

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, проф., д.э.н.
_____ И.А. Баев
« ___ » _____ 2017 г.

Кредитные карты как инструмент банковского кредитования
на примере АО «Тинькофф Банк»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.01.2017.891.ВКР

Руководитель работы,
к.э.н., доцент кафедры
_____ В.Н. Тишина
« ___ » _____ 2017 г.

Автор работы,
студент группы ЭУ–451
_____ М.Д. Косилова
« ___ » _____ 2017 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ И.А. Бочкарева
« ___ » _____ 2017 г.

Челябинск 2017



АННОТАЦИЯ

Косилова М.Д. Кредитные карты как инструмент банковского кредитования на примере АО «Тинькофф Банк». – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-451, 2017 – 112 с., 12 ил., 33 табл., библиогр. список – 57 наим., – прил., 16 л. презентации

Объектом исследования стало АО «Тинькофф Банк» как финансово-кредитное учреждение, реализующее в своей работе технологию интернет-банкинга с широким применением кредитных карт.

Цель работы – рассмотреть операции с кредитными картами на примере АО «Тинькофф Банк».

В ходе выполнения работы были решены следующие задачи: рассмотрены теоретические основы операций с кредитными картами; проанализированы операции с кредитными картами на примере АО «Тинькофф Банк»; разработаны предложения по совершенствованию операций с кредитными картами АО «Тинькофф Банк».

Проведенный анализ финансово-экономических показателей позволил выявить существенные потери из-за большой величины просроченной задолженности. Поэтому были сформулированы предложения по улучшению финансово-консультационного сопровождения клиентов банка. Экономическое обоснование показателей внедрения предложения выявило его относительно низкую эффективность.



ANNOTATION

Kosilova M. D. Credit cards as a tool of Bank lending on the example of JSC «Tinkoff Bank». – Chelyabinsk: SUSU, EC-451, 2017 – 112 p., 12 Il., 33 tab., bibliography.a list of 57 Naim., 0 ADJ., 16 L. presentations

The object of the study was «JSC Tinkoff Bank» as a financial institution, realizing in his work technology of Internet banking with the extensive use of credit cards.

The aim of this work is to examine the credit card on the example of JSC «Tinkoff Bank».

In the course of work were solved following tasks: the theoretical bases of the credit card transactions; analyzed credit cards for example, JSC «Tinkoff Bank»; development of proposals on improvement of the credit card transactions of JSC «Tinkoff Bank».

The analysis of financial-economic indicators revealed significant losses due to the large size of arrears. Therefore, suggestions were made for improving the financial-consulting support of clients. The economic justification of the level of implementation of the proposal revealed its relatively low efficiency.



ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КРЕДИТОВАНИЯ НА ОСНОВЕ КРЕДИТНЫХ КАРТ В РФ.....	10
1.1 Современные кредитные карты – продукт банковских и информационных технологий.....	10
1.2 Нормативно-правовая база осуществления операций с кредитными картами.....	19
1.3 Отечественный и зарубежный опыт внедрения прогрессивных решений в направлении кредитования с использованием банковских карт	21
2 АНАЛИЗ ОПЕРАЦИЙ С КРЕДИТНЫМИ КАРТАМИ НА ПРИМЕРЕ АО «ТИНЬКОФФ БАНК»	34
2.1 Финансово-экономическая характеристика АО «Тинькофф Банк».....	34
2.2 Анализ рыночных характеристик кредитных карт АО «Тинькофф Банк».....	51
2.3 Анализ эффективности операций с кредитными картами на примере АО «Тинькофф Банк» на современном этапе.....	61
3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОПЕРАЦИЙ С КРЕДИТНЫМИ КАРТАМИ	69
3.1 Обоснование предложений по совершенствованию операций с кредитными картами.....	69
3.2 Оценка эффективности реализации предложений по стимулированию потенциальных клиентов	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	81
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	83



ВВЕДЕНИЕ

Финансово-кредитная система обеспечивает эффективное функционирование экономики страны, решение социальных задач и удовлетворение потребностей населения. Кредиты, получаемые субъектами экономики для финансирования хозяйственных операций, необходимы для формирования предложения товаров, продуктов и услуг. Одновременно значительные объемы товаров, потенциально востребованные потребителями, имея высокую рыночную цену, требует от покупателей единовременного наличия значительных сумм денег, источником которых могут стать потребительские кредиты с использованием карт [39].

В связи с этим исследование инструментов, приемов и методов совершенствования деятельности финансово-кредитных учреждений, специализирующихся в потребительском кредитовании широких масс населения с использованием банковских карт, является актуальным и практически значимым в современной экономической ситуации.

В финансово-кредитном секторе экономики страны в последние годы сформировалась напряженная ситуация. Не всегда оптимальная политика в области финансов, налогов и бюджетов, экономические санкции со стороны развитых стран и ответные санкции России, неблагоприятная конъюнктура на мировых сырьевых рынках обусловили появление негативных тенденций в социально-экономическом положении страны. Стабильно низкие цены на мировых рынках на энергоресурсы и другие продукты российского экспорта, половинчатость и неопределенность в политике реформ, снижение реальных доходов населения на фоне кризисных явлений обусловили уменьшение экономической активности, доходов бюджета, размеров социальных и страховых фондов.

Повышение эффективности работы финансово-кредитных учреждений может стать средством улучшения социально-экономических показателей страны. Поэтому определение перспективных направлений и средств совершенствования

кредитования населения с использованием банковских карт в сложившейся ситуации являются особенно актуальными и полезными.

Поэтому целью выпускной квалификационной работы является рассмотрение операций с кредитными картами на примере АО «Тинькофф Банк»

В соответствии с поставленной целью необходимо решение следующих задач:

–рассмотреть теоретические основы операций с кредитными картами;

–проанализировать операции с кредитными картами на примере АО «Тинькофф Банк»;

– разработать предложения по совершенствованию операций с кредитными картами АО «Тинькофф Банк».

Объектом исследования стало АО «Тинькофф Банк» как финансово-кредитное учреждение, реализующее в своей работе технологию интернет-банкинга с широким применением кредитных карт.

Предметом исследования является продукт банка – кредитная карта – и факторы, определяющие его результативность и эффективность.

В ходе решения поставленных задач использовались методы экономических исследований: монографический; статистический, экономического анализа, сравнения, графический.

Информационной базой выполнения выпускной квалификационной работы являются данные, полученные из открытых общедоступных источников.

Структура работы включает введение, три раздела, заключение, библиографический список, приложения.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КРЕДИТОВАНИЯ НА ОСНОВЕ БАНКОВСКИХ КАРТ В РФ

1.1 Современные кредитные карты – продукт банковских и информационных технологий

Развитие экономики любого государства сегодня невозможно без высокоэффективной системы денежного обращения и использования современных платежных механизмов. Современные платежные системы позволяют банку расширять сферу услуг, наращивая свою клиентуру и доход. В настоящее время внутренний и международный рынки платежных карт динамично развиваются. Этому способствуют и дополнительные возможности, присущие карточной финансовой технологии, одну из которых – выступать инструментом кредитования – мы рассмотрим детально.

Банковская карта может одновременно быть и инструментом безналичных расчетов, и кредитования частных лиц с целью поддержания потребительских процессов. Ее широкое применение одновременно характеризует степень интегрированности банковской системы и общества, развития банковских операций и платежного оборота [5, 9, 18].

Среди международных кредитных карт наиболее популярной, престижной и дорогой является карта VISA. Менее популярной является EuroCard / MasterCard, которая также принимаются к оплате во всем мире. American Express отличается от предыдущих карт относительно меньшей распространенностью [9].

С развитием телекоммуникационных технологий важную роль приобрел мобильный банкинг. Мировая статистика использования дистанционного доступа к банковским услугам на протяжении последних десятилетий характеризовалась динамичным ростом и к настоящему времени практически все развитые и большинство развивающихся стран охвачены банковскими сервисами на основе мобильных технологий.

Благодаря мобильному банкингу снижается нагрузка на банковские call-центры, менее актуальной становится задача открытия новых офисов, создания новых точек продаж. Ранее густая сеть офисов содействовала расширению клиентской базы, но сопровождалось ростом затрат. С развитием современных информационных технологий необходимость офисов отпадает [1, 9, 16].

На месте не стоят не только банки, но и их клиенты. Уже сформировалась еще одна новая категория продвинутых пользователей мобильной связи, которые могут быть весьма интересны банкам – war-технологии [19, 21, 22]. Возможности war-банкинга гораздо шире, чем sms-банкинга. По сути, пользователь war имеет доступ к сайту банка в режиме 7x24.

Общепризнано [23, 25, 26], что развитие банковского бизнеса без использования инновационных методов дистанционного банковского обслуживания (ДБО) невозможно. На сегодняшнем этапе компьютеризации подавляющее большинство безналичных расчетов в банковской системе осуществляется в электронной цифровой форме через [28]:

- локальные компьютерные сети (например, при использовании в расчетах системы типа «Банк-Клиент»);
- специальные компьютерные сети (например, при использовании расчетных систем SWIFT, расчетных сетей центральных банков и т. д.);
- глобальную компьютерную сеть Интернет (Интернет-банкинг);
- все каналы доступа – комбинированные платформы: Internet, WAP, телефон (голос, факс, модем).

E-banking (е-банкинг) как вид электронной экономической деятельности представляет собой предпринимательскую, а также тесно связанную с ней непредпринимательскую деятельность (включая иную не запрещенную законом экономическую деятельность, а также банковскую), осуществляемую в электронной форме с использованием коммуникационных средств в глобальной информационной среде Интернет [30, 31, 33].

Содержание современной системы электронных финансовых отношений представлено на рисунке 1.

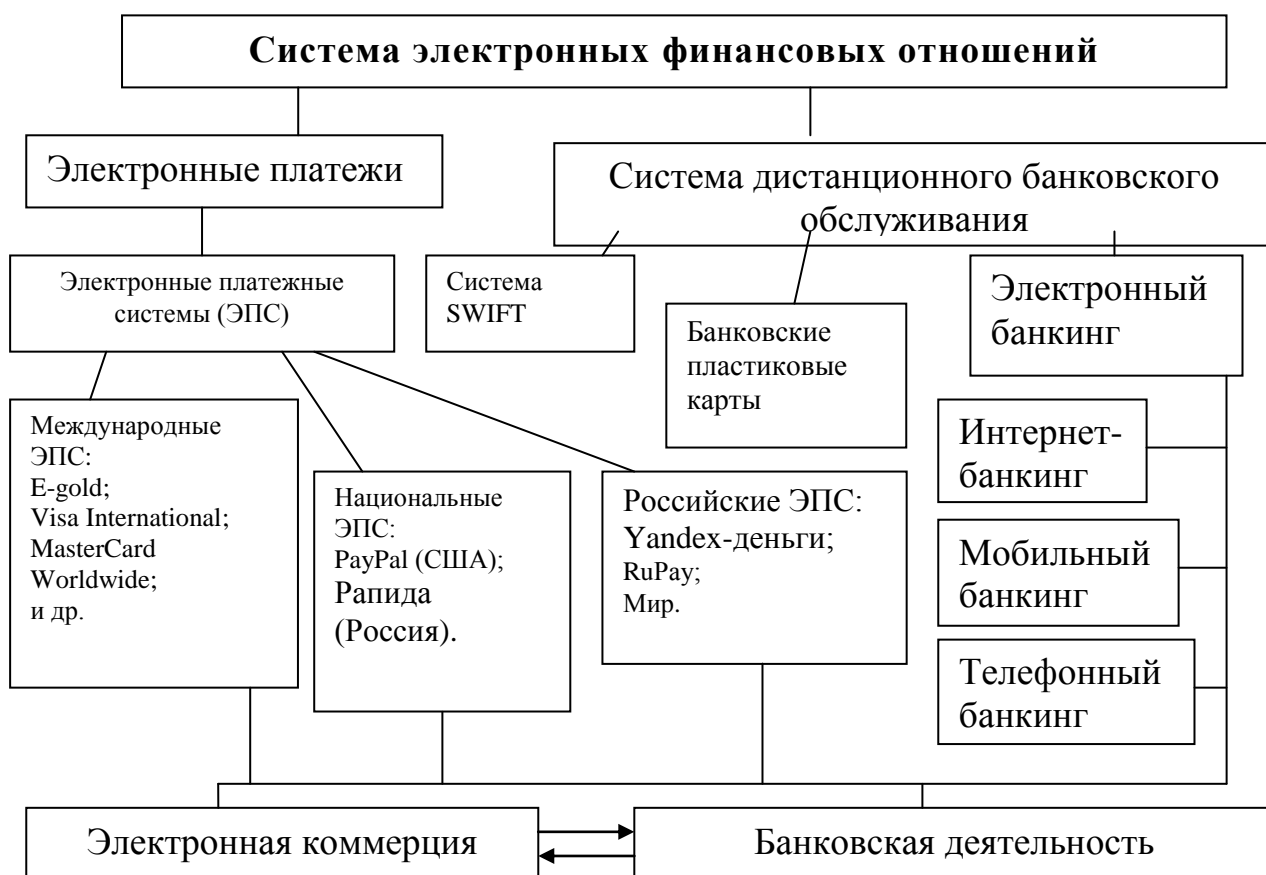


Рисунок 1 – Современная архитектура банковских сервисов на основе информационных технологий

Технологии дистанционного банковского обслуживания можно классифицировать по типам информационных систем (программно-аппаратных средств), используемых для осуществления банковских операций [7]:

- pc-banking (к этой категории может быть отнесена система «Клиент-Банк»);
- Интернет-банкинг;
- мобильный банкинг;
- телефонный банкинг (иногда используется термин «телебанкинг»);
- обслуживание с использованием банкоматов (АТМ-банкинг) и устройств банковского самообслуживания.

В деятельности российских банков внедрение информационных технологий происходит как последовательное осуществление ряда этапов, содержание которых представлено в таблице 1 [25, 38. 44].

Таблица 1 – Основные этапы процесса внедрения информационных технологий в банковскую деятельность

Этапы внедрения	Краткая характеристика основных продуктов и услуг в банковской сфере
1. Создание корпоративных компьютерных сетей	Поддержание систем: – электронного документооборота; – расчетных межфилиальных сетей; – расчетно-клиринговых систем
2. Продажа банковских и сопутствующих услуг в сети Интернет	Направления услуг: – «Банк-Клиент»; – Интернет-банкинг; – телебанк; – мобильный банк, WAP-сервис; – Интернет-трейдинг; – электронная коммерция
3. Развитие внутрибанковских систем управления и их автоматизация	Направления: – управление взаимоотношениями с клиентами с помощью технологических систем CRM (Customer Relationship Management); – планирование ресурсов банка по системе ERP (Economy Resources Performance); – управление эффективностью бизнеса, бюджетирование в системе корпоративного управления BPM (Business Performance Management); – получение управленческой информации и мониторинг значений показателей эффективности; используют системы управленческой отчетности MIS (Management Information System)
4. Интеграция банковских систем как с ЭПС, так и расчетными системами телефонных операторов	Варианты: – банк – ЭПС (телебанк «ВТБ-24» и Yandex-кошелек); – ЭПС – телефонный оператор (Keeper Mobile); – виртуальный банк – ЭПС (RuPay и РЭД). ¹²⁵
5. Создание мобильных интегрированных платежных систем	Экспериментальная зона мобильных расчетов (Санкт-Петербург – Москва – Сочи), в которой для расчетов используется баланс мобильного телефона оператора сотовой связи

Системы дистанционного банковского обслуживания являются инструментом расчетных систем, которые, в свою очередь, являясь элементом платежной

инфраструктуры, играют важную роль в функционировании Национальной платежной системы (НПС).

Национальная платежная система Российской Федерации представляет собой один из основных компонентов денежно-кредитной и финансовой системы страны, и, следовательно, является важным фактором ее экономического развития [11, 39]. НПС включает в себя все формы институционального и инфраструктурного взаимодействия в финансовой системе при переводе денежных средств от плательщика к получателю. Однако по данным 2016 года охват этими видами сервиса клиентов банков, например, частных лиц, владельцев банковских карт, не превышает 50 %. И этом банковские карты сейчас имеются у 85 % взрослого населения России.

Внедрение и использование в банковской деятельности Интернет-технологий регулирует Центральный банк России [55].

Удаленное обслуживание привлекает мобильную часть клиентуры, позволяет снизить издержки на экспансию в другие регионы (таблица 2).

Таблица 2 – Преимущества системы Интернет-банкинга с позиций субъекта экономики и кредитной организации

Для клиента кредитной организации	Для кредитной организации
1. Возможность открывать счет в любом банке.	1. Более широкий охват клиентской базы.
2. Быстрый и эффективный способ управления банковским счетом.	2. Для банка исчезает необходимость трудоемкой работы с наличностью
3. Конкурентоспособность услуг, предоставляемых с помощью системы Интернет-банкинга.	3. Обслуживание системы Интернет-банкинга дешевле, чем содержание разветвленной сети филиалов и высококвалифицированного персонала.
4. Получение доступа к счету с любого компьютера из любой точки земного шара, имеющего вход в Интернет.	4. Предложения более конкурентоспособных услуг по привлекательным ценам
5. Отслеживание операций с картами (любое списание средств с карточного счета оперативно отражается в выписках по счетам), а также перевод денег и пользование услугами Интернет-магазинов	5. Возможность работы кредитной организации в круглосуточном режиме, совершение операций в режиме реального времени.
6. Возможность одновременного управления различными счетами в разных банках.	6. Автоматическое отслеживание рисков, возникающих при операциях с клиентами

Способствующие и стимулирующие факторы:			
Технологические:	Организационно-экономические:	Маркетинговые:	Стратегические:
конвергенция (приведет к лидированию мобильного банкинга): телефоны: третьего поколения; неограниченность по времени; мобильность, быстрый платеж; сокращение затрат времени	повышается производительность труда в банке; не требуется широкой филиальной сети; низкие издержки; высокие оперативность и мобильность оказания услуг и др.	расширяется «линейка услуг»; создаются возможности развития электронной коммерции; возможности получения дохода в Интернет; повышается доступность сервисов и услуг.	получение конкурентных преимуществ банком; возможность обслуживания нерезидентов; формируются предпосылки для глобальной автоматизации банков; и т. д



Интернет-банкинг



Сдерживающие факторы:			
Особенности менталитета	Маркетинговые факторы:	Слабая нормативно-правовая база:	Риски:
нежелание осваивать и пользоваться услугой; низкий уровень дохода; слабые навыки работы в Интернет; и др	отсутствие рекламы об услуге; слабая осведомленность о преимуществах сервиса; слабое стимулирование сбыта; отсутствие партнерских программ; и др	отсутствие нормативной базы; проволочки в принятии актуальных норм, регламентов; возможность использования для отмывания денег и др.	потери денежных средств; неконтролируемое перемещение средств; развитие трансграничного e-банкинга сталкивается с пробелами в международной практике; стратегические риски; геополитические кризисы и др.

Рисунок 2 – Факторы, способствующие и препятствующие развитию перспективных сервисов и продуктов в банковской системе РФ

Таким образом, эволюция банковских услуг происходит в непрерывной связи с общественным прогрессом и развитием информационных технологий, что позволяет автоматизировать и совершенствовать бизнес-процессы в обслуживании и поддержке клиентов. Факторы, способствующие и препятствующие развитию перспективных сервисов и продуктов в банковской системе РФ, представим в виде схемы на рисунке 2.

