для своих OneSMART программ.Smart Debit Credit - платежные программы для микропроцессорных карт VISA

Visa Smart Debit Credit (VSDC) - платежное приложение Visa. Обеспечивает глобальную поддержку технологии платежных микропроцессорных карт, позволяющую банкам-членам Visa обеспечить конкурентоспособность и стратегическое развитие собственного бизнеса в будущем. Программа базируется на спецификации, разработанной совместно с Europay, MasterCard and Visa (EMV), обеспечивающей возможность для всех кредитных и дебетовых чиповых карт обслуживаться в EMV считывающих устройствах по всему миру. Обладает паритетными с MasterCard технологическими возможностями.

Несмотря на существующие риски и сложности, а также неудачу некоторых кобрендинговых проектов в России, это направление является стратегическим в банковском маркетинге и заслуживает самого пристального внимания и профессионального исполнения со стороны менеджмента ОАО «ТрансКредитБанк».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С развитием современной банковской системы России и в условиях стабилизации положения на финансовом рынке, происходит активное внедрение банковских пластиковых карточек в платежный оборот страны.

Многие банки предпочитают диверсифицировать свою деятельность и сочетают выпуск международных карточек с членством в российских платежных системах. Карточки международных платежных систем имеют пока неоспоримое преимущество перед российскими, так как их принимают по всему миру.

ТрансКредитБанк занимает лидирующие позиции в сегменте услуг для транспортной и смежных с ней отраслей. Банк также активно сотрудничает с эффективными компаниями из различных отраслей (включая крупнейшие российские компании и предприятия малого и среднего бизнеса, в т ч. энергетической, добывающей, инфраструктурной отраслей, промышленного производства и торговли). Всего Банк обслуживает около 35 тысяч предприятий всех сфер экономики.

Развивается и розничный бизнес Банка. ТрансКредитБанк обслуживает около 2 млн частных лиц, входит в топ-10 российских банков по количеству карт в обращении, а также в «пятерку» крупнейших операторов корпоративных зарплатных проектов. Банком выпущено свыше 2,8 млн карт.

По состоянию на 1 января 2012 года сеть Банка состоит из 2 485 банкоматов и 272 терминала самообслуживания. Региональная сеть ТрансКредитБанка насчитывает 287 подразделений, действующих в 190 городах и населенных пунктах России.

ТрансКредитБанк входит в топ-15 крупнейших банков по размеру совокупного кредитного портфеля.

В 2011 году количество действующих банковских карт выросло на 159 тыс. шт. и составило на 31 декабря 2011 года 2126 млн. шт. На 2012 год запланирован рост эмиссии на 200 тыс. карт. В 2011 году установлено 149 банкоматов, сеть насчитывала 2485 устройств. В июле произошло объединение сетей банкоматов группы ВТБ. Суммарное число устройств самообслуживания приблизилось к 10000 шт. В 2012 году планируется установить 200 АТМ, таким образом, собственная сеть терминальных устройств увеличилась до 2685 шт. В 2011 году по картам, , выпущенным Банком, проведено 132, 3 млн. операций на сумму 479,3 млрд.руб.

Банк является полноправным участником платежных систем VISA и MasterCard.

Стратегия развития розничного бизнеса в 2011 году была направлена:

 специализацию розничного бизнес на обслуживание текущей клиентской базы;

 стабилизация региональной сети продаж;

 ориентация на сотрудников корпоративных организаций;

 совместное использование инфраструктуры в рамках Группы ВТБ;

 организация кросс-продаж продуктов дочерних финансовых компаний ВТБ;

В 3 квартале 2011 года Банк представил своим клиентам новый продукт кредитную карту со льготным периодом до 50 дней. За 5 месяцев 2011 года было выпущено свыше 48 тыс.кредитных карт, что повлекло активную динамику роста (свыше 40% прироста портфеля только за декабрь месяц), что позволяет утверждать, что кредитные карты станут еще одним значительными источником роста портфеля кредитов физическим лицам и доходов от кредитования уже в 2012 году.

