

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
«__» _____ 2018 г.

Совершенствование использования кредитных банковских карт
в кредитной организации
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.01.2018.142.ВКР

Руководитель работы,
к.э.н., доцент кафедры
_____ И.Р. Уразбахтин
«__» _____ 2018г.

Автор работы,
студент группы ВШЭУ–588
_____ Т.Е. Казакова
«__» _____ 2018 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ Е.Ю. Куркина
«__» _____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Казакова Т.Е. Совершенствование использования кредитных банковских карт в кредитной организации. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-588, 80 с., 22 ил., 23 табл., библиограф. список – 50 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки мер по совершенствованию использования кредитных банковских карт в кредитной организации на примере ПАО «Совкомбанк».

В работе рассмотрены теоретические основы использования кредитных банковских карт в кредитной организации, проведен анализ основных финансовых показателей деятельности банка, проведена оценка использования кредитных банковских карт, разработаны мероприятия по совершенствованию использования кредитных карт, проведена оценка экономической эффективности этих мероприятий.

ANNOTATION

Botova D.D. Personnel management as a tool to increase the competitiveness of a credit organization. – Chelyabinsk: SUSU, HSEM-588, 80 pages, 22 drawings, 23 tables, bibliography – 50 names.

The final qualifying work was carried out to develop measures to improve the use of credit Bank cards in the credit institution on the example of PJSC «Sovcombank».

The paper considers the theoretical basis of the use of credit Bank cards in a credit institution, analyzes the main financial indicators of the Bank, assesses the use of credit Bank cards, developed measures to improve the use of credit cards, assesses the economic efficiency of these measures.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ БАНКОВСКИХ КАРТ В КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	11
1.1 Понятие и виды банковских карт.....	11
1.2 Методика анализа использования кредитных банковских карт.....	20
1.3 Развитие рынка кредитных банковских карт в РФ на современном этапе.....	29
1.4 Сравнение отечественного и зарубежного опыта регулирования и использования банковских карт	38
2 ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ В КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПАО «СОВКОМБАНК».....	42
2.1 Общая характеристика ПАО «Совкомбанк».....	42
2.2 Основные финансовые показатели деятельности ПАО «Совкомбанк».....	43
2.3 Оценка использования кредитных банковских карт в ПАО «Совкомбанк».....	50
2.4 Мероприятия по совершенствованию использования кредитных карт в ПАО «Совкомбанк».....	60
2.5 Оценка экономической эффективности мероприятий.....	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	72
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	76

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях развития экономики происходит процесс развития банковских систем в направлении развития кредитования физических лиц. Одним из инструментов кредитования является кредитная банковская карта. В экономически развитых странах кредитные банковские карты являются основным атрибутом сферы торговли и услуг. Совершение кредитных операций с помощью банковских карт показывает степень интегрированности банковской системы и системы товарного обращения.

Таким образом, в современных экономических условиях кредитные банковские карты постепенно приходят на смену традиционным кредитным продуктам. Россия в этом вопросе также не является исключением. Кредитные пластиковые карты связаны с открытием клиентской кредитной линии в банке. Данная кредитная линия позволяет держателю карты пользоваться кредитным займом при получении кассовых наличных ссуд и при безналичном приобретении товаров и услуг.

Рынок кредитных карт все больше становится полем конкурентной борьбы между российскими банками. Операции по банковским карточкам относятся к числу наиболее доходных видов банковской деятельности.

Кредитная карта – это финансовый инструмент, который привлекателен для своего пользователя целым рядом преимуществ: удобством и простотой использования, отсутствием необходимости иметь при себе крупные суммы наличных денег, возможность оплачивать товар и услуги дистанционно, экономия времени по сравнению с получением потребительского кредита.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что внедрение кредитных карт на данный момент является одним из ключевых факторов развития безналичных расчетов в сфере розничных платежей и сокращения операций с наличными денежными средствами. Несмотря на то, что для большинства крупнейших российских банков кредитные карты не являются продуктом с наибольшим уровнем доходности по сравнению с прочими кредитными

продуктами, развитие карточного бизнеса прочно закрепилось среди приоритетных задач банков. Высокий уровень конкуренции в сфере кредитных карт стимулирует банковские организации к принятию инновационных решений для повышения экономической эффективности от реализации кредитных карт.

Этим и определяется актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Объект исследования – ПАО «Совкомбанк».

Предмет исследования – кредитные банковские карты.

Цель исследования заключается в разработке направлений совершенствования использования кредитных банковских карт в ПАО «Совкомбанк».

Данная цель определила следующие задачи:

– раскрыть теоретические аспекты использования кредитных банковских карт в кредитной организации;

– дать общую характеристику ПАО «Совкомбанк»;

– оценить основные финансовые показатели деятельности ПАО «Совкомбанк»;

– провести оценку использования кредитных банковских карт в ПАО «Совкомбанк»;

– выявить направления развития рынка кредитных банковских карт в РФ;

– разработать мероприятия по совершенствованию использования кредитных карт в ПАО «Совкомбанк»;

– провести оценку экономической эффективности мероприятий.

В процессе написания выпускной квалификационной работы была применена совокупность методов экономико-статистического анализа, таких как горизонтальный, вертикальный анализ, коэффициентный метод, а также методы анализа и синтеза экономической информации.

Для решения поставленных задач использованы нормативные акты Российской Федерации, труды российских ученых и статьи периодической печати в области банковского дела, а также практические материалы и финансовая отчетность ПАО «Совкомбанк».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографического списка и приложений. В первой главе рассматриваются теоретические аспекты использования кредитных банковских карт в кредитной организации. Во второй главе проводится оценка использования кредитных карт в кредитной организации ПАО «Совкомбанк». В третьей главе разрабатываются пути совершенствования использования кредитных банковских карт в ПАО «Совкомбанк».

Практическая значимость исследования заключается в том, что ее результаты могут быть использованы аппаратом управления ПАО «Совкомбанк» в целях повышения эффективности использования выпускаемых банком кредитных карточных продуктов.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ БАНКОВСКИХ КАРТ В КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Понятие и виды банковских карт

Коммерческие банки в РФ действуют в качестве универсальных кредитных учреждений, совершающий широкий спектр операций финансового характера.

В Российской Федерации создание и функционирование кредитных учреждений базируется на положениях Закона РФ «О банках и банковской деятельности». В соответствии с этим законом [2]:

– банк выступает в качестве коммерческого юридического лица, то есть такого организационного образования, функционирование которого направлено на получение прибыли;

– банк должен быть создан в качестве хозяйственного общества, то есть акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью;

– банк выступает кредитной организацией, то есть организацией, которая была создана в целях осуществления банковских операций;

– банк ведет свою деятельность на базе лицензии, выдаваемой ЦБ РФ;

– банк имеет специальные компетенции, извлекает прибыль посредством совершения специализированных сделок;

– банк выступает в качестве одного из элементов банковской системы [2].

Основное назначение банка заключается в осуществлении посредничества в перемещении денежных ресурсов от кредиторов к заемщикам и от поставщиков к потребителям. Наряду с банками перемещение денежных средств на финансовом рынке может быть осуществлено и другими финансовыми и кредитно-финансовыми учреждениями, к примеру, инвестиционными фондами, страховыми компаниями, брокерскими, дилерскими фирмами [13].

Однако банки в качестве субъектов финансового рынка обладают специфическими признаками, отличающие их от всех прочих субъектов.

Принципы функционирования коммерческого банка представлены на рисунке 1.1.

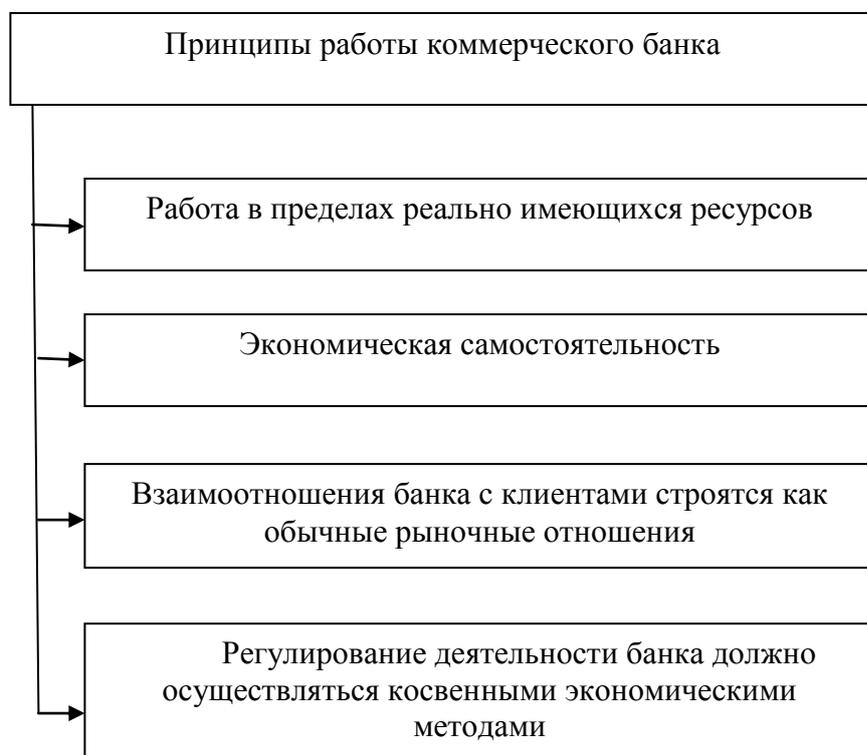


Рисунок 1.1 – Принципы работы коммерческих банков

Рассмотрим функции, выполняемые коммерческим банком. Их виды представлены на рисунке 1.2. Одной из наиболее значимых функций кредитного учреждения является обеспечение посредничества при получении кредитных средств, которое осуществляется в форме перераспределения денежного капитала, временно высвобожденного из процесса кругооборота ресурсов хозяйствующих субъектов и денежных доходов населения [18].



Рисунок 1.2 – Функции коммерческого банка

Специфика функции кредитного учреждения в качестве посредника заключается в том, что главным критерием перераспределения капитала является уровень доходности их использования заемщиками.

Перераспределение капитала осуществляется горизонтальным образом при осуществлении хозяйственных сделок от кредиторов к заемщикам, при участии кредитных учреждений без промежуточных звеньев в форме надбанковских институтов, на принципах платности и возвратности. Уровень платы за использование заемного капитала формируется под влиянием процессов, связанных со спросом и предложением. Этим обеспечивает процесс свободного перемещения финансового капитала в национальной экономике [5].

Важность функции коммерческих банков в качестве посредника для эффективного развития субъектов национальной экономики состоит в том, что банки при осуществлении своей деятельности обеспечивают снижение степени рискованности и неопределенности в экономической системе. Вторая важнейшая функция банков заключается в обеспечении мотивации осуществлений накоплений хозяйствующими субъектами. Кредитные учреждения, участвуя в финансовых отношениях, не только обеспечивают максимальное влияние на имеющийся у хозяйствующих субъектов свободный капитал, но и на формирование достаточно эффективных стимулов к накоплению капитала. Мотивация к накоплению и сбережению денежного капитала формируется на базе использования гибкой политики в области депозитной деятельности коммерческих банков. Помимо высокого уровня процентных ставок, начисляемых по депозитам, клиентам кредитного учреждения важно получить высокий уровень гарантий надежности размещения накопленного капитала в банки. Формирование гарантий обеспечивает создания фондов и резервов в целях страхования активов и вкладов в кредитных учреждениях [6].

Функция посредничества при осуществлении платежных операций отдельных самостоятельных субъектов хозяйствования может выражения и в форме обеспечения посредничества в сделках с финансовыми инструментами. Кредитные учреждения обладают правом участвовать в этих отношениях

инвестиционными институтами, осуществляющими операции на фондовом рынке, а также участниками торгов, инвестиционными консультантами; инвестиционными компаниями и инвестиционными фондами [10].

Таким образом, коммерческие банки можно отнести к категории коммерческих организаций обладающих специфическими функциями в области финансового посредничества. Коммерческие банки осуществляют привлечение капиталов, сбережений населения и других денежных средств, высвобождающихся в ходе деятельности хозяйствующих субъектов, и предоставляют их во временное пользование другим хозяйственным субъектам, которые нуждаются в дополнительных источниках капитала.

Одним из современных инструментов реализации одной из главных функций коммерческих банков – кредитования выступает использование банковских карт.

Под пластиковой банковской карточкой понимается использование персонифицированного платежного инструмента, предоставляющего пользующемуся карточкой лицу возможность совершать безналичную оплату продуктов или услуг, а также получения наличных денежных средств в отделениях (филиалах) банков и банкоматах [7]. Банковские карты осуществляют функции одновременно депозитного, расчетного, кассового и кредитного характера. Расчеты с использованием банковских карт занимают значительный удельный вес в системе расчетов в современных экономических условиях. Классификация банковских карт представлена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Классификация банковских карт в разрезе различных признаков

Классификационный признак	Вид банковских карт
В разрезе механизмов (принципов) расчетов	Двусторонние
	Многосторонние
В разрезе категорий клиентов	Простые (обычные)
	Серебряные
	Золотые
	Платиновые
В разрезе сферы применения	Универсальные карты
	Частные карты
В разрезе времени использования	Ограниченные каким-либо промежутком времени
	Неограниченные
	Дебетовые карты (расчетные, платежные)

Окончание таблицы 1.1

Классификационный признак	Вид банковских карт
В разрезе характера использования	Индивидуальные карты
	Семейные карты
	Корпоративные банковские карты
В разрезе валюты	Рублевые карты
	Валютные карты
В разрезе видов проводимых расчетов и от наличия собственных средств на счете	Кредитные карты

К основным правовым актам, регулирующим операции коммерческих банков при осуществлении операций с банковскими картами относят:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 г. №14-ФЗ [1].

2. Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности».

3. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

4. Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле».

5. Федеральный закон от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» и ряд положений, указаний и писем Банка России.

Таким образом, правовое регулирование операции с применением банковских карт осуществляются положениями части первой ГК РФ, закрепляющими совокупность базовых правил формирования обязательств, заключения договоров, а также положениями главы 42 «Заем и кредит», 44 «Банковский вклад», 45 «Банковский счет» 46 «Расчеты».

Нормативно-правовыми актами, регламентирующими расчеты с применением банковских карт, также выступают положениям федерального законодательства, регулирующего банковские операции, а также Положение Банка России «Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт» от 24 декабря 2004 года № 266-П [3].

Положение Банка России № 266-П было разработано на основании положением гражданского, банковского и валютного законодательства и осуществляет установление порядка эмиссии и особенностей проведения операций с картами, эмитентом которых являются кредитные организации, иностранные банки либо юридические лица, не являющиеся кредитными учреждениями [3].

Согласно Положению №266-П банковская карта признается видом платежной карты и выступает в качестве инструмента расчетов безналичного характера, предназначенного для использования населением операций по перечислению и иному использованию денежных средств, находящихся у эмитентов, в соответствии с положениями законодательных актов Российской Федерации и договора, заключенного с эмитентами [3].

Рассмотрим классификацию банковских карт согласно Положению №266-П (рисунок 1.3).



Рисунок 1.3 – Классификация банковских карт согласно Положению №266-П

На территории Российской Федерации коммерческие банки-эмитенты могут осуществлять выпуск банковских карт, выступающих инструментом безналичного расчета, предназначенные в целях совершения гражданами, (держателями карт) операций с денежными средствами, находящимися у банка, в соответствии с положениями законодательства Российской Федерации и положения договора об обслуживании [3].

Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием, классифицирует совокупность банковских карт в разрезе

системы проведения расчетов (карты расчетного типа, кредитного типа и предоплаченного типа).

Согласно данному нормативно-правовому акту кредитная организация имеет право на осуществление эмиссии банковских карт всех перечисленных видов.

Расчетные (дебетовые, платежные) карты используются в целях совершения операций ее держателями в пределах установленных банком-эмитентом суммы денежных средств (лимита расходов), расчеты по которым осуществляются за счет средств клиента, находящихся на его счете, или кредитных средств, предоставляемых банком-эмитентом клиентам на основании договора банковского счета при недостаточности либо отсутствии на банковском счете денежных средств (овердрафт) [3].

Кредитные карты используются в целях осуществления их держателями операций, расчеты по которым производятся за счет денежных ресурсов, предоставленных коммерческим банком-эмитентом клиенту в пределах установленных лимитов в соответствии с условиями кредитных договоров.

Предоплаченные карты используются в целях осуществления их держателями – физическими лицами операций, расчеты по которым осуществляются банком-эмитентом от собственного имени за счет денежных средств, предоставленных держателем – гражданином, либо денежных средств, поступивших в банк-эмитент в пользу держателей – физических лиц, если возможность использования данных денежных средств от третьих лиц предусмотрена положениями договора между держателями – физическими лицами и банками – эмитентами.

Предоплаченная карта осуществляет удостоверение прав требования их держателей – физических лиц к банкам – эмитентам в связи с оплатой товаров (работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности) либо при выдаче наличных денежных средств [3].

Держатель платежной карты обладает возможностью использования средств, находящихся на счетах, в пределах расходных лимитов, устанавливаемых банком.

В настоящее время большое число кредитных учреждений осуществляют выпуск виртуальных банковских карт.

Виртуальные банковские карты являются дебетовыми, но оплачивать расходы при помощи такой карты можно только посредством использования сети Интернет.

Держатели таких карт не обладают возможностью получения наличных денежных средств посредством банкоматов и терминалов, кроме ситуации закрытия данной карты в кредитном учреждении.

В этой ситуации владелец получает остаток денежных средств на карте за минусом комиссионных сборов, связанных с закрытием счета, при их наличии.