Влияют на состояние российской банковской системы и международные политические события. Так, в 2014 году ряд развитых стран принял в отношении РФ санкции. Они имели политический, персональный и экономический характер и вводились своеобразными пакетами в стремлении Запада повлиять на политику России.

Такие события породили ответную реакцию России, выражающуюся в контрсанкциях. Центральный Банк РФ потребовал от зарубежных платежных систем осуществления обработки транзакций на территории России и наложил на них обязательство использования в качестве подрядчика национальной системы платежных карт РФ, созданной в 2014 году [10]. НСПК РФ принадлежит ЦБ, который вложил в ее капитал 4,3 млрд руб.

Другим шагом по снижению зависимости от запада стал запуск собственной национальной банковской карты «Мир» [28]. В стране картами «Мир» предполагается обеспечить до 70 млн человек. поэтому любое предприимчивое и энергичное финансово-кредитное учреждение имеет в этом направлении существенный потенциал роста.

Исследования показывают, что наиболее перспективным направлением развития кредитования в России является обслуживание [27, 33, 35] частных лиц, представителей среднего и малого бизнеса с использованием кредитных карт. Это позволит избежать обычных в офисе затрат: на аренду площадей, оборудование, содержание персонала.

В длинной цепочке хозяйственных циклов, ведущих к созданию продукта и употреблению готовых продуктов и услуг потребитель находится на последнем

месте. Однако именно он является в этом механизме глазным участником и целью, и смыслом существования его самого. В стимулировании потребительской активности, в свою очередь, важное значение имеют потребительские кредиты, предоставляемые банками.

За последние несколько лет объемы кредитования банками населения возрастали, а темпы их роста падали. [6; 7; 9; 10]. В результате возросла роль кредита в финансировании потребительских расходов населения, а отношение объемов кредитования населения к ВВП достигло уровня развитых стран.

Проблемы развития потребительского кредитования населения в научной литературе достаточно исследуемый вопрос. Фундаментальные основы его сущности и функционирования исследованы такими учеными, как: А.Смит, Э.Дж.Долан, В.Лексис, Т.Тук, Е.Рид, Р.Коттер, М.Туган-Барановский, Дж.Синки. Весомый вклад в исследование потребительского кредита сделали ученые: М.Алексеенко, О.Евтух, Е.Жуков, Б.Ивасив, А.Казимагомедов, О.Лаврушин, В.Лагутин, А.Мороз, Г.Панова, М.Савлук, Р.Тиркало и другие. Объективную необходимость кредитования населения обуславливают два взаимосвязанных факта: потребность населения в приобретении тех или иных товаров и услуг часто опережает возможности их денежного обеспечения, т. е. существует разрыв между размерами текущих денежных доходов населения и относительно высокими ценами на имущество длительного пользования или дорогостоящими услугами; субъекты, владеющие свободными денежными ресурсами, благодаря их передаче заемщику на условиях срочности, платности, возвратности имеют возможность получить дополнительные доходы [8, 11, 32, 36].

Специфической формой потребительского кредитования является заключение с клиентом кредитного договора с получением кредитной карты. Кредитная карта – это банковская карта с предоставленной кредитной линией, которая позволяет ее обладателю делать покупки и снимать наличные в кредит. Таким образом, владелец кредитной карты может использовать ее для безналичных или наличных расчетов, то есть оплатить покупку товаров и услуг, например, в

супермаркете, причем даже за рубежом (удобно во время заграничных поездок). Особенностью кредита по карте, которая весьма удобна для клиента, является то, что пока платеж или снятие с денег с карты не сделаны, проценты платить не нужно. У клиента есть возможность потратить деньги в любой момент в сумме установленного лимита, но пока это не сделано, плата за предоставленные средства не взимается. Кредитную карту, в связи с этим, сравнивать с обычным потребительским кредитом будет не корректно. Такая особенность является привлекательной для населения и, не смотря на ухудшение экономической конъюнктуры в стране, выпуск кредитных карт продолжает увеличиваться. На рисунке 3 приведена динамика выпуска банковских карт с 2008 года в поквартальном разрезе.

Ставки по кредитам в последние два года удерживались на рекордной высоте в 25–35 % годовых. Именно этим можно объяснить продолжение стабильного роста выданных карт, в том числе и кредитных. Условия (процентные ставки по кредиту с использованием карты) вплотную приближаются к стоимости обычного потребительского кредита.

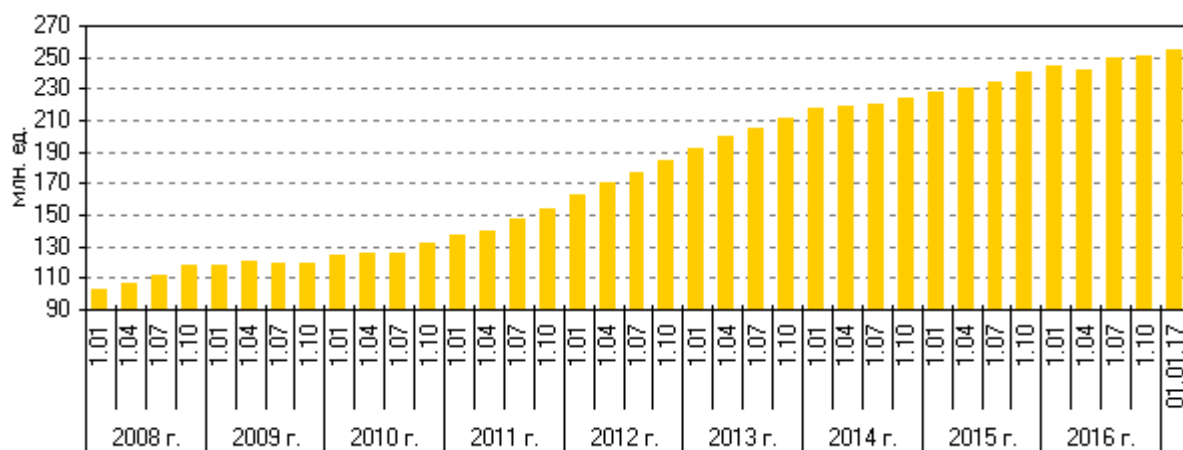


Рисунок 3 – Динамика выпуска банковских карт в России в 2008–2016 гг.

Рост эмиссии банковских карт происходит на фоне снижения объемов кредитования физических лиц в Российской Федерации. Сокращение сектора потребительского кредитования следует рассматривать как устойчивый в

среднесрочной перспективе тренд, обусловленный совокупным влиянием ряда факторов [17].

Таким образом, перспективы развития потребительского кредитования в России довольно неоднозначны. И это обстоятельство необходимо принимать в расчет при обосновании мероприятий по совершенствованию банковских продуктов – кредитных карт.

1.2 Нормативно-правовая база осуществления операций с кредитными картами

Согласно данным Банка России 2016 года, из 797 российских кредитных организаций 572 осуществляют эмиссию и (или) эквайринг банковских карт [14]. В стране обращается свыше 234 млн карт, подавляющую часть которых составляют карты международных платежных систем [23, 46].

Правовое регулирование операций с банковскими картами носит комплексный характер и осуществляется способами публично-правового и гражданско-правового регулирования.

Согласно ст.2 Федерального закона от 2 декабря 1990 г. N 395-1 «О банках и банковской деятельности», правовое регулирование банковской деятельности осуществляется Конституцией РФ, указанным Законом, Федеральным законом от 10 июля 2002 г. N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», другими федеральными законами и нормативными актами Банка России.

Гражданско-правовое регулирование операций с банковскими картами опирается в первую очередь на нормы ГК РФ.

Специальным нормативным правовым актом, регулирующим обращение банковских карт в России, является Положение Банка России от 24 декабря 2004 года N 266-П "Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт"[37].

Им устанавливается, что кредитная организация вправе осуществлять эмиссию банковских карт следующих видов: расчетных (дебетовых) карт, кредитных карт и предоплаченных карт, держателями которых являются физические лица, в том числе уполномоченные юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями (далее - держатели).

Кредитная карта [37] как электронное средство платежа используется для совершения ее держателем операций за счет денежных средств, предоставленных кредитной организацией – эмитентом клиенту в пределах расходного лимита в соответствии с условиями кредитного договора.

Расчетная (дебетовая) карта как электронное средство платежа используется для совершения операций ее держателем в пределах расходного лимита - суммы денежных средств клиента, находящихся на его банковском счете, и (или) кредита, предоставляемого кредитной организацией - эмитентом клиенту при недостаточности или отсутствии на банковском счете денежных средств (овердрафт).

Несмотря на большое значение данного Положения для банковской практики, следует признать, что оно не удовлетворяет в полной мере потребностям оборота банковских карт. Пытаясь компенсировать нехватку нормативного правового регулирования указанной области правоотношений, Банк России издал некоторое количество писем, восполнивших отдельные пробелы, в числе которых можно назвать:

- письмо Банка России от 2 октября 2009 года N 120-Т «О памятке «О мерах безопасного использования банковских карт»;
- письмо Банка России от 12 августа 2010 года N 115-Т «Об идентификации физического лица при выдаче ему предоплаченной карты»;
- письмо Банка России от 1 августа 2011 года N 112-Т «О возврате денежных средств за товар (услугу), ранее оплаченный с использованием платежной карты»;

– письмо Банка России от 2 июня 2014 года N 104-Т «Об обеспечении бесперебойного осуществления переводов денежных средств с использованием платежных карт» и др.

Следует отметить, что и международные, и российские эксперты сходятся во мнении, что банковская карта – не средство хранения денежных средств. Даже ее использование с необходимыми мерами предосторожности не гарантирует сохранности находящихся на карточном счете денежных средств.

Переходя далее к исследованию понятия «банковская карта», следует сказать, что единой точки зрения о нем до сих пор не сложилось. Так, одни ученые полагают, что банковская карта – средство (инструмент) управления (распоряжения) денежными средствами ее держателя в целях оплаты товаров и услуг, а также для получения наличных денег и валюты. По мнению других авторов, банковская карта представляет собой документ, выдаваемый кредитной организацией в подтверждение размещения на банковском счете денежных средств в указанной в договоре валюте, на основании которого держатель карты получает возможность неоднократно снимать со счета наличные денежные средства и (или) осуществлять оплату услуг (произведенных работ, приобретенного товара). Действующее Положение № 266-П (п. 1.5) рассматривает банковскую карту, а точнее, ее разновидности – расчетную (дебетовую), кредитную и предоплаченную карты – в качестве электронного средства платежа.

1.3 Отечественный и зарубежный опыт внедрения прогрессивных решений в направлении кредитования с использованием банковских карт

Аналитики многих банков постоянно проводят исследования рынка кредитных карт [19]. Анализ рынка за первый квартал 2016 года показал, что снижение за первый квартал составило 1,03 триллиона рублей.

Однако, анализ рынка потребительского кредитования показал, что снижение на нем было значительно более существенным и составило более 10,6 триллионов

рублей. Следовательно, снижение на рынке карт было существенно ниже, чем на рынке в целом. Это подтверждает то, что карты становятся более популярными, чем кредиты. Тем не менее, их распространение (рисунок 4) остается ограниченным.

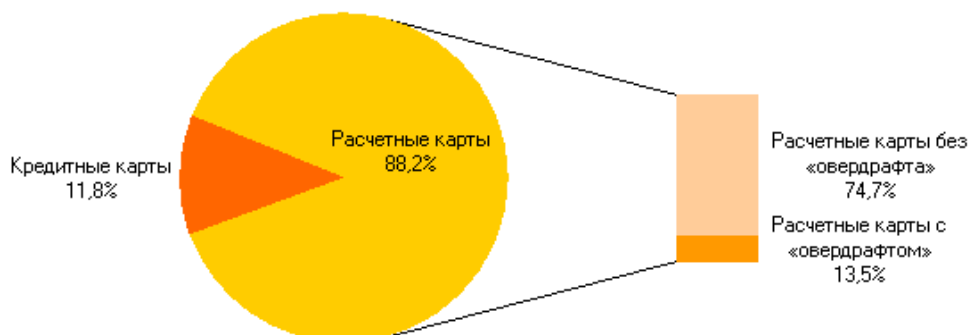


Рисунок 4 – Удельный вес кредитных карт в общем числе выданных

Также имеют место значительные отличия в результатах работы с кредитными картами у разных банков. Лидер банковского кредитования России – Сбербанк, в первом квартале 2016 года увеличил выдачу кредитных карт на 2,7%, что в сумме выражается в 418-ти млрд руб.

Второе место среди банков, увеличивших объёмы выдачи кредитных карт, является банк Тинькофф. В денежном выражении увеличение существенно меньше, чем у Сбербанка – около 90 млрд руб., однако в процентном выражении это составило 4,7%. Третье место у банка ВТБ 24, четвертое – Альфа-банк.

С точки зрения перспектив развития и уровня конкурентоспособности кредитные карты различных банков и их детальные варианты подвергаются регулярной рейтинговой оценке [53].

На популярном в деловых кругах портале «Ипотечный калькулятор» применяется методика, включающая исследование следующих показателей:

- кредитная карта должна быть выгоднее потребительского кредита в том же самом банке;
- величина кредитного лимита;

– тарифы на обслуживание карт: ежегодная плата за обслуживание, проценты за снятие наличных, проценты за осуществление переводов;

– наличие и величина льготного периода;

– доля минимального платежа;

– возможности погашения;

– дополнительные бонусы;

– легкость и скорость оформления карты;

– наличие интернет-банкинга.

По итогам 2016 года карточные продукты различных банков расположились в порядке, представленном в таблице 3.

Наибольшей популярностью пользуются карты банка Ренессанс Кредит. Этот банк предоставляет достаточно неплохие условия: процентная ставка ниже, чем во многих других банках, кредитный лимит достаточно высок, годовое обслуживание карты бесплатно, нет никаких лишних страховок. Проценты за снятие наличных также ниже, чем во многих других банках.

Таблица 3 – Лидеры рейтинга кредитных карт банков-лидеров данного сектора потребительского кредитования

Название банка и карты	Кредитный лимит, руб.	Льготный период, дни	Процентная ставка, %	Дополнительно
<u>Ренессанс-Кредит</u>	300 000	55	24,9-36,9	Без справок, доставка, скидки до 10%
<u>Тинькофф Платинум</u>	300 000	55	24,9-36,9	Без справок, доставка, скидки до 30%
Яр-банк	150 000	55	27,8-35,4	Без справок, доставка, скидки на покупку игр
Тинькофф Канобу	700 000	55	23,9-32,9	Без справок, доставка

Таким образом, в связи с финансовой нестабильностью, в последние годы рынок кредитных карт существенно снижается. За эти годы много кредитных учреждений покинули финансовый рынок, однако основные игроки все же остались. Но, так или иначе, проблемы развития рынка коснулись всех [36].

Объем рынка кредитных карт в России в 2016 году составил 999 млрд рублей и достиг трехлетнего минимума [27]. Об этом говорится в исследовании Тинькофф Банка, основанного на данных ЦБ. При составлении исследования учитывалась только непросроченная задолженность (кредиты до востребования и овердрафты, предоставленные физическим лицам).

В соответствии с данными Всемирного банка, в глобальном обращении в 2014-2015 гг. находилось более 10 млрд банковских карт различных типов: кредитных, дебетовых, предоплаченных, виртуальных [31,57].

Соотношение объемов обращения активных банковских карт в мире отображено на рисунке 5.

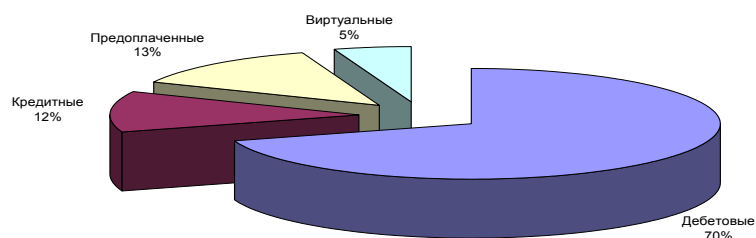


Рисунок 5 – Соотношение объемов обращения активных банковских карт в мире

Рассмотрим уровень проникновения кредитных карт в мире в 2016 г. (на примере десяти стран) (рисунок 6). Диаграммы рисунка 7 демонстрируют, что экстремально высокие показатели оборотов по банковским картам наблюдаются в США – 4,4 трлн долл.США, в Китае – 3,3 трлн, что свидетельствует о сложившейся безналичной конъюнктуре розничного сектора в вышеуказанных странах. Сопоставляя показатели оборотов по различным типам карт развитых стран с российским уровнем, можно прийти к выводу, что в России существуют предпосылки для многократного роста оборотов по банковским кредитным картам при позитивных изменениях социально-экономической ситуации [6,18,35].

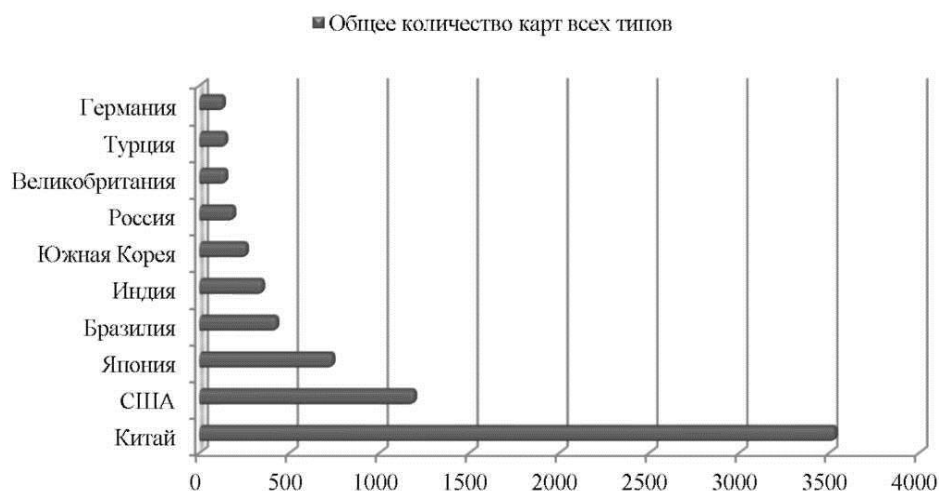


Рисунок 6 – Уровень проникновения кредитных карт в мире (на примере десяти стран, 2016 год)

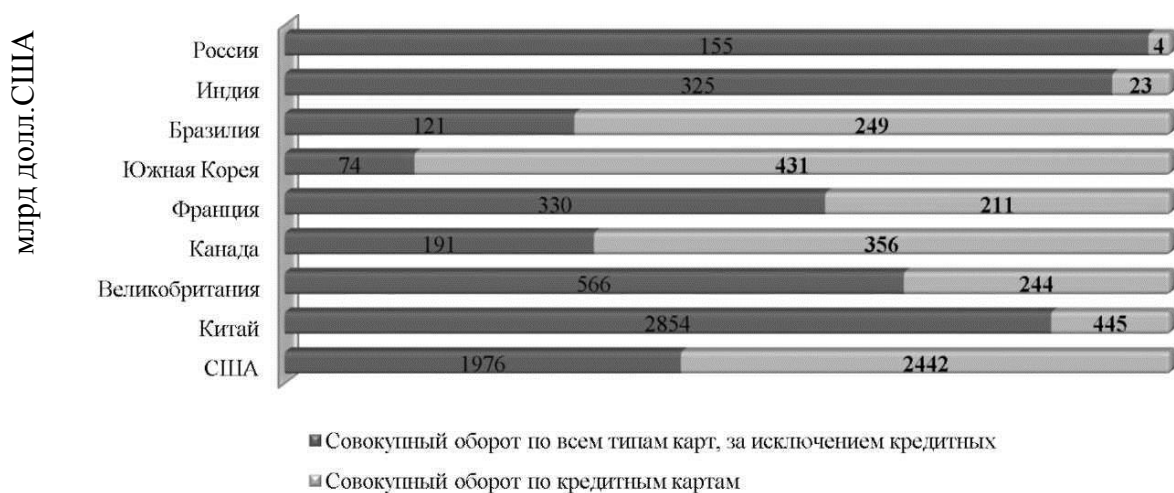


Рисунок 7 – Распределение стран по оборотам и типам банковских карт, 2016 год

Уровень проникновения кредитных карт не зависит от величины экономики страны. В странах Западной Европы население активно пользуется банковскими картами для осуществления платежей. В Великобритании и Франции уровень проникновения кредитных карт весьма высок (1100 кредитных карт на 1000 человек), что объясняется ранним становлением рынка кредитных карт. В Германии и Голландии для осуществления платежей массово используются предоплаченные карты. В азиатских странах и регионах (Сингапуре, Тайване, Гонконге) активно развиваются все карточные направления: дебетовые, кредитные, предоплаченные карты. Средний уровень проникновения составляет

2400 карт на 1000 человек. Уровень финансовой грамотности населения и развитие платежной инфраструктуры содействует широкому использованию карточных продуктов, при этом форматы кредитно-карточных продуктов отличаются инновационностью и технологичностью. В мусульманских странах, к примеру, в Саудовской Аравии, отсутствуют кредитные карты, в связи с религиозным запретом на взимание процентов.

Платежным средством, снижающим вероятность криминальных действий в отношении банковских карт, является виртуальная карта [2, 10, 15]. Из 20 крупнейших банков по объему срочных вкладов страны виртуальную карту предлагают выпустить восемь кредитных организаций. Часть банков выпускают ее своим клиентам бесплатно. С точки зрения минимизации рисков, клиент может выпускать отдельную виртуальную карту для каждой отдельной серьезной покупки или операции, увязывая параметры карты с характеристиками планируемой сделки.

Следующим относительно новым продуктом современных финансовых технологий является мобильный POS-терминал или mPOS (от от англ. *mobile Point Of Sale* – мобильная точка продажи) [30, 33]. Это компактное устройство, представляющее собой подключенный к смартфону или планшетному компьютеру торговый терминал, позволяющий проводить безналичный расчет с помощью банковской карты. Основные преимущества – компактность, низкая стоимость и возможность осуществления платежей в любой точке, где есть доступ в Интернет (включая сотовую связь) [26, 35, 43].

Будущее банковской системы и социально-экономического пространства как России, так и всего мира, неразрывно связано с недавно появившемся продуктом развития информационных технологий – блокчейном. Blockchain [1, 21, 42, 49] означает «цепь блоков». Блоком называют такой информационный пакет, содержащий в себе все предыдущие сведения и часть новых. А вся цепочка представляет собой распределенную между множеством участников базу данных, работающую без централизованного управления.

Итак, стабильный рост пользования банковскими картами, в том числе, кредитными, в нашей стране возможен еще некоторое время (горизонт оценок – 5-10 лет, в зависимости от инновационной активности субъектов российской экономики) [17]. Для этого необходимо продолжение развертывания диверсифицированной разнотипной платежной структуры. Ключевым механизмом выступают следующие инфраструктурные элементы:

- банкоматно-терминальные сети;
- платежные решения для торгово-розничных предприятий и субъектов малого и среднего бизнеса;
- прочее интегрированное платежно-расчетное оборудование;
- массированное внедрение прогрессивных информационных финансовых технологий.

Выводы по разделу один:

- форматы кредитования с использованием банковских карт до сих пор имеют в России значительный потенциал роста и могут привести к улучшению экономических показателей кредитно-финансового учреждения;
- отечественные банки должны повышать качество своих сервисов и доступность их использования. В противном случае они могут быть вытеснены с внутреннего рынка как иностранными банками, так и альтернативными моделями, и схемами финансирования потребительских процессов населения.

В следующем разделе проведем исследование возможностей совершенствования работы с кредитными картами финансово-кредитного учреждения на примере АО Тинькофф Банк.

2 АНАЛИЗ ОПЕРАЦИЙ С БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ НА ПРИМЕРЕ АО «ТИНЬКОФФ БАНК»

2.1 Финансово-экономическая характеристика АО «Тинькофф Банк»

АО «Тинькофф Банк» [3,4,5,52,55] – ведущий онлайн-провайдер розничных финансовых услуг в России, обслуживающий свыше пяти миллионов клиентов. Банк реализовал оригинальную бизнес-модель, исключив из формата работы традиционные отделения и сосредоточив усилия и ресурсы на привлечении и обслуживании клиентов посредством интернета, колл-центров и собственной высокотехнологичной платформы дистанционного обслуживания. Инвестиции в проект были инициированы О.Тиньковым в 2006 году [16, 32, 50, 51].

Продуктовая линейка банка включает текущее банковское обслуживание (кредитные и дебетовые карты, платежи, переводы), вклады, инвестиции, программы лояльности, сервисы по бронированию путешествий, услуги для бизнеса, ипотечные продукты и страхование. Банк уделяет большое внимание мобильному направлению: помимо мобильного банка, компания выпускает моноприложения, доступные и для не клиентов банка («Штрафы ГИБДД», MoneyTalk, «С карты на карту – быстрые переводы денег») [7].

Стратегия банка – развитие в полномасштабный финансовый супермаркет Tinkoff.ru, который продвигает как свои собственные сервисы, так и партнерские продукты через мобильный и интернет-банк.

По состоянию на 1 января 2017 г. банк является вторым крупнейшим игроком на российском рынке кредитных карт с долей рынка 10,3%. Чистая прибыль материнской компании TCS Group Holding PLC, включающей Тинькофф Банк и страховую компанию «Тинькофф Страхование», по МСФО по итогам 2016 г. составила 11 млрд руб., рентабельность капитала составила 43%.

Тинькофф Банк входит в Систему страхования вкладов (Система гарантирует каждому вкладчику банка, входящего в систему, возврат 1,4 млн рублей по депозитам и текущим счетам, включая процентный доход).

До настоящего времени у банка нет не только собственных отделений, но и банкоматов. Линейка продуктов банка – узкая и в течении длительного времени была ориентирована на физических лиц – кредитные и дебетовые карты, а также вклады. Банк выпускает кобрендовые карты, поддерживает интернет-эквайринг, целевые кредиты на покупки в интернет-магазинах и таргетинг рекламы среди клиентов банка. В 2016 году анонсирован запуск мобильного банка для предпринимателей. Кроме того, банк привлекает ипотечных клиентов для банков-партнёров через свою ипотечную платформу.

Банк специализируется на предоставлении необеспеченных кредитов и выпустил более 5 миллионов кредитных карт [37]. Чистая процентная маржа в 34,8 % была достигнута в 2014 году и стала один из самых высоких показателей по банковской системе. При этом банк постепенно отходит от первоначальной модели кредитного монолайнера, расширяя спектр услуг, самым увеличивая долю непроцентных доходов.

Банк широко использует системы автоматизации для совершенствования бизнес-процессов: голосовую идентификацию для защиты от мошенников и ускорения работы колл-центра, а также технологии обработки «больших данных», в том числе данных из социальных сетей, для прогнозирования рисков с возвратом задолженности.

Закрепившись на рынке кредитных карт для физических лиц, банк начал деятельность в направлении услуг для частного бизнеса. В конце 2014 года банк внедрил зарплатные проекты для юридических лиц, в мае 2015 – интернет-эквайринг, а осенью 2015 начал принимать заявки от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на открытие расчетных счетов и подключение к сервису расчетно-кассового обслуживания.

Прображом бизнес-идеи банка стала модель дистанционного обслуживания американского банка Wells Fargo и монолайнера Capital One, специализирующегося на банковских картах. Вместе с консультантами из Boston Consulting Group О. Тиньков пришёл к выводу, что модель дистанционного кредитного банка может работать в России. Для получения лицензии на банковскую деятельность был куплен небольшой «Химмашбанк», занимавшийся обслуживанием предприятий из химической и фармацевтической отрасли. В проект «банка без отделений» было инвестировано 70 млн долларов США.

Действующая в настоящее время организационная структура сложилась вскоре после открытия банка.

Сейчас примерно чуть более пяти тысяч сотрудников банка распределяется по следующим направлениям:

- около 2000 сотрудников – департамент рисков;
- 2500 сотрудников – департамент клиентского обслуживания (более половины из них заняты работой по развитию информационных и финансовых технологий);
- 150 сотрудников занимают руководящие посты;
- 300 сотрудников – административный персонал;
- 50 человек заняты другими работам.

Банк имеет дочернее предприятие ООО ТКС Банк, через которое осуществляется прямое взаимодействие с клиентами. Его работники осуществляют доставку карт в крупных городах России и дополнительное привлечение клиентов. Основной штат таких подразделений формируется из агентов и представителей, выполняющих технические операции.

Структура организации линейно-функциональная: в каждом департаменте четко определены круг ответственности, выделенные ресурсы, служебные задачи. Его руководитель непосредственно подчиняется вышестоящему руководителю, как правило, заместителю генерального директора.

Один из основных продуктов Тинькофф банка, предлагаемых клиентам, является кредитная карта класса Платинум. Но также есть целая серия карт для покупок и оплаты разных услуг – авиабилетов, покупок в интернет-магазинах и пр. Такие карты также имеют кредитный лимит и в качестве бонусной системы начисление баллов или миль.

До настоящего времени особенностью банка Тинькофф является отсутствие собственных банкоматов, а комиссия за снятие наличных в банках-партнерах составляет от 290 рублей. Также на разные операции установлены отдельные проценты комиссий и максимальные их размеры в некоторых ситуациях значительны, в сравнении с другими банковскими организациями.

Руководствуясь общими принципами выполнения анализа финансовых показателей [27, 29, 34] выполним исследования данных, характеризующих деятельность АО «Тинькофф Банк». Для проведения исследований воспользуемся информацией, доступной для всеобщего ознакомления в рамках политики открытия информации банка. В их состав входят балансы организации, отчеты о финансовых результатах за анализируемый период, отчеты аудиторов [12, 13].

Цель исследования показателей работы стало определение степени текущей эффективности кредитных карт АО «Тинькофф Банк», а также наличие внутренних ресурсов, в первую очередь, финансовых, для реализации намечаемых мероприятий по развитию и расширению деятельности банка за счет создания новых карточных продуктов и сервисов.

Работа банка характеризуется как стабильная и устойчивая, основывающаяся, преимущественно, на собственных средствах. Для оценки эффективности деятельности банка необходимо провести анализ качества активов. Для этого необходимо определить доли активов, приносящих и не приносящих доходы банку. Из данных баланса можно сформировать таблицу 4, которая отразит значения основных активов, приносящих доход, покажет структуру активов и удельный вес в общей сумме активов.

Из данных, представленных в таблице 4 видно, что прирост активов составил 22,8 %. Это произошло за счет значительного увеличения таких составляющих активов, как основные средства, нематериальные активы и материальные запасы (прирост с 1,28 % до 2,81% в структуре актива) и увеличения более чем на 6% в структуре актива чистых вложений в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи (с 13,24 % до 19,97 %).

Одним из показателей анализа качества является удельный вес работающих активов в совокупных активах, который характеризует качество активов, обусловленное их структурой: чем выше значение этого показателя, тем выше эффективность использования ресурсов и деловая активность банка. Оптимальное значение – 75%–85%.

Таблица 4 – Анализ качества активов банка

Наименование показателя	Абсолютное значение		Удельный вес, в процентах		Изменение, в процентах	
	2015 год тыс.руб	2016 год тыс.руб	2015 год	2016 год	Абсолютно о значения	Удельного веса
Работающие активы, в том числе	112 134 656	147 274 315	100	100	35 139 659	-
Средства в кредитных организациях	1 578 877	3 167 513	1,4	2,15	1 588 636	0,75
Чистая ссудная задолженность	92 066 196	109 851 334	82,10	74,59	17 785 138	-7,51
Чистые вложения в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи	18 489 583	34 255 468	16,49	23,26	15 765 885	6,77
<u>Работающие активы</u> Совокупные активы	0,803	0,859	-	-	0,056	-
<u>Работающие активы</u> Собственный капитал	5,43	6,04	-	-	0,61	-

$$\text{Уд. вес раб. Активов} = \text{Работающие активы} / \text{Совокупные активы} \quad (1)$$

За 2015 год значение удельного веса активов составило:

$$112\,134\,656 / 139\,675\,503 = 0,803$$

За 2016 год значение удельного веса активов составило:

$$147\,274\,315 / 171\,517\,540 = 0,859$$

При расчете отношения работающих активов к совокупным активам получается, что в 2015 году в одном рубле совокупных активов было 0,803 рубля работающих активов; за 2016 год этот показатель вырос до 0,859 рублей, приносящих доход.

Также вырос показатель отношения работающих активов к собственному капиталу: в 2015 году он составлял 5,43 рубля на каждый рубль собственного капитала банка, в 2016 году он составил 6,04 рубля на 1 рубль собственного капитала.

Таким образом, наглядно видно, что банк повышает эффективность использования и вложения средств активов, что доказывает правильность выбранной политики Банка.

В анализируемом периоде (2014-2016 годы) обязательства банка возросли на 22,8 %. Основное увеличение в структуре пассивов – это увеличение доли средств клиентов, не являющимися кредитными организациями с 76,18 % в доле пассивов до 80,32 % (в том числе вклады физических лиц, включая индивидуальных предпринимателей возросли на 6,95 %).

Наибольший удельный вес в пассивах банка занимают средства клиентов, их доля в пассивах составляет 80 %, которая за 2016 год выросла на 4,14 %. Собственные средства банка составляют 14 %.

Чистая ссудная задолженность составляет 64 %, за 2016 год данный показатель снизился на 1,86 %, что является несущественным снижением.

По данным показателям можно сделать вывод, что политика банка направлена на размещение своих средств в форме кредитов, увеличение активности банка на

рынке ценных бумаг и вложения в основные средства в объемах, необходимых для обеспечения развития основной деятельности.

В таблице 5 представлены данные о составе, структуре и динамике нематериальных активов банка.

Таблица 5 – Состав, структура и динамика видов нематериальных активов банка и начисленная по их ним амортизация

Наименование группы объектов нематериальных активов	2015			2016			2016 в % к 2015
	Первоначальная (восстановительная) стоимость, тыс.руб.	В % к итогу	Сумма начисленной амортизации, тыс.руб.	Первоначальная (восстановительная) стоимость, тыс.руб.	В % к итогу	Сумма начисленной амортизации, тыс.руб.	
Компьютерное программное обеспечение	61099	100	(25984)	258480	66,0	(60915)	423,1
Исключительные права на товарный знак и знак обслуживания (фирменный стиль)	0	–	0	649	0,2	(416)	–
Мультимедийная продукция	0	–	0	28766	7,3	(8187)	–
Авторские права, лицензии	0	–	0	101410	25,9	(17704)	–
Прочие права	0	–	0	2325	0,6	(348)	–
Итого:	61099	100	(25984)	391630	100	(87570)	641

Таким образом, из приведенных в таблице 5 данных можно сделать вывод, что вложения Банка в нематериальные активы увеличились по сравнению с 2015 годом в 6,4 раз. В структуре появились новые виды – авторские права, товарные знаки, что свидетельствует об устойчивом развитии Банка, увеличении его известности, создании положительной репутации. Все это ведет к повышению рыночной стоимости всех активов банка и улучшению его экономических показателей. Четырехкратный рост стоимости программного обеспечения

свидетельствует о непрерывном совершенствовании технологических основ деятельности.

Рассмотрим влияние этих положительных изменений в размерах и составе активов банка на основные показатели работы банка (таблица 6).

Таблица 6 – Основные показатели деятельности банка

Показатели	На 01.01.2015 Тыс.руб	На 01.01.2016 Тыс.руб	На 01.01.2017 Тыс.руб	2015 в % к 2016 гг.
1. Капитал	22 555 034	24 610 798	24 610 798	109,1
2. Активы	112 773 631	139 675 503	171 517 540	123,85
3. Чистые процентные доходы	27 919 305	30 832 559	35 106 327	110,43
4. Прибыль	5 663 951	3 673 747	13 055 104	130,5 за 2014- 2016
5. Чистая прибыль	4 093 888	2 373 740	9 118 527	222,74 за 2014-2016
6. Кредитный портфель	94 159 161	114 692 334	130 113 234	121,81
7. Остаток средств на счетах физических лиц	41 458 096	88 386 076	118 598 712	113,19
8. Остаток средств на счетах юридических лиц	29 112 210	18 021 479	19 162 981	(-) 38,09
9. Рентабельность активов (ROAA), %	4,32	2,31	7,15	165,5
10. Рентабельность капитала (ROAE), %	23,07	14,88	47,52	206

Капитал Банка в течение 2014-2016 годов увеличился на 2 055 764 тыс. руб. с 22 555 034 тыс.руб. до 24 610 798 тыс. руб., в основном за счет нераспределенной прибыли.

О маловероятности ухудшения финансового состояния банка свидетельствуют и данные, приведенные в таблице 7, о размерах и динамике ссудной задолженности. За период 2014-2016 гг. активы Банка выросли на 52,09 % (рост активов за 2014-2015 год – 23,85%), что в абсолютном измерении составило прирост более 58 млрд рублей.

Рост активов в основном был обусловлен увеличением объема кредитования клиентов и увеличением вложений в ценные бумаги. Более подробно анализ ссудной задолженности показан в таблице 8.

Как следует из данных таблицы 8, банк за анализируемый период сократил более, чем в 2 раза межбанковское кредитование кредитным организациям-нерезидентам (на 64 % в 2016 году по сравнению с 2014 годом), и снизил объем кредитования кредитных организаций-резидентов в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 47%. Вместе с тем в 2015 и 2016 годах банк резко увеличил кредитование юридических лиц-резидентов – в 5,6 раз по сравнению с 2014 годом. При этом в 2016 году банк увеличил кредитование юридических лиц-резидентов на 21,89 % по сравнению с 2015 годом, предоставляя «длинные» кредиты со сроком погашения от 1 года до 3-х лет. Кредитование юридических лиц-нерезидентов в 2015 году увеличилось на 21,31 % по сравнению с 2014 годом, в 2016 году рост произошел всего на 5% по сравнению с предыдущим годом, что говорит об изменении направления кредитования юридических лиц с внешнего на внутренний рынок. Вместе с тем статья «требования к бирже по поставке иностранной валюты» возросла в 3,69 раз с 2014 по 2016 год с размещением средств в 2016 году преимущественно сроком до 30 дней, что свидетельствует о том, что банк является постоянным и крупным участником торгов на фондовых биржах.

Кредитование физических лиц за 2 года выросло на 20,57 %. Рост в 2014-2015 годы составил 3,89 %, а 2015-2016 уже 16,06%. Изменилась структура кредитов: при увеличении объема выдачи кредитных карт (срок «до востребования» – это предоставленные кредиты).

Таблица 7 – Состав, размеры и динамика ссудной задолженности

Ссуды предоставленные	2014 тыс.руб	2015 тыс.руб	2016 тыс.руб	2014 в % к 2016 году
Кредитным организациям-резидентам, в т.ч. с оставшимся сроком до погашения:	0	5 733 462	3 032 845	(-) 47,1 (2016 к 2015)
до 30 дней	0	5 733 462	0	
Кредитным организациям-нерезидентам, в т.ч. с оставшимся сроком до погашения:	8 438 760	3 644 135	3 032 845	(-) 64,06
от 181 до 270 дней	5 625 840	0	0	–
от 1 года до 3-х лет	0	3 644 135	3 032 845	83,2
свыше 3-х лет	2 812 920	0	0	–
Юридическим лицам-резидентам, в т.ч. с оставшимся сроком до погашения:	17 600	812 200	990 000	5 625
до востребования	17 600	17 600	0	–
от 31 до 90 дней	0	51 600	0	–
от 91 до 180 дней	0	33 000	0	–
от 1 года до 3-х лет	0	710 000	990 000	–
Юридическим лицам-нерезидентам, в т.ч. с оставшимся сроком до погашения:	2 967 132	3 599 349	3 779 245	127,37
до востребования	2 967 132	3 376 016	2 924 277	
от 1 года до 3-х лет	0	223 333	854 968	
требования к бирже по поставке иностранной валюты	1 725 233	1 001 740	6 366 894	369,04
до востребования	1 725 233	1 001 740	179 596	98,6
до 30 дней	0	0	6 187 298	–
физическим лицам, в т.ч. сроком до погашения:	96 159 857	99 900 979	115 941 677	120,57
до востребования	92 787 268	97 012 922	112 135 287	120,85
до 30 дней	1 263 056	1 400 504	1 847 611	146,28
от 31 до 90 дней	36 700	31 704	20 020	(-) 54,55
от 91 до 180 дней	105 183	69 746	141 052	134,10
от 181 до 270 дней	171 938	154 860	106 559	(-) 38,02
от 271 до 1 года	231 666	334 497	124 330	(-) 46,33
от 1 года до 3-х лет	1 520 923	811 777	828 314	(-) 45,54
свыше 3-х лет	43 113	84 969	738 504	1 712,95
физическим лицам-нерезидентам, в т.ч. сроком до погашения:	296	469	2 573	869,26
до востребования	296	403	2 515	849,66
до 30 дней	0	66	58	

Срок возврата кредитов свыше 3-х лет увеличился в 17 раз по сравнению с 2014 годом (в 8,69 раз 2015-2016 годы) с одновременным сокращением сроков

возврата от 31 дня и до 3-х лет. Из этого можно сделать вывод, что из числа заемщиков условно можно выделить на 2 группы: 1,59 % заемщиков используют небольшую часть кредитных средств со сроком возврата до 30 дней, и 0,64 % заемщиков выбрали полностью лимит кредитной карты, при этом увеличив срок возврата кредита сроком свыше 3-х лет.

Выдача кредитных карт физическим лицам-нерезидентам за период 2014-2016 годы увеличилась в 8,69 раз, при этом значительная часть ссудной задолженности отражена в сроке «до востребования», что говорит о том, что заемщики в основном пользуются картами в течение льготного периода.

В обобщенном виде кредитный портфель банка характеризуется данными таблицы 8. При анализе кредитного портфеля в целом, можно увидеть, что за 2014-2016 гг. кредитный портфель вырос на 38,18 %, при этом выросло начисление резервов на возможные потери на 3,74 % (резерв 11,83 % в 2014 году по отношению к ссудной задолженности и 15,57 % в 2016 году).

Для более подробного анализа ссудной задолженности необходимо проанализировать просроченную задолженность, в том числе со сроками погашения. Исследование показателей позволит получить представление о размерах резервов, которые необходимо создать для исключения рисков неплатежеспособности, а также для оценки возможных будущих поступлений и их уменьшения. Результаты представлены в таблице 9.

Таблица 8 – Кредитный портфель ссудной задолженности

Показатель	2014 тыс.руб	2015 тыс.руб	2016 тыс.руб	Динамика в % 2014-2016 гг.
Всего ссудная задолженность	94 159 161	114 692 334	130 113 234	138,18
Резервы на возможные потери	(11 143 122)	(22 626 138)	(20 261 900)	181,8
Всего чистая ссудная задолженность	83 016 039	92 066 196	109 851 334	132,33

Таблица 9 – Анализ просроченной задолженности по кредитным картам

Просроченная задолженность	2014 тыс.руб	2015 тыс.руб	2016 тыс.руб	Динамика в процентах 2014-2016 гг.
-с задержкой платежа менее 30 дней	4 535 744	2 786 386	2 775 143	(-) 38,82 %
-с задержкой платежа от 31 до 90 дней	3 526 938	3 494 076	2 717 740	(-) 22,94 %
-с задержкой платежа от 91 до 180 дней	4 024 520	3 838 509	2 928 947	(-) 27,22 %
-с задержкой платежа от 180 до 360 дней	6 624 383	5 687 365	3 549 643	(-) 46,42 %
-с задержкой платежа свыше 360 дней	7 106 657	5 604 830	7 177 043	0,99 %
Итого просроченной задолженности	25 818 242	21 411 166	19 148 516	(-) 25,83 %
За вычетом резерва под обесценение	(20 011 943)	(16 810 855)	(14 625 363)	
ИТОГО	5 806 399	4 600 311	4 523 153	(-) 22,10

Все виды просроченной задолженности за анализируемый период снизились на четверть. Это свидетельствует о внимании банка к данной проблеме. Находясь в неблагоприятной окружающей экономической ситуации, банк применяет прием продажи неблагонадежных долгов другим участникам рынка, ограничивая, таким образом, наращивание задолженности. Благодаря этому, задолженности с просрочкой платежей от 180 до 360 дней сократились более чем на половину, а с просрочкой платежей менее 30 дней уменьшились почти на 40 %.

Сопоставляя сумму ссудной задолженности и сумму просроченной ссудной задолженности можно рассчитать удельный вес просроченной задолженности в составе ссудной, проследить динамику изменений. Это очень важный показатель устойчивости банка. Чем он выше, тем сложнее банку заработать прибыль и рассчитаться со своими вкладчиками и кредиторами.

В 2014 году ссудная задолженность составляла 94 159 161 тыс.руб., в том числе просроченная 25 818 242 тыс. руб., т.е. 27,4 %, с учетом созданных резервов 6,99% от общей суммы ссудной задолженности (5 806 399 тыс. руб. в общей сумме 83 016 039 тыс. руб.). В 2015 году ссудная составляла 114 692 334 тыс. руб.,

в том числе просроченная 21 411 166 тыс. руб., т.е. 18,7 %, с учетом созданных резервов 5 % от общей суммы ссудной задолженности (4 600 311 тыс. руб. в общей сумме 92 066 196 тыс. руб.). В 2016 году ссудная составляла 130 113 234 тыс. руб., в том числе просроченная 19 148 516 тыс. руб., т.е. 14,7 %, с учетом созданных резервов 4,1 % от общей суммы ссудной задолженности (4 523 153 тыс. руб. в общей сумме 109 851 334 тыс. руб.).

В том случае, если показатель просроченной задолженности в кредитном портфеле выше 15%, это уже очень опасная для банка ситуация, при которой у банка могут возникнуть проблемы с возвратом депозитов своим вкладчикам. Как видно из расчетов, у Банка Тинькофф данный показатель значительно ниже и имеет устойчивую тенденцию к снижению, составляя на 01.01.2017 года 4,1 % просроченной задолженности от общей суммы кредитного портфеля. Этот показатель ниже среднеотраслевого уровня в 6,5 % (рассчитано по топ-100 банков).

Таким образом, удельный вес просроченной ссудной задолженности в общей сумме ссудной задолженности снижается ежегодно, сумма созданного резерва говорит о грамотной кредитной политике банка и своевременно принятых мерах по снижению кредитного риска.

Из данных таблицы 9 видно, что с 2014 по 2016 сумма просроченной задолженности снизилась на 22,10 %, при этом значительно снизилась просрочка с задержкой платежа до 30 дней и от 180 до 360 дней. Однако снизить просрочку длительностью свыше 360 дней банку практически не удалось. Этим объясняется созданный резерв под обесценение ссуд (около 77 %).

Чистые процентные доходы за период 2014-2016 год неизменно растут, что связано с увеличением кредитования и применением отложенной системы и строгих критериях при отборе клиентов для предотвращения кредитных рисков, связанных с возникновением просроченной задолженности. Рост чистых процентных доходов за 2014-2016 гг. составил 25,74 %, что в рублевом эквиваленте составляет более 7 млрд рублей.

За 2014-2016 гг. прибыль возросла на 130,5 %, что составило прирост 7,39 млрд рублей (на 01.01.2015 - 5 663 951 тыс. руб., 01.01.2017 - 13 055 104 тыс. руб.). Вследствие роста прибыли увеличился объем чистой прибыли, которая составляла на 01.01.2015 4 093 888 тыс. рублей, на 01.01.2017 уже 9 118 527 тыс. рублей, что превышает на 122,7 % показатель 2014 года.

Увеличение чистой прибыли за 2015, 2016 годы привело к росту рентабельности. За 2014-2016 гг. Банк продемонстрировал стабильно высокие результаты работы, что подтверждается ростом рентабельности за анализируемый период. Показатель рентабельности активов (ROAA) с 2014 по 2016 год увеличился в 1,7 раз (с 4,32 % за 2014 год до 7,15 % за 2016 год), а рентабельность капитала увеличилась в 2,1 раз в 2016 году по сравнению с 2014 годом.

Увеличение чистой прибыли за 2015, 2016 годы привело к росту рентабельности. За 2014-2016 гг. банк продемонстрировал стабильно высокие результаты работы, что подтверждается ростом рентабельности за анализируемый период. Показатель рентабельности активов (ROAA) с 2014 по 2016 год увеличился в 1,7 раз (с 4,32 % за 2014 год до 7,15 % за 2016 год), а рентабельность капитала увеличилась в 2,1 раз в 2016 году по сравнению с 2014 годом.

Остатки на счетах клиентов в динамике 2014-2016 гг. показывают по юридическим лицам небольшое снижение, а по физическим лицам резкое увеличение за 2015 год на 131,9 %, что составляет 46 927 980 тыс. руб., а за 2016 год еще на 134,2 % (118 598 712 тыс. руб. по сравнению с 88 386 076 тыс. руб. за 2015 год). Таким образом, остатки по счетам физических лиц за 2 года увеличились почти в 3 раза, в том числе остатки на текущих счетах и депозиты, что свидетельствует о высоком доверии к банку.

Таким образом, проведенный анализ основных показателей работы АО «Банк Тинькофф» позволяет сделать следующие выводы:

– за анализируемый период (2014-2016 гг.) активы банка выросли на 52 %, стоимость основных средств выросла в 4,4 раза, величина нематериальных активов увеличилась в 6,4 раза, в том числе, стоимость программного

обеспечения в 4,2 раза, прибыль увеличилась в 2,3 раза и ее размеры за период позволяют осуществлять инвестиции в развитие без дополнительных внешних заимствований. Все это является очевидными признаками успешной работы банка;

– наращивание объемов основной деятельности – кредитования – осуществляется на основе привлеченных средств клиентов, удельный вес которых в пассивах банка достиг 80 % к концу анализируемого периода. Это является признаком высокого доверия к банку и продуктивного использования банком этого фактора в целях своего развития;

– банк в своей деятельности ориентируется на клиентов, испытывающих действительную потребность в заемных средствах, и подходящих к их использованию достаточно квалифицированно, что позволяет поступательно сокращать просроченную задолженность в сочетании со стабильным выполнением клиентами обязательств перед банком;

– одновременно расширяется кредитование юридических лиц-резидентов в формате «длинных» кредитов, что соответствует интересам субъектов малого и среднего бизнеса, целям развития экономики страны и диверсификации кредитного портфеля банка; таким образом, деятельность банка приобретает признаки универсальности;

– текущий спрос населения на кредитные продукты ниже способности банка по их предложению, поэтому в структуре ссудной задолженности банка существенную долю имеют вложения в ценные бумаги;

– кредитный портфель банка вырос на 38 % за три года, что свидетельствует о высоких темпах развития банка даже в условиях кризисных явлений в экономике и спада в других отраслях;

– показатель просроченной задолженности в кредитном портфеле значительно лучше общепризнанного норматива и лучше, чем его средняя величина по отрасли;

– выбранная банком бизнес-модель и организационно-управленческая работа соответствуют реалиям современного экономического пространства страны и характеризуются высокой эффективностью.

2.2 Анализ рыночных характеристик кредитных карт АО «Тинькофф Банк»

Сейчас многие банки выпускают широкий ряд кредитных карт с различными условиями и бонусами. Основными направлениями являются: классическая кредитная карта с оптимальным набором банковских услуг, кредитные карты для накоплений баллов с последующим использованием этих баллов при покупке, например, авиабилетов, премиальные (золотые, платиновые) карты с широким набором дополнительных услуг и специальных предложений и другие. Также есть так называемые социальные карты, посредством которых оказывается благотворительность. Можно выделить основные методы привлечения клиентов посредством предоставления следующих услуг при оформлении кредитных карт:

- скидки на услуги и товары (в том числе выделяются услуги для любителей путешествий- покупка авиабилетов на бонусные мили, бронирование номеров в отелях, прокат автомобилей и другие);
- возврат части средств после каждой оплаты баллами или cash-back;
- льготный период кредитования;
- возможность пользоваться услугами банка онлайн;
- возможность оплачивать покупки и услуги через Интернет.

Однако, это не все преимущества банковских карт. Если раньше проценты по потребительскому кредитованию были существенно ниже, чем по картам, то сегодня многие банки предлагают одинаковые проценты, что по кредиту, что по карте. При этом, деньгами на карте можно пользоваться постоянно и при грамотном подходе процентов не платить вовсе.

На сегодняшний день, основные показатели кредитных карт, в среднем по рынку, составляют:

- кредитный лимит колеблется от 100 тыс. руб. до 600 тыс. руб.;
- годовое обслуживание может быть абсолютно бесплатным, но может доходить до 6000 руб.;
- льготный период от 55 до 100 дней;
- процентная ставка (стоимость кредита) 27-30% годовых;
- проценты за обналичивание – 3,5-7%;
- минимальный платеж составляет от 5 до 10%.

При этом каждый банк старается привлечь клиента, предлагая условия более привлекательные, чем у конкурентов. Для этого многими аналитиками банков и сторонние компании проводят исследования рынков и составляют рейтинги, которые публикуются в прессе [9].

По состоянию на начало 2017 года были проведены исследования рынка розничных банковских услуг, по результатам которых были составлены рейтинги по крупнейшим игрокам этого рынка (таблицы 10 – 12).

По данным, представленным в таблицах, можно сделать следующие выводы: АО Тинькофф Банк не только вошел в ТОП-15 крупнейших игроков рынка розничных банковских услуг, но и обошел по портфелю кредитных карт таких гигантов, как Альфа-Банк, ВТБ24 и занял 2-е место после Сбербанка России.

Также было проведено исследование рынка потребительского кредитования в целом за 2016 год. Анализ рынка потребительского кредитования показал, что снижение за 2016 год составило более 10,6 триллионов рублей. При этом снижение на рынке карт было существенно ниже. Это подтверждает то, что карты становятся более популярными, чем кредиты.

В мировой практике, в развитых странах, распространение кредитных карт имеет гораздо большие масштабы, чем в России. Так как рыночные процессы в стране продолжают свое развитие, следует ожидать приближение российских показателей распространения карт общемировым.

Таблица 10 – Крупнейшие игроки рынка кредитования частных клиентов (все сегменты) на 01.01.2017

Рейтинг, №	Банк	Портфель, млрд руб.	Доля рынка, в процентах
1	Сбербанк	4 336,3	38,3%
2	ВТБ24	1 682,3	14,8%
3	Россельхозбанк	325,2	2,9%
4	Газпромбанк	317,8	2,8%
5	ВТБ	316,1	2,8%
6	Альфа-Банк	230,2	2,0%
7	Райффайзенбанк	177,0	1,6%
8	Хоум Кредит	162,7	1,4%
9	ФК Открытие	148,9	1,3%
10	Русский Стандарт	145,7	1,3%
11	Росбанк	139,0	1,2%
12	Дельтакредит	138,4	1,2%
13	Почта Банк	125,5	1,1%
14	ЮниКредит	122,2	1,1%
15	Тинькофф Банк	119,0	1,1%

В одинаковых условиях банки приходят к различным результатам. Лидер банковского кредитования – Сбербанк, в первом квартале 2016 года увеличил выдачу кредитных карт. Увеличение составило 2,7%, что в сумме выражается в 418-ти млрд руб.

Второе место среди банков, увеличивших объёмы выдачи кредитных карт является банк Тинькофф. В денежном выражении увеличение существенно меньше, чем у Сбербанка – около 90 млрд руб., однако в процентном выражении это составило 4,7%.

Данные, предоставляемые Центральным Банком РФ, позволяют исследовать рынок кредитных карт [8].

Таблица 11 – Крупнейшие игроки рынка кредитных карт на 01.01.2017

Рейтинг, №	Банк	Портфель, млрд руб.	Доля рынка, в процентах
1	Сбербанк	468,1	39,1%
2	Тинькофф Банк	116,4	9,7%
3	Русский Стандарт	97,1	8,1%
4	ВТБ24	96,8	8,1%
5	Альфа-Банк	95,7	8,0%
6	Бинбанк	27,9	2,3%
7	ОТП Банк	27,3	2,3%
8	КБ Восточный	26,5	2,2%
9	Ситибанк	24,8	2,1%
10	Кредит Европа Банк	20,2	1,7%
11	ВТБ	18,6	1,6%
12	Хоум Кредит	18,6	1,5%
13	Райффайзенбанк	14,9	1,2%
14	Росбанк	14,0	1,2%
15	МТС Банк	10,0	0,8%

Таблица 12 – Лидеры привлечения финансовых ресурсов на рынке срочных вкладов на 01.01.2017

Рейтинг, №	Банк	Портфель, млрд руб.	Доля рынка, в процентах
1	Сбербанк	8 810,9	44,5%
2	ВТБ24	1 685,2	8,5%
3	Россельхозбанк	548,9	2,8%
4	Бинбанк	526,0	2,7%
5	Газпромбанк	517,5	2,6%
6	ВТБ	455,4	2,3%
7	ФК Открытие	433,6	2,2%
8	Промсвязьбанк	338,8	1,7%
9	Альфа-Банк	266,3	1,3%
10	Московский кредитный банк	230,0	1,2%
11	Совкомбанк	200,4	1,0%
12	ЮГРА	167,2	0,8%
13	Московский индустриальный банк	154,2	0,8%
14	Русский Стандарт	151,0	0,8%
15	Райффайзенбанк	150,5	0,8%

По данным исследования, последний раз объем рынка был меньше 1 трлн рублей 1 января 2014 года, тогда он составил 990 млрд. При этом сокращение рынка кредитных карт, которое продолжалось в течение последних двух лет, в прошлом году замедлилось и в абсолютном выражении составило 33,8 млрд рублей за 2016 год. В конце прошлого года рынок кредитных карт стабилизировался на уровне 999 млрд.

На протяжении всего 2016 года сохранялась тенденция к увеличению концентрации рынка. На конец 2015-го пять крупнейших банков охватывали 69,9% рынка, к концу 2016-го их совокупная доля увеличилась до 73,8%. Количество кредитных организаций с объемом портфеля более 1 млрд рублей сократилось до 34, на конец года их суммарная доля на рынке составила 98,8%.

По итогам 2016 года Сбербанк, традиционно занимающий первое место, увеличил долю рынка до 42,8% благодаря одновременному росту портфеля и сокращению объема рынка. В абсолютном значении портфель Сбербанка вырос на 20,8 млрд рублей и составил 427,7 млрд.

Второе место на рынке кредитных карт занимает Тинькофф Банк. В 2016 году Тинькофф Банк нарастил портфель на 19,6% и тем самым увеличил рыночную долю на 2 процентных пункта, до 10,3%. В абсолютном значении портфель Тинькофф Банка вырос на 16,8 млрд до 102,5 млрд рублей.

Таким образом, исследования различных компаний и аналитиков подтверждают развитие рынка кредитных карт и замещение данным банковским продуктом обычных потребительских кредитов.

Для оценки обоснованности таких результатов, сравним предложения банков по кредитным картам в среднем при сумме лимита до 100-150 тысяч рублей (таблица 13).

Как видно из таблицы, у всех банков приблизительно одинаковые условия, но каждый банк старается предложить какую-то уникальную услугу. Например, Альфа-Банк выделяется грейс-периодом до 100 дней, однако при этом у него очень высокая комиссия за снятие наличных.

Таблица 13 – Характеристики популярных кредитных карт различных банков

Название банка и карты	Кредитный лимит, руб.	Льготный период, дни	Процентная ставка, %	Дополнительно
<u>Ренесанс-Кредит</u>	300 000	55	24,9-36,9	Без справок, доставка, скидки до 10%
<u>Тинькофф Платинум</u>	300 000	55	24,9-36,9	Без справок, доставка, скидки до 30%
Тинькофф Канобу	700 000	55	23,9-32,9	Без справок, доставка
Почта Банк	500 000	60	19,9	Без справок, высокая комиссия за обналичку
Альфа-Банк «100 дней без процентов»	150 000	100	34-40	Без справок, высокая комиссия за обналичку, высокая стоимость обслуживания
Альфа-Банк «Cash Back»	300 000	60	34-40	Без справок, скидки до 10%, очень дорогое годовое обслуживание – 3990 руб.
Банк Открытие	300 000	50	18	Без справок, высокая комиссия за обналичку
Хоум Кредит	300 000	51	34,9	Без справок, высокая комиссия за обналичку
Русский стандарт	299 000	55	37,9	Без справок, доставка, скидки до 5%, высокая комиссия за обналичку, серьезные штрафы за прострочку

При составлении рейтинга карт необходимо учитывать несколько моментов [53]:

- кредитная карта должна быть выгоднее потребительского кредита в том же самом банке;
- величина кредитного лимита;
- Тарифы на обслуживание карт: ежегодная плата за обслуживание, проценты за снятие наличных, проценты за осуществление переводов;
- наличие и величина льготного периода;

- доля минимального платежа;
- возможности погашения;
- дополнительные бонусы;
- легкость и скорость оформления карты;
- наличие интернет-банкинга.

После проведения анализа всех перечисленных выше параметров, был составлен рейтинг банковских кредитных карт.

Кредитные карты по почте отправляют многие банки, но самым знаменитым банком считается Тинькофф Кредит.

Исходя из проведенного анализа кредитных карт, как в общем, так и в разрезе популярных предложений, можно сделать следующий вывод: сегодня банками предлагается широкая линейка кредитных карт с различными условиями обслуживания для многих категорий населения. Можно вывести основные условия предлагаемых кредитных карт, на которые обращают внимание клиенты:

- доступность и простота оформления карт, использование различных способов и инструментов продажи;
- использование дополнительных опций;
- получение скидки или накопление баллов у компаний-партнеров, (кобрендинг, когда компаниями-партнерами могут быть магазины бытовой техники, одежды, салоны красоты, фитнес-клубы, автозаправочные станции, авиакомпании, позволяющие накапливать мили, и т.д.);
- начисление дохода (Cash-back) на собственные денежные средства на кредитной карте, зависящего от годовой процентной ставки банка;
- комиссия на снятие наличных денежных средств;
- бесплатное СМС-информирование;
- бесплатное годовое обслуживание карты, либо бесплатный только первый год;
- длительность льготного периода;
- встроенный в кредитную карту бесконтактный чип;

- высокая медиа-активность банков и их партнеров;
- проведение различных акций и розыгрышей призов среди держателей карт на постоянной основе.

В связи с этим, для установления возможных методов и средств решения поставленных задач, рассмотрим более подробно аналогичные кредитные карточные продукты банков, входящих в число лидеров рынка и процесс организации продвижения и обслуживания кредитных карт банком с учетом вариантов и специфических свойств его продуктов.

Для оценки степени выгоды для клиентов карт кредитных и дебетовых, проведем сравнительный анализ таких карт у одного банка – АО Тинькофф Банк.

Таблица 14 – Сравнительный анализ кредитной карты ALL AIRLINS АО Тинькофф Банк с ее дебетовой версией

Показатель сравнения	ALL AIRLINS	
	Кредитная	Дебетовая
Бронирование отелей и авто, проценты	10	8
Покупка Ж/д и авиабилетов, проценты	5	3
Любые другие покупки, проценты	2	2
Ставка (годовых), проценты	19,9%-29,9%	7% при покупке от 20000. Менее – не начисляются
Начисление бонусов в год при ежемесячной покупке по карте на сумму 20000	7200	3800
Обслуживание карты при ежемесячном остатке менее 100 000 рублей (дебетовая карта)	1 890	3588

Как видно из таблицы 14, при покупках на сумму 20 000 рублей ежемесячно, кредитная карта будет выгоднее, чем дебетовая, особенно при грамотном подходе к использованию кредитных средств с карты и возможностью вернуть потраченные деньги без процентов в течении 55 дней. Дебетовая же карта выгодна при наличии ежемесячного остатка свыше 100 000 рублей. Только при таких условиях начисляются проценты в размере 7 % годовых. Также по условиям кредитной карты, деньги можно потратить на погашение кредитов в других банках без комиссии с отсрочкой платежа по процентам до 90 дней.

Таблица 15 – Сравнительный анализ кредитной карты ТИНЬКОФФ ПЛАТИНУМ дебетовой BLACK АО Тинькофф Банк

Показатель сравнения	ТИНЬКОФФ ПЛАТИНУМ	TINKOFF BLACK
	Кредитная	Дебетовая
Любые покупки, проценты	1	1
Покупки по спецпредложениям, проценты	3-30	5-30
Ставка (годовых, проценты)	19,9-29,9	7 – при покупке от 3000. При покупке менее 3000 –3
Обслуживание карты при ежемесячном остатке менее 30 000 рублей (дебетовая карта)	590	1188

При сравнительном анализе по самым популярным видам кредитной карты Тинькофф платинум и дебетовой TINKOFF BLACK (таблица 15) можно сделать вывод, что дебетовая карта выгоднее при покупках от 3000 рублей. При этом, если ежемесячный остаток по дебетовой карте будет менее 30 000 рублей, то комиссия за банковское обслуживание будет в 2 раза дороже, чем по кредитной карте. Также по тарифам банка комиссия взимается при переводе денежных средств через другие банки. Таким образом, можно сделать вывод, что для ежедневных постоянных покупок кредитная карта выгоднее при условии возврата кредитных средств в льготный период, который установлен до 55 дней. В таком случае годовое обслуживание будет ниже, бонусы при покупках будут начисляться в тех же пределах, что и по дебетовой карте (таблица 16).

Проведя сравнение кредитной и дебетовой карты с одинаковой целью использования денежных средств, можно увидеть, что политика банка направлена на развитие кредитных карт. Например, возврат бонусов при сумме покупки в 20 000 рублей по кредитной карте будет 12 000, по дебетовой только 4 800. Даже при неснижаемом остатке на дебетовой карте в сумме 30 000 рублей при начислении 7 % годовых на сумму остатка ($30\,000 \cdot 30/365 \cdot 7\% = 172,60$ рублей в месяц), возврат бонусов по дебетовой карте не достигнет уровня начисленных бонусов с равнозначной покупки по кредитной карте. При этом годовое обслуживание по дебетовой карте будет бесплатным только при условии поддержания

неснижаемого остатка в 30 000 рублей, при понижении суммы остатка менее 30 000 рублей ежемесячная комиссия составит 99 рублей в месяц или 1188 рублей в год. Таким образом, при снижении остатка по дебетовой карте и покупке на сумму менее 3000 рублей комиссия за обслуживание превысит начисленные проценты.

Таблица 16 – Сравнительный анализ кредитной карты TINKOFF AliExpress АО Тинькофф Банк с ее дебетовой версией

Показатель сравнения	TINKOFF aliexpress	
	Кредитная	Дебетовая
Покупка на aliexpress, проценты	5	2
Любые другие покупки, проценты	1	1
Покупки по спецпредложениям, проценты	-	3-30
Ставка (годовых), проценты	23,9 - 29,9	7 при покупке от 3000. При покупке менее 3000 -3
Начисление бонусов при ежемесячной покупке по карте на сумму 20000, в год	12000	4800
Обслуживание карты при ежемесячном остатке менее 30 000 рублей (дебетовая карта)	990	1188

Таким образом, выявлена стратегическая линия банка на придание кредитным картам АО Тинькофф Банка качеств, которые делают их использование для клиента более выгодными, в сравнении с дебетовыми. Естественно, при его взвешенном и разумном поведении в отношении объема и регулярности совершения покупок с использованием кредитных карт. На основании этого далее попытаемся изучить процесс поиска новых клиентов и убеждения их в целесообразности получения кредитных карт АО Тинькофф Банка.

Рассмотрим процесс привлечения клиента к заключению договора о получении кредитной карты и к ее использованию

АО Тинькофф Банк в соответствии с выбранной им стратегией не имеет офисов и все операции совершаются через интернет-банкинг. У банка большой call-центр, который работает по всей цепочке операций по картам от звонка с

предложением по картам до полного погашения с консультацией по всем вопросам сопровождения кредита или дебетовой карты.

После того, как клиент проявил заинтересованность в кредитной карте, ему предлагают на выбор варианты карт, каждая из которых предполагает свою сферу использования, например, кредитная карта «Тинькофф платинум» – классическая кредитная карта с определенным лимитом, льготным периодом по уплате процентов до 55 дней, которую удобно использовать при покупке возвращать деньги во время льготного периода.

Менеджер банка предлагает клиенту карту в соответствии с его потребностями и предлагает на официальном сайте Банка заполнить анкету, в которой клиент указывает личные данные, такие, как ФИО, адрес, паспортные данные, место работы, должность, контактную информацию, семейное положение, сведения о доходах. После отправки анкеты на получение кредитной карты данные проверяются службами банка в течении 2-3 дней. При положительном решении сотрудники банка привозят карту на дом или в офис вместе с договором, который необходимо подписать. После этого карту необходимо активировать через сайт Банка или call-центр. С этого момента клиент может уже пользоваться кредитными средствами по своим потребностям.

Согласно условиям пользования кредитной картой в соответствии с тарифами Банка по картам обязательным платежом будет ежегодная комиссия за обслуживание карты. По всем картам установлены льготный период по оплате процентов и комиссия за снятие наличных денег с карты.

Кредитные карты предназначены для безналичных расчетов и за снятие наличных обязательна довольно существенная комиссия (в среднем 2,9 % от суммы снятия плюс 290 рублей), поэтому данной услугой пользоваться нецелесообразно. Предусмотренный льготный период по уплате процентов до 55 дней позволяет клиенту вернуть потраченные деньги в этот период без уплаты процентов. Если в течение этого периода сумма не была возвращена на карту или была возвращена не в полном объеме, потраченная сумма переходит в статус

ссудной задолженности и формируется график погашения на весь срок действия кредитной карты. График рассчитывается индивидуально, сумма ежемесячного платежа составляет в среднем около 6-8 % от ссудной задолженности и проценты, начисленные за календарный месяц по ставке, указанной в кредитном договоре. При этом ограничений по погашению сверх ежемесячного платежа нет, и при поступлении суммы большей, чем рассчитана в графике, происходит пересчет остатка задолженности и формируется новый график. Клиент может дальше использовать кредитные средства на карте в пределах установленного лимита, возвращать их по графику или сверх установленной суммы, пользоваться льготным периодом и при всех этих операциях графики погашения будут пересчитываться. Таким образом, при грамотном подходе к использованию кредитных средств, можно регулировать свои затраты за счет Банка и оплачивать минимальные проценты за пользование кредитом. Но для этого клиент должен четко планировать свои затраты и быть готовым к ежемесячной уплате не только самой суммы кредита, но и процентов, ставка по которым варьируется от 19,9% до 29,9 % годовых. Например, при использовании суммы в 30 000 рублей, ежемесячный платеж составит:

$30\,000 \text{ руб} / 24 \text{ месяц (срок использования карты)} = 1250 \text{ рублей}$ – сумма основного долга;

$30\,000 * 30 / 365 * 29,9\% = 737,26 \text{ рублей}$ – сумма начисленных процентов за 30 дней;

Итого платеж составит 1 987,26 рублей (или 6,6 % от ссудной задолженности).

В случае, если клиент не платит вовремя платеж или платит в неполном объеме, неуплаченная своевременно сумма переходит в статус просроченной задолженности. В таком случае, на сумму, подлежащую уплате в текущем месяце, начисляются не только проценты за пользование кредитом, но и пени и штрафы. В каждом банке по кредитам свои штрафные санкции за нарушение оплаты кредита, в Тинькофф Банке они составляют: за впервые допущенную просрочку с

клиента взимается штраф в размере 590 рублей, за повторно допущенную несвоевременную уплату берется штраф 590 рублей плюс 1% от суммы задолженности, за третью допущенную просрочку штраф уже составит 590 рублей плюс 2 % от суммы задолженности. Помимо штрафа, клиент обязан уплатить пени за несвоевременную уплату, которая составляет 0,2 % от суммы просроченной задолженности за каждый день со дня возникновения просроченной задолженности до дня уплаты просрочки включительно. Таким образом, несвоевременная оплата ежемесячного платежа по кредиту влечет за собой начисление пени в размере 73 % годовых и больших штрафов. Во избежание подобных ситуаций, клиент должен четко понимать, что потраченные средства необходимо вернуть вовремя по графику или сверх него и рассчитывать сумму, которую ему нужно будет вернуть вместе с процентами. При возникновении просроченной задолженности, Банк зачастую идет навстречу клиенту и предлагает реструктуризацию долга или кредитные каникулы. Такие меры позволяют клиенту преодолеть временный кризис без больших штрафов и вернуться в график погашения. Но такие предложения банк делает только тем клиентам, которые столкнулись с временными финансовыми трудностями, например, потеря работы, и не уклоняются от оплаты задолженности, гарантируя ежемесячную оплату возможной суммы. В таких случаях банк предлагает реструктуризацию задолженности с изменением платежа в меньшую сторону на какой-либо период (в основном до 3-х месяцев) или отсрочку платежа основного долга с ежемесячной уплатой процентов.

Однако если клиент уклоняется от погашения задолженности, банк имеет право взыскать всю сумму задолженности вместе с начисленными процентами, пенями и штрафами в судебном порядке или продать долг заемщика третьим лицам. Все эти действия прописываются в условиях кредитного договора, заключаемого с клиентом при получении кредитной карты.

2.3 Анализ эффективности операций с кредитными картами на примере АО «Тинькофф Банк» на современном этапе

После проведения анализа финансового состояния банка и рыночных характеристик его кредитных карт, целесообразно изучение условий и результатов эмиссии кредитных карт АО Тинькофф Банк. Перечень и характеристики карт были представлены выше, поэтому обратимся к экономическим показателям операций с ними.

После рассмотрения видов дебетовых и кредитных карт, проведем анализ динамики операции с банковскими картами. Рассмотрим данные по картам (таблица 17, 18) и их выпуску.

Таблица 17 - Объем эмитированных кредитных карт

В тысячах штук

Год	Выдача карт за квартал				Итого за год
	I	II	III	IV	
2014	204,6	214,1	254,2	262,3	935,2
2015	169,2	201,4	214,2	234,4	819,2
2016	268,9	296,4	312,5	374,4	1252,2
2015 в % к 2014	82,7	94,1	84,3	89,4	87,6
2016 в % к 2015	131,4	138,4	122,9	142,7	133,9

Данные таблицы позволяют сделать вывод о наличии четкой тенденции увеличения эмиссии банком кредитных карт. Процесс несколько уменьшился в 2015 году после девальвации рубля, однако по мере стабилизации экономической обстановки в стране рост продолжился.

На рисунке 8 динамика выпуска карт представлена наглядно.

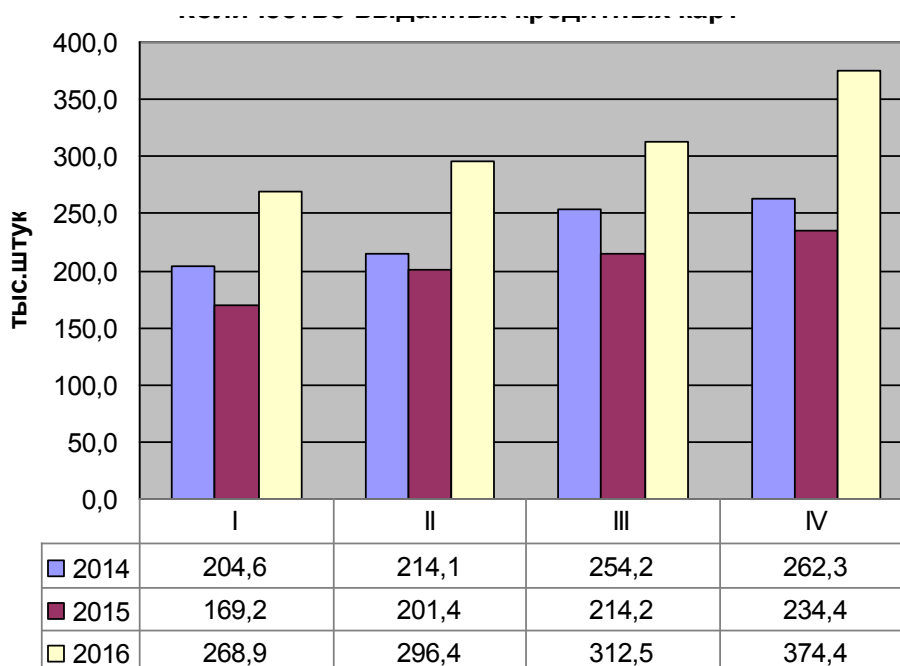


Рисунок 8 – Динамика выдачи кредитных карт АО Тинькофф Банк по видам на 30.12.2016 г.

Таблица 18 – Объем эмитированных дебетовых карт

В тысячах штук

Год	Выдача карт за квартал				Итого за год
	I	II	III	IV	
2015	42,8	51,0	54,2	59,3	207,4
2016	63,9	73,2	75,8	95,8	308,7
2015 в процентах к 2014	83,7	100,0	90,9	86,0	89,8
2016 в процентах к 2015	124,9	143,6	127,1	138,7	133,7

Банк включил в состав своих услуг дебетовые карты и начал реализацию «зарплатных» проектов в 2015 году. Поэтому статистика этого направления еще незначительна и объем выданных карт на текущий момент едва превышает 500 тысяч единиц (таблица 18). Однако в течении двух последних лет наблюдается устойчивый рост объемов зарплатных проектов. Вместе с тем нельзя не отметить наличие существенных сдерживающих факторов, снижающих конкурентные позиции банка на этом сегменте карточного рынка. У банка нет сети собственных

банкоматов, и у него нет возможностей их размещения в тех организациях, с которыми заключается договор на обслуживание. В такой ситуации большинство альтернативных банков для потенциальных клиентов окажутся более удобными.

Таким образом, под влиянием обозначенных факторов, формируется состав клиентов и количество карт банка, активно используемых клиентами. В таблице 19 приведены данные о количестве обслуживаемых банковских карт. На конец анализируемого периода удельный вес кредитных карт проявляет тенденцию к снижению, однако в абсолютном измерении их количество сохраняется и при благоприятной экономической ситуации в стране продолжит свой рост.

Таблица 19 – Количество обслуживаемых банковских карт

Вид карты	Количество, единиц			Удельный вес, в процентах		
	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017
Кредитные	2494	2260	2215,4	91,2	68,1	63,7
Дебетовые	240	1058	1265	8,8	31,9	36,3
Всего	2734	3318	3480,4	100	100	100

На рисунке 9 приведены диаграммы, иллюстрирующие соотношение между эмитированными кредитными и дебетовыми картами банка на протяжении анализируемого периода. Доля первых достигает 80 % в структуре эмиссии последних трех лет. Однако значительная часть полученных кредитных карт (до 30 %) так и остается не активированными, что фактически означает потери для банка. В связи с этим для банка видится целесообразной реализация мероприятий, направленных на популяризацию его сервисов и придание клиентам уверенности в применении кредитных карт в своей повседневной жизни.

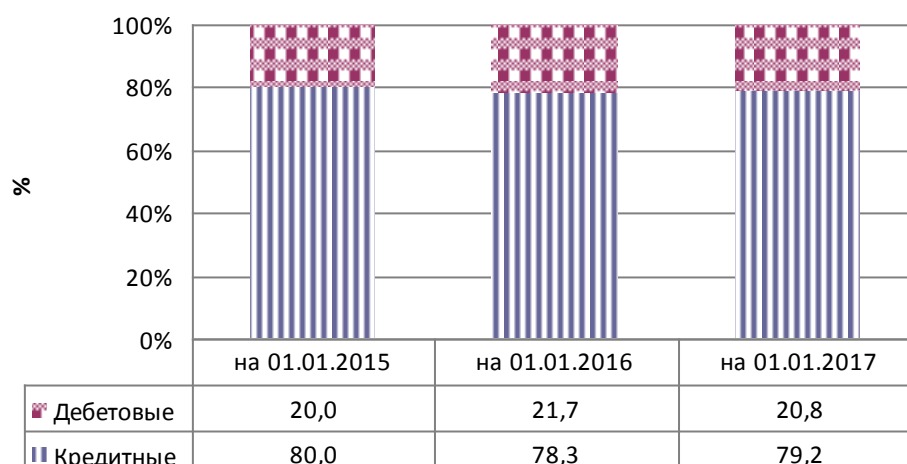


Рисунок 9 – Структура банковских карт АО Тинькофф Банк по видам в 2014-2016 гг.

В соответствии с политикой банка, по-прежнему его клиенты обращаются преимущественно за кредитными картами. В структуре выпуска их удельный вес, близкий к 80-ти процентам, отражает продолжающее преобладать традиционное направление деятельности.

Таблица 20 – Количество операций по банковским картам

Вид операции	Сумма, в миллионах рублей			Удельный вес, в процентах			Темп прироста, в процентах	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 в % к 2014	2016 в % к 2015
Снятие, в т.ч.	12802,0	9253,4	11692,4	100,0	100,0	100,0	72,3	126,4
в банках-партнерах	9020,0	7418,0	6281,5	70,5	80,2	53,7	82,2	84,7
в других банках	3782,0	1835,4	5410,9	29,5	19,8	46,3	48,5	294,8
Пополнение	67094,0	62224,0	71508,0	100,0	100,0	100,0	92,7	114,9
в банках-партнерах	51662,4	39947,8	56491,3	77,0	64,2	79,0	77,3	141,4
в других банках	15431,6	22276,2	15016,7	23,0	35,8	21,0	144,4	67,4
Другие операции, в т.ч.	55064,0	53542,6	60299,6	100,0	100,0	100,0	97,2	112,6
Переводы	14020,0	9157,0	11742,0	25,5	17,1	19,5	65,3	128,2
Оплата товаров и услуг	41044,0	44385,6	48557,6	74,5	82,9	80,5	108,1	109,4

Данные, представленные в таблице 20, позволяют сделать вывод, что клиенты банка используют кредитную карту преимущественно для совершения покупок или выполнения безналичных платежей. На этот вид расчетов по карте приходится порядка 80 % операций. Когда же им приходится снимать средства с карты, они предпочитают банкоматы банков – партнеров. С точки зрения клиентов наличие у банка сети банкоматов делает его более дружелюбным. Но такое положение для Банка Тинькофф не целесообразно, так как результатом его осуществления станет рост издержек и устранение оснований для получения комиссий.

В таблице 21 показаны объемы оборотов средств по кредитным картам. По большинству из направлений расчетов в 2015 году имеет место некоторый спад размеров операций, достигающий, например, по переводим и пополнению в других банках 40 %. В 2016 году большинство показателей вернулись к уровню 2014 года и даже превзошли его: платежные операции выросли на 20 %, пополнение средств на счете – почти на 25 %

Таблица 21 – Сумма оборотов по банковским картам

Вид операции	Сумма, в миллионах			Удельный вес, в процентах			Темп прироста, в процентах	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 в % к 2014	2016 в % к 2015
Снятие, в т.ч.	49287,7	38483,3	52773,8	100	100	100	78,1	137,1
в банках-партнерах	39923	29247,3	46440,9	81	76	88	73,3	158,8
в других банках	9364,7	9236	6332,9	19	24	12	98,6	68,6
Пополнение	46872,6	34442,5	51771,1	100	100	100	73,5	150,3
в банках-партнерах	36091,9	22112,1	40899,2	77	64,2	79	61,3	185
в других банках	10780,7	12330,4	10871,9	23	35,8	21	114,4	88,2
Другие операции, в т.ч.	309526,8	273616	391053,9	100	100	100	88,4	142,9
Переводы	14020	9157	11742	4,5	3,3	3	65,3	128,2
Оплата товаров и услуг	295506,8	264459	379312	95,5	96,7	97	89,5	143,4

Эти процессы отразились и на размерах комиссий, получаемых банком от операций с кредитными картами – таблица 22. Но выразилось это не в спаде поступлений, а в неравномерно росте. Комиссии по операциям с кредитными картами в 2015 году в сравнение с 2014 увеличились в 3,8 раза, в следующем году в сравнении с 2015 увеличились еще в 7,8 раз.

Таблица 22– Комиссии по банковским картам

Вид операции	Сумма, в миллионах рублей			Удельный вес, в процентах			Темп прироста, в процентах	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 в % к 2014	2016 в % к 2015
Снятие денежных средств	312,2	1327,2	8654	95,1	96,1	92,5	425,1	652
По кредитным картам	252,9	970,2	7615,5	77,1	70,2	81,4	383,7	785
По дебетовым картам	59,3	357	1038,5	18,1	25,8	11,1	601,9	290,9
Ежегодное обслуживание	15,9	54,4	701	4,9	3,9	7,5	341,8	1288,2
Итого	328,1	1381,6	9355	100	100	100	421,1	677,1

В связи со стабильным ростом объемов эмиссии кредитных карт, банком постоянно решаются задачи привлечения средств. В таблице 23 представлены результаты этой работы за анализируемый период (2014 – 2016 годы). За это время сумма привлеченных средств выросла с 48 до 127,5 млрд рублей. Более половины этой суммы удалось получить благодаря вкладам физических лиц и индивидуальных предпринимателей. Эту категорию клиентов в стабильной экономической обстановке можно охарактеризовать как консервативную, поэтому трудностей с кредитными ресурсами у банка не прогнозируется.

Структура привлеченных средств на конец 2016 года показана на рисунке 10.

Таблица 23– Привлеченные средства банка

Привлеченные средства	Сумма, в миллионах рублей			Удельный вес, в процентах		
	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017
Текущие и расчетные счета	196,2	517,7	5441	0,4	0,6	4,3
Депозиты юридических лиц	1878,6	375,1	368	3,9	0,4	0,3
Вклады физических лиц и ИП	30235	63944	72018	62,8	70,1	56,5
Выпущенные долговые обязательства	4765,3	1905	2986	9,9	2,1	2,3
Дебетовые карты	11056,3	24505,5	46729	23	26,9	36,6
Всего	48131,4	91247,3	127542	100	100	100

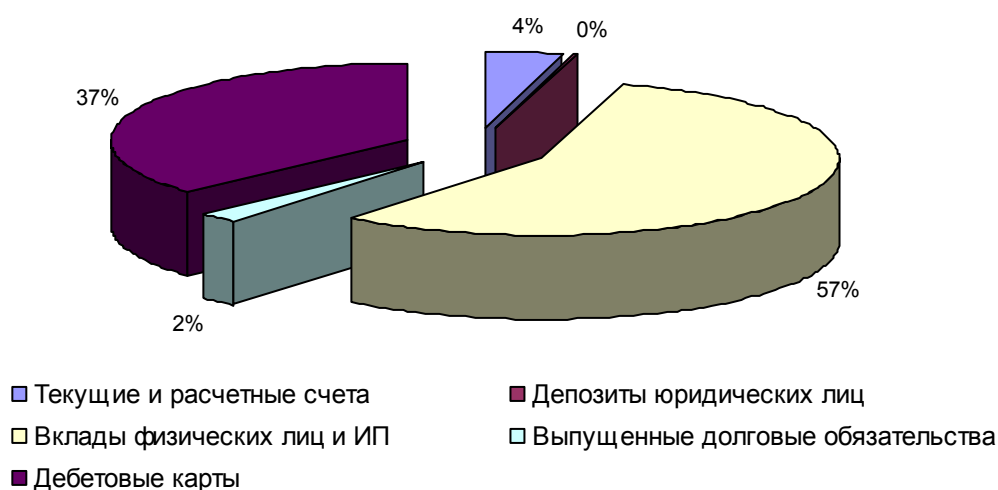


Рисунок 10 – Структура привлеченных от физических лиц средств на 01.01.2017 г.

Данные для оценки роль основных источников денежных средств в формировании кредитных ресурсов банка приведены в таблице 24. На протяжении всего анализируемого периода соотношение вкладов физлиц и индивидуальных предпринимателей с средствами на дебетовых картах было на уровне 70 % на 30 %.

Таблица 24 – Соотношение основных источников привлеченных средств

Привлеченные средства	Сумма, в миллионах рублей			Удельный вес, в процентах		
	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017
Вклады физических лиц и ИП	30235	63944	72018	73,2	72,3	60,6
Дебетовые карты	11056,3	24505,5	46729	26,8	27,7	39,4
Всего	41291,3	88449,5	118747	100	100	100

В таблице 25 представлены результаты использования привлеченных банком средств – размеры и структура кредитного портфеля. Наибольшую величину – от 88 до 93 % имеют кредитные карты. Остальные направления кредитования в банке имеют от 1 до 9 процентов. Следовательно, наибольший объем средств задействован в кредитных картах и от них банк получает наибольший доход.

Таблица 25 – Кредитный портфель банка в динамике 01.01.2017 г.

Показатели	Сумма, в миллионах рублей			Удельный вес, в процентах			Темп прироста, в процентах	
	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017	2015 в % к 2014 гг.	2016 в % к 2015 гг.
Кредитные карты	69454,6	75895	110440	93,1	88,7	91,7	109,3	145,5
Кредиты с погашением в рассрочку	3401	8238	6554	4,6	9,6	5,4	242,2	79,6
Кредиты наличными	1107	1724	2160	1,5	2	1,8	155,7	125,3
Кредиты, оформляемые по месту продажи	616,9	692	1281	0,8	0,8	1,1	112,2	185,1
Итого	74579,5	86549	120435	100	100	100	116	139,2

В графической форме это состояние представлено на рисунке 11. Кредитные карты как часть портфеля постоянно увеличиваются, направления кредиты с погашением в рассрочку, кредиты наличными, кредиты, оформляемые по месту продажи, остаются малозначительными.

Финансовые результаты, получаемы банком при проанализированном кредитном портфеле, представлены в таблице 26. Процентные доходы за 2014-2016 годы увеличиваются на 4 – 17 % в год. В 2016 году при процентных расходах в 12,7 млрд руб. чистый процентный доход составил 34,5 млрд рублей.

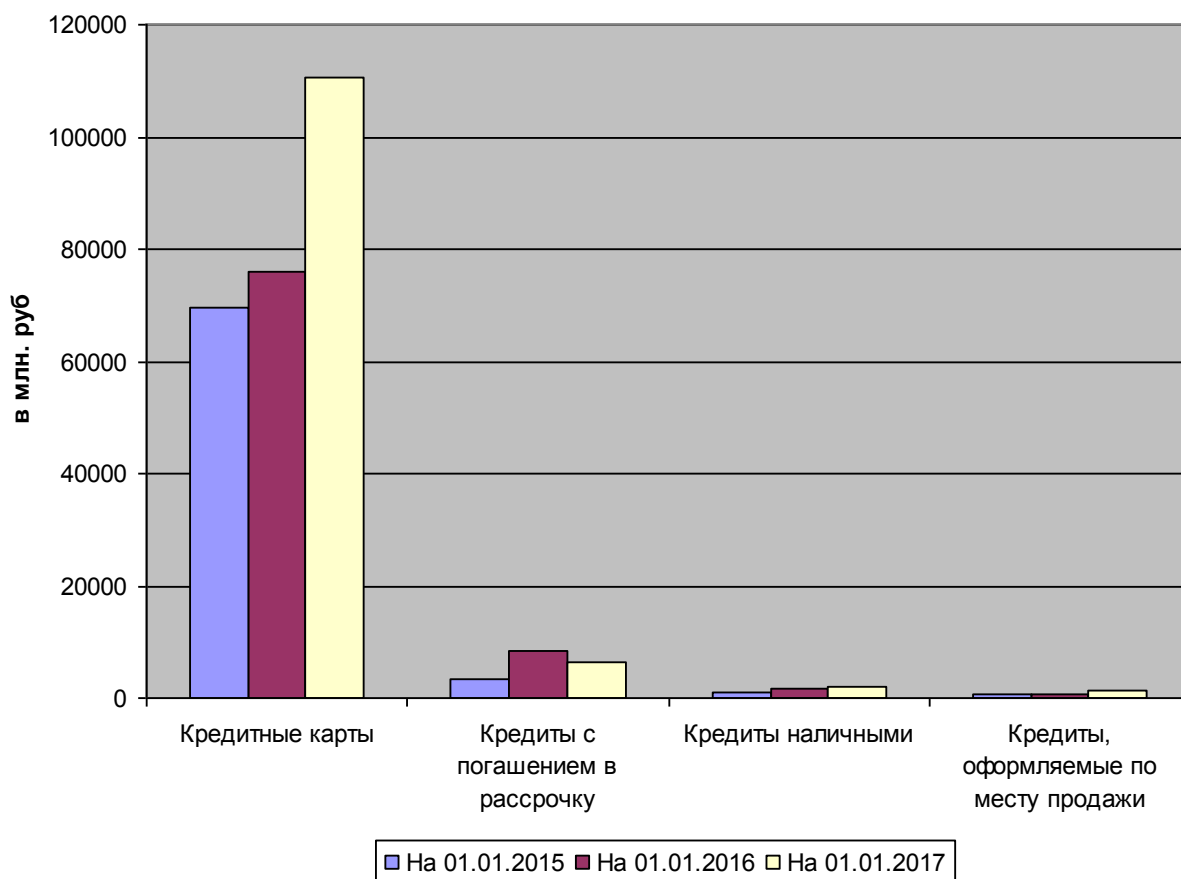


Рисунок 11 – Кредитный портфель банка в динамике в 2014-2016 гг.

Для периода экономической стагнации такое значение является свидетельством высокой успешности банка.

Административные и прочие операционные расходы удерживаются при этом на достаточно низком уровне, и темпы их роста – 119 и 155 % существенно опережают темпы роста чистой прибыли банка. Поэтому, для исключения негативных явлений и ухудшения экономического положения банка необходимо повышение размеров процентного дохода и снижение расходов.

Таблица 26 – Финансовый результат операций с кредитными картами

Наименование	Сумма, в миллионах рублей			Удельный вес, в процентах			Темп прироста, в процентах	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015-2014 гг.	2016-2015 гг.
Процентные доходы, в т.ч.	39062	40773,3	47824	100	100	100	104,4	117,3
Процентная ставка по кредитным картам	39062	40773,3	47824	100	100	100	104,4	117,3
Процентные расходы, в т.ч.	-8264	-12706,8	-13348	100	100	100	153,8	105
1. Процент на депозит	7859,064	12262,062	12707,296	95,1	96,5	95,2	156	103,6
2. Расходы на выплату по остатку на карте	-404,936	-444,738	-640,704	4,9	3,5	4,8	109,8	144,1
Чистый процентный доход (убыток)	30798	28066,5	34476	100	100	100	91,1	122,8
Непроцентные доходы, в т.ч.	-627,7	5185,9	9298	100	100	100	-826,2	179,3
Чистые доходы / (расходы) от операций в иностранной валюте	-1122	170,1	239		3,3	2,6	–	–
Прочие операционные доходы	182,3	240,8	658		4,6	7,1	132,1	273,3
Комиссионные доходы	312	4775	8401		92,1	90,4	1530,4	175,9
Непроцентные расходы, в т.ч.	-7082,7	-9242	-14833	100	100	100	130,5	160,5
Комиссионные расходы	-991,1	-1961	-3512	14	21,2	23,7	197,9	179,1
Административные и прочие операционные расходы	-6091,6	-7281	-11321	86	78,8	76,3	119,5	155,5
Прибыль	23087,6	24010,4	28941	100	100	100	104	120,5

Соблюдение этой рекомендации особо важно в связи с тем, что у банка высока доля именно процентных доходов по кредитным картам в общей сумме процентных доходов – в 2016 составила 98 процентов (таблица 27).

Таблица 27 – Доля процентных доходов по кредитным картам в общей сумме процентных доходов

Наименование	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Относительное отклонение, в млн руб	
				2015 г.	2016 г.
Процентные доходы по кредитным картам	36394,8	35059	46964	-1335,8	11905
Процентные доходы - всего,	39062	37562	47824	-1500	10262
Доля процентных доходов от кредитных карт в общей сумме доходов, в процентах	93,2	93,3	98,2	–	–

Вместе с тем величина процентных расходов по кредитным картам составляет (таблица 28) 99,5 % и за анализируемый период она показывает умеренные темпы роста.

Таблица 28 – Доля процентных расходов по кредитным картам в общей сумме процентных расходов

Наименование	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Относительное отклонение, в млн руб	
				2015 г.	2016 г.
Процентные расходы по кредитным картам	8264	12707	13275	4616	210
Процентные расходы - всего,	8449	13065	13348	4443	641
Доля процентных расходов от кредитных карт в общей сумме доходов, в процентах	97,8	97,3	99,5	–	–

На уровень процентных доходов и эффективность использования кредитных ресурсов банка существенное влияние оказывает просроченная задолженность.