Наиболее перспективным направлением развития платиковых продуктов банка является развитие кобрэндовых программ для пластиковых карт.

Кобрендинг - это партнерство банков с ведущими торговыми марками, с производителями популярных товаров и услуг.

Достоинством кобрэндинговых программ является симбиотический эффект, который состоит в увеличении комиссионных платежей для банков, увеличение лояльности клиентов к предприятиям участвующим в кобренде, а следовательно и прибыли от деятельности, для клиентов же увеличивается удобство в расчетах в магазинах или при оплате жилищно-коммунальных услуг и так далее.

В ОАО «ТрансКредитБанк» кобрэндинговые программы занимают менее 7 процентов в общем объеме пластиковых продуктов и в основном группируются вокруг воздушных кобрэндов.

Программа развития кобрэндинговых продуктов данного банка должна предусматривать развитие программ по следующим направлениям:

Скидки в магазинах: данный продукт уже применяется, но активность его применения все еще низка.

Скидки за покупку бензина: данное мероприятие наиболее безрисково так как данный бизнес высоко доходен и комиссионное вознаграждение банка будет очень существенным и довольно стабильным, а фирме будет еще более выгодно структурировать свои значительные финансовые потоки

Мультибрендовый «пластик»: особенно актуально это будет в отношении расчетов в магазинах бытовой техники.

Мобильные скидки: сотрудничество с сотовыми операторами. В Иркутской области такие программы еще не развиты

Овердрафтные бонусы: если ОАО «ТрансКредитБанк» «завяжет» на зарплатные овердрафты бонусы при оплате клиентами покупок в магазинах или по оплате различных услуг, то он имеет возможность получить дополнительные бонусы по овердрафтным (застрахованным заработной платой) суммам, которые потратит покупатель.

«Женские» скидки: в современном обществе активизация данного направления очень перспективно.

Оплата за обучение: позволяет задействовать в одном продукте такие элементы как целевой кредит и овердрафтный проект.

Стоит отметить, что существенное отличие кобрендинга от других видов программ лояльности состоит в том, что эта технология основана на взаимодействии двух и более брендов. Синергетический эффект совместного позиционирования зависит от того, усиливают вектора брендов друг друга или, наоборот, ослабляют. Второй случай является базовым риском всех программ лояльности, использующих кобрендинг. Для успешной реализации кобрендингового проекта бренды должны быть близки по масштабу, более-менее состоявшимися и известными. Кобрендинг теряет смысл в случае взаимодействия сформировавшегося сильного бренда с молодым.

Система управления рисками при реализации кобрэндинговых программ, должна содержать конкретные шаги по минимизации вероятных рисков ликвидности, операционных издержек и рисков соединения неравноценных проектов.

Существующие риски и сложности, а также неудача некоторых кобрендинговых проектов в России, это направление является стратегическим в банковском маркетинге и заслуживает самого пристального внимания и профессионального исполнения.

Несмотря на развитие рынка банковских карт, пока российский рынок серьезно отстает от западных стран, объемы платежей с их использованием пока нельзя назвать значительными. Доля пластиковых карт в общем объеме оплаченных населением товаров и услуг составляет около 3,3%. Эксперты считают, что догнать западные страны Россия сможет через 5-10 лет при сохранении нынешней динамики. Улучшение макроэкономической ситуации в стране после финансового кризиса и дальнейшее развитие банковского сектора российской экономики будет способствовать не только количественным, но и качественным изменениям на российском карточном рынке в ближайшие годы.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (части первая, вторая и третья) (с изм. и доп.) [Электронный ресурс] - СПС «Гарант», 2010.

2. Положение ЦБР от 24 декабря 2004 г. № 266-П «Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт» (с изменениями от 21 сентября 2006 г., 23 сентября 2008 г.) - СПС «Гарант», 2010.