Компания и предприятия имеют право на осуществление с применением расчетных и кредитных карт следующих операций [3]:

- получение наличных денежных средств в национальной валюте в целях совершения на территории Российской Федерации на основании порядка, установленного Банком России, расчетов, обусловленных ведением хозяйственной деятельности, в том числе в связи с выплатой расходов командировочного и представительского характера;

- осуществление оплат в национальной валюте расходов, обусловленных ведением хозяйственной деятельности, в том числе в связи с выплатой расходов командировочного и представительского характера;

- осуществление иных операций в национальной валюте на территории страны, в отношении которых положениями законодательных актов, в том числе нормативных актов Банка России, отсутствуют запреты (ограничения) на их осуществление;

- получение наличных денежных средств в валюте зарубежных государств за пределами страны в целях оплаты расходов командировочного и представительского типа;

- совершение оплаты расходов командировочного и представительского характера в иностранной валюте за пределами государства;

- осуществление иных операций в иностранной валюте с соблюдением требований валютного законодательства Российской Федерации [3].

Первые платежные карты Diners Club имели формат кредитных карт. В наше

стране развитие банковских карт пошло другими путем – основным типом карточных продуктом, эмитируемым отечественными кредитными учреждениями до недавнего времени, были карты дебетового типа.

И в настоящее время основная доля выпуска банковских карт приходится на карты, выпускаемые в рамках «зарплатных» проектов, когда карта является инструментом для получения заработной платы сотрудниками юридических лиц-клиентов кредитного учреждения.

Карты кредитного типа в портфелях основной массы кредитных учреждений занимают значительно меньшие объемы, хотя обладают повышенным интересом со стороны банков за счет их большей направленности компании торгово-сервисного типа [17].

Выпуск кредитных карт обладает следующие выгодами для банков:

– наличие меньшей необходимости в формировании разветвленной сети отделений для осуществления операций с денежными средствами, поскольку значительная доля этих операций (в форме оплаты товаров и услуг, получения и внесения наличных денежных средств на счета) может производиться клиентом самостоятельно;

– операции, связанные с кредитными картами обладают большей автоматизацией в сравнении с использованием классических схем кредитования (за счет снижения себестоимости);

– карточные кредитные карты являются более прибыльным продуктом в сравнении с классическими кредитными линиями, за счет возможности получения дополнительных комиссионных доходов, формирующихся в ходе обслуживания карточного продукта (в форме платежей за обслуживание карты, комиссии за выдачу наличных, предоставление выписок и копий чеков и т. п.). Данные комиссионные платежи не значительно и не вызывают раздражение у клиентов, поскольку потребители обладают выбором (к примеру, не осуществлять снятие наличных, а совершить оплату покупки с использованием карты), и при достаточных объемах эмиссии являются значительной статьей доходов кредитного учреждения.

Таким образом, коммерческие банки в РФ действуют в качестве универсальных кредитных учреждений, совершающий широкий спектр операций финансового характера. Одним из современных инструментов реализации одной из главных функций коммерческих банков – кредитования выступает использование банковских карт. Основным источником правового регулирования расчетов с использованием банковских карт относят ГК РФ, федеральные законы, регулирующие банковскую деятельность, а также Положение Банка России «Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт» от 24 декабря 2004 года № 266-П. Банковская карта признается видом платежной карты и является инструментом безналичных расчетов, предназначенным для совершения физическими лицами, в том числе уполномоченными юридическими лицами, операций с денежными средствами, находящимися у эмитента, в соответствии с законодательством Российской Федерации и договором с эмитентом. Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием, классифицирует совокупность банковских карт в разрезе системы проведения расчетов (карты расчетного типа, кредитного типа и предоплаченного типа). К достоинствам использования банковских карт можно отнести наличие возможности совершения операций с использованием нескольких типов банковских карт по одному счету и осуществление автоматической конвертации различных валют.

1.2 Методика анализа использования кредитных банковских карт

В целях исследования методики анализа использования кредитных банковских карт, рассмотрим особенности выпуска и обслуживания кредитных карт в коммерческих банках.

Кредитная карта – это инструмент, при помощи которого держатель может рассчитываться за счет ссуженных ему банком средств в пределах установленного лимита, а в последствии выплачивать сумму предоставленного кредита и

процентов, начисленных за его использование в соответствии с заключенным договором [19].

Основными субъектами отношений по использованию кредитной карты являются клиент, держатель карты, банк-эмитент, торговая организация, банк-эквайер, процессинговый центр, расчетный банк.

– клиенты – владельцы банковского карточного продукта. Клиентом может выступать физическое или юридическое лицо, заключившее с банком-эмитентом договор банковского счета, предусматривающий совершение операций с использованием платежных карт;

– держатель карты – владелец банковской карты – физическое лицо, в случае, если владельцем кредитной карты является юридическое лицо, держателем карты выступает уполномоченное физическое лицо;

– банк-эмитент – банк, осуществляющий эмиссию кредитной карты. Банк-эмитент заключает договор с владельцем карты. Договор регламентирует обязанности и права сторон;

– банки-эквайеры – кредитные учреждения, осуществляющие организацию точек приема банковских карточных продуктов (в форме терминалов, банкоматов) и осуществляющие всю совокупность операций финансового характера, связанную с осуществлением расчетных и платежных операций с использованием банковских карт в данных точках (в целях оплаты товаров и услуг, получения наличных денежных средств, переводов между картами);

– торговое предприятие – предприятие, занимающееся торговлей или оказывающее совокупность услуг, которое приняло на себя перечень обязательств по договорам с другими участниками расчетов с использованием банковских карточных продуктов, связанных с приемом документации, составленной при расчетах, с последующей их оплатой в порядке эквайринговой деятельности;

– процессинговые центры – технологические компании, обеспечивающие информационное взаимодействие между участниками системы. Процессинговый центр составляет документацию, содержащую информационные данные, связанные с числом и характером операций, совершаемых с применением

банковских карточных продуктов, посредством осуществления сбора, обработки информационных данных по таким операциям с последующей передачей кредитным учреждениям;

– расчетные агенты – кредитные организации, обеспечивающие осуществление взаиморасчетов между участниками операций с использованием банковских карточных продуктов [26].

Права и обязанности банка-эмитента и держателя карты фиксируются в договоре о выпуске кредитной карты.

Банк-эмитент открывает кредитную линию держателю карты, а также устанавливает кредитный лимит по карте.

Кредитная линия – это юридически оформленное обязательство банка перед клиентом предоставлять ему кредиты в определенных пределах в течение фиксированного периода. Продолжительность предоставления кредитных линий связано со сроком, на который производится выдача кредитных карт, чаще всего, от 1 до 3 лет. Определенный предел по размеру кредитной линии устанавливается в виде лимита кредитования.

Кредитные линии классифицируются на возобновляемые и не возобновляемые.

При кредитовании с использованием кредитных карточных продуктов, чаще всего, практикуется использование возобновляемых кредитных линий.

Кредитный лимит (или лимит кредитования) – является максимальным размером кредитной линии, устанавливаемой банком каждому заемщику на индивидуальных условиях. При этом он не может превышать общего лимита кредитования, установленного тарифными планами (условиями) банка для каждого конкретного типа кредитной карты [30].

Индивидуальный лимит кредитования (кредитный лимит) определяется банком для каждого ссудополучателя, исходя из индивидуальной платежеспособности клиента и условий банка. Размер установленного лимита кредитования сообщается клиенту после выдачи кредитной карты, и может быть изменен банком в одностороннем порядке. При первоначальном определении

кредитного лимита карты, потенциальный держатель кредитной карты предоставляет установленный банком пакет документов.

В большинстве банков предложения по кредитным картам предполагают возможность изменения кредитного лимита в соответствии с внутренними правилами. Изменения лимита кредитования производятся в следующих случаях:

– в сторону увеличения, по ходатайству клиента в связи с увеличением его среднемесячных доходов или по инициативе банка, если первоначальный лимит кредитования был установлен меньше расчетного размера. Часто в банковской практике встречается увеличения кредитного лимита клиентам, активно пользующимся выпущенной картой и добросовестно исполняющим условия договора;

– в сторону уменьшения, если клиент нарушает порядок и суммы погашения кредита. Кредитный лимит может быть уменьшен банком до размера фактической задолженности на момент возникновения просроченной задолженности, образовавшейся в результате неисполнения клиентом условий договора. Банки также оставляют за собой право досрочно прекратить действие кредитного лимита в случае получения информации об ухудшении финансового состоянии клиента [23].

Информационные данные, связанные с изменением лимитов кредитования кредитные учреждения передают клиентам посредством связи почтового, телефонного или телекоммуникационного характера.

Таким образом, под кредитным лимитом понимают сумму, в пределах которой клиенты могут использовать средства кредитного учреждения в целях оплаты покупок и снятия наличных денег, при помощи кредитных карт. В течение периода действия карты клиенты имеют право неоднократно использовать кредитные средства в рамках доступных остатков по лимиту.

Остаток лимита является суммой денежных средств, в пределах которых клиентом могут осуществляться разные виды расходных операций за счет предоставленных посредством кредитной карты заемных средств, который впервые появляется в момент активации кредитной карты. Остаток лимита

кредитования, это положительная разница между установленным банком размером лимита кредитования и фактической задолженностью по кредиту (в пределах суммы по договору).

Доступный остаток лимита представляет собой сумму, которая может быть использована клиентами с кредитной карты и выступает в качестве разницы между уровнем кредитного лимита и размером существующего долга. Доступный остаток лимита кредитования возникает после частичного использования кредита, после полного или частичного погашения кредита досрочно, после оплаты минимального обязательного платежа и т.д.

Общей чертой в плане использования кредитной карты и другого типа кредита является необходимость внесения минимального платежа ежемесячно, при неполном возмещении суммы использованного кредитного лимита [22].

Минимальный обязательный платеж – это сумма средств, перечисляемых клиентом в счет погашения кредита. Оплата минимального обязательного платежа подтверждает право клиента на дальнейшее пользование кредитной картой. Размер минимального платежа и срок его уплаты указывается в счете-выписке, которая ежемесячно присылается банком по адресу, указанному в договоре. В сумму минимального обязательного платежа включаются:

- минимальная часть кредита, устанавливаемая в соответствии с тарифными планами банка по кредитным картам. Так, в ряде банков минимальная часть кредита составляет до 5% от кредитного лимита, установленного клиенту по кредитной карте. Если клиент собирается погашать кредит быстрее, то необходимо сумму платежа увеличивать;

- сумма процентов, начисленных на фактическую сумму кредита за истекший расчетный период (месяц);

- сумма всех комиссий и прочих платежей, причитающихся к оплате в истекший расчетный период, в соответствии с тарифным планом кредитной карты. Все тарифы по комиссионным сборам и прочим платежам должны оговариваться в кредитном договоре;

– сумма пени и неустоек, если имеют место задержки в погашении минимальных обязательных платежей за предыдущие расчетные периоды или другие, оговоренные договором нарушения порядка кредитования.

Минимальный платеж рассчитывается ежемесячно в расчетный день.

Если клиентом произведен очередной платеж в сумме минимального платежа или в сумме, меньшей чем минимальный обязательный платеж, то из поступившей суммы банк в первую очередь погасит пени и неустойки, затем проценты и комиссии. Сама задолженность по кредиту погашается в последнюю очередь по остаточному принципу. Задержки платежей могут повлечь за собой увеличение размера пени и неустойки и наказание в виде уменьшения лимита.

В силу высокой конкуренции на рынке кредитных карт банки стремятся привлечь клиентов за счет дополнительных услуг и преимуществ. К числу таких преимуществ относится льготный период кредитования (грейс-период)

Льготный (беспроцентный) период кредитования – это период времени, в течение которого держатель карты может совершать покупки, оплачивать услуги с помощью кредитной карты и не платить проценты при условии своевременного погашения всей задолженности по кредиту. В большинстве случаев льготный период устанавливается банками на срок от 30 до 50 дней. Во многих российских и зарубежных банках льготный период кредитования не распространяется на снятие наличных с кредитных карт [24].

Условия предоставления льготного периода кредитования описываются в договоре на обслуживание кредитной карты.

Среди займовых продуктов банков кредитные карты считаются одними из самых дорогих. В борьбе за клиента банки вынуждены прибегать к новым путям мотивации клиентов для приобретения кредитных карт. Успешным примером маркетинга кредитных карт стали кобрендинговые карты.

Кобрендинговые карты (co-branded cards) – это карты, выпускаемые кредитной организацией совместно с одной, реже с несколькими компаниями-партнерами. Совершая покупки по таким картам, клиент получает различные бонусы, скидки, подарки или специальные предложения от банка и партнера [25].

В зарубежной практике операции по кредитным картам относят к числу наиболее эффективных видов банковской деятельности с точки зрения получения прибыли. Говоря о кредитных организациях, вовлеченных в процесс функционирования кредитных карт, необходимо отметить, что структура доходов и расходов банка-эмитента и банка-эквайера отличны друг от друга.

Доходы банка-эмитента от выпуска кредитных карт можно разделить на процентные и комиссионные.

К процентным доходам относятся доходы за уплату процентных доходов за использование кредита по карте.

К комиссионным доходам относятся комиссия за обслуживание карты, комиссия по интерчейнджу, штрафные сборы за нарушение условий договора.

Основные расходы, которые несет банк-эмитент связаны с привлечением денежных средств для поддержания суммы кредитов по картам, создание резервов под кредитные риски, потери от списания безнадежных долгов, а также расходы на маркетинг.

У банка-эквайера основными источниками доходов являются дисконт, уплачиваемый торговой организацией при депонировании счетов в банке, поступлений от сдачи в аренду или продажи оборудования, доход от использования средств торговой организации, хранящихся на счетах.

К расходам банка-эквайера относится комиссия за интерчейндж, плата за эксплуатацию компьютерной системы, расходы на рекламу [31].

Далее перейдем к рассмотрению методики анализа использования кредитных карт.

Обобщая существующие на сегодняшний день методики, можно выделить следующие этапы анализа использования кредитных карт:

- проведение анализ использования кредитных карт держателями в разрезе физических и юридических лиц;
- проведение анализа объемов эмиссии кредитных карт;
- проведения анализа инфраструктуры обслуживания кредитных карт.

Информационной базой анализа кредитных карт выступают формы

отчетности, предоставляемые коммерческими банками в Банк России ежеквартально [32].

Также, при использовании материалов, содержащих характеристику показателей развития рынка кредитных карт, можно провести оценку следующим направлениям:

- оценка динамики развития рынка кредитных карт в разрезе международных и национальных платежных систем;
- оценка структуры рынка кредитных карт по их видам;
- оценка структуры розничных платежей, совершаемых посредством использования различных устройств: мобильного банкинга, банкоматов, POS-терминалов;
- оценка объемов эмитированных карт на один банкомат и один POS-терминал [27].

После проведения анализа и получения основных выводов, связанных с характеристикой тенденций развития рынка кредитных карт, можно провести анализ функционирования конкретного кредитного учреждения в разрезе операций по эмиссии и обслуживанию кредитных карт.

По результатам анализа важно провести оценку соответствия тенденций развития банка требованиям рынка, и осуществить выявление причин противоречащих тенденций.

В целях определения места анализируемого банка на рынке кредитных карт, важно оценить объемы операций с кредитными картами в других региональных банках.

Еще одним критерием оценки пластикового бизнеса в банке выступает степень развитости эквайринговой сети, то есть формирование кредитным учреждением инфраструктуры, которая включает в себя совокупность банкоматов и POS-терминалов, что дает возможность обслуживания банку как собственных карт, так и карт других кредитных учреждений за определенную плату. В целях определения места банка на рынке важно проанализировать количественные аспекты развития инфраструктуры.

Число банкоматов, установленных банком, выступает в качестве важного фактора увеличения оборота по кредитным картам, однако рост этого показателя оказывает воздействие и на увеличение объемов снятия денежной наличных денежных средств с кредитных карт [47].

К основным показателям использования кредитных карт можно отнести:

- число эмитированных кредитных карт;
- объемы операций по кредитным картам;
- структуру операций, совершенных по кредитным картам банка;
- остатки на счетах кредитных карт;
- начисленные проценты по кредитным картам;
- уровень просроченной задолженности по кредитным картам.

Важным для оценки выступают показатели структуры эмитированных кредитных карт в разрезе платежных систем [44].

Таким образом, кредитная карта – это инструмент, при помощи которого держатель может рассчитываться за счет ссуженных ему банком средств в пределах установленного лимита, а в последствии выплачивать сумму предоставленного кредита и процентов, начисленных за его использование в соответствии с заключенным договором. Основными субъектами отношений по использованию кредитной карты являются клиент, держатель карты, банк-эмитент, торговая организация, банк-эквайер, процессинговый центр, расчетный банк.

Доходы банка-эмитента от выпуска кредитных карт можно разделить на процентные и комиссионные. Основные расходы, которые несет банк-эмитент связаны с привлечением денежных средств для поддержания суммы кредитов по картам, создание резервов под кредитные риски, потери от списания безнадежных долгов, а также расходы на маркетинг.

При использовании материалов, содержащих характеристику показателей развития рынка кредитных карт, можно провести оценку следующим направлениям: оценка динамики развития рынка кредитных карт в разрезе международных и национальных платежных систем; оценка структуры рынка

кредитных карт по их видам; оценка структуры розничных платежей, совершаемых посредством использования различных устройств: мобильного банкинга, банкоматов, POS-терминалов; оценка объемов эмитированных карт на один банкомат и один POS-терминал.

Анализ эффективности системы кредитных карт относится к категории сложных и комплексных экономических задач и должен рассматриваться в общей структуре прибыльности, доходности и рентабельности банковской деятельности.

1.3 Развитие рынка кредитных банковских карт в РФ на современном этапе

В целях рассмотрения проблем и направлений развития рынка кредитных банковских карт рассмотрим текущее состояние рынка пластиковых карт в Российской Федерации. Рассмотрим динамику выпуска платежных карт по их видам по данным Банка России за 2014-2018 гг. в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Динамика выпуска платежных карт по их видам по данным Банка России за 2014-2018 гг. [36]

Показатель	На 01.01.2014 г.	На 01.01.2015 г.	На 01.01.2016 г.	На 01.01.2017 г.	На 01.01.2018 г.
Количество платежных карт, тыс. единиц (на конец периода)	217 463	227 666	243 907	254 737	271 005
Из них:					
- расчетные карты	188 275	195 904	214 443	224 592	239 313
- кредитные карты	29 189	31 761	29 464	30 144	31 692

На начало 2018 г., по данным Банка России, российские банки осуществили выпуск 271 005 тыс. платежных карт. Из них 239 313 тыс. карт приходилось на карты дебетового (расчетного) типа (88%), и 31 692 тыс. на карты кредитного типа (12%). При этом число карт расчетного типа в Российской Федерации имело тенденцию к увеличению, также как и количество карт кредитного типа. Количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию или эквайринг платежных карт, по данным Банка России представлено в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию или эквайринг платежных карт, по данным Банка России [37]

Показатель	На 01.01.2014 г.	На 01.01.2015 г.	На 01.01.2016 г.	На 01.01.2017 г.	На 01.01.2018 г.
Кредитные организации, осуществляющие эмиссию карт	633	588	522	434	391
Кредитные организации, осуществляющие эквайринг карт	590	543	488	402	354
Кредитные организации, осуществляющие эмиссию и эквайринг карт	641	597	530	439	395
Всего кредитных организаций	923	834	733	623	561

В результате политики Банка России, связанной с санацией банковского сектора общее число кредитных учреждений, занимающихся эмиссией или эквайрингом карт, снизилось на 01.01.2018 г. по сравнению с 01.01.2017 г., составив 561 банков. При этом на 01.01.2018 г. число банков, осуществляющих эмиссию платежных карт, составило 391 (сокращение на 10% за год), а осуществляющих эквайринг таких карт – 354 (сокращение на 12% за год).

Далее рассмотрим динамику рынка кредитных карт по данным аналитического обзора банка «Тинькофф».

Структура рынка кредитных карт за 2016-2017 гг. представлена на рисунке 1.4.

В сентябре 2017 г. впервые за последние два года произошло изменение в тройке лидеров: «Альфа-Банк» увеличил портфель до 82,3 млрд. руб. и занял третье место, сместив ВТБ 24 с портфелем 81,3 млрд. руб.

Портфель Сбербанка за третий квартал вырос на 34 млрд. руб. до 495,3 млрд. руб. Это позволило ему увеличить долю до 44,9%. Тинькофф Банк за тот же период вырос на 9,6 млрд. руб. до 127,5 млрд. руб., увеличив долю до 11,6%. Относительный рост с начала года у Тинькофф Банка составил 24,4%, что

является рекордом среди 10 крупнейших кредитных организаций. На втором месте – Сбербанк с относительным ростом 15,8%, на третьем – Банк Восточный Экспресс с относительным ростом 14,3%. Консолидированный портфель группы ВТБ, включающей ВТБ Банк, ВТБ 24 и Почта Банк, стабилен. С начала года он вырос всего на 3,6% или 3,6 млрд. руб. Банк Русский Стандарт в третьем квартале 2017 г. замедлил сокращение портфеля и за 3 месяца потерял 1,4 млрд руб.

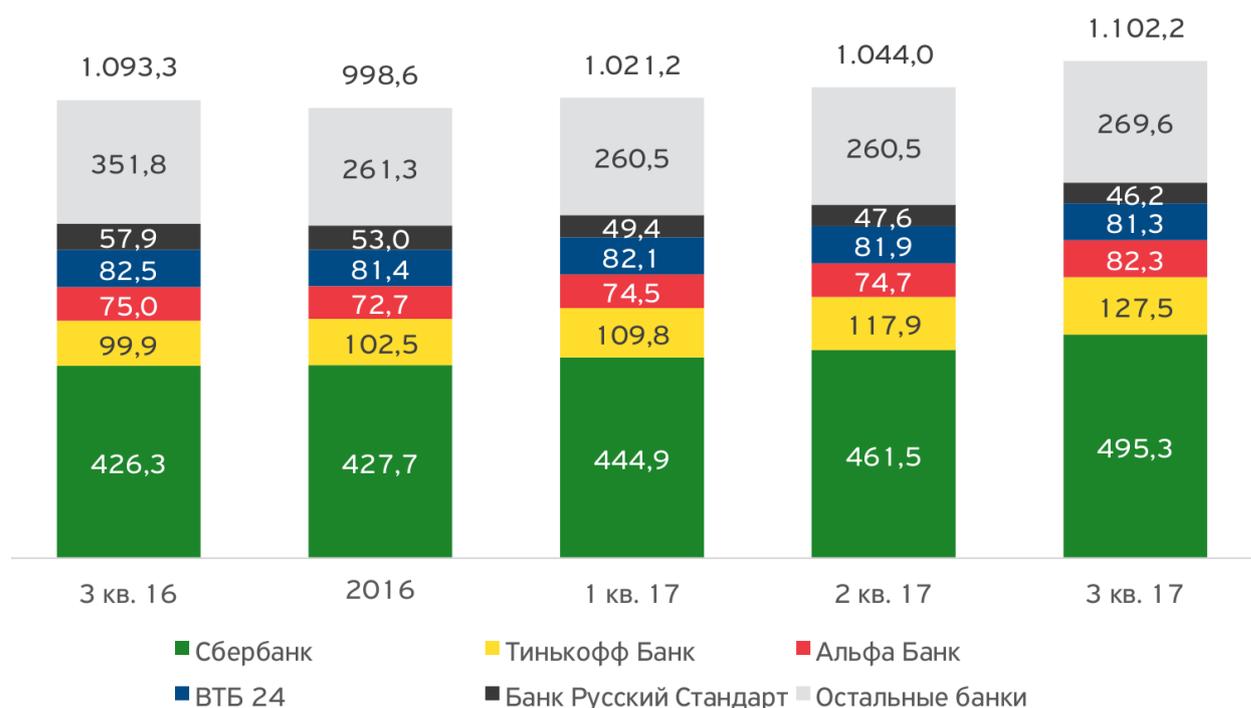


Рисунок 1.4 – Структура рынка кредитных карт за 2016-2017 гг. [33]

Крупнейшие игроки рынка кредитных карт представлены в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Крупнейшие игроки рынка кредитных карт в 2017 г. [33]

Банк	Портфель 2 кв.2017, млрд. руб.	Прирост, млрд. руб.	Портфель 3 кв.2017, млрд. руб.	Доля рынка, 2 кв. 2017, %	Прирост, %	Доля рынка 3 кв. 2017 г., %
Сбербанк России	461,5	33,9	495,3	44,2	0,7	44,9
Тинькофф Банк	117,9	9,6	127,5	11,3	0,3	11,6
Альфа-Банк	74,7	7,6	82,3	7,2	0,3	7,5
ВТБ 24	81,9	-0,6	81,3	7,8	-0,5	7,4
Русский стандарт	47,6	-1,4	46,2	4,6	-0,4	4,2
Восточный экспресс Банк	41,7	2,3	43,9	4,0	0,0	4,0
ОТП Банк	21,6	0,6	22,2	2,1	-0,1	2,0

Окончание таблицы 1.4

Банк	Портфель 2 кв.2017, млрд. руб.	Прирост, млрд. руб.	Портфель 3 кв.2017, млрд. руб.	Доля рынка, 2 кв. 2017, %	Прирост, %	Доля рынка 3 кв. 2017 г., %
Райффайзенбанк	15,6	0,4	16,0	1,5	0,00	1,5
Кредит Европа Банк	15,7	-0,1	15,5	1,5	-0,1	1,4
Банк ВТБ	15,1	0,1	15,2	1,4	-0,1	1,4

В третьем квартале 2017 г. рост рынка кредитных карт, в основном, обеспечили 3 кредитных организации: Сбербанк, увеличивший портфель на 33,9 млрд руб., Тинькофф Банк – на 9,6 млрд руб. и Альфа-Банк – на 7,6 млрд руб. Также заметный рост показал Банк Восточный Экспресс, показавший увеличение портфеля на 2,3 млрд руб. до 43,9 млрд руб.

Произошли изменения в десятке лидеров: Альфа-Банк опередил ВТБ 24 и занял второе место, ВТБ Банк поднялся на 10 строчку, сместив Ситибанк, и умеренно растущий Райффайзенбанк добрался до 8 места, ещё в августе обогнав Кредит Европа Банк [33].

Крупнейшее сокращение портфеля за квартал показал Банк Русский Стандарт – на 1,4 млрд. руб. Несмотря на то, что каждый месяц потери уменьшаются, ему вряд ли удастся удерживать пятое место перед Банком Восточный, показывающим уверенный рост.

В третьем квартале 2017 г. рынок кредитных карт значительно вырос. За три месяца объем увеличился на 58,2 млрд руб., что превышает совокупный рост за первое полугодие (45,4 млрд руб.). На 1 октября 2017 г. объем рынка составил 1 102 млрд. руб. [33].

В 2017 году, кроме небольшого сокращения в феврале, рынок показывает строго положительную динамику. Третий квартал не стал исключением. Если в июле рынок вырос всего на 8,1 млрд. руб., то в августе рост составил уже 23,8 млрд. руб., а в сентябре 26,3 млрд. руб., что является наибольшим месячным ростом в 2017 г. (рисунок 1.5).



Рисунок 1.5 – Объем и динамика рынка кредитных карт в РФ в 2017 г. [33]

Рост крупнейших банков привел к увеличению рыночной концентрации, несмотря на общее увеличение объема рынка. В третьем квартале крупнейшие 5 банков увеличили долю до 75,5%. Доли крупнейших трех банков разделились следующим образом: Сбербанк -44,9%, Тинькофф Банк - 11,6%, Альфа-Банк – 7,5%. Общее количество кредитных организаций, обладающих портфелем свыше 1 млрд. руб., составило 33. Их совокупная доля рынка выросло до 98,7% (рисунок 1.6).

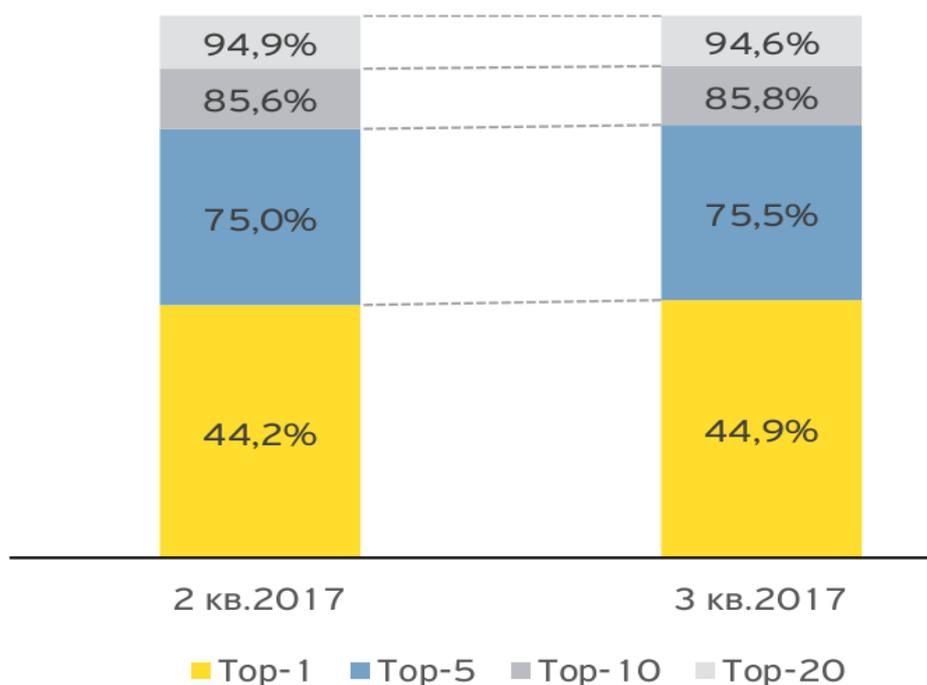


Рисунок 1.6 – Концентрация рынка кредитных карт в 2017 г. [33]

По мнению экспертов из «ЮниКредитБанк» из-за финансовых потрясений последних лет рынок кредитных карт, как и любой рынок финансовых услуг, демонстрирует не самые высокие темпы роста. Однако многие люди находят для себя множество причин для открытия кредитной карты.

За 1 квартал 2017 года было выдано 29 796 000 кредитных карт, за второй – 31 263 000, и уже за первый месяц 2018 года количество выданных кредиток составило 587,8 тысяч. Сегодня в среднем каждый третий россиянин имеет в своем кошельке этот банковский продукт, а порой и в нескольких экземплярах.

В 2016 году среднее по рынку значение процентной ставки было на уровне 27-30%. Год спустя оно снизилось до 23,9-27,9%, сейчас оно в среднем 20-26. Это не может не стимулировать клиентов к тому, чтобы оформлять кредитки.

В департаменте кредитных карт «Ситибанка» отмечали, что по итогам первого полугодия 2017 года портфель кредитных карт вырос на 7% по сравнению с тем же периодом прошлого года. При этом уровень просроченной задолженности остался прежним [11].

Наличие нестабильной экономической ситуации заставило кредитные учреждения осуществить пересмотр и политики выдачи карточных кредитных продуктов. На сегодняшний день при оформлении кредитных карт банками осуществляется более строгая проверка потенциальных клиентов и предоставление особых условий постоянным клиентам. Постоянный клиент кредитного учреждения может оформить карту с большим лимитом и меньшим уровнем годового процента, по сравнению с новыми клиентами.

Другими словами, банки заинтересованы в выдаче кредитных карт более надежным клиентам. Однако конкуренция за клиентов все также стоит на первом месте – каждым кредитным учреждением осуществляется разработка уникальных предложений по карточным продуктам.

К главным инструментам привлечения клиентов в данный момент времени относят наличие у банка программ лояльности, которые каждое учреждение формирует самостоятельно в форме миль, баллов, функции cash back. Важно отметить, что несколько крупных банков после кризиса 2014-2015 гг. ушли с

рынка, однако большая часть кредитных учреждений продолжает эмиссию собственных кредитных карт. Сегодня кредитные карточные продукты предлагаются десятками кредитных учреждений, к которым можно отнести «Сбербанк России», «Альфа-Банк», «ГПБ», «ВТБ», «Тинькофф Банк», «Банк Хоум Кредит», «Русский стандарт», «Совкомбанк» и других [11].

По данным Объединенного кредитного бюро, в 2017 году многие россияне предпочитали брать кредиты наличными, отказываясь от использования кредитных карт. Эксперты отмечают, что разница в процентных ставках между наличными кредитами и кредитными картами может достигать от 5 до 15 процентных пунктов. Также не следует забывать о комиссии за выпуск и годовое обслуживание карты, процентах за снятие наличных в банкомате. Однако у кредита наличными есть своя особенность – фиксированная дата, когда вы должны вернуть его полностью. Срок действия кредитной карты может продлеваться автоматически, пока клиент не допускает просрочек платежей [11].

В целом, по мнению экспертов, кредитные карты в 2018-2019 гг. сохранят статус в качестве одного из самых удобных кредитных инструментов, как для заемщиков, так и для кредитных учреждений. Заемщики с их помощью получают возможность получения в долг необходимые им суммы на удобных условиях, а коммерческие банки обладают возможностью управления лимитами по картам с учетом изменяющихся рисков кредитования.

Помимо того, по мнению многих аналитиков, в скором времени ожидается восстановление темпов роста данного сегмента потребительского кредитования.

Рассмотрим средний рыночный уровень и условия кредитования, а также затраты на обслуживание банковских кредитных карт в 2018 году:

- размер кредитного лимита – от 10 до 600 тыс. руб.;
- уровень процентной ставки – от 20% до 26%;
- затраты на обслуживание – до 6 тыс. руб. за год;
- уровень минимального ежемесячного платежа – от 5 до 10% в месяц от суммы задолженности по карте;
- длительность льготного периода – от 50 до 100 дней.

– уровень санкции за просроченную задолженность – от 0,1% до 2% от суммы основного долга за каждый день и выплата штрафа от 500 до 1000 рублей [11].

– уровень процента за снятие наличных и осуществление денежных переводов – от 1% до 7%;

– сроки оформления и выдачи карты от 1 до 7 дней [11].

Делая прогнозы и оценивая перспективы рынка, банкиры отмечают, что рынок кредитных карт еще далек от насыщения. В отличие от других сегментов потребительского кредитования (автокредитования или ипотеки) этот сегмент не требует длинного фондирования в несколько лет, не зависит от какой-то отдельной категории товаров, и потребители здесь не так чувствительны к уровню ставки [49].

Таким образом, в третьем квартале 2017 г. рост рынка кредитных карт, в основном, обеспечили 3 кредитных организации: Сбербанк, увеличивший портфель на 33,9 млрд. руб., Тинькофф Банк – на 9,6 млрд руб. и Альфа-Банк – на 7,6 млрд руб. Также заметный рост показал Банк Восточный Экспресс, показавший увеличение портфеля на 2,3 млрд руб. до 43,9 млрд руб. Рост крупнейших банков привел к увеличению рыночной концентрации, несмотря на общее увеличение объема рынка. В третьем квартале крупнейшие 5 банков увеличили долю до 75,5%. По мнению экспертов из «ЮниКредитБанк» из-за финансовых потрясений последних лет рынок кредитных карт, как и любой рынок финансовых услуг, демонстрирует не самые высокие темпы роста. Однако многие люди находят для себя множество причин для открытия кредитной карты. Делая прогнозы и оценивая перспективы рынка, банкиры отмечают, что рынок кредитных карт еще далек от насыщения.

Вывод по разделу один

Основным источником правового регулирования расчетов с использованием банковских карт относят ГК РФ, федеральные законы, регулирующие банковскую деятельность, а также Положение Банка России «Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт» от 24 декабря 2004 года № 266-П. Положение об эмиссии платежных карт и об операциях,

совершаемых с их использованием, классифицирует совокупность банковских карт в разрезе системы проведения расчетов (карты расчетного типа, кредитного типа и предоплаченного типа).

Кредитная карта – это инструмент, при помощи которого держатель может рассчитываться за счет ссуженных ему банком средств в пределах установленного лимита, а в последствии выплачивать сумму предоставленного кредита и процентов, начисленных за его использование в соответствии с заключенным договором. При использовании материалов, содержащих характеристику показателей развития рынка кредитных карт, можно провести оценку следующим направлениям: оценка динамики развития рынка кредитных карт в разрезе международных и национальных платежных систем; оценка структуры рынка кредитных карт по их видам; оценка структуры розничных платежей, совершаемых посредством использования различных устройств: мобильного банкинга, банкоматов, POS-терминалов; оценка объемов эмитированных карт на один банкомат и один POS-терминал. Анализ эффективности системы кредитных карт относится к категории сложных и комплексных экономических задач и должен рассматриваться в общей структуре прибыльности, доходности и рентабельности банковской деятельности.

В третьем квартале 2017 г. рост рынка кредитных карт, в основном, обеспечили три кредитных организации: Сбербанк, увеличивший портфель на 33,9 млрд руб., Тинькофф Банк – на 9,6 млрд руб. и Альфа-Банк – на 7,6 млрд руб. Рост крупнейших банков привел к увеличению рыночной концентрации, несмотря на общее увеличение объема рынка. В третьем квартале крупнейшие 5 банков увеличили долю до 75,5%. По мнению экспертов из «ЮниКредитБанк» из-за финансовых потрясений последних лет рынок кредитных карт, как и любой рынок финансовых услуг, демонстрирует не самые высокие темпы роста. Однако многие люди находят для себя множество причин для открытия кредитной карты. Делая прогнозы и оценивая перспективы рынка, банкиры отмечают, что рынок кредитных карт еще далек от насыщения.

1.4 Сравнение отечественного и зарубежного опыта регулирования и использования банковских карт

Англия.

В этой стране не существует единого нормативного акта, регулирующего использование банковских карт. Отдельные нормы содержатся в Законе о потребительском кредите 1974 г., Законе о нечестных контрактных условиях 1977 г., Законе о поставках товаров и услуг 1982 г., Законе о честной торговле 1973 г. Также обороту банковских карт посвящены отдельные нормы Кодекса добросовестной банковской практики (Banking Code), добровольно применяемом английскими банками. Однако, большинство норм содержится в правилах соответствующих платежных систем, а также в соответствующих договорах. Существует также ряд судебных прецедентов. В английском праве существуют три группы норм, относящихся к использованию банковских карт: 1) регулирующие использование держателями банкоматов; 2) относящиеся к дебетным картам; 3) относящиеся к кредитным картам.

Обязанности эмитента в связи с использованием банкоматов сводятся к трем:

- а) обеспечить адекватное выполнение банкоматом команд, введенных держателем;
- б) поддерживать банкомат в исправном состоянии;
- в) обеспечить предоставление банкоматом достаточной информации для правильного дебетования карт-счета.

США.

Основными нормативными актами являются Закон «О переводе средств электронным способом» 1978 г. и принятая в его развитие одноименная «Инструкция Е» ФРС, а также Закон «О справедливых условиях при кредитовании» 1968 г. и принятая на его основе «Инструкция Z» ФРС. Первый Закон регулирует оборот дебетовых карт, эмитируемых кредитными организациями, второй – кредитных.

Закон «О переводе средств электронным способом» содержит несколько блоков вопросов. Причем сфера его действия распространяется не только на банковские дебетовые карты, но и на любые другие переводы средств электронным способом (по телефону, компьютеру, посредством электронного терминала, магнитной ленты) с депозитного, сберегательного или иного счета, предназначенного для учета денежных средств, открытого главным образом для личных и бытовых целей. К электронным переводам приравниваются и переводы с использованием дебетовых карт в случае, если даже вначале они оформляются слипом на бумажном носителе, но впоследствии завершаются переводом через электронную систему.

Франция.

Во Франции правовое регулирование операций с использованием банковских карт осуществляется несколькими нормативными актами: Декретом-законом от 30.10.1935 «Об унификации права в области чеков и о расчетных картах» (в редакции Закона от 30.12.1991 № 91-1382) (далее - Декрет-закон); Законом «О деятельности кредитных организаций и контроле над ними» от 24.01.1984 № 84-46; Законом «Об информации и о защите потребителей при отдельных видах кредитования» от 10.01.1978 № 78-22.

Декрет-закон регулирует операции с двумя видами банковских карт: расчетными, по которым осуществляются как снятие наличных, так и денежные переводы, и картами снятия наличных, по которым производятся только операции последнего рода. В качестве общего правила устанавливается безотзывность поручений и обязательств по платежу, относящихся прежде всего к держателю. Исключение из принципа безотзывности составляют случаи потери (кражи) карточки, а также осуществление процедур ликвидации или санации кредитора.

Расчеты банковскими картами рассматриваются во Франции как разновидность безналичных расчетов. Значит, на них не распространяются установленные в этой стране ограничения по суммам, в которых допускаются расчеты наличными.

Законодательство ЕС.

Оно носит рекомендательный характер и призвано служить образцом при разработке соответствующих национальных законов. Следует назвать Рекомендацию Комиссии ЕС от 08.12.1978 «О европейском Кодексе поведения в сфере электронных платежей» (Commission Recommendation of 8 December 1978 on a European Code of conduct relating to electronic payment); Рекомендацию Комиссии ЕС от 17.02.1988 «О платежных системах, в частности, касательно отношений между держателем и эмитентом карточек» (Commission Recommendation of 17 February 1988 concerning Payment Systems, and in particular the relationship between cardholder and card issuer); Рекомендацию Комиссии ЕС от 09.11.1989 «О будущих приоритетах в политике защиты потребителей» (Commission Recommendation of 9 November 1989 on future priorities for relaunching consumer protection policy); Рекомендацию Комиссии ЕС от 14.02.1990 «О прозрачности поведения банков в отношении трансграничных финансовых сделок» (Commission Recommendation of 14 February 1990 on the transparency of banking conduction relating to cross-border financial transactions); Директиву ЕС от 22.02.1990 «Об изменении Директивы 87/102/ЕЭС для целей сближения законов, постановлений и административных правил стран-членов, относящихся к потребительскому кредиту» (Council Directive of 22 February 1990 amending Directive 87/102/EEC for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit)¹⁸, Кодекс лучшей практики европейского банковского сообщества по карточным платежным системам от 14.11.1990. Наконец, последним по времени принятия и наиболее комплексным нормативным актом является Рекомендация Комиссии ЕС от 30.07.1997 № 97/489/ЕС «О сделках, совершаемых с использованием электронных платежных инструментов, их эмитентах и держателях» [26].

Россия.

К источникам правового регулирования расчетов с использованием банковских карт следует отнести ГК РФ и ряд других федеральных законов: Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 19.10.2011, с изм. от

21.11.2011) «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395-1, Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 N 173-ФЗ, Федеральный закон «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» от 23.12.2003 N 177-ФЗ.

Отношения, вытекающие из использования гражданами банковских карт, регулируются нормами Федерального закона от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 (в ред. от 30 декабря 2003 г. и от 22 августа 2004 г.) "О защите прав потребителей". Данная точка зрения подтверждается разъяснениями Пленума ВС РФ от 29 сентября 1994 г. N 7 (с послед. изм.)

Широкое внедрение банковских карт в сферу банковских услуг сдерживается отсутствием специального закона, который регулировал бы весь спектр отношений, связанных с эмиссией и осуществлением различных сделок с использованием банковских карт. Проект федерального закона «Об использовании платежных карт в Российской Федерации» существует с 1998 г., но не принят до настоящего времени. В ряде стран расчеты, основанные на банковских картах, регулируются специальными актами [50].

2 ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ В КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПАО «СОВКОМБАНК»

2.1 Общая характеристика ПАО «Совкомбанк»

ПАО «Совкомбанк» входит в пятёрку крупнейших частных банков в Российской Федерации по размеру активов, количеству офисов и территориальному покрытию.

Стратегия банка заключается в достижении неоспоримых конкурентных преимуществ в отдельных нишах. Дисциплинированное следование этой стратегии позволило «Совкомбанку» достичь доходности на капитал (ROE) 50% в среднем за 2010-2017 гг.

Банк работает в двух основных сегментах:

1. Розница. Банк оказывает финансовые услуги наиболее востребованных видов преимущественно людям с доходами ниже среднего, в основном в городах с населением менее 100 тыс. человек.

На 1 января 2018 г. банк обслуживал через 2 418 офисов 3 млн. розничных клиентов, проживающих в 1 031 населённом пункте. В банке трудится 11 тыс. человек.

Корпоративный и инвестиционный бизнес («КИБ»):

– предоставляет финансовые услуги 500 крупнейшим российским частным корпорациям, а также субъектам и муниципалитетам РФ. Ключевые финансовые услуги: предоставление кредитов, размещение депозитов и организация выпуска облигаций;

– предоставляет доступ 350 тыс. малых и средних предприятий к государственным закупкам через собственную электронную площадку «РТС-Тендер».

В 2017 г. Группа «Совкомбанка» организовала проведение 29% всех государственных закупок в стране. Кроме этого, Группа «Совкомбанка» выпустила 27% всех банковских гарантий в РФ, необходимых для

государственных закупок по 44-ФЗ и 223-ФЗ. На 1 января 2018 г. банк обслуживал через 2 418 офисов 3 млн розничных клиентов, проживающих в 1 031 населённом пункте. В банке трудится 11 тыс. человек

Таким образом, ПАО «Совкомбанк» входит в пятёрку крупнейших частных банков в Российской Федерации по размеру активов, количеству офисов и территориальному покрытию. Стратегия банка заключается в достижении неоспоримых конкурентных преимуществ в отдельных нишах. Дисциплинированное следование этой стратегии позволило «Совкомбанку» достичь доходности на капитал (ROE) 50% в среднем за 2010-2017 гг.

2.2 Основные финансовые показатели деятельности ПАО «Совкомбанк»

Рассмотрим состав и структуру собственных средств ПАО «Совкомбанк» на основании отчетности по РСБУ, размещенном на сайте Банка России <http://www.cbr.ru/credit/a2016.asp?regnum=963&view=0409806&when=201701>.

Анализ состава собственных средств ПАО «Совкомбанк» представлен в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Анализ состава собственных средств ПАО «Совкомбанк»

В тыс. руб.

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Средства акционеров (участников)	1 906 004	1 906 004	1 715 594	0	-190 410
Собственные акции (доли), выкупленные у акционеров (участников)	190 410	190 410	0	0	-190 410
Эмиссионный доход	1 694 339	1 694 339	1 694 339	0	0
Резервный фонд	285 901	95 300	95 300	-190 601	0
Переоценка по справедливой стоимости ценных бумаг, имеющих в наличии для продажи	-233 051	834 493	3 447 431	1 067 544	2 612 938

Окончание таблицы 2.1

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Переоценка основных средств	315 640	301 917	299 898	-13 723	-2 019
Нераспределенная прибыль (непокрытые убытки) прошлых лет	9 401 803	14 755 843	19 778 471	5 354 040	5 022 628
Неиспользованная прибыль (убыток) за отчетный период	6 884 582	9 020 608	17 839 192	2 136 026	8 818 584
Всего источников собственных средств	20 064 808	28 418 094	44 870 225	8 353 286	16 452 131

На 1 января 2016 г. по сравнению с 1 января 2015 г. общая сумма собственных средств выросла на 8 353 286 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 1 января 2016 г. – на 16 452 131 тыс. руб. На 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. увеличение произошло в части переоценки ценных бумаг, а также нераспределенной прибыли за отчетный период и прибыли прошлых лет. Наибольшее сокращение произошло в части резервного фонда. На 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. рост произошел в части переоценки ценных бумаг, нераспределенной прибыли прошлых лет и прибыли отчетного года, что является позитивной тенденцией. Произведем анализ структуры собственных средств ПАО «Совкомбанк» в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Анализ структуры собственных средств ПАО «Совкомбанк»

В %

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Средства акционеров (участников)	9,50	6,71	3,82	-2,79	-2,88
Собственные акции, выкупленные у акционеров	0,95	0,67	0,00	-0,28	-0,67
Эмиссионный доход	8,44	5,96	3,78	-2,48	-2,19
Резервный фонд	1,42	0,34	0,21	-1,09	-0,12
Переоценка по справедливой стоимости ценных бумаг, имеющих в наличии для продажи	-1,16	2,94	7,68	4,10	4,75

Окончание таблицы 2.2

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Переоценка основных средств	1,57	1,06	0,67	-0,51	-0,39
Нераспределенная прибыль прошлых лет	46,86	51,92	44,08	5,07	-7,84
Неиспользованная прибыль за отчетный период	34,31	31,74	39,76	-2,57	8,01
Всего источников собственных средств	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

За весь анализируемый период наибольшую долю в структуре собственных средств занимала нераспределенная прибыль прошлых лет. Также значительную долю занимали средства акционеров, нераспределенная прибыль отчетного года и эмиссионный доход. Рассмотрим динамику обязательств ПАО «Совкомбанк». Результаты расчетов представим в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Динамика обязательств ПАО «Сокомбанк»

В тыс. руб.

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Кредиты, депозиты и прочие средства ЦБР	62 491 941	180 720 966	325 000	118 229 025	-180 395 966
Средства кредитных организаций	629 374	78 378 367	177 044 995	77 748 993	98 666 628
Средства клиентов	114 415 440	204 825 485	283 826 702	90 410 045	79 001 217
Финансовые обязательства	154 238	139 419	1 149 954	-14 819	1 010 535
Выпущенные долговые обязательства	2 680 822	3 624 124	9 493 029	943 302	5 868 905
Обязательства по текущему налогу на прибыль	24 935	71 767	0	46 832	-71 767
Отложенное налоговое обязательство	0	3 995 628	1 623 859	3 995 628	-2 371 769
Прочие обязательства	6 758 981	5 476 287	10 469 141	-1 282 694	4 992 854
Резервы на возможные потери по условным обязательствам	151 840	2 007 821	507 643	1 855 981	-1 500 178
Всего обязательств	187 307 571	477 739 686	485 940 501	290 432 115	8 200 815

Общая сумма обязательств ПАО «Совкомбанк» выросла на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 290 432 115 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 8 200 815 тыс. руб. Увеличение обязательств банка в 2017 г. произошло за счет средств клиентов, средств кредитных организаций, прочих обязательств, финансовых обязательств, выпущенных долговых обязательств, что является положительной тенденцией и указывает на увеличение ресурсной базы банка для выдачи ссуд.

Рассмотрим структуру обязательств банка ПАО «Совкомбанк». Результаты расчетов представим в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Структура обязательств ПАО «Совкомбанк»

В %

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Кредиты, депозиты и прочие средства ЦБР	33,36	37,83	0,07	4,47	-37,76
Средства кредитных организаций	0,34	16,41	36,43	16,07	20,03
Средства клиентов (некредитных организаций)	61,08	42,87	58,41	-18,21	15,53
Финансовые обязательства	0,08	0,03	0,24	-0,05	0,21
Выпущенные долговые обязательства	1,43	0,76	1,95	-0,67	1,19
Обязательства по текущему налогу на прибыль	0,01	0,02	0,00	0,00	-0,02
Отложенное налоговое обязательство	0,00	0,84	0,33	0,84	-0,50
Прочие обязательства	3,61	1,15	2,15	-2,46	1,01
Резервы на возможные потери по условным обязательствам	0,08	0,42	0,10	0,34	-0,32
Всего обязательств	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Наибольший удельный вес в структуре обязательств ПАО «Совкомбанк» за весь анализируемый период занимали средства клиентов (некредитных организаций).

Также значительную долю занимали кредиты Банка России.

Анализ состава активных операций ПАО «Совкомбанк» представлен в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ состава активных операций ПАО «Совкомбанк»

В тыс. руб.

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Денежные средства	9 921 784	5 108 495	5 201 304	-4 813 289	92 809
Средства кредитных организаций в ЦБР	6 517 980	10 794 382	8 769 906	4 276 402	-2 024 476
Средства в кредитных организациях	5 484 882	1 664 019	2 225 612	-3 820 863	561 593
Финансовые активы, оцениваемые через прибыль или убыток	2 626	106 869	3 790 602	104 243	3 683 733
Чистая ссудная задолженность	84 133 041	245 514 391	287 729 613	161 381 350	42 215 222
Чистые вложения в ценные, имеющиеся в наличии для продажи	5 532 850	100 566 649	128 901 801	95 033 799	28 335 152
Инвестиции в дочерние и зависимые организации	5 188 899	7 108 560	12 571 719	1 919 661	5 463 159
Чистые вложения в ценные бумаги до погашения	87 204 787	137 405 859	83 946 748	50 201 072	-53 459 111
Требования по текущему налогу на прибыль	925 341	703 167	9 046	-222 174	-694 121
Отложенный налоговый актив	1 146 500	0	0	-1 146 500	0
Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы	1 700 448	1 446 968	1 758 880	-253 480	311 912
Долгосрочные активы, предназначенные для продажи	0	0	118 940	0	118 940
Прочие активы	4 802 140	2 846 981	8 358 274	-1 955 159	5 511 293
Всего активов	207 372 379	506 157 780	530 810 726	298 785 401	24 652 946

На 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. общая сумма активов выросла на 298 785 401 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 24 652 946 тыс. руб.

На 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. значительный рост произошел в части чистых вложений в ценные бумаги и чистой ссудной задолженности.

Произведем анализ структуры активных операций ПАО «Совкомбанк». Расчет представим в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Анализ структуры активных операций ПАО «Совкомбанк»

В %

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Денежные средства	4,78	1,01	0,98	-3,78	-0,03
Средства кредитных организаций в ЦБР	3,14	2,13	1,65	-1,01	-0,48
Средства в кредитных организациях	2,64	0,33	0,42	-2,32	0,09
Финансовые активы, оцениваемые через прибыль или убыток	0,00	0,02	0,71	0,02	0,69
Чистая ссудная задолженность	40,57	48,51	54,21	7,93	5,70
Чистые вложения в ценные, имеющиеся в наличии для продажи	2,67	19,87	24,28	17,20	4,42
Чистые вложения в ценные бумаги до погашения	2,50	1,40	2,37	-1,10	0,96
Требования по текущему налогу на прибыль	42,05	27,15	15,81	-14,91	-11,33
Отложенный налоговый актив	0,45	0,14	0,00	-0,31	-0,14
Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы	0,55	0,00	0,00	-0,55	0,00
Прочие активы	0,82	0,29	0,33	-0,53	0,05
Всего активов	0,00	0,00	0,02	0,00	0,02

За весь анализируемый период наибольшую долю в структуре активных операций ПАО «Совкомбанк» занимала чистая ссудная задолженность и финансовые активы, оцениваемые через прибыль убыток. Такую структуру активов можно назвать типичной для коммерческого банка.

Произведем анализ финансовых результатов ПАО «Совкомбанк».

Результаты расчетов оформим в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Анализ финансовых результатов ПАО «Совкомбанк»

В тыс. руб.

Наименование статей	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение (+/-)	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Процентные доходы	26 672 073	43 184 966	49 730 648	16 512 893	6 545 682
Процентные расходы	12 402 874	26 740 748	33 427 806	14 337 874	6 687 058
Чистый процентный доход	14 269 199	16 444 218	16 302 842	2 175 019	-141 376
Прибыль до налогообложения	6 534 415	15 123 059	20 668 361	8 588 644	5 545 302
Чистая прибыль	6 884 582	9 020 608	17 839 192	2 136 026	8 818 584

Увеличение процентной маржи банка на 1 января 2016 г. составило 2 175 019 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. произошло сокращение в размере 141 376 тыс. руб., что было вызвано опережением темпов сокращения процентных расходов над доходами. Представим полученные данные на рисунке 2.1.

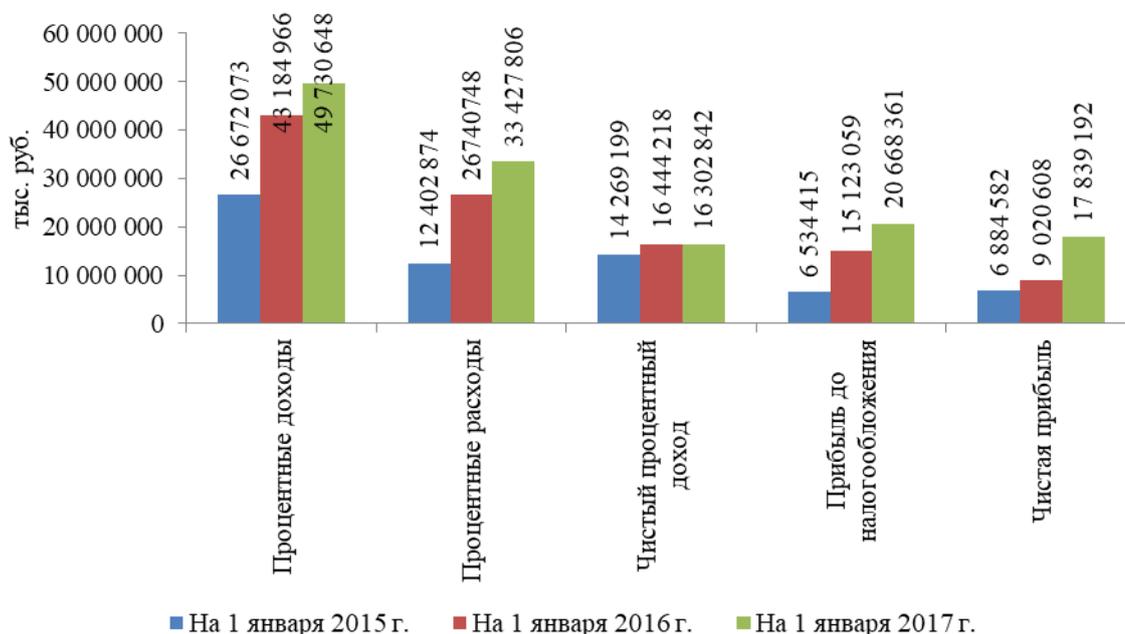


Рисунок 2.1 – Показатели финансовых результатов ПАО «Совкомбанк» за

Чистая прибыль на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. выросла на 2 136 026 тыс. руб.

На 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 8 818 584 тыс. руб., за счет увеличения комиссионных и иных видов доходов банка.

Таким образом, можно сделать вывод об увеличении эффективности деятельности ПАО «Совкомбанк» в 2017 г. по сравнению с 2016 г. На 1 января 2016 г. по сравнению с 1 января 2015 г. общая сумма собственных средств выросла на 8 353 286 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 1 января 2016 г. – на 16 452 131 тыс. руб. Общая сумма обязательств ПАО «Совкомбанк» выросла на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 290 432 115 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 8 200 815 тыс. руб. На 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. общая сумма активов выросла на 298 785 401 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 24 652 946 тыс. руб. Чистая прибыль на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. выросла на 2 136 026 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 8 818 584 тыс. руб., за счет увеличения комиссионных и иных видов доходов банка.

2.3 Оценка использования кредитных банковских карт в ПАО «Совкомбанк»

Рассмотрим основные виды кредитных карт, используемых в ПАО «Совкомбанк» в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Основные виды кредитных карт, используемых в ПАО «Совкомбанк»

Название карты	Описание	Условия	Документы для оформления
Карта «Золотой ключ»	Тем, кто ценит комфорт и высокий уровень сервиса, банк предлагает премиальную карту с моментальной выдачей и активацией.	Гражданство РФ. Возраст от 20 до 85 лет	паспорт гражданина РФ
Карта «Золотой ключ защитой»	Золотой ключ с защитой – это программа, позволяющая получить самые востребованные услуги страхования при оформлении кредитной карты. Для тех, кто ценит свое время и заботится о будущем.	Гражданство РФ. Возраст от 20 до 85 лет	паспорт гражданина РФ

Окончание таблицы 2.8

Название карты	Описание	Условия	Документы для оформления
Карта «Халва»	Карта рассрочки в магазинах партнерах	Гражданство РФ; Возраст от 20 до 80 лет; Официальное трудоустройство Наличие регистрации, Наличие личного мобильного телефона	паспорт гражданина РФ

Кредитная карта в ПАО «Совкомбанк» оформляется непосредственно на физическое лицо – держателя карты. Оценка спроса на кредитные карты со стороны клиентов ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек представлена в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Оценка спроса на кредитные карты со стороны клиентов

ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек

В тыс. шт.

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Карта «Золотой ключ»	1 458	1 563	1 632	105	69
Карта «Золотой ключ с защитой»	3 822	3 835	3 856	13	21
Карта «Халва»	5 808	6 309	8 770	501	2 461
Всего	11 088	11 707	14 258	619	2 551

Представим полученные данные на рисунке 2.2.

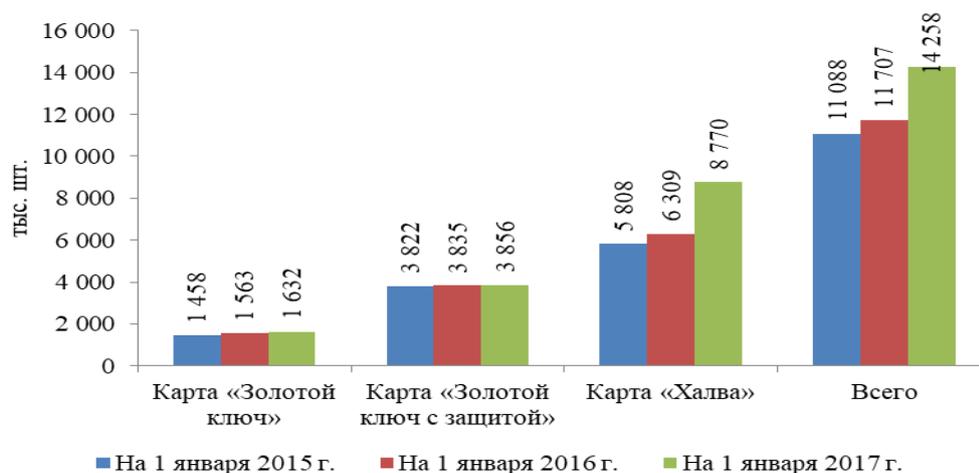


Рисунок 2.2 – Оценка спроса на кредитные карты со стороны клиентов

ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек

В целом увеличение числа общего количества карточек на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. составило 619 тыс. шт., а на 1 января 2017 г. – 2 551 тыс. шт. Наибольший рост и в 2016 г. и в 2017 г. произошел в части кредитных карт «Халва» в связи с проведением активной рекламной кампании. Оценка структуры спроса на карточные продукты со стороны клиентов ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек представлена в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Оценка структуры спроса на кредитные карточные продукты со стороны клиентов ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек

В %

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Карта «Золотой ключ»	13,15	13,35	11,45	0,20	-1,90
Карта «Золотой ключ с защитой»	34,47	32,76	27,04	-1,71	-5,71
Карта «Халва»	52,38	53,89	61,51	1,51	7,62
Всего	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Представим полученные данные на рисунке 2.3.

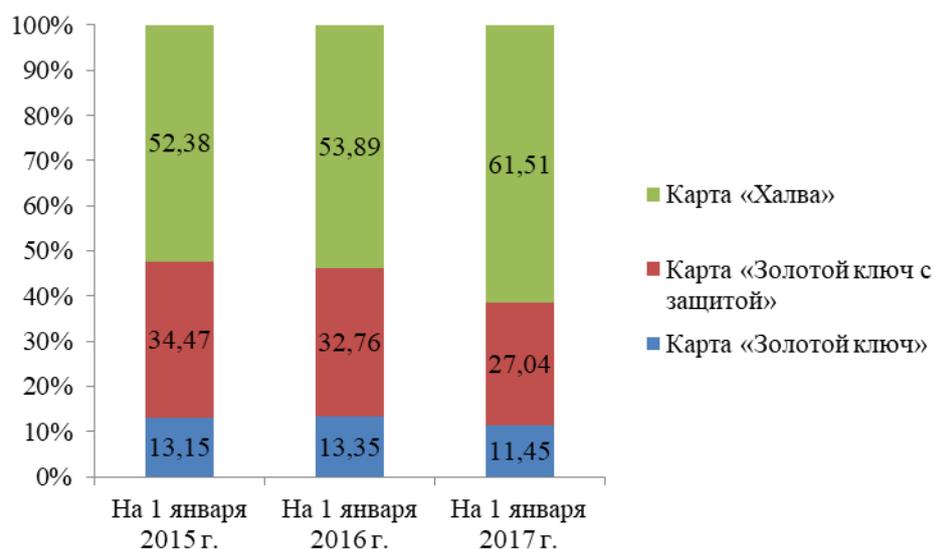


Рисунок 2.3 – Структура спроса на кредитные карточные продукты со стороны клиентов ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек

Наибольшим спросом за все три анализируемых периода пользовались кредитные карты «Халва» – 52,38%, 53,89% и 61,51% соответственно.

Проведем анализ динамики выданных средств ПАО «Совкомбанк» по кредитным картам и их доли в общей структуре активных операций банка.

Расчеты представим в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Анализ динамики выданных средств ПАО «Совкомбанк» по кредитным картам и их доли в общей структуре активных операций банка

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Выданные средства по кредитным картам, тыс. руб.	59 370 541	79 917 108	92 016 805	20 546 567	12 099 697
Активные операции – всего, тыс. руб.	207 372 379	506 157 780	530 810 726	298 785 401	24 652 946
Доля выданных средств в активных операциях, %	28,63	15,78	17,33	-12,85	1,55

Выданные средства по кредитным картам ПАО «Совкомбанк» на 1 января 2015 г. составили 9 370 541 тыс. руб., на 1 января 2016 г. выросли до 79 917 108 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. – до 92 016 805 тыс. руб.

Представим полученные данные на рисунке 2.4 и рисунке 2.5.

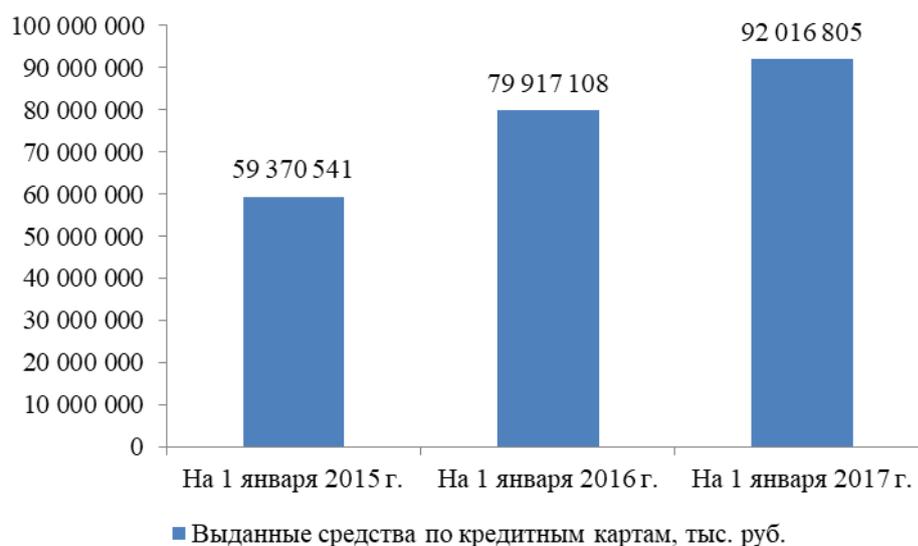


Рисунок 2.4 – Динамика выданных средств по кредитным картам

Доля выданных средств в активных операциях на 1 января 2015 г. составила 28,63%, на 1 января 2016 г. снизилась до 15,78%, на 1 января 2017 г. увеличилась до 17,33%.

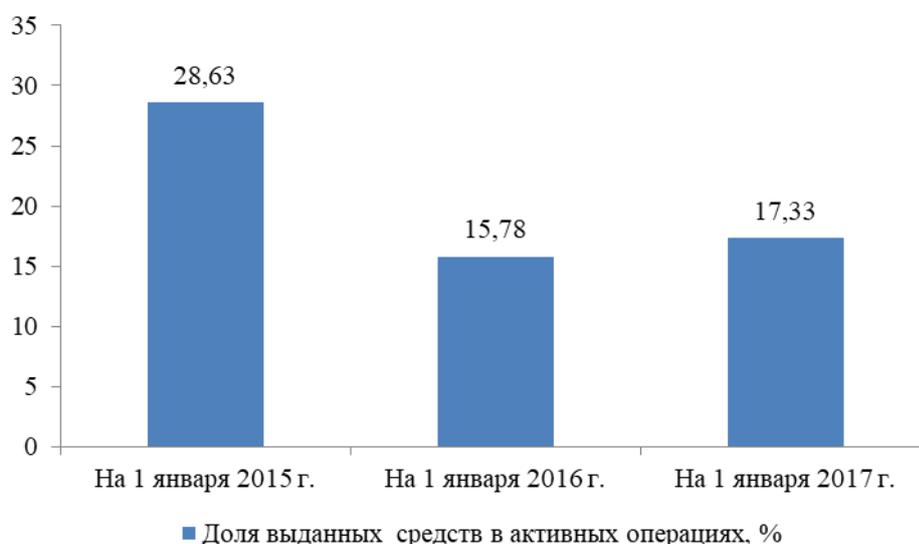


Рисунок 2.5 – Доля выданных средств в активных операциях

Проведем анализ динамики и структуры операций ПАО «Совкомбанк» с пластиковыми картами.

Рассмотрим, какую долю в процентных доходах ПАО «Совкомбанк» занимали доходы по картам (таблица 2.12).

Таблица 2.12 – Доля процентных доходов по кредитным картам в общей сумме процентных доходов ПАО «Совкомбанк»

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Процентные доходы по кредитным картам, тыс. руб.	11 208 300	22 308 400	25 550 410	11 100 100	3 242 010
Процентные доходы – всего, тыс. руб.	26 672 073	43 184 966	49 730 648	16 512 893	6 545 682
Доля процентных доходов в общей сумме доходов, %	42,02	51,65	51,37	9,63	-0,28

Процентные доходы по пластиковым картам на 1 января 2015 г. составили 11 208 300 тыс. руб., на 1 января 2016 г. выросли до 22 308 400 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. – до 25 550 410 тыс. руб.

Представим полученные данные на рисунке 2.6 и рисунке 2.7.

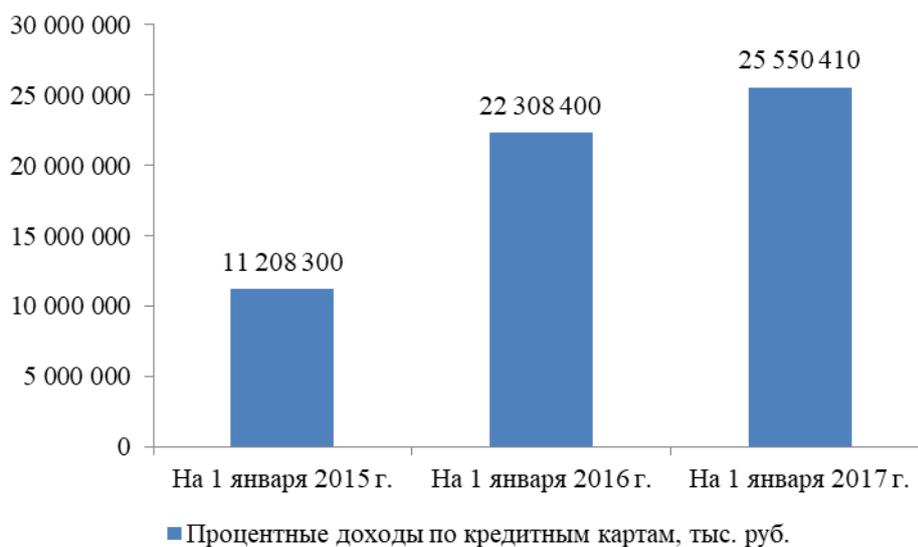


Рисунок 2.6 – Процентные доходы по кредитным картам ПАО «Совкомбанк»

Доля процентных доходов в общей сумме доходов ПАО «Совкомбанк» выросла с 42,02% до 51,37%.

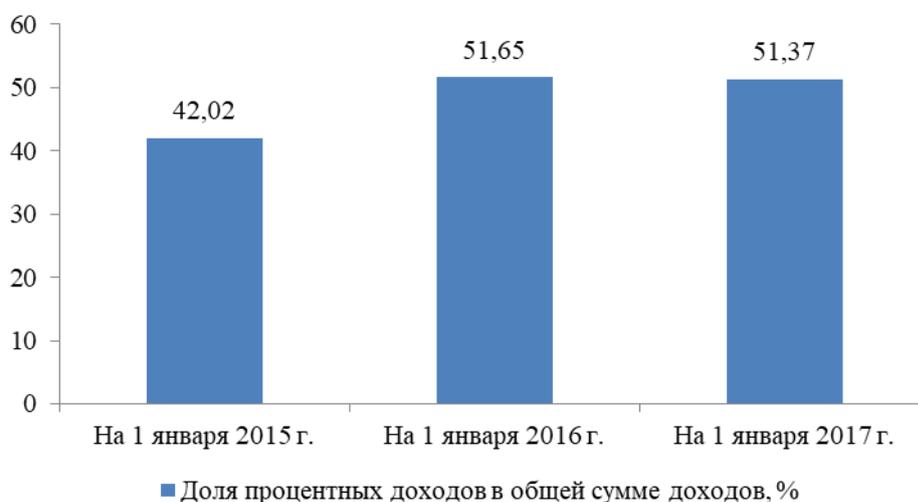


Рисунок 2.7 – Доля процентных доходов в общей сумме доходов ПАО «Совкомбанк»

Произведем расчет коэффициента кредитного риска кредитных карт в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Расчет коэффициента кредитного риска кредитных карт

ПАО «Совкомбанк»

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Величина ссудной задолженности по кредитным картам, тыс. руб.	9 370 541	9 917 108	12 016 805	546 567	2 099 697
Резерв на возможные потери по ссудам по кредитным картам, тыс. руб.	1 089 388	1 118 390	2 569 665	29 002	1 451 275
Коэффициент кредитного риска кредитных карт	0,88	0,88	0,78	0,00	-0,10

Коэффициент кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» имеет высокие значения. На 1 января 2015 г. он составил 0,88, на 1 января 2016 г. – 0,88, на 1 января 2017 г. – 0,78.

Представим полученные данные на рисунке 2.8 и рисунке 2.9.

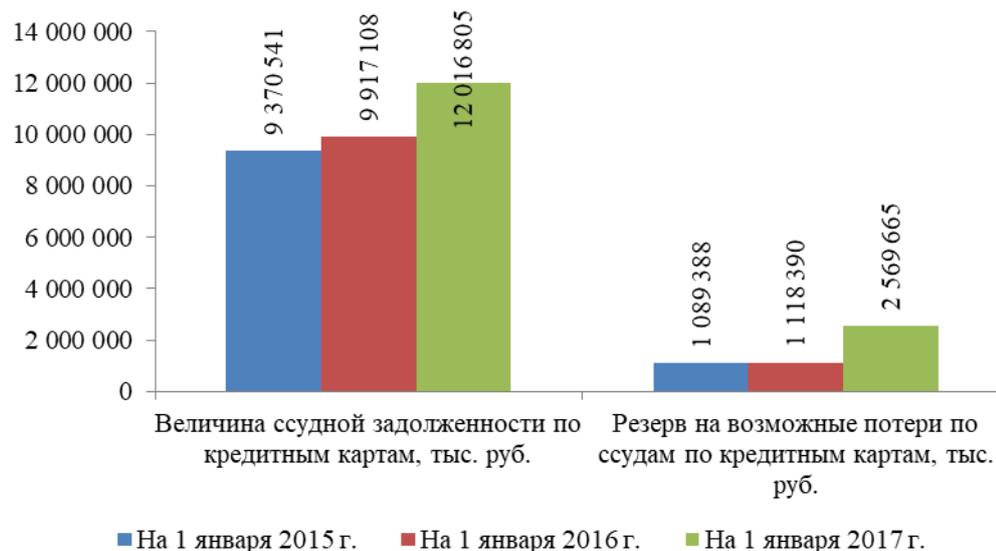


Рисунок 2.8 – Величина ссудной задолженности и резерва на возможные потери по ссудам по кредитным картам ПАО «Совкомбанк»

Высокие значения данного коэффициента для ПАО «Совкомбанк» являются ожидаемыми, так как кредитование по кредитным картам является высокорискованными операциями.

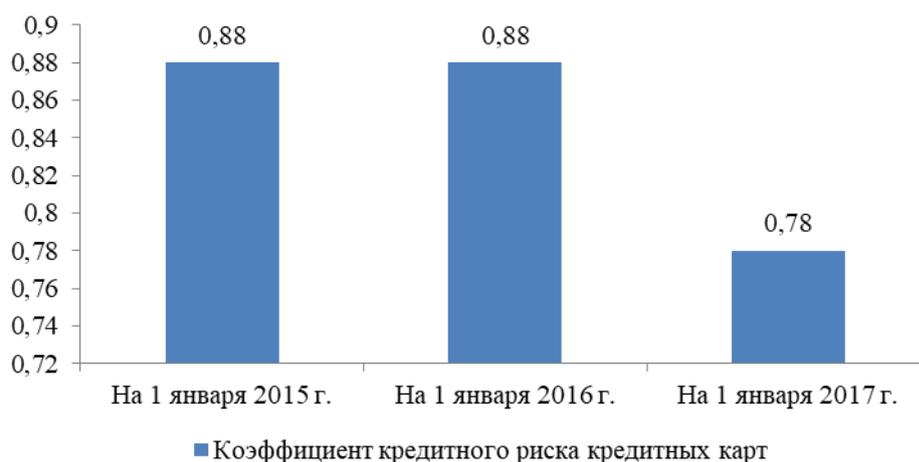


Рисунок 2.9 Коэффициент кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк»

Произведем расчет соотношения комиссионного и процентного дохода кредитных карт в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Расчет соотношения комиссионного и процентного дохода кредитных карт ПАО «Совкомбанк»

Наименование показателя	На 1 января 2015 г.	На 1 января 2016 г.	На 1 января 2017 г.	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Комиссионные доходы по кредитным картам, тыс. руб.	4 985 692	3 986 988	2 991 355	-998 704	-995 633
Процентные доходы по кредитным картам, тыс. руб.	11 208 300	22 308 400	25 550 410	11 100 100	3 242 010
Коэффициент соотношения комиссионного и процентного дохода кредитных карт	0,44	0,17	0,11	-0,27	-0,06

Коэффициент соотношения комиссионного и процентного дохода кредитных карт на 1 января 2015 г. составил – 0,44, на 1 января 2016 г. снизился до 0,17, а на 1 января 2017 г. – до 0,11.

Сокращение коэффициента соотношения комиссионного и процентного дохода связано со снижением комиссии банка по выдаваемым кредитным картам в целях привлечения большего количества клиентов.

Данные о процентных и комиссионных доходах банка по кредитным картам представлены на рисунке 2.10.

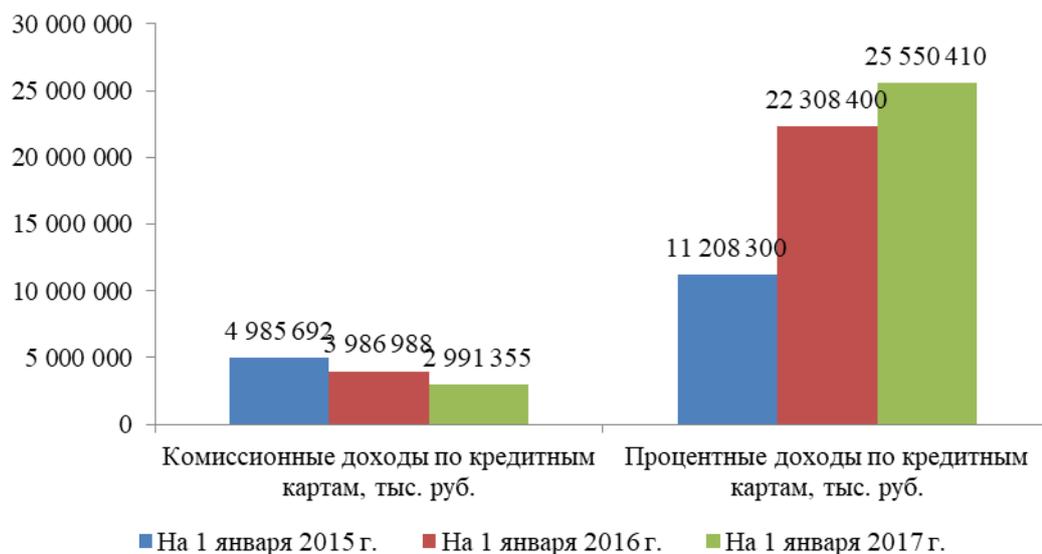


Рисунок 2.10 – Процентные и комиссионные доходы по кредитным картам
ПАО «Совкомбанк»

Данные о коэффициенте соотношения комиссионного и процентного дохода по кредитным картам кредитного учреждения за 2015-2017 гг. представлены на рисунке 2.11.

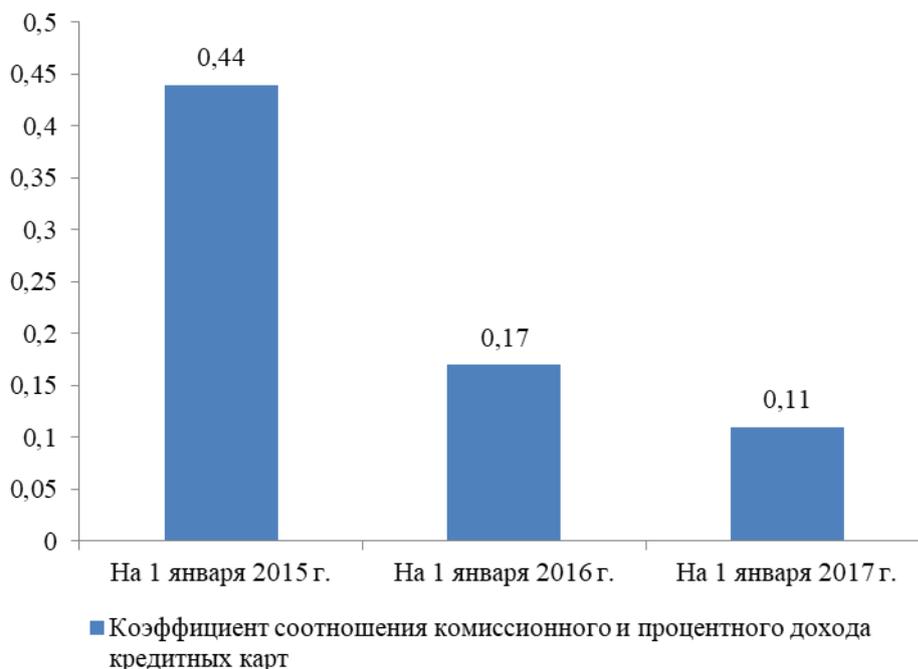


Рисунок 2.11 – Коэффициент соотношения комиссионного и процентного дохода по кредитным картам кредитной организации ПАО «Совкомбанк» за 2015-2017 гг.

В целом можно сделать вывод об эффективности использования кредитных карт в ПАО «Совкомбанк». Однако к недостаткам использования кредитных карт можно отнести:

- увеличение показателя кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» в связи с ростом просроченной задолженности;
- снижение комиссионных доходов по кредитным картам;
- снижение объемов кредитования по кредитным картам в общем объеме активных операций банка.

Таким образом, кредитная карта в ПАО «Совкомбанк» оформляется непосредственно на физическое лицо – держателя карты. В целом увеличение числа общего количества карточек на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. составило 619 тыс. шт., а на 1 января 2017 г. – 2 551 тыс. шт. Наибольший рост и в 2016 г. и в 2017 г. произошел в части кредитных карт «Халва» в связи с проведением активной рекламной кампании. Наибольшим спросом за все три анализируемых периода пользовались кредитные карты «Халва» – 52,38%, 53,89% и 61,51% соответственно. Процентные доходы по пластиковым картам на 1 января 2015 г. составили 11 208 300 тыс. руб., на 1 января 2016 г. выросли до 22 308 400 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. – до 25 550 410 тыс. руб. Коэффициент кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» имеет высокие значения. На 1 января 2015 г. он составил 0,88, на 1 января 2016 г. – 0,88, на 1 января 2017 г. – 0,78.

Сокращение коэффициента соотношения комиссионного и процентного дохода связано со снижением комиссии банка по выдаваемым кредитным картам в целях привлечения большего количества клиентов. В целом можно сделать вывод об эффективности использования кредитных карт в ПАО «Совкомбанк». Однако к недостаткам использования кредитных карт можно отнести: увеличение показателя кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» в связи с ростом просроченной задолженности; снижение комиссионных доходов по кредитным картам; снижение объемов кредитования по кредитным картам в общем объеме активных операций банка.

2.4 Мероприятия по совершенствованию использования кредитных карт в ПАО «Совкомбанк»

Проведенный в работе анализ позволил сделать вывод об эффективности использования кредитных карт в ПАО «Совкомбанк». Однако к недостаткам использования кредитных карт можно отнести:

- увеличение показателя кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» в связи с ростом просроченной задолженности;
- снижение комиссионных доходов по кредитным картам;
- снижение объемов кредитования по кредитным картам в общем объеме активных операций банка.

В связи с этим ПАО «Совкомбанк» необходимо предложить мероприятия по дальнейшему совершенствованию использования кредитных карт в банке.

В России сегодня самым перспективным видом кредитования являются кредитные карточные продукты. Степень проникновения кредитных карточных продуктов на отечественном рынке, по сравнению с другими государствами, до сих пор не высокий, однако этот вид кредитования пользуется все большей популярностью у клиентов, что и обеспечивает ему наличие лидирующих позиций на рынке розничного кредитования.

На сегодняшний день многие эксперты отмечают насыщение потребителей кредитами, выдаваемыми в форме наличных денежных средств, потребности потребителей изменялись в сторону увеличения оперативности и комфортности, которые обеспечиваются банковские кредитными картами при оплате продуктов питания, авиа и железнодорожных билетов, бензина, при оплате розничных услуг.

Сегодня потребителям предлагаются разнообразные виды карточных продуктов, однако самыми востребованными все еще остаются карты дебетового типа. Что же касается осуществляемых операций, то лидерство все еще принадлежит снятию наличных денежных средств, однако объемы операций по безналичной оплате услуг продолжают расти каждый год.

Рынок кредитных банковских карточных продуктов продолжает свое развитие и совершенствования в связи с наличием большого числа перспективных направлений:

- осуществления контроля над операциями с потребительским кредитованием со стороны Банка России;
- расширение объектов применения банковских карт за счет повсеместного распространения банковского эквайринга и POS-терминалов;
- развитие технических возможностей дистанционного банковского обслуживания;
- наличие ко-брендовых предложений и программ лояльности.

В целом использование потребителями кредитных карт год за годом осуществляется все большим числом клиентов банков, что обостряет конкурентное соперничество между кредитными учреждениями, обеспечивая предложения банками все более выгодных условий для держателей карточных продуктов.

Внедрение в практику ко-брендинговых программ, регулярных акций, бонусов, дополнительных преимуществ привлекают новых пользователей кредитных продуктов, и обеспечивают удержание существующих. Именно в таком направлении активно осуществляется развитие рынка кредитных карт сегодня и будет продолжать свое развитие в ближайшей перспективе.

При этом результаты исследования агентства Frank Research Group за 2016-2017 г. однозначно подтверждают экономическую эффективность программ лояльности. Показатели карт программ лояльности значимо (порой в разы) отличаются от показателей карт без программы лояльности. Результаты исследования однозначно подтверждают экономическую эффективность программ лояльности. Показатели карт программ лояльности значимо (порой в разы) отличаются от показателей карт без программы лояльности.

Проблема обеспечения достаточного числа лояльно настроенных потребителей в современных условиях находится в центре внимания банков.

Должностные лица кредитных учреждений осознают, что в долгосрочной перспективе использование подхода, направленного на получение единоразовых максимально возможных доходов, не приносят ожидаемых результатов. Гораздо важнее сегодня осуществлять капиталовложения, направленные на увеличение качества услуг и уровня обслуживания клиентов, поддержание у них чувств удовлетворенности кредитными продуктами. Удовлетворенные кредитными карточными продуктами клиенты, в течение многих лет выбирающих в качестве единственного – конкретный банк, чаще всего, более выгодны по сравнению новыми. В первую очередь, банк не несет никаких издержек, связанных с их привлечением. Во вторую очередь, лояльные клиенты чаще пользуются услугами банка, рекомендуют его знакомым и менее чувствительны к уровню изменения процентных ставок.

По данным Finaccord, около 15% населения в мире участвуют, как минимум, в одной программе лояльности, и данный показатель имеет тенденцию к увеличению в последние годы.

Использование программ лояльности в банковском секторе при этом имеет сопоставимые темпы роста.

Банковские программы лояльности представляют собой, как правило, дополнительный функционал банковских карт, за оплату покупок с использованием которых, клиенты получают от банка какие-либо выгоды для себя (в форме cashback, начисления миль, бонусов и т. д.).

Используя программы лояльности, кредитные учреждения стремятся к поддержке и расширению клиентской базы, а также к повышению собственного статуса в глазах пользователей своих услуг. К главным предпосылкам для использования программ лояльности в банке можно отнести необходимость обеспечения стабильности кредитного учреждения в части собственности и управления.

Сегодня многие банки все время осуществляют разработку и внедрение новых, более эффективных направлений работы и новых концепций совершенствования деятельности.

Наличие стабильности дает возможность формирования непрерывной клиентской политики и в ее рамках программы лояльности.

Обычно при этом используются такие термины, как «удержание клиента», «формирование партнерских отношений между клиентом и банком» и др. Соответственно, цель программы лояльности заключается в активизации у клиента желания обращаться за банковскими услугами в «свой» банк «всю жизнь» и дать ему такую возможность.

Стандартная программа лояльности опирается на три элемента:

– получение нематериальных выгод клиентами. Данный элемент имеют целью сформировать позитивные эмоции у клиента при работе с банком и формируются на основании использования профессиональных систем коммуникации, регулярным обменом информацией с заемщиками, создание специального предложения для отдельных категорий клиентов, совершенствование форм взаимодействий с заемщиками;

– получение материальных выгод. Предоставление всевозможных подарков, скидок и бонусов и т. д.;

– обеспечение технических возможностей в целях формирования базы данных клиентов и оптимизации работы с ними.

Использование банками программы лояльности ведет к совершенствованию и укреплению взаимоотношений с клиентской базой. Разработка и внедрение специальных предложений в области лояльности дает банкам возможность обеспечить достижение целей, связанных с увеличением числа новых клиентов, формирование условий для создания базы постоянных клиентов, повышением узнаваемости кредитной организации и улучшением ее имиджа.

В настоящее время согласно существующих условий программ лояльности на карте «Халва» начисление вознаграждения производится при безналичной оплате товаров (работ, услуг) в торгово-сервисных предприятиях, совершенных только за счет собственных средств клиента.

Баллы начисляются в следующем размере:

– 3% – за покупки в магазинах-партнёрах карты «Халва»;

– 1% – за покупки вне магазинов-партнёров карты «Халва».

Баллы начисляются только при условии ежемесячного совершения трех операций в магазинах-партнерах на общую сумму более 10 000 руб., одна из которых на сумму более 5 000 руб.

Однако большая часть операций по карте «Халва» совершается за счет использования кредитных средств. В связи с этим многим клиентам не удается воспользоваться программой лояльности, что значительно снижает показатели использования данной карты клиентами.

В связи с этим в качестве развития использования кредитных карт ПАО «Совкомбанк» рекомендуется увеличение возможностей карты «Халва» путем расширения программ лояльности за счет возможности получения клиентами «кэшбека» на покупки, совершенные за счет кредитных средств. Ожидается, что данное мероприятие позволит банку увеличить объем выдаваемых кредитных карт, процентных и комиссионных доходов на 5%.

Таким образом, результаты исследования агентства Frank Research Group за 2016-2017 г. однозначно подтверждают экономическую эффективность программ лояльности.

Показатели карт программ лояльности значимо (порой в разы) отличаются от показателей карт без программы лояльности. Результаты исследования однозначно подтверждают экономическую эффективность программ лояльности. Показатели карт программ лояльности значимо (порой в разы) отличаются от показателей карт без программы лояльности.

В настоящее время согласно существующих условий программ лояльности на карте «Халва» начисление вознаграждения производится при безналичной оплате товаров (работ, услуг) в торгово-сервисных предприятиях, совершенных только за счет собственных средств клиента.

В связи с этим в качестве развития использования кредитных карт ПАО «Совкомбанк» рекомендуется увеличение возможностей карты «Халва» путем расширения программ лояльности за счет возможности получения клиентами «кэшбека» на покупки, совершенные за счет кредитных средств.

Однако большая часть операций по карте «Халва» совершается за счет использования кредитных средств. В связи с этим многим клиентам не удается воспользоваться программой лояльности, что значительно снижает показатели использования данной карты клиентами. Ожидается, что данное мероприятие позволит банку увеличить объем выдаваемых кредитных карт, процентных и комиссионных доходов на 5%.

2.5 Оценка экономической эффективности мероприятий

Проведем оценку экономической эффективности мероприятий с допущением того, что данное мероприятие позволит банку увеличить объем выдаваемых кредитных карт, процентных и комиссионных доходов на 5%.

Оценка спроса на кредитные карты со стороны клиентов ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек после внедрения мероприятия представлено в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Оценка спроса на кредитные карты со стороны клиентов

ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек после внедрения мероприятия

В тыс. шт.

Наименование показателя	До внедрения	После внедрения	Изменение
Карта «Золотой ключ»	1 632	1 632	0
Карта «Золотой ключ с защитой»	3 856	3 856	0
Карта «Халва»	8 770	9 208	438
Всего	14 258	14 696	438

За счет внедрения предложенного мероприятия объем выдаваемых кредитных карт увеличится с 14 258 тыс. руб. до 14 696 тыс. руб.

Представим полученные данные о спросе на кредитные карточные продукты после внедрения мероприятия на рисунке 3.1.

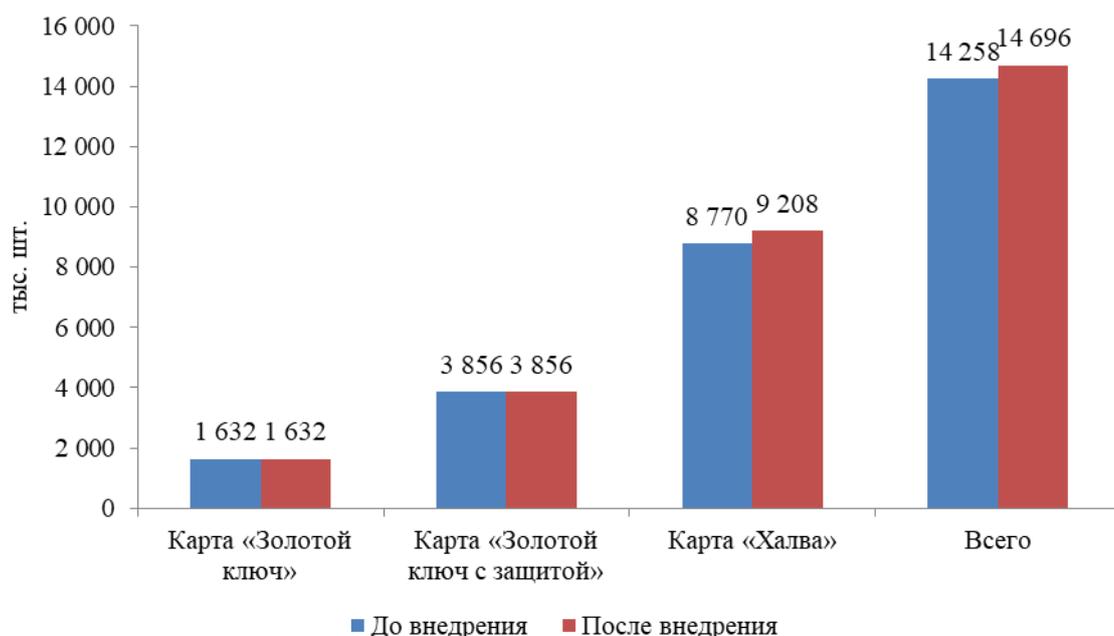


Рисунок 3.1 – Оценка спроса на кредитные карты со стороны клиентов ПАО «Совкомбанк» по их видам по количествам карточек после внедрения мероприятия

Объем выданных средств ПАО «Совкомбанк» по кредитным картам и их доли в общей структуре активных операций банка после внедрения мероприятия представлен в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Объем выданных средств ПАО «Совкомбанк» по кредитным картам и их доли в общей структуре активных операций банка после внедрения мероприятия

Наименование показателя	До внедрения	После внедрения	Изменение
Выданные средства по кредитным картам, тыс. руб.	92 016 805	96 617 645	4 600 840
Активные операции – всего, тыс. руб.	530 810 726	535 411 566	4 600 840
Доля выданных средств в активных операциях, %	17,33	18,04	0,71

Представим полученные данные об объеме выданных средств по кредитным картам и их доле в совокупных активных операциях после внедрения мероприятий на рисунке 3.2 и рисунке 3.3.

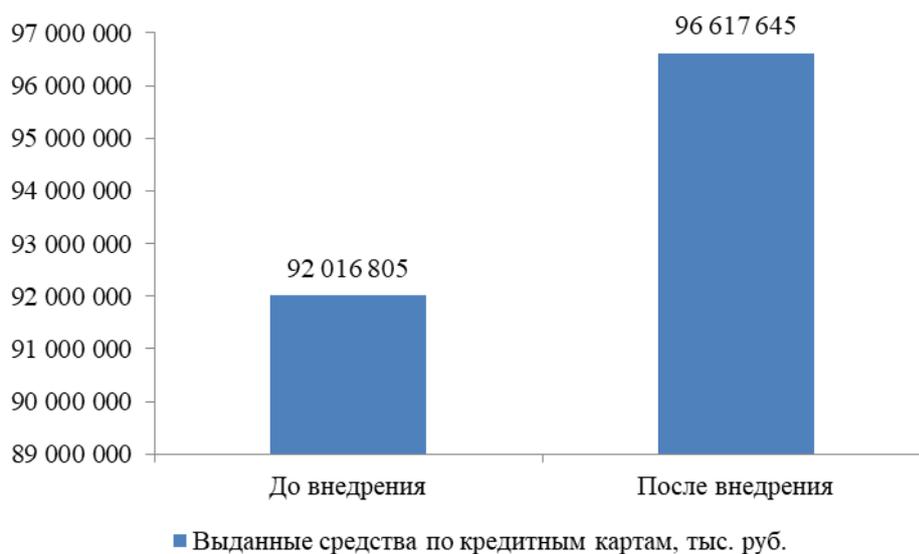


Рисунок 3.2 – Объем выданных средств ПАО «Совкомбанк» по кредитным картам после внедрения мероприятий

Выданные средства по кредитным картам увеличатся с 92 016 805 тыс. руб. до 96 617 645 тыс. руб., а их доля вырастет с 17,33% до 18,04%.

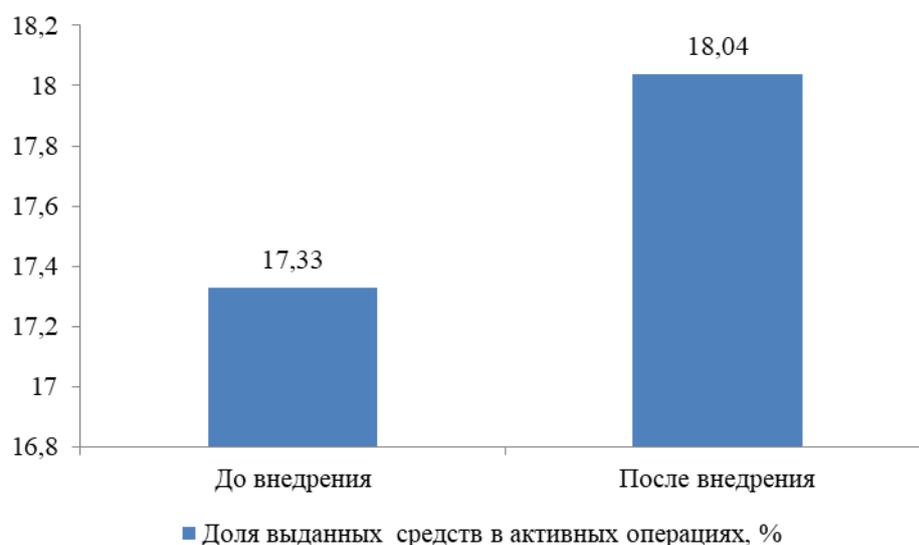


Рисунок 3.3 – Доля выданных средств в активных операциях после внедрения мероприятий

Рассмотрим, какую долю в процентных доходах ПАО «Совкомбанк» будут занимать доходы по картам после внедрения мероприятий в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Доля процентных доходов по кредитным картам в общем сумме процентных доходов ПАО «Совкомбанк» после внедрения мероприятий

Наименование показателя	До внедрения	После внедрения мероприятий	Изменение
Процентные доходы по кредитным картам, тыс. руб.	25 550 410	26 827 930	1 277 520
Процентные доходы – всего, тыс. руб.	49 730 648	51 008 168	1 277 520
Доля процентных доходов в общей сумме доходов, %	51,37	52,59	1,22

Представим полученные данные на рисунке 3.4 и рисунке 3.5.

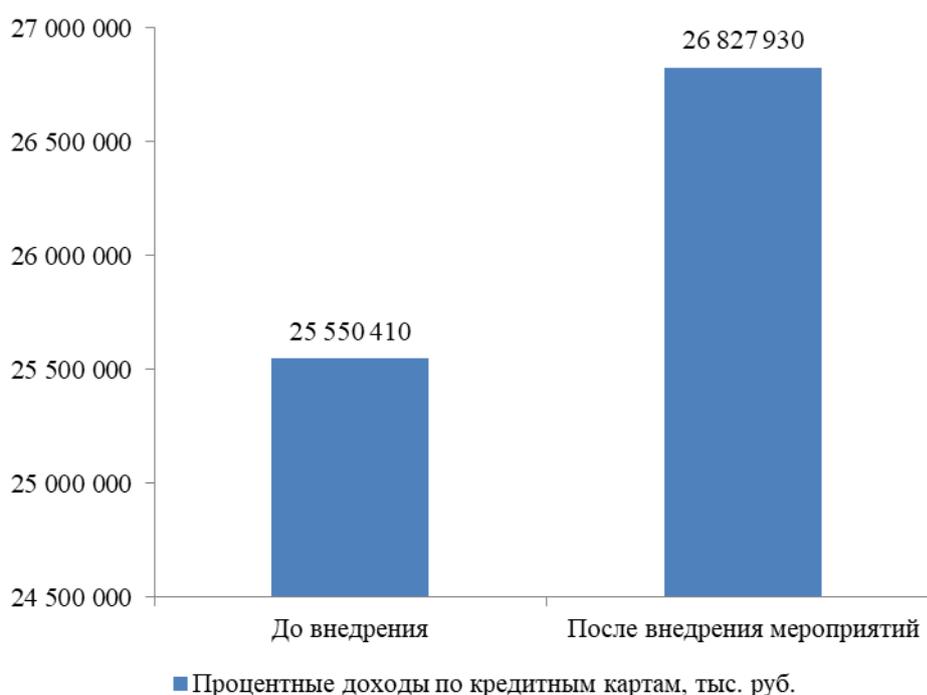


Рисунок 3.4 – Процентные доходы по кредитным картам после внедрения мероприятия

Процентные доходы по кредитным картам увеличатся с 25 550 410 тыс. руб. до 26 827 930 тыс. руб.

Данное увеличение приведет к росту их доли в общих процентных доходах банка с 51,37% до 52,59%.

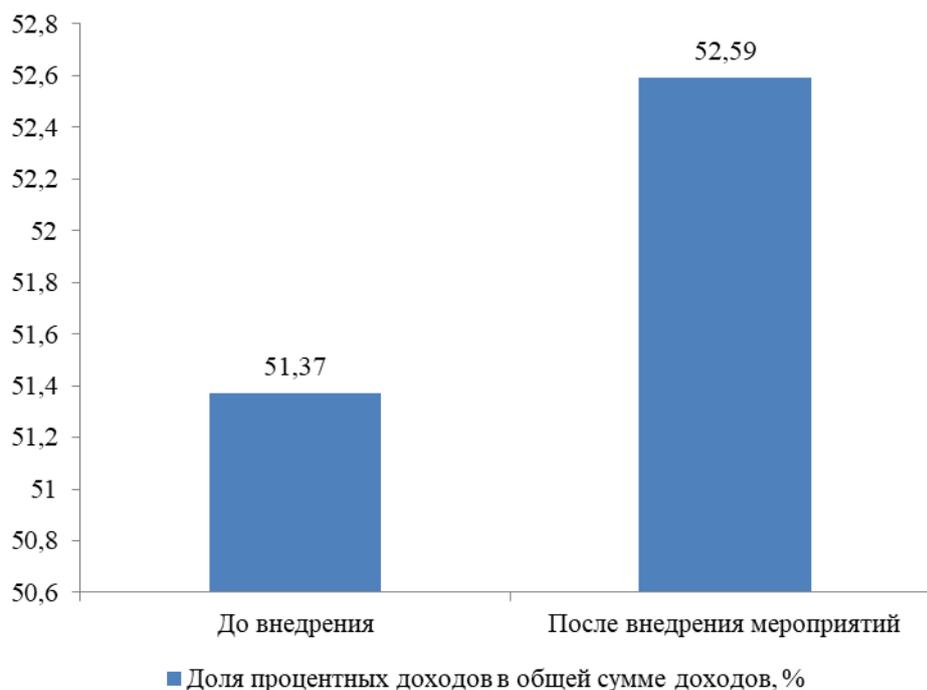


Рисунок 3.5 – Доля процентных доходов по кредитным картам в общей сумме процентных доходов после внедрения мероприятий

Таким образом, за счет внедрения предложенного мероприятия объем выдаваемых кредитных карт увеличится с 14 258 тыс. руб. до 14 696 тыс. руб. Выданные средства по кредитным картам увеличатся с 92 016 805 тыс. руб. до 96 617 645 тыс. руб., а их доля вырастет с 17,33% до 18,04%. Процентные доходы по кредитным картам увеличатся с 25 550 410 тыс. руб. до 26 827 930 тыс. руб. Данное увеличение приведет к росту их доли в общих процентных доходах банка с 51,37% до 52,59%.

Вывод по разделу два

ПАО «Совкомбанк» входит в пятёрку крупнейших частных банков в Российской Федерации по размеру активов, количеству офисов и территориальному покрытию. Стратегия банка заключается в достижении неоспоримых конкурентных преимуществ в отдельных нишах. Дисциплинированное следование этой стратегии позволило «Совкомбанку» достичь доходности на капитал (ROE) 50% в среднем за 2010-2017 гг.

В результате оценки основных экономических показателей был сделан вывод об увеличении эффективности деятельности ПАО «Совкомбанк» в 2017 г. по сравнению с 2016 г. На 1 января 2016 г. по сравнению с 1 января 2015 г. общая сумма собственных средств выросла на 8 353 286 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 1 января 2016 г. – на 16 452 131 тыс. руб. Общая сумма обязательств ПАО «Совкомбанк» выросла на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 290 432 115 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 8 200 815 тыс. руб. На 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. общая сумма активов выросла на 298 785 401 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 24 652 946 тыс. руб. Чистая прибыль на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. выросла на 2 136 026 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 8 818 584 тыс. руб., за счет увеличения комиссионных и иных видов доходов банка.

Кредитная карта в ПАО «Совкомбанк» оформляется непосредственно на физическое лицо – держателя карты. В целом увеличение числа общего количества карточек на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. составило 619 тыс. шт., а на 1 января 2017 г. – 2 551 тыс. шт. Наибольший рост и в 2016 г. и в 2017 г. произошел в части кредитных карт «Халва» в связи с проведением активной рекламной кампании. Наибольшим спросом за все три анализируемых периода пользовались кредитные карты «Халва» – 52,38%, 53,89% и 61,51% соответственно. Процентные доходы по пластиковым картам на 1 января 2015 г. составили 11 208 300 тыс. руб., на 1 января 2016 г. выросли до 22 308 400 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. – до 25 550 410 тыс. руб. Коэффициент кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» имеет высокие значения. На 1 января 2015 г. он составил 0,88, на 1 января 2016 г. – 0,88, на 1 января 2017 г. – 0,78.

Сокращение коэффициента соотношения комиссионного и процентного дохода связано со снижением комиссии банка по выдаваемым кредитным картам в целях привлечения большего количества клиентов. В целом можно сделать вывод об эффективности использования кредитных карт в ПАО «Совкомбанк». Однако к недостаткам использования кредитных карт можно отнести: увеличение

показателя кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» в связи с ростом просроченной задолженности; снижение комиссионных доходов по кредитным картам; снижение объемов кредитования по кредитным картам в общем объеме активных операций банка.

Результаты исследования агентства Frank Research Group за 2016-2017 г. однозначно подтверждают экономическую эффективность программ лояльности. Показатели карт программ лояльности значимо (порой в разы) отличаются от показателей карт без программы лояльности. Результаты исследования однозначно подтверждают экономическую эффективность программ лояльности. Показатели карт программ лояльности значимо (порой в разы) отличаются от показателей карт без программы лояльности. В настоящее время согласно существующих условий программ лояльности на карте «Халва» начисление вознаграждения производится при безналичной оплате товаров (работ, услуг) в торгово-сервисных предприятиях, совершенных только за счет собственных средств клиента.

В связи с этим в качестве развития использования кредитных карт ПАО «Совкомбанк» рекомендуется увеличение возможностей карты «Халва» путем расширения программ лояльности за счет возможности получения клиентами «кэшбека» на покупки, совершенные за счет кредитных средств. Однако большая часть операций по карте «Халва» совершается за счет использования кредитных средств. В связи с этим многим клиентам не удастся воспользоваться программой лояльности, что значительно снижает показатели использования данной карты клиентами. Ожидается, что данное мероприятие позволит банку увеличить объем выдаваемых кредитных карт, процентных и комиссионных доходов на 5%.

За счет внедрения предложенного мероприятия объем выдаваемых кредитных карт увеличится с 14 258 тыс. руб. до 14 696 тыс. руб. Выданные средства по кредитным картам увеличатся с 92 016 805 тыс. руб. до 96 617 645 тыс. руб., а их доля вырастет с 17,33% до 18,04%. Процентные доходы по кредитным картам увеличатся с 25 550 410 тыс. руб. до 26 827 930 тыс. руб. Данное увеличение приведет к росту их доли в общих процентных доходах банка с 51,37% до 52,59%.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате выполнения исследования была достигнута поставленная цель – осуществлена разработка направлений совершенствования использования кредитных банковских карт в ПАО «Совкомбанк».

Основным источником правового регулирования расчетов с использованием банковских карт относят ГК РФ, федеральные законы, регулирующие банковскую деятельность, а также Положение Банка России «Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт» от 24 декабря 2004 года № 266-П. Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием, классифицирует совокупность банковских карт в разрезе системы проведения расчетов (карты расчетного типа, кредитного типа и предоплаченного типа).

Кредитная карта – это инструмент, при помощи которого держатель может рассчитываться за счет ссуженных ему банком средств в пределах установленного лимита, а в последствии выплачивать сумму предоставленного кредита и процентов, начисленных за его использование в соответствии с заключенным договором. При использовании материалов, содержащих характеристику показателей развития рынка кредитных карт, можно провести оценку следующим направлениям: оценка динамики развития рынка кредитных карт в разрезе международных и национальных платежных систем; оценка структуры рынка кредитных карт по их видам; оценка структуры розничных платежей, совершаемых посредством использования различных устройств: мобильного банкинга, банкоматов, POS-терминалов; оценка объемов эмитированных карт на один банкомат и один POS-терминал. Анализ эффективности системы кредитных карт относится к категории сложных и комплексных экономических задач и должен рассматриваться в общей структуре прибыльности, доходности и рентабельности банковской деятельности.

В третьем квартале 2017 г. рост рынка кредитных карт, в основном, обеспечили 3 кредитных организации: Сбербанк, увеличивший портфель на 33,9

млрд руб., Тинькофф Банк – на 9,6 млрд руб. и Альфа-Банк – на 7,6 млрд руб. Также заметный рост показал Банк Восточный Экспресс, показавший увеличение портфеля на 2,3 млрд руб. до 43,9 млрд руб. Рост крупнейших банков привел к увеличению рыночной концентрации, несмотря на общее увеличение объема рынка. В третьем квартале крупнейшие 5 банков увеличили долю до 75,5%. По мнению экспертов из «ЮниКредитБанк» из-за финансовых потрясений последних лет рынок кредитных карт, как и любой рынок финансовых услуг, демонстрирует не самые высокие темпы роста. Однако многие люди находят для себя множество причин для открытия кредитной карты. Делая прогнозы и оценивая перспективы рынка, банкиры отмечают, что рынок кредитных карт еще далек от насыщения.

ПАО «Совкомбанк» входит в пятёрку крупнейших частных банков в Российской Федерации по размеру активов, количеству офисов и территориальному покрытию. Стратегия банка заключается в достижении неоспоримых конкурентных преимуществ в отдельных нишах. Дисциплинированное следование этой стратегии позволило «Совкомбанку» достичь доходности на капитал (ROE) 50% в среднем за 2010-2017 гг.

В результате оценки основных экономических показателей был сделан вывод об увеличении эффективности деятельности ПАО «Совкомбанк» в 2017 г. по сравнению с 2016 г. На 1 января 2016 г. по сравнению с 1 января 2015 г. общая сумма собственных средств выросла на 8 353 286 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 1 января 2016 г. – на 16 452 131 тыс. руб. Общая сумма обязательств ПАО «Совкомбанк» выросла на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 290 432 115 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 8 200 815 тыс. руб. На 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. общая сумма активов выросла на 298 785 401 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 24 652 946 тыс. руб. Чистая прибыль на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. выросла на 2 136 026 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 8 818 584 тыс. руб., за счет увеличения комиссионных и иных видов доходов банка.

Кредитная карта в ПАО «Совкомбанк» оформляется непосредственно на физическое лицо – держателя карты. В целом увеличение числа общего количества карточек на 1 января 2016 г. по сравнению с 2015 г. составило 619 тыс. шт., а на 1 января 2017 г. – 2 551 тыс. шт. Наибольший рост и в 2016 г. и в 2017 г. произошел в части кредитных карт «Халва» в связи с проведением активной рекламной кампании. Наибольшим спросом за все три анализируемых периода пользовались кредитные карты «Халва» – 52,38%, 53,89% и 61,51% соответственно. Процентные доходы по пластиковым картам на 1 января 2015 г. составили 11 208 300 тыс. руб., на 1 января 2016 г. выросли до 22 308 400 тыс. руб., а на 1 января 2017 г. – до 25 550 410 тыс. руб. Коэффициент кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» имеет высокие значения. На 1 января 2015 г. он составил 0,88, на 1 января 2016 г. – 0,88, на 1 января 2017 г. – 0,78.

Сокращение коэффициента соотношения комиссионного и процентного дохода связано со снижением комиссии банка по выдаваемым кредитным картам в целях привлечения большего количества клиентов. В целом можно сделать вывод об эффективности использования кредитных карт в ПАО «Совкомбанк». Однако к недостаткам использования кредитных карт можно отнести: увеличение показателя кредитного риска кредитных карт ПАО «Совкомбанк» в связи с ростом просроченной задолженности; снижение комиссионных доходов по кредитным картам; снижение объемов кредитования по кредитным картам в общем объеме активных операций банка.

Результаты исследования агентства Frank Research Group за 2016-2017 г. однозначно подтверждают экономическую эффективность программ лояльности. Показатели карт программ лояльности значимо (порой в разы) отличаются от показателей карт без программы лояльности. Результаты исследования однозначно подтверждают экономическую эффективность программ лояльности. Показатели карт программ лояльности значимо (порой в разы) отличаются от показателей карт без программы лояльности. В настоящее время согласно существующих условий программ лояльности на карте «Халва» начисление вознаграждения производится при безналичной оплате товаров (работ, услуг) в

торгово-сервисных предприятиях, совершенных только за счет собственных средств клиента.

В связи с этим в качестве развития использования кредитных карт ПАО «Совкомбанк» рекомендуется увеличение возможностей карты «Халва» путем расширения программ лояльности за счет возможности получения клиентами «кэшбека» на покупки, совершенные за счет кредитных средств. Однако большая часть операций по карте «Халва» совершается за счет использования кредитных средств. В связи с этим многим клиентам не удастся воспользоваться программой лояльности, что значительно снижает показатели использования данной карты клиентами. Ожидается, что данное мероприятие позволит банку увеличить объем выдаваемых кредитных карт, процентных и комиссионных доходов на 5%.

За счет внедрения предложенного мероприятия объем выдаваемых кредитных карт увеличится с 14 258 тыс. руб. до 14 696 тыс. руб. Выданные средства по кредитным картам увеличатся с 92 016 805 тыс. руб. до 96 617 645 тыс. руб., а их доля вырастет с 17,33% до 18,04%. Процентные доходы по кредитным картам увеличатся с 25 550 410 тыс. руб. до 26 827 930 тыс. руб. Данное увеличение приведет к росту их доли в общих процентных доходах банка с 51,37% до 52,59%.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): федер. закон, 26 янв. 199 г. №14-ФЗ [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
2. О банках и банковской деятельности: федер. закон, 2 дек. 1990 г. №395-1 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
3. Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием: положение ЦБ РФ, 24 дек. 2004 г. №266-П [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
4. Алавердов, А.Р. Стратегический менеджмент в банке: учебное пособие / А.Р. Алавердов. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 396 с.
5. Анализ финансового состояния коммерческого банка: учебное пособие / под ред. А.Д. Ларионова. – М.: Фис, 2014. – 309 с.
6. Анализ деятельности банков: учебное пособие / И.К. Козлова, Т.А. Купрюшина. – М.: Высшая школа, 2013. – 240 с.
7. Банки и банковские операции: учебник для вузов / под ред. Е.Ф. Жукова. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 450 с.
8. Банковский менеджмент: учебник / под ред. Ю.Ю. Русанова. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 480 с.
9. Банковское дело: учебник / под ред. Г.Г. Коробовой. – М.: Юрист, 2014. – 210 с.
10. Банковское дело: учебное пособие / под ред. Ю.А. Бабичевой. – М.: Экономика, 2014. – 203 с.
11. Банковские кредитные карты в 2018 году: прогнозы и перспективы рынка. – <https://www.kp.ru/guide/bankovskie-kreditnye-karty.html>
12. Белозеров, С.А. Банковское дело: учебник / С.А. Белозеров, О.В. Мотовилов. – М.: Проспект, 2015. – 408 с.
13. Белоглазова, Б.Н. Денежное обращение и банки: учебное пособие. / Б.Н. Белоглазова, Г.В. Толоконцева. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 355 с.

14. Бондаренко, А.В. Доходные банковские карты: перспективы развития и особенности использования / А.В. Бондаренко // Молодой ученый. – 2017. – №9. – С. 388-391. – URL <https://moluch.ru/archive/143/40153/>
15. Боровская, М.А. Банковские услуги предприятиям: учебное пособие. / М.А. Боровская. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2014. – 169 с.
16. Бровкина Н.Е. Стратегическая цель развития и принципы регулирования кредитного рынка // Деньги и кредит. – 2014. – № 4. – С. 35-39.
17. Булатова, А.И, Рынок пластиковых карт в России: особенности и перспективы развития / А.И. Булатова, А.Р. Рахматуллина // Экономика, управление, финансы: материалы III Междунар. науч. конф. – Пермь: Меркурий, 2014. – С. 56-59. – URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/93/4748/>
18. Галанов, В.А. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / В.А. Галанов. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 416 с.
19. Гафарова О.В. Институциональное устройство и развитие финансово-кредитных систем // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2015. – № 1-1. – С. 183-188.
20. Гиляровская, Л.Т. Комплексный анализ финансово-экономических результатов деятельности банка и его филиалов: учебное пособие / Л.Т. Гиляровская, С.Н. Паневина. – СПб.: Питер, 2015. – 240 с.
21. Громов Р.М. Анализ особенностей кредитной системы Российской Федерации // Молодой ученый. – 2015. – № 24 (104). – С. 415-418.
22. Доронина, П. А. Платежная инфраструктура как фактор развития рынка пластиковых карт / П.А. Доронина // Молодой ученый. – 2016. – №26. – С. 281-284. – URL <https://moluch.ru/archive/130/35880/>
23. Дробышева, И.Ю. Развитие области использования кредитных карт в Российской Федерации / И.Ю. Дробышева // Молодой ученый. – 2014. – №18. – С. 354-357. – URL <https://moluch.ru/archive/77/13421/>
24. Дробышева, И.Ю. История развития, виды и классификация банковских пластиковых карт в Российской Федерации / И.Ю. Дробышева // Молодой ученый. – 2014. – №16. – С. 239-241. – URL <https://moluch.ru/archive/75/12658/>

25. Дубровина, Н.С. Анализ проблем российского рынка пластиковых карт на современном этапе его развития / Н.С. Дубровина // Молодой ученый. – 2015. – №23. – С. 528-531. – URL <https://moluch.ru/archive/103/23757/>
26. Дуздибаева, А.С. Современные банковские карты / А.С. Дуздибаева // Вопросы экономики и управления. – 2016. – №4. – С. 43-46. – URL <https://moluch.ru/th/5/archive/38/1111/>
27. Жарковская, Е.П. Финансовый анализ деятельности коммерческого банка: учебное пособие / Е.П. Жарковская. – М.: Омега-Л, 2014. – 206 с.
28. Жуков, Е.Ф. Банки и банковские операции: учебное пособие / Е.Ф. Жуков. – СПб.: Питер, 2014. – 234с.
29. Звонова, Е.А. Деньги, кредит, банки: учебник и практикум / Е.А. Звонова, В.Д. Топчий. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 455 с.
30. Иванов, Д.Ю. Анализ целесообразности выплат заработной платы с использованием пластиковых карт / Д.Ю. Иванов, Е.В. Афанасьева // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2016 г.). – М.: Буки-Веди, 2016. – С. 110-113. – URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/174/10559/>
31. Иванова, Е.В. Анализ рынка банковских операций с пластиковыми картами в России / Е.В. Иванова // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2014. – №2 (16). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynka-bankovskih-operatsiy-s-plastikovymi-kartami-v-rossii>
32. Ивлева, Г.И. Актуальность рынка пластиковых карт в современной банковской системе / Г.И. Ивлева // Молодой ученый. – 2015. – №10. – С. 311-314. – URL <https://moluch.ru/archive/57/7900/>
33. Исследование Тинькофф Банка: в третьем квартале 2017 г. рынок кредитных карт ускорил рост. – <https://www.tinkoff.ru/invest/news/145438/>
34. Казначевская, Г.Б. Деньги, кредит, банки. / Г.Б. Казначевская. – М.: КноРус, 2014. – 352 с.
35. Колесников, В.И. Банковское дело: учебник для вузов / В.И. Колесников, Л.П. Кроливецкая. – М.: Инфра-М, 2013. – 409 с.

36. Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями, по типам карт. – http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=p_sys/sheet013.htm

37. Количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию и/или эквайринг платежных карт. – http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet012.htm

38. Коробова, Г.Г. Банковское дело: учебное пособие / Коробова Г.Г. – М.: Экономика, 2014. – 302 с.

39. Костерина, Т.М. Банковское дело: учебное пособие / Т.М. Костерина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 408 с.

40. Кривошапова, С.В. Оценка и способы борьбы с мошенничеством с банковскими картами в России / С.В. Кривошапова, Е.А. Литвин // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 4 (часть 1) – С. 116-120.

41. Кулаков, А.Е. Управление активами и пассивами банка: практическое пособие / А. Е. Кулаков. – М.: БДЦ-пресс, 2013. – 256 с.

42. Кумок, С.И. Анализ деятельности коммерческого банка: учебное пособие / С.И. Кумок. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 309 с.

43. Лаврушин, О.И. Банковское дело: учебник для вузов / О.И. Лаврушин. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 672 с.

44. Лаврушин, О.И. Управление деятельностью коммерческого банка (банковский менеджмент): учебное пособие / О.И. Лаврушин. – М.: Юристъ, 2014. – 688 с.

45. Мансурова, Г.И. Классификация банковских карт и особенности их использования // Г.И. Мансурова, А.П. Мансуров // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 4. – <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14230>

46. Мельникова, О.В. Анализ динамики развития и выявления основных проблем рынка банковских карт в России на современном этапе / О.В. Мельникова, Е.А. Бурда и др. // Молодой ученый. – 2016. – №24. – С. 199-201. – URL <https://moluch.ru/archive/128/35425/>

47. Павлова, Г.С. Анализ финансового состояния коммерческого банка: учебное пособие / Г.С. Павлова. – М.: Финансы и кредит, 2014. – 304 с.

48. Уляшев, И.Ю. Анализ рынка кредитных карт ведущих банков России / И.Ю. Уляшев, Н.А. Шерегов и др. // Финансы и кредит. – УЭКС, – 2014. – <http://uecs.ru/uecs69-692014/item/3033-2014-09-09-06-08-26>

49. Фролов, А.В. Российский рынок платежных карт: проблемы и перспективы / А.В. Фролов // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 12 (часть 2) – С. 464-469.

50. Юнышева, И.Ю. Некоторые аспекты развития банковских платежных карт в России / И.Ю. Юнышева // Молодой ученый. – 2014. – №17. – С. 367-370. – URL <https://moluch.ru/archive/76/12926/>