И чем большее количество карт находится в обращении, тем острее будет становиться эта проблема. В настоящее время число клиентов банка, не возвращающих средства на карту до истечения грейс-периода, достаточно высока.

Число клиентов АО Тинькофф Банк в 2016 превысило 5 млн человек. Из интервью председателя правления банка Оливера Хьюза порталу Banki.ru следует, что число клиентов банка в первом квартале 2017 года превысило 5 млн человек. При этом количество выпущенных им карт достигло 5200 тыс. штук. Банк не

предоставляет официальных данных о выпуске карт по видам, но по сведениям, полученным из разных источников [52, 55], можно представить их количество и определить удельный вес общем числе каждого вида. На рисунке 12 представлена структура банковских карт, выданных АО Тинькофф Банк.

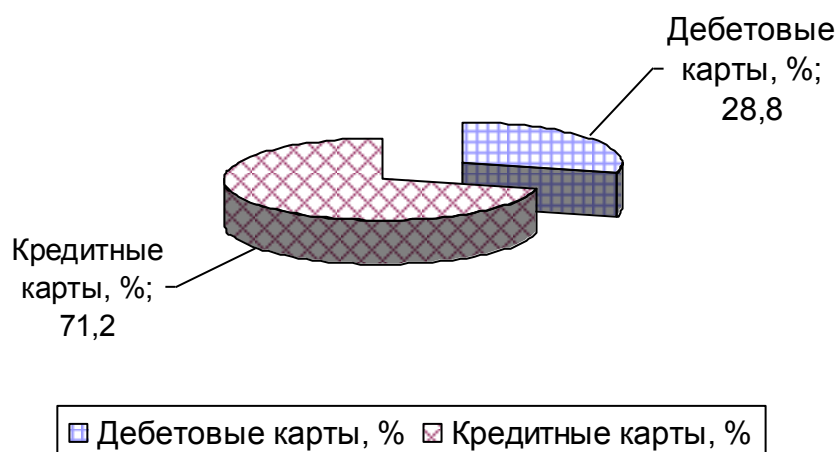


Рисунок 12 – Структура банковских карт АО Тинькофф Банк по видам на 30.12.2016 г.

Однако качество достигнутых результатов по наращиванию кредитного портфеля банка оставляет желать лучшего. Как уже отмечалось выше, должниками банка, допустившими просрочку по платежам, является около 500 тыс. человек.

Снижение просроченной задолженности в 2016 году объясняется уступкой требований по кредитам (в том числе дочерней организации ООО «Феникс»), отнесенным к V категории качества, резерв по которым формируется в размере 100%. В частности, в III квартале 2016 года объем уступленных прав требований по потребительским кредитам физических лиц составил 4,6 млрд рублей, из них дочерней организации ООО «Феникс» уступлено 3,8 млрд рублей, сторонним коллекторским агентствам — 749,7 млн рублей.

Такие действия, хоть и улучшают формальные показатели, тем не менее, не решают проблемы. Поэтому банк должен заботиться не только о количественном

наращивании числа выданных кредитных карт. Он также должен принимать серьезные меры по улучшению качественного состава своих заемщиков.

На наш взгляд, действенной мерой в этом отношении должно стать повышение сознательности потенциальных клиентов на основании повышения их финансовой грамотности и ответственного правосознания.

В связи с этим нами АО Тинькофф Банк предлагается осуществить мероприятие по массированному привлечению и подготовке потенциальных и действительных клиентов банка к добросовестному и квалифицированному выполнению своих обязательств, возникающих при заключении кредитного договора.

Выводы по разделу два.

Результаты проведенного анализа финансово-экономических показателей АО Тинькофф Банк подтверждают его репутацию лидирующего финансово-кредитного учреждения. Деятельность характеризуется эффективным использованием собственных активов и рыночных возможностей, уровень прибыльности позволяет проводить активную политику развития и внедрения в бизнес-процессы прогрессивные технические и технологические средства;

Рынок кредитных карт России по-прежнему далек от насыщения (уровень проникновения услуг изменяется от 10 до 20 % потенциально возможного числа клиентов) и значительно отстает от развитых стран;

для продолжения успешной политики расширения доли рынка АО Тинькофф Банк должно осваивать передовые финансовые технологии и готовить к их внедрению как собственные структуры, так и своих клиентов.

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОПЕРАЦИЙ С КРЕДИТНЫМИ КАРТАМИ

3.1 Обоснование предложений по совершенствованию операций с кредитными картами

Время массового упрощенного выпуска кредитных карт прошло. Необходимость высоких требований к заемщикам в целях минимизации рисков возникновения просроченной задолженности может спровоцировать существенное снижение темпов кредитно-карточного кредитования [32]. Однако более тщательный подход к отбору будет способствовать постепенному наращиванию качественной клиентской базы. Для эффективного отсева высокорисковых клиентов потребуются совершенствование технологий оценки потенциальных заемщиков и внедрение передовых скоринговых технологий и практик [56]. Так, например, многие банки развитых стран активно используют биометрические технологии, социальные сети, данные мобильных операторов о платежах клиента для выявления мошенников и недобросовестных клиентов на этапе одобрения кредитного продукта.

Другим достаточно надежным ресурсом для притока клиентов являются зарплатные проекты. Банки могут усилить кросс-продажи кредитно-карточных продуктов работникам компаний-участников, в том числе премиальных для топ-менеджмента.

В ряде развивающихся стран, в том числе в РФ, неграмотность населения в финансовых вопросах тормозит проникновение финансовых продуктов и услуг. В развитых странах банки активно занимаются просветительской деятельностью, используя разные стратегии, в целях формирования собственной лояльной аудитории. Обучение финансовой грамоте и пользованию финансовыми продуктами становится мощным инструментом привлечения клиентов, в том числе в условиях кризиса. Обучающие программы и сервисы банков могут способствовать более быстрому изменению психологии населения РФ и росту

доверия к банкам. Потенциальные держатели должны научиться воспринимать кредитную карту как средство для улучшения уровня жизни, а не кредит наличными с завышенной процентной ставкой или продукт «для богатых». Именно на этот аспект работы по выпуску и обслуживанию кредитных карт мы предлагаем обратить внимание АО «Тинькофф Банк». При этом необходимо учитывать опыт, накопленный в странах, более развитых в финансовых отношениях. В систематизированном виде эти рекомендации выражены в идее набора стратегий, представленных в таблице 29 [40, 42].

В РФ, в основном, распространены наиболее простые стимулирующие инструменты (овердрафты по зарплатным картам, увеличение кредитного лимита, упрощенное таргетированное предложение), хотя ряд банков использует прогрессивные подходы, но это точечные проекты (Банк Восточный Экспресс, Альфа-банк). На этом фоне и в силу своей масштабности и государственной поддержки (большой портфель зарплатных и социальных проектов, программы массового обучения финансовой грамотности населения, использование данных ПФР для определения реальных доходов клиентов и т.д.) Сбербанк является лидером по внедрению стимулирующих стратегий. К этим условиям банкам необходимо адаптироваться и находить новые способы борьбы за розничного клиента, иначе первенство банков с госучастием превратится в монополию.

В любой кредитной организации одной наиболее существенных характеристик качества работы и экономической эффективности является величина просроченной задолженности. В российском экономическом пространстве эта проблема встречается достаточно широко, что подтверждается статистическими данными [20].

В АО «Банк Тинькофф» в 2014 году при размере ссудной задолженности в 94 159 161 тыс.руб. просроченная достигала 25 818 242 тыс. руб., т.е. 27,4 %. Это повлекло необходимость создания резервов в объеме 6,99% от общей суммы ссудной задолженности.

Таблица 29 – Популярные среди зарубежных банков стратегии стимулирования пользования кредитно-карточными продуктами

Стратегия	Определение, суть	Инструменты воздействия
Обучение	Обучение финансовой грамотности взрослых (преимущественно unbanked и underbanked сегментов)	Прямое – проведение обучающих мероприятий для обучения текущих и потенциальных клиентов; Косвенное – предоставление развернутых и доступных инструкций по пользованию продуктом в разных форматах, развитие call-центров
Приучение	Предоставление кредитных сервисов владельцам других карточных продуктов, в частности дебетовых карт	Выделение овердрафта на дебетовых картах. Размер лимита может быть увеличен по решению банка выделение кредитных линий на базе дебетовых карт по решению банка. Размер кредитного лимита может увеличиваться при активном и добросовестном использовании клиентом продукта
Социальный Лифт	Предложение на выгодных условиях более комплексных кредитно-карточных продуктов ⁶⁰	Разработка и предложение таргетированных продуктов, недоступных клиенту «с улицы» использование семейств градационных; Карт - предложение и замена карт на продукты с расширенным функционалом или более высокой категорией в рамках одной продуктовой линейки в соответствии с активностью клиента
Ограничение	Частичное или полное ограничение пользования финансовыми сервисами. Для полноценного обслуживания необходимо оформление банковской карты, в том числе кредитной	Выполнение определенных операций возможно только при помощи банковской карты; Выполнение всех операций возможно только при помощи банковской карты (закрытие отделений и обслуживание только через банкоматы, терминалы или дистанционные сервисы – мобильный и интернет-банк)
Выращивание	Обучение финансовой грамотности детей и подростков	Адаптированные финансовые продукты (дополнительные карты к родительской, карты с ограниченным функционалом, детские финансовые мобильные приложения и т.д.); Детские школы и интернет-порталы финансовой грамотности (информация предоставляется в игровой форме); Детские секции и «уголки» в банковских отделениях (может быть проведено обучение в игровой форме)

Созданный в размере 5 806 399 тыс. руб. резерв негативно повлиял на экономические показатели банка. В 2015 году ссудная задолженность составляла 114 692 334 тыс. руб., в том числе просроченная 21 411 166 тыс. руб. - т.е. 18,7 %, и резервы составили 5 % от общей суммы ссудной задолженности или 4 600 311 тыс. руб. В 2016 году при ссудной задолженности в 130 113 234 тыс. руб., просроченная была 19 148 516 тыс. руб. и резервы составляли 4 523 153 тыс. руб. Выведение таких сумм их оборота приводит к ощутимым потерям. Например, если для компенсации их отсутствия использовать средства, получаемые от Центробанка по ставке рефинансирования в среднем за год в 10,5 %, то величина выплачиваемых процентов составит 474 931 тыс.руб, если же прибегнуть к межбанковскому коммерческому кредиту по ставке, например, 14 %, то величина выплачиваемых процентов составит 633 241 тыс.руб для величины резервов 2016 года.

Таким образом, имеющая место просроченная задолженность является ухудшающим экономические результаты работы банка фактором. Ежегодный урон от просроченной задолженности весьма существенен – порядка 470 – 633 млн руб в год.

В связи с этим в выпускной квалификационной работе АО «Банк Тинькофф» предлагается организационно-экономические мероприятия по увеличению числа клиентов банка, получивших и активировавших кредитную карту, из числа людей, уже имевших успешный опыт использования кредитов других банков. Оно предполагает проведение комплексной рекламной компании, направленной на повышение привлекательности услуг банка относительно организаций, ведущих аналогичную деятельность.

Рекламная компания предполагает:

- 1.Изготовление серии рекламных видеороликов и их регулярная демонстрация на центральных (федеральных) телевизионных каналах. Эти ролики должны сменять друг друга ежемесячно на экранах телевизоров, одновременно последовательно и методично внушая целевой аудитории полезность

использования кредитных карт АО «Банк Тинькофф» и их преимущества в сравнении с продуктами других банков.

2. Размещение и продвижение в сети Интернет (Ютуб, социальные сети, информационные порталы) рекламных материалов и виртуальных мастер-классов обучающего и популяризирующего кредитные карты банка характера.

3. Организация постоянно действующего конкурса снятых на видео и размещенных на популярных хостингах рассказов клиентов об успешном опыте использования карт.

Цель кампании – привлечь в число клиентов платежеспособных, надежных и ответственных заемщиков, ранее применявших кредитные карты других банков.

Для экономической оценки необходимых для реализации предложений затрат и ожидаемых экономических результатов рассмотрим его экономические и финансовые характеристики.

3.2 Оценка эффективности реализации предложений по стимулированию потенциальных клиентов

Банк Тинькофф имеет в своем составе call-центр, задействованный в процессе обработки заявок потенциальных клиентов, выдачи кредитных карт и обслуживании клиентов. Руководители и специалисты банка обеспечивают принятие эффективных решений и их выполнение в отношении регламентов делового общения с клиентами, технического и программного оснащения, подбора персонала, его обучения и контроля в ходе работы, оценки трудовых достижений, вознаграждения и стимулирования старательного труда работников подразделения. Поэтому для реализации данного предложения в банке есть необходимый опыт и методы действий [41,54].

Вместе с тем для стимулирования спроса на кредитные карты банка предлагается подготовить рекламное обращение для той части пользователей банковских продуктов, которые их уже активно и успешно применяют, но у

других банков. В качестве средства такого воздействия предлагается использовать серию рекламных видеороликов, которые будут последовательно подводить потенциального клиента к выводу о целесообразности получения опыта сотрудничества с АО «Банк Тинькофф» путем приобретения его кредитной карты.

Мы предлагаем раз в месяц выпускать на ведущих федеральных каналах электронных средств массовой информации видеоролик продолжительностью 30 секунд, в котором убедительно раскрываются те или иные преимущества банка как добротного и ответственного кредитора.

К созданию роликов необходимо привлечь талантливых сценаристов, режиссеров, художников, операторов, технических специалистов, способности и труд которых позволят создать не только запоминающийся видеоряд, но и образы современной жизни, в которой наличие рядом с человеком такого партнера, как АО «Банк Тинькофф», делает ее более полноценной, насыщенной и качественной.

В настоящее время в стране и в мире действует множество студий, которые в состоянии создать такой видеоролик. Для банка с лидерскими амбициями уровень исполнения таких роликов должен быть премиальным. Поэтому при оценке затрат на реализацию этого предложения будем исходить из данных о современном российском кино- и видеопроизводстве высочайшего уровня.

Примером такого состояния может быть недавно вышедший на экраны фильм «Время первых». При продолжительности в 140 минут его стоимость составила 400 млн рублей. Из этих данных мы можем вывести ориентировочную стоимость изготовления качественного ролика для рекламной компании банка. Стоимость одной минуты этого фильма составила 2 857 тыс.руб. На основании этих данных мы можем предположить, что 30-ти секундный ролик не может быть дороже 1 428 тыс.руб. Следовательно, для реализации данного мероприятия потребуется вложений в размере $1\,428 * 12 = 17142,8$ тыс.руб.

Кроме этого, ролик должен быть размещен на телеканалах. Ими могут быть только широко известные и популярные в стране средства массовой информации. Выберем из них «Россия 1» и «1 канал». На них размещение 10 секундного

ролика обойдется за месяц в 6 370 и 6 750 тыс.рублей. Для нашего случая при размещении сразу на двух центральных каналах сумма затрат в месяц составит 39 360 тыс.руб. Исходя из приведенных цифр, годовые затраты на мероприятие составят 489 462 тыс. руб. Представим смету затрат на реализацию данного мероприятия в табличной форме.

Таблица 30 – Обоснование затрат на изготовление серии рекламных видеороликов и их регулярную демонстрацию на центральных (федеральных) телевизионных каналах

Характеристики затрат при реализации мероприятия	Значение показателя
Затраты на изготовление рекламных роликов	
Стоимость изготовления 1 минуты, руб	2857000
Продолжительность роликов, минут	6
Всего затрат на рекламные ролики, руб	17142000
Затраты на размещение видеороликов в рекламных блоках федеральных телеканалов	
Стоимость демонстрации в течение месяца в рекламных блоках на двух телеканалах, руб	39360000
Количество рекламных роликов в году, штук	12
Сумма затрат на размещение в год, руб	472320000
Итого, затраты в год на телерекламу, руб	489462000

Следующий элемент мероприятий по стимулированию – подготовка виртуальных мастер-классов по рациональному использованию банковских карт АО «Банк Тинькофф». В них предлагается доступно и убедительно рассказывать всем интересующимся о содержании всех положений кредитного договора, о порядке действия отдельных условий кредитного договора, о приемах определения наиболее оптимальных способах использования кредитных карт. В качестве места размещения этих материалов будет выступать официальный сайт банка, на котором будет создана специальная страничка для потенциальных и сомневающих клиентов. На ней будут размещены ссылки для просмотра или скачивания данных обучающих, пропагандирующих и стимулирующих материалов.

Таких демонстрационных материалов потребуется порядка 35-40 штук. Продолжительность каждого из них будет составлять 5-7 минут. Разработка каждого из них может быть выполнена силами профильных специалистов и программистов на основе стандартного оборудования офисов, уже используемого в работе банка. Расходы на изготовление таких виртуальных пособий можно скалькулировать, исходя из стоимости услуг профессиональных студий. Комплекс работ по съемке, монтажу, озвучиванию мультимедийных программ оценивается в настоящее время на уровне 2-5 тысяч рублей за минуту. С учетом повышенных требований к содержанию и качеству медиапродукта, примем в качестве основы максимальную величину – 5 тыс.рублей.

Итак, основу расходов на осуществление данного мероприятия составят затраты на изготовление 40 видеоуроков продолжительностью 7 минут и стоимостью 5 тыс.руб за минуту. Суммарные затраты по мероприятию составят 1 400 000 рублей. Отметим, что лицами, ведущими мастер-классы, станут руководители и специалисты банка, поэтому их трудозатраты будут вознаграждены в рамках имеющегося фонда оплаты труда. Затратные характеристики проведения этого мероприятия приведены в таблице 31.

Таблица 31 – Затраты на подготовку виртуальных мастер-классов по рациональному использованию банковских карт

Характеристики затрат при реализации мероприятия	Значение показателя
Количество виртуальных демонстрационных материалов, единиц	40
Продолжительность каждого мастер-класса, мин	7
Стоимость изготовления 1 минуты мультимедийного контента, руб	5000
Затраты на изготовление набора мастер-классов, руб	1400000
Затраты на создание и ведение странички на сайте АО «Банк Тинькофф», руб/год	50000
Итого, затраты в год на мастер-классы, руб	1450000

Если же такие издержки учитывать, расходы на оплату труда при подготовке таких материалов можно описать следующим образом. При часовой ставке задействованных специалистов в 300 рублей и трудоемкости одного мастер-класса около 14 чел.-часов, этот элемент составит 4200 рублей. На все мероприятие расходы будут: $4200 * 40 = 168\,000$ тыс.руб. Сопровождение странички мероприятия в интернете также потребует затрат примерно в 50 тыс. руб в год.

Следующим элементом мер стимулирования использования кредитных карт АО «Банк Тинькофф» будет постоянно действующий конкурс снятых на видео рассказов об успешном опыте использования карт клиентами.

Участник конкурса сам, с использованием доступных ему технических средств, делает видеоролик с рассказом об успешных результатах своего пользования картой и этот материал выкладывает на видеохостинге [youtube.com](https://www.youtube.com). Ссылка в интернете на этот ролик передается куратору конкурса. По истечении определенного периода, например, месяца, куратор конкурса фиксирует количество просмотров этих материалов и поставленных ему лайков и т.п. На основании данных, собранных по всем участникам, определяется победитель, которому вручается соответствующий приз. В силу разнообразия критериев оценки таких творческих материалов, призов для награждения участников конкурса может быть несколько. Призы для победителей должны быть достаточно ценными, чтобы заинтересовать участников в работе по выполнению творческих заданий. Если подводить промежуточные итоги каждый квартал и вручать награды победителям промежуточных этапов на сумму 50 тыс.руб, расходы за год составят 200 тыс.руб. Кроме того, необходимо итоговое ежегодное мероприятие с официальной программой, награждением победителей, чествованием участников и ветеранов. На эти цели необходимо выделять около 500 тыс.руб в год. Тогда общие затраты за год по конкурсам роликов об использовании кредитных карт банка составит 895,8 тыс.руб. Характеристики

элементов затрат, связанных с конкурсом отзывов об использовании кредитных карт АО «Тинькофф Банк», представлены в таблице 32.

Обобщим все показатели проекта в таблице 33. Первый год реализации предложенных мероприятий заканчивается с убытками. Расходы по реализации мероприятий составляют 491,8 млн руб. Эффект от мероприятий в первом году их реализации достигает 460,2 млн руб. Такие значения объясняются как не высокими размерами дополнительного привлечения клиентов, так и максимальными значениями вложений именно в этом периоде.

Таблица 32 – Затраты на постоянно действующий конкурс рассказов клиентов об успешном опыте использования кредитных карт

В рублях

Характеристики затрат при реализации мероприятия	Значение показателя
Годовой фонд оплаты труда координатора конкурса с начислениями	195840
Призовой фонд для поощрения победителей и активных участников	200000
Ежегодная конференция клиентов банка - участников конкурса	500000
Итого, затраты в год на конкурс	895840

На втором году реализации мероприятия проекта полностью окупаются и получаемая дополнительная прибыль стабильно превышает величину затрат. На втором году это превышение составляет 119,16 млн руб. Начиная со второго года образуется положительный эффект, который объясняется привлечением большего числа клиентов и некоторым снижением расходов на ведение предложенных мероприятий.

Таким образом, при суммарных вложениях в течение первого года в размере 490,6 млн рублей и 473,3 млн рублей в последующие годы в реализацию мероприятий, они многократно возмещаются прибылью, получаемой благодаря привлечению новых клиентов.

Таблица 33 – Оценка экономических показателей предложенных мероприятий

Наименование показателя	2017	2018	2019	2020	2021
Денежный поток от операционной деятельности $\Phi^{\circ}(m)$	460173	657390	986085	1183302	1314780
Число дополнительных клиентов в год, чел	70000	100000	150000	180000	200000
Средняя прибыль на 1 карту, руб/год	6573,9	6573,9	6573,9	6573,9	6573,9
Инвестиционная деятельность Сальдо $\Phi''(m)$	491807,8	473265,8	473265,8	473265,8	473265,8
Реклама с использованием видеороликов в СМИ	489462	472320	472320	472320	472320
Ведение мастер-классов	1450	50	50	50	50
Проведение Конкурса Знаток применения кредитных карт	895,8	895,8	895,8	895,8	895,8
Сальдо суммарного потока $\Phi(m) = \Phi_i(m) + \Phi^{\circ}(m)$	-31634,8	184124,2	512819,2	710036,2	841514,2
Сальдо накопленного потока	-31634,8	152489,4	665308,6	1375344,8	2216859
Коэффициент дисконтирования	1,00	1,22	1,35	1,49	1,65
Дисконтированное сальдо суммарного потока	-31634,8	150794,8	380082,1	476246,0	510799,0
Итого, накопленный экономический эффект от реализации мероприятий	-31634,8	119160,0	499242,1	975488,1	1486287,2

С начала второго года мероприятия начинают приносить прибыль и за ближайшие пять лет обеспечат получение дополнительно 1486,3 млн руб. прибыли от основной деятельности – распространения кредитных карт.

Выводы по разделу три.

Лидерство на рынке и применение последних финансовых технологий при ведении деятельности в современных условиях не могут быть гарантиями эффективности деятельности;

Для стабильной эффективной работы банка необходима и стабильная окружающая социально-экономическая среда, в первую очередь, клиентская база;

Для успешной конкуренции в АО Тинькофф Банк должен вовлекать в число своих клиентов все большее число людей. Однако для эффективного сотрудничества с ними необходимо их соответствие достаточно высокому уровню

финансовой грамотности. В связи с этим были предложены и обоснованы мероприятия по активизации рекламной деятельности, расширению возможностей сайта банка путем создания новой странички с описаниями опыта пользователей кредитных карт и проведение конкурсов владельцев кредитных карт. Комплексное внедрение этих мероприятий позволяет увеличить получаемую прибыль на 510,7 млн рублей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Кредитная карта – банковский продукт, продолжающий рост в российском потребительском кредитовании, не смотря на замедление экономики, произошедшее после девальвации рубля в конце 2015 года. В этой области среди российских банков сохраняется конкуренция, которая стимулирует их к повышению привлекательности кредитных предложений для клиентов и к внедрению новых и высокотехнологичных технологий оказания банковских услуг. Наиболее четко признаки лидерства проявляются в работе АО «Тинькофф Банк», особенностью которого является преимущественное ведение электронного банкинга. В настоящее время банк стоит перед необходимостью расширения видов деятельности и спектра услуг для населения и малого и среднего бизнеса.

АО «Тинькофф Банк», занимая лидерские позиции на рынке, достигает этого за счет использования современной, высокотехнологичной и перспективной бизнес-модели, позволяющей минимизировать операционные издержки и специализироваться на особых категориях клиентов, которые могут быть отнесены к наиболее квалифицированному и платежеспособному сегменту потенциальных клиентов. Постоянное отслеживание и внедрение в работу самых последних разработок в сфере финансовых технологий обеспечивает банку высокую эффективность и ресурсы для инвестиций в развитие.

АО Тинькофф Банк хорошо известен в профессиональной и деловой среде как относительно молодой, но энергичный и успешный пример банковского бизнеса. Изучая его финансовую отчетность, мы убедились, что показатели его работы свидетельствуют об эффективном использовании активов, успешной политике привлечения клиентов, не только финансовой устойчивости, но и получении прибыли, достаточной для решения задач дальнейшего амбициозного развития.

В результате проведенного анализа было установлено следующее:

– необходимо более взвешенное отношение к апробированным и перспективным технологиям для определения между ними оптимального

соотношения. Например, планируемое на ближайшее время создание сети банкоматов может существенно увеличить затраты банка, что негативно повлияет на его экономическую эффективность;

- следует реализовать мероприятия по привлечению в клиенты банка бывших клиентов других банков;

- необходима реализация мероприятий по снижению размеров просроченной задолженности, так как она приводит банк к потерям в сумме до 60 млн руб в год. К применяемому комплексу мер по оценке кредитоспособности будущего клиента, необходимо добавить оценку уровня финансовой грамотности претендента на кредитование и коррекционные мероприятия в случае выявления низкого уровня, потенциально ведущего к нарушению обязательств перед кредитором.

По результатам анализа был сделан вывод о необходимости проведения кампании по стимулированию получения кредитных карт АО «Тинькофф Банк» наиболее квалифицированными участниками данного рынка, уже имеющими опыт сотрудничества в данном отношении с другими банками. Результаты расчетов экономических расчетов подтвердили целесообразность таких мероприятий. Комплексное внедрение этих мероприятий позволяет увеличить получаемую прибыль в ближайшие 5 лет на 510,7 млн рублей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Авдеев, М. Блокчейн-технологии в госуправлении. Мировой опыт. / Авдеев, М. // Форбс. – <http://www.forbes.ru/tehnologii/343203-blokcheyn-tehnologii-v-gosupravleniimirovoyu-opyt> (дата обращения: 30.04.2017)
- 2 Аликина, Е. Безопасность в интернете: где дешевле оформить виртуальную карту / Е. Аликина // РБК-Деньги. – <http://www.rbc.ru/money/31/05/2017/592ea0779a7947c44f730d45>
- 3 Бухгалтерский баланс (публикуемая форма) на 01.01.2015 года Кредитной организации Акционерное общество «Тинькофф Банк». – <https://www.tinkoff.ru/> (дата обращения: 30.04.2017)
- 4 Бухгалтерский баланс (публикуемая форма) на 01.01.2016 года Кредитной организации Акционерное общество «Тинькофф Банк». – <https://www.tinkoff.ru/> (дата обращения: 30.04.2017)
- 5 Бухгалтерский баланс (публикуемая форма) на 01.01.2017 года Кредитной организации Акционерное общество «Тинькофф Банк». – <https://www.tinkoff.ru/> (дата обращения: 30.04.2017)
- 6 Всяких, Ю.В. Рынок банковских пластиковых карт: проблемы и перспективы развития / Ю.В. Всяких, А.О. Зволейко // Инновационная наука. 2015. №6-1. – <http://cyberleninka.ru/article/n/rynok-bankovskih-plastikovyh-kart-problemy-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 09.06.2017).
- 7 Гаврилова, О. А. Интернет-банкинг как инновационный вид сетевых финансовых отношений / О. А. Гаврилова, Т. В. Нестеренко, В. С. Кортунова // Вестник ВолГУ. Серия 10: Инновационная деятельность. – 2010. – №4. – <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-ban-king-kak-inno-vat-sionnyy-vid-sete-vyh-finanso-vyh-otnosheniy> (дата обращения: 24.05.2017).
- 8 Герасименко, А. Финансовый менеджмент – это просто: Базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / А. Герасименко. – М.: Альпина Паблишер, 2016. - 481 с.

9 Герасимов, В.В. Раскрытие по гамбургскому счету. Эмитентам придется, начиная с 2018 года, сообщать рынку обо всех действительно важных новостях / В.В. Герасимов // Вестник НАУФОР. – 2016. – №9, сентябрь. – <http://www.e-disclosure.ru/vse-o-raskrytii/nashi-publikatsii> (дата обращения: 24.05.2017).

10 Горелая, Н. В. Организация кредитования в коммерческом банке: учеб. пособие / Н. В. Горелая. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2012. – 207 с.

11 Еремина, А. Национальная платежная система заработала более 1 млрд руб за неполный год работы / А.Еремина // Ведомости. – <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2016/03/28/635276-natsionalnaya-platezhna-sistema-zarabotala-bolee-mlrd-rublei-nepolnii-god-raboti>

12 Ефимова, О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: Учебник / О.В. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2013. - 349 с.

13 Жарковская, Е.П. Финансовый анализ деятельности коммерческого банка: Учебник / Е.П. Жарковская. - М.: Омега-Л, 2011. - 325 с.

14 Иванов, В.Ю. Актуальные вопросы правовой квалификации расчетов посредством банковских карт / В.Ю. Иванов // Банковское право. – 2003. – № 4. – С.56–63.

15 Ивлиев, М.И. Анализ состояния и перспективы функционирования банковских программно-технических устройств самообслуживания в российской Федерации / М.И. Ивлиев, Н.В. Коротаева, // Социально-экономические явления и процессы. – 2016. – №11. – <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sostoyaniya-i-perspektivy-funktsionirovaniya-bankovskih-programmno-tehnicheskikh-ustroystv-samo-obsluzhivaniya-v-rossiyskoj> (дата обращения: 31.05.2017).

16 Интервью с Олегом Тиньковым / РБК-Бизнес. – <http://www.rbc.ru/business/27/04/2017/5901dd299a794774d0e6b663>

17 Доклад «Повышение роли банков в обеспечении экономического роста России». Материал для дискуссии к XXIII Съезду АРБ (Электронный ресурс). – <http://www.arb.ru> (дата обращения: 21.05.2017).

18 Количество и объем операций, совершенных на территории России и за ее пределами с использованием банковских карт, эмитированных кредитными организациями (Электронный ресурс). – <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 18.05.2017).

19 Кречетова, А. ЦБ: «До виртуальной национальной валюты мы точно дойдем». / А. Кречетова // Форбс. – <http://www.forbes.ru/tehnologii/345509-cb-do-virtualnoy-nacionalnoy-valyuty-my-tochno-doydem> (дата обращения: 31.04.2017)

20 Кривенко, О.С. Современное состояние потребительского кредитования в России // О.С. Кривенко, А.В. Махова / IN SITU. 2016. №4. – <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-potrebitelskogo-kreditovaniya-v-rossii-1> (дата обращения: 24.05.2017).

21 Кутовая, Я. Азиатское вторжение: как Китай планирует использовать блокчейн / Я. Кутовая // Форбс. – <http://www.forbes.ru/tehnologii/345335-aziatskoe-vmorzhenie-kak-kitay-planiruet-ispolzovat-blokcheyn> (дата обращения: 30.04.2017)

22 Кумеев, А. Кредитный консультант – верный друг и помощник заемщика! / А.Кумеев // Финансы Азии. – <http://www.finansy.asia/articles/kreditnyy-konsultant-vernyy-drug-i-pomoshch-zaemsh>

23 Кредитные организации в России: правовой аспект / Отв. ред. Е.А. Павлодский. – М.: Волтерс Клувер, 2006. – 98 с.

24 Криптовалюта. Материал из Википедии – свободной энциклопедии. – <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%BF%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%B0>.

25 Лаврушин, О.И. Банковское дело: современная система кредитования: Учебное пособие / О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева. – М.: КноРус, 2013. – 360 с.

26 Латышева, Н.В. Современная платежная система России: условия функционирования и направления развития. Диссертация. Канд. эконом, наук. – Саратов., 2009. – 213 с.

27 Литовченко, В.П. Финансовый анализ: Учебное пособие / В.П. Литовченко. – М.: Дашков и К, 2016. – 216 с.

28 Лукашенко, Ю. Пауки в банках. Нужны ли российским банкам штатные психологи? / Ю.Лукашенко // Банкир.ру. – <http://bankir.ru/publikacii/20110223/rauki-v-bankah-9051397/>

29 Мельник, М.В. Экономический анализ в аудите: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Налоги и налогообложение» / М.В. Мельник, В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 543 с.

30 Мобильный POS-терминал или mPOS. – <https://ru.wikipedia.org/wiki/MPOS>

31 Москвичев, А.А. Предоплаченные карты: скрытый потенциал и большие возможности / Москвичев, А.А. // Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. – 2014. – № 3. – С.26–31.

32 Олег Тиньков и Оливер Хьюз приняли участие в глобальной конференции финансовой практики VCG. – <http://www.cbr.ru>

33 Официальный сайт ПАО Сбербанк РФ. – http://www.sberbank.ru/ru/person/bank_cards/tarif

34 Перекрестова, Л.В. Финансы и кредит: Практикум: Учебное пособие для студентов учреждений среднего профессионального образования / Л.В. Перекрестова, Н.М. Романенко, Е.С. Старостина. – М.: ИЦ Академия, 2013. – 224 с.

35 Позднякова, С.В., Баева, Е.А. Рынок пластиковых карт в РФ / С.В. Позднякова, Е.А. Баева // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. – 2016. – №6. – <http://cyberleninka.ru/article/n/rynok-plastikovyh-kart-v-rf> (дата обращения: 09.06.2017).

36 Полингук, А.И. Развитие инфраструктуры кредитного рынка / Полингук, А.И. // Финансовый журнал. – 2011. – № 3. – С.23–27.

37 Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием утв. Банком России 24.12.2004 № 266-П) (ред. от 14.01.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 25.03.2005 № 6431) / КонсультантПлюс. – <http://www.consultant.ru>

38 Развитие интернета в регионах России. – https://yandex.ru/company/researches/2015/ya_internet_regions_2015#proniknovenieinternetavregionax

39 Роль кредита и модернизация деятельности банков в сфере кредитования: монография / под ред. О. И. Лаврушина. – М. : КНОРУС, 2012. – 267 с.

40 Савдерова, А.Ф. Тенденции и перспективы развития интернет-банкинга в России / А.Ф. Савдерова, Д.В. Журова, // Вестник ЧГУ. 2013. №4. – <http://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-internet-bankinga-v-rossii> (дата обращения: 10.05.2017).

41 Самсонова, Л. А. Дистанционное банковское обслуживание / Л.А. Самсонова, // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2012. №2 (4). – <http://cyberleninka.ru/article/n/distantcionnoe-bankovskoe-obsluzhivanie> (дата обращения: 10.05.2017).

42 Седых, И. А. Российский банковский сектор и рынок кредитных карт / И. А. Седых – М.: Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики. Центр развития, 2016. – 57 с.

43 Семенихин, В. Через пять лет mPOS-терминалы займут 40% рынка. / В.Семенихин // Банкир.ру. – <http://bankir.ru/publikacii/20160705/vo-cto-prevratitsya-mobilnyi-ekvairing-10007778/>

44 Тавасиев, А. М. Банковское дело: управление кредитной организацией : учеб. пособие / А. М. Тавасиев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2011. – 639 с.

45 Тарасенко, О.А., Андропова Т.А. Банковские карты – правовое регулирование, понятие и классификация. / О.А. Тарасенко, Т.А. Андропова // Лександ–Бизнес. – <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=6810>

46 Тарасенко, О.А., Хоменко Е.Г. Банковское право: Учебник. / О.А. Тарасенко, Е.Г. Хоменко. – М.: Проспект, 2012. –336 с.

47 Тедеев, А.А. Инновационная деятельность кредитных организаций на рынке электронных банковских услуг. Диссертация канд. эконом. наук. – М.: – 2005. – 175 с.

48 Теплов, П. Call-центр: центр затрат или прибыли? Раздел: Информационные технологии / П. Теплов // IT-Менеджер. – 2007. – № 1. – <http://www.management.com.ua/ims/ims119.html>

49 Технология Блокчейн (blockchain) – что это такое простыми словами. – http://real-investment.ru/finansovaja_gramotnost/blokchejn_blockchain_что_это_так_простыми_словами,

50 Тиньков, О. РБК: «Наша философия – мы всегда в кризисе». / О.Тиньков, // РБК-Деньги. – <http://www.rbc.ru/finances/10/05/2017/5912dedd9a79471ed7621fcf?from=main>

51 Тиньков, О. Я такой как все. / О.Тиньков. – М.: Эксмо. 2010. – 384 с.

52 ТиСиЭс Груп Холдинг ПиЭлСи. Консолидированная финансовая отчетность в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности и Отчет независимого аудитора. 31 декабря 2016 года. – <https://www.tinkoff.ru/>

53 Фаронов, В.В. Банковское дело (для бакалавров)(изд:10) / В.В. Фаронов. – М.: КноРус, 2013. – 800 с.

54 Хейвуд, Дж. Брайан. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. Outsourcing Dilemma, The: The Search for Competitiveness. / Брайан Дж. Хейвуд. – М.: «Вильямс», 2004. –176 с.

55 Центральный банк Российской Федерации. Информация по кредитным организациям. Акционерное общество «Тинькофф Банк». – <http://www.cbr.ru/credit/coinfo.asp?id=450000562>

56 Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций: [учеб. пособие] / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – 9-е изд. – М. : Дашков и К, 2013. – 543 с.

57 Ягупова, Е.А., Серба, Д.В. Зарубежный опыт организации операций банков с платежными картами / Е.А. Ягупова, Д.В. Серба // Символ науки. – 2016. – № 12. С.248–251 – <http://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-organizatsii-operatsiy-bankov-s-platezhnymi-kartami> (дата обращения: 31.05.2017).

58 Erlang B Calculator. – <http://www.erlang.com/calculator/erlb/>