. Авдеев В. Расчеты банковскими картами // Аудит и налогообложение. - 2009. - № 2.

. Белов В.А. Денежные обязательства [Электронный ресурс] - Система ГАРАНТ, 2007.

. Белозерова В., Хейнсворт Р. Российские банки в розничном бизнесе. // Банковский ритейл. - 2006. - № 2.

. Беляева Н. Расчеты с помощью банковских карт //Аудит и налогообложение. - 2008. - № 1.

. Буздалина Е., Колоскова Л. Управление платежных систем и расчетов Московского ГТУ Банка России // БДМ. Банки и деловой мир. - 2009. - № 1.

. Буздалина Е., Колоскова Л. Экваринг // БДМ. Банки и деловой мир. - 2009. -№ 2.

. Быстров Л.В., Воронин А.С., Гамольский А.Ю. и др. Пластиковые карты (5-е изд., перераб. и доп.). - М.: БДЦ-пресс, 2005.

. Всяких Ю.В. Современные проблемы формирования платежных систем с использованием пластиковых карт // Проблемы и перспективы развития экономического и управленческого потенциала России в XXI веке: Сборник материалов V Всероссийской научно-практической конференции. - Пенза: ПГПУ им. В. Г. Белинского, 2007.

. Давыдова А.В. Особенности развития рынка банковских карт: правовой аспект //Юридическая работа в кредитной организации. - 2007. - № 3.

. Ефимова Л.Г. Банковские сделки: Право и практика - М.: Академия, 2007.

. Иванов Н.В. Управление карточным бизнесом в коммерческом банке. 2-е изд. - М.: БДЦ-пресс, 2006.

. Историческая справка по платежной системе «Золотая Корона» [Электронный ресурс] - http://www.paysyscenter.ru/index.php?option=com

. История карточной системы СБЕРКАРТ [Электронный ресурс] - http://www.paysyscenter.ru/index.php?option=com

. Калистратов Н.В., Кузнецов В.А., Пухов А.В. Банковский розничный бизнес - М.: БДЦ-пресс, 2006.

. Калистратов Н.В., Кузнецов В.А., Пухов А.В. Принципы функционирования электронных платежных систем // Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. 2006. - №№ 7, 8, 9, 10.

. Коваленко Г.Н. Эффективное развитие розничного бизнеса в условиях кризиса // Регламентация банковских операций. Документы и комментарии. - 2009. - № 1.

. Коваленко Г.Н. Кризис розничного бизнеса: правильные выводы и эффективное развитие системы // Управление в кредитной организации. - 2009. - № 1.

. Колесникова А.В. Направления развития розничного банковского бизнеса // Управление в кредитной организации. - 2009. - № 5.

. Крахмалев С.В. Современная банковская практика проведения международных платежей. - М.: ГроссМедиа, 2007.

. Куришев О.Ю. Банковские карты как важный элемент банковского розничного бизнеса // Банковский ритейл. - 2007. - № 1.

. Лебедева Н.В. Расчеты с использованием пластиковых карт // Торговля: бухгалтерский учет и налогообложение. - 2007. - № 9.

. Лукашок Ю.В. Российский рынок пластика: тенденции развития и перспективные продукты // Банковский ритейл. - 2008. - № 3.

. Маковская Н. Почувствуйте разницу Прямые инвестиции. - 2009. - № 1

. Официальный сайт ОАО «ТрансКредитБанк» [Электронный ресурс]: Режим доступа: www.tcb.ru

. Пашкова А.В. Российский рынок пластика: стратегия выживания // Банковский ритейл. 2009. - № 3.

. Пластиковые карты: в ногу со временем // Вестник. Экономика. Инфраструктура. Инвестиции. - 2007. - № 6(13).

. Пухов А.В. Бережливое производство (Lean Production) в розничном бизнесе банка // Организация продаж банковских продуктов. - 2008. - № 4.

. Пухов А.В. Интернет-деньги // Банковский ритейл. - 2008. - № 1.

. Пухов А.В. Организация операционной работы по приему платежей физических лиц без открытия счета //Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. 2007. - № 5.

. Романова К.А. Платежные средства. Банковские карты // Организация продаж банковских продуктов. - 2009. - № 1, 2.

. Романов В.К. Особенности современного рынка пластиковых карт // Банковский ритейл. - 2008. - № 1.

. Спиранов И.А. Правовое регулирование операций с банковскими картами. - М.: Юнистформ, 2008.

. Толковый словарь [Электронный ресурс] - СПС «Гарант», 2010.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 2.3 Рейтинги финансовых показателей (рэнкинги)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Место в российской банковской системе | Дата | Источник |
| Прибыль | 7 | 1 января 2012 | Интерфакс-ЦЭА |
| Активы | 12 | 1 января 2012 | Интерфакс-ЦЭА, Коммерсантъ-Деньги № 12 от 26.03.2012 |
| Собственный капитал | 13 | 1 января 2012 | Коммерсантъ-Деньги № 12 от 26.03.2012 |
| Совокупный кредитный портфель | 12 | 1 января 2012 | РБК Рейтинг, 13.02.2012 |
| Кредиты юрлицам | 10 | 1 января 2012 | РБК Рейтинг, 13.02.2012 |
| Кредиты физлицам | 12 | 1 марта 2012 | Профиль № 16 от 30.04.2012 |
| Совокупный депозитный портфель | 11 | 1 января 2012 | РБК Рейтинг, 13.02.2012 |
| Депозиты юрлиц | 8 | 1 января 2012 | РБК Рейтинг, 13.02.2012 |
| Депозиты физлиц | 18 | 1 марта 2012 | Профиль № 16 от 30.04.2012 |
| Портфель ценных бумаг | 12 | 1 января 2012 | Коммерсантъ-Деньги № 12 от 26.03.2012 |
| Портфель ипотечных кредитов физлицам | 7 | 1 января 2012 | Банки-РУ от 12.04.2012 |
| Количество пластиковых карт в обращении | 7 | 1 января 2012 | РБК Рейтинг, 27.03.2012 |
| Количество банкоматов по России | 6 | 1 января 2012 | РБК Рейтинг, 29.03.2012 |
| Интернет-банкинг | BB+ | 18 апреля 2012 | Markswebb Rank & Report, 18.04.2012 |
| Филиальная сеть | 11 | 1 июня 2011 | РБК Рейтинг, 06.06.2011 |
| Объем выданных потребительских кредитов | 8 | 1 июня 2011 | РБК Рейтинг, 28.09.2011 |

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица 3 Виды кредитных карт, предоставляемых ТрансКредитБанком

##### MasterCard Standard

|  |  |
| --- | --- |
|  | Кредитный лимит от 10 000 до 300 000 рублей Бесплатное пользование кредитом до 50 дней Процентная ставка - 24% Комиссия за облуживание карты - 775 рублей в год |

##### MasterCard Gold

|  |  |
| --- | --- |
|  | Кредитный лимит от 10 000 до 600 000 рублей Бесплатное пользование кредитом до 50 дней Процентная ставка - 23% Комиссия за облуживание карты - 1 975 рублей в год Скидки по программе MasterCard ИЗБРАННОЕ Бесплатная дополнительная карта MasterCard Standard |

##### MasterCard Unembossed c транспортным приложением

|  |  |
| --- | --- |
|  | Кредитный лимит от 10 000 до 300 000 рублей Бесплатное пользование кредитом до 50 дней Процентная ставка - 24% Комиссия за облуживание карты - 975 рублей в год Выпускается в московском регионе и может быть использована в качестве проездного билета в Московском Метрополитене Может быть выпущена к основной карте категорий Standard и Gold |

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)[Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)[Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |