

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Финансы и кредит

(направленность (профиль)/специализация)

## ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Операции банка с банковскими картами: особенности, проблемы, перспективы (на примере ООО «Алтайкапиталбанк»)

Студент

И.И. Макашенец

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

док. экон. наук Л.В. Глухова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2022

## Содержание

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты операций банка с банковскими картами .....	6
1.1 Сущность, классификация и особенности применения банковских карт	6
1.2 Основные операции коммерческих банков с пластиковыми картами...	15
2 Анализ состояния операций с банковскими картами в ООО «Алтайкапиталбанк» .....	22
2.1 Организационно-экономическая характеристика банка .....	22
2.2 Анализ операций банка с банковскими картами.....	25
3 Перспективы совершенствования операций с банковскими картами в ООО «Алтайкапиталбанк» .....	42
3.1 Проблемы и перспективы банка по развитию операций с банковским картами.....	42
3.2 Пути решения выявленных проблем банка по операциям с банковским картами.....	54
Заключение .....	67
Список используемой литературы .....	70
Приложение А Отчет о финансовых результатах.....	74

## Введение

За последние годы в Российской Федерации произошел настоящий прорыв в области применения безналичных решений. Одним из таких решений на сегодняшний день являются банковские карты. В последние годы, по данным Центрального банка, доля платежей, прошедших благодаря банковским картам, выросла почти в 5 раз, что выше среднего показателя по другим странам.

Государство обладает большой заинтересованностью в развитии безналичных оплат за товары и услуги.

Из-за ряда проблем в развитии безналичных решений стремительно развивающаяся сфера банковских карт не прогрессирует максимально возможными темпами. Сюда относятся такие проблемы как:

- недостаточно эффективная законодательная база по защите прав держателей банковских карт;
- низкая финансовая грамотность граждан;
- защита банковских карт от мошенников;
- неравномерная техническая обеспеченность регионов страны банкоматами и терминалами;
- зависимость от действий международных платежных систем.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в нынешнем положении уровня развития информационных технологий в области банковского обслуживания определяет развитие способов и механизмов совершения транзакций. В 2021 году можно увидеть высокую активность банков в развитии системы электронных платежей. Для этого факта характерно: повышение количества эмиссии карт, увеличение роста оборотов и количества остатков по счетам. В процессе развития рынка банковских карт была создана диверсификация видов карт, имеющих различия в назначении и обладающих различными техническими характеристиками. Операции с банковскими платежными картами раскрыли новые горизонты финансового

обслуживания держателей данного продукта. В большинстве банков отмечается рост числа граждан, которые становятся участниками системы безналичных решений на основе применения карт.

Цель данной работы состоит в изучении особенностей, проблем и перспектив операций банка с банковскими картами.

В соответствии с поставленной целью, можно сформулировать следующие задачи исследования:

- исследовать теоретические аспекты операций банка с банковскими картами;
- провести анализ состояния операций с банковскими картами в ООО «Алтайкапиталбанк»;
- определить перспективы совершенствования операций с банковскими картами в ООО «Алтайкапиталбанк».

Предметом исследования являются операции банка с банковскими картами.

Объектом исследования является деятельность ООО «Алтайкапиталбанк».

Методологический инструментарий составили российские и иностранные научные материалы, общенаучные методы комплексного подхода к анализу банковской деятельности. В работе использованы статистические, расчётные инструменты исследования. Результаты исследования оформлены в виде таблиц, диаграмм и схем.

Практическая значимость работы состоит в перспективах дальнейшего внедрения результатов исследования в деятельности российских банков.

Информационно-эмпирическую базу исследования для написания работы составили следующие источники:

- законодательные и нормативно-правовые акты РФ;
- статистическая отчётность;
- нормативные документы банков;
- финансовая отчётность банков;

– научная и учебно-экономическая литература.

Новизна исследования заключается в выявлении перспектив совершенствования операций с банковскими картами.

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения предлагаемых мероприятий в деятельности ООО «Алтайкапиталбанк».

Структурно работа состоит из введения, трёх разделов, заключения, списка используемой литературы и используемых источников и приложений.

Во введении обозначена актуальность работы, цель работы, задачи исследования. Указаны предмет и объект исследования, методологический инструментарий, практическая значимость, информационно-эмпирическая база, научно и учебно-экономическая литература.

В первой главе рассмотрены теоретические основы системы работы банковских карт. Рассматриваются основные характеристики параметров банковских карт, операции банков с пластиковыми картами и опыт использования карт.

Во второй главе проведён анализ операций банка с пластиковыми картами, уровень развития. Были выявлены проблемы и выработаны пути их решения.

В третьей главе были сформулированы предложения по решению выявленных проблем и даны рекомендации к модернизации рынка банковских карт. Произведён расчёт стоимости внедрения банковских карт Национальной платежной системы МИР в банке.

В заключении сделаны выводы по изученному материалу, обозначенным проблемам и их решению.

# **1 Теоретические аспекты операций банка с банковскими картами**

## **1.1 Сущность, классификация и особенности применения банковских карт**

Банковская карта – основное средство безналичного расчёта. Внедрение банковских карт на текущий момент одна из наиболее важных задач «технологической революции» в банковской сфере. Карта даёт определенные преимущества держателям карт. Кредитные организации, которые стремятся повысить престиж и конкурентоспособность, получают гарантии, по снижению собственных издержек на учёт денежной массы [2].

«В настоящее время одним из ключевых инструментов безналичных расчетов является пластиковая карта. В мире она уже давно превратилась в важнейший инструмент не только банковской системы, но и повседневной жизни. В большинстве экономически развитых стран пластиковая карта является неотъемлемым атрибутом сферы торговли и услуг. Проведение операций с помощью платежных карт показывает степень развития банковской системы и общества. Достаточно сказать, что безналичная оплата товаров и услуг в промышленно развитых странах достигает 90% в структуре всех денежных операций» [12].

Пластиковые карты являются основным элементом платежных систем. Они позволяют удобно, просто и безопасно производить оплату товаров, услуг и работ, а также снимать наличные денежные средства [1].

В данный момент имеется рост присутствия банков в области применения безналичных решений юридическими и физическими лицами. Пластиковая карта представляет из себя платежный инструмент, основным принципом которого являются расчетно-платежные отношения [3].

«Банковская карта – это платежная карта, эмитированная банком, которая является персонализированным инструментом безналичных расчетов. Она предназначена для реализации физическими лицами и представителями

юридических лиц операций с финансовыми средствами, которые находятся у банка-эмитента» [16, с. 38].

«Любая карта может быть привязана к одному, но иногда и к некоторому количеству счетов в банке. Она применяется для:

- проведения оплаты продуктов и услуг;
- оплат через канал интернет-связи;
- снятия наличных денежных средств через банкомат.

Владельцем карты является кредитная организация, эмитировавшая ее, а держателем карты – клиент данной организации» [16, с. 39].

«История банковских карт начинается в США в 1914 году. Тогда были выпущены первые аналоги банковских карт, которые используются в повседневной жизни. Они были картонными и демонстрировали платёжеспособность клиента. В 1928 году вместо целлюлозы начали использовать металл, с помощью которого автоматизировали обработку данных. Хотя первая во всем мире глобальная платёжная система возникла в 1949 году с открытием компании Diners Club. Эта система была клубной и не относилась к банковской и имела ограничения в использовании в сети указанных компаний товаров и услуг, она работает по такой же схеме, как все ее новейшие банковские последователи – American Express, Visa и MasterCard» [14, с. 250].

Банковские карты начали массово выпускаться в Соединённых Штатах в 1950-е годы, как новый инструмент безналичного расчёта вместо старых чеков. В расширенный оборот банковские карты были внедрены нью-йоркским банком Long Island Bank в 1951 году. В Европе первой компанией, выпускавшей пластиковые карты, была Finders Services. В 1960-е годы на карточках стали делать магнитная полосу, на которой записывалась информация. В 1990 году на картах появились электронные чипы, которые обеспечивали более быстрое взаимодействие с кассовым аппаратом [4].

Платёжная система – совокупность организаций, взаимодействующих по правилам платёжной системы в целях осуществления перевода денежных

средств, включающая оператора платежной системы, операторов услуг платежной инфраструктуры и участников платежной системы, из которых как минимум три организации являются операторами по переводу денежных средств [5, ст.3].

Функции пластиковых карт:

- информационная – обладает сведениями о имени держателя карты, персональном номере в системе банка, дате окончания и др.;
- идентификационная – содержит информацию об идентификационных данных объекта (ФИО, собственноручную подпись);
- обеспечение доступа: физический и информационный доступ; доступ к скидкам и льготам (дисконтные, лояльности, бонусные); доступ к услугам и товарам (дебетовые, кредитные, предоплаченные) [28, с. 40].

В Российской Федерации самыми популярными платежными системами считаются:

- Национальная система платежных карт Мир;
- VISA;
- MasterCard;
- China UnionPay;
- JCB;
- American Express [6].

Одним из инструментов платёжной системы является банковская карта, которая различается по видам [32, с. 64].

По типу средств, которые находятся на карте, можно выделить:

- дебетовые карты – электронное средство платежа, которое используется для совершения операций ее держателем в пределах расходного лимита - суммы денежных средств клиента, находящихся на его банковском счете [5, ст.3]. На дебетовой пластиковой карте располагаются только собственные финансовые средства держателя счета. Оплата товаров и услуг, снятие наличных денежных средств в



банке или банкомате осуществляется только в случае наличия денежных средств на счёте, который привязан к данной пластиковой карте. Дебетовые карты, которые по соглашению банка с предприятием оформляются на сотрудников с целью перечисления заработной платы и прочих начислений, называются «зарплатными». Данные карты эмитируются в пределах «зарплатного проекта» [40, с. 208];

- кредитная карта - электронное средство платежа, которое используется для совершения ее держателем операций за счет денежных средств, предоставленных кредитной организацией-эмитентом клиенту в пределах расходного лимита в соответствии с условиями кредитного договора [5, с. 3]. Банк устанавливает на счет карты кредитный предел, в границах которого клиент банка может производить покупки товаров и услуг, а также снимать наличные денежные средства. При всём при этом на данном пластиковом продукте имеется возможность сберегать и личные средства клиента банка. Кредитные карты могут иметь различия по способу начисления процентов за использование кредитных денежных средств. Большая часть кредитных пластиковых карт обладает льготным беспроцентным периодом, на протяжении которого на использованные средства не производится начисление процентов. Данный срок варьируется от 30-120 дней. В случаях, если задолженность перед банком будет погашена на протяжении этого периода, для клиента не будет дополнительных расходов. Существуют кредитные карты и без беспроцентного периода, проценты на овердрафт в этом случае начисляются сразу же [33, с. 83];
- предоплаченная карта - электронное средство платежа, которое используется для осуществления перевода электронных денежных средств, возврата остатка электронных денежных средств в пределах

суммы предварительно предоставленных держателем денежных средств кредитной организации – эмитенту [5, с. 3].

Выделяются абсолютно разные принципы классификации карт (по назначению, функционально, технически, иные). Можно разделить по организациям, которые их выпускают (эмитентам) и соответственно по сфере применения [7].

«По принадлежности к учреждению-эмитенту:

- банковские карты, эмитентом которых является банк или сообщество банков;
- коммерческие карты;
- те, что выпускаются нефинансовыми учреждениями: коммерческими фирмами или группой коммерческих фирм [8].

В частности, к ним относятся туристические карты и карты развлечений. Они выпускаются компаниями, которые специализируются на обслуживании указанной сферы, например, American Express – карты принимаются торговыми и сервисными предприятиями во всем мире для оплаты товаров и услуг, а также предоставляют их владельцам различные льготы по бронированию авиабилетов, номеров в гостиницах, страхованию жизни, скидки с цены товара и т.д.» [24].

В России неправильно используют понятие «кредитная карта». Часто им описывают абсолютно все пластиковые карты, но иногда относят только лишь карты с кредитными средствами. Основа неправильного толкования заключается в том, что изначально были только лишь кредитные карты, именно поэтому население и привыкло называть все банковские карты «кредитными» [18, с. 114].

По уровню карты: от классической до «привилегированной» [9].

Чем выше уровень карты, тем больше у неё функций и увеличены лимиты на операции, но также и цена за ее обслуживание будет гораздо выше. Существуют карты классической, золотой, платиновой, «черной» категории карт, на примере карт Visa бывают:

- Visa Classic;
- Visa Gold;
- Visa Platinum;
- Visa Black [10].

Помимо этого, использование таких карт акцентирует внимание на статусе держателя, в основном именно из-за этого критерия ими и пользуются. С увеличением премиальности карты, так же могут и различаться кредитные лимиты на ней [13].

Но некоторые платежные системы, такие как национальная платежная система МИР, не используют градацию клиентов по картам. Они разделяют карты только на физические и виртуальные [11].

По времени выдачи карты разделяются на моментальные и классические [15].

«Классические пластиковые карты стандартно оформляются на протяжении 2-5 рабочих дней. При необходимости в банках есть возможность срочной выдачи пластиковой карты. Услуга предоставляется платно, но с помощью нее можно получить пластиковую карту в тот же день, либо последующий рабочий день» [32].

Моментальные пластиковые карты оформляются в течении 10 минут после обращения. Такие карты являются неименными и отличаются условиями обслуживания карты от классических.

По форме выпуска карты разделяются:

- выпущенные на физическом носителе;
- цифровые [17].

Цифровые карты отличаются от выпущенных на физическом носителе тем, что для их производства не требуется выпуск пластика. Банк экономит в сроках выпуска на изготовлении карты, но для клиента банка по данным картам возможна либо только оплата по ним в сети Интернет, либо требуется устройство с возможность бесконтактной оплаты [19].

Банку это максимально выгодно, поэтому для данных видов карт чаще

всего предлагаются льготные тарифы, повышенные Cash-Back функции. Часто финансовые организации утверждают, что это помогает сохранить природу. Платежные системы, видя данную тенденцию, снижают комиссии по операциям, проведенным благодаря данному способу оплат;

По виду платёжной системы: Visa, MasterCard, Национальная платежная система МИР, JCB, American Express и т.д. [20].

Глобальный международный рынок пластиковых карт на данный момент делят две наиболее крупные платежные системы – Visa Inc и MasterCard Worldwide. Так на платёжную систему Visa приходится в районе 57% пластиковых карт всего мира, в свою очередь на MasterCard Worldwide ориентировочно 26% карт. Так же существуют и национальные платежные системы, которые максимально лоббируются страной распространения данных карт, к примеру, American Express в США, Национальная платежная система МИР – в России, Union Pay в Китае и т.д. [22].

Данная структура связана в основном с тем, что компания VISA имеет очень широкие возможности, благодаря партнерским отношениям с банками. Так, данная компания является давним партнером таких крупнейших банков-эмитентов пластиковых карт, как Bank of America, Wells Fargo, JPMorgan и многих других [21].

По типам бонусных сервисов:

- кобрендинговые карты;
- сервисы, предоставляемые только банком [23].

Пластиковые карты часто выпускают в кобрендинге банка с различными большими организациями. Данные пластиковые карты предоставляют их держателю определённые привилегии. К примеру, партнёром может быть крупная авиакомпания при совершении покупки владельцу карты начисляются бонусные так называемые «мили», которые в дальнейшем, потребитель сможет обменять на авиационные услуги [25, с. 221].

Также большинство банков в качестве бонуса к пластиковой карте предоставляют клиенту Cashback. При совершении покупки по кредитной или

дебетовой карте владелец карты сможет получить заранее прописанный в условиях программы процент от совершенной оплаты пластиковой картой товаров и услуг в зависимости от сферы деятельности. В дальнейшем, в зависимости от банка, данные бонусы клиент сможет либо перевести в рубли, либо расплатиться ими в магазинах партнерах банка [26].

По форме записи данных на карту:

- данные, записанные на магнитную полосу;
- данные, записанные на микрочип [27].

Самые первые карты с электронной магнитной полосой появились в 1971 году. В конце 1990 годов для безопасности были разработаны и начали встраиваться чипы. Магнитная полоса не могла гарантировать защиту информации от мошенников из-за большого количества скимминговых устройств. Заплатить по карте с чипом за услуги или товар в торговой точке возможно после введения PIN-кода, выданного держателю карты банком. Благодаря замене магнитной полосы на чип, увеличилась безопасность эквайринга при расчёте и определении держателя карты [35, с. 41].

С 2003 года платежные системы начали тестировать наиболее часто на данный момент встречающийся вид оплат – Pay Pass/Pay Wave. Благодаря наличию на карте, определенной тэг-метки, возникает возможность совершения оплат в одно касание картой POS-Терминала. В 2014 году данная технология появилась в России [29].

Можно выделить определенные достоинства для банков и держателей карт. Для держателей пластиковых карт:

- возможность с легкостью внести денежные средства на счёт пластиковой карты;
- произвести перевод средств с одного счета на другой, открытого в этом же банке, либо в другом финансовом учреждении, вне зависимости от лица, которому будет принадлежать этот счет;
- скорость получения заработной платы и простоты ее получения, при наличии зарплатного проекта между организацией и банком

ЭМИТЕНТОМ;

- возможность снятия денег по пластиковой карте в филиалах банков или при использовании банкоматов;
- скорость проведения оплат товаров торгово-сервисных точек;
- возможность получения выписок по своим средствам [30].

Для коммерческого банка, выпускающего пластиковые карты:

- доход от денежных средств, хранящихся на карточном счете клиентов;
- возможность получения прибыли по транзакциям, проводимым с использованием карт;
- расширение клиентской базы;
- улучшение узнаваемости бренда банка;
- безопасность транзакций и денежных средств на карте;
- удобство обслуживания в магазинах, отсутствие проблем с разменом, сдачей, точные расчёты [31].

Главные особенности пользования пластиковыми картами:

- карточный бизнес на данный момент сильно развит как в мире так в России;
- технологически он крайне прогрессивен, быстро развивается. В нем применяются последние научные и технические достижения;
- все банки, занимающиеся выпуском и обслуживанием, огромного количества разных карт, работающие с разными платёжными системами, имеют цель сделать возможным предложение на рынке наиболее полного пакета услуг своим клиентам, работающих с ними по пластиковым картам [18, с. 15].

Таким образом, банковские пластиковые карты являются платёжным инструментом для осуществления операций в торговых точках, через сеть интернет и выдачи наличных денежных средств. Механизм функционирования системы расчетов создан на использовании банковских карт в торгово-сервисных точках, банкоматах и системах банковского

обслуживания [34].

## **1.2 Основные операции коммерческих банков с пластиковыми картами**

Банк-эмитент производит эмиссию банковских карт, открывает счета, предоставляет банковские карты в пользование клиентам.

Банк-эмитент осуществляет функции:

- эмитирует карты, производит их кодирование и регистрирует персональные данные владельцев карт, выдает карты клиентам, перевыпускает карты с закончившимся сроком действия или вышедшие из строя;
- анализирует кредитоспособность (оценивает финансовое положение) заявителей, открывает карточные счета, определяет возможный кредитный лимит;
- формирует и отправляет клиенту отчет по счету карты;
- взыскивает просроченную задолженность и осуществляет контроль за лимитом денежных средств на счете;
- работает с владельцами карт;
- обеспечивает безопасность;
- осуществляет маркетинговые активности;
- производит авторизацию при приеме карт в торгово-сервисных точках к оплате товаров и услуг, а также при выдаче наличных денежных средств.

Основные операции по банковским картам делятся на:

- платежи при помощи терминалов и банкоматов. Данные транзакции могут совершаться как физическими, так и юридическими лицами. Например, оплата электроники в магазине, проведение оплат квартплаты, в парикмахерских, доставки партий товаров для юридического лица компаниям-поставщикам, проведение

автоматического обмена валюты через банкомат и т.д.;

- платежи с помощью интернет-эквайринга. Данные операции могут совершаться через личный кабинет клиента банка, мобильное приложение банка или на сайте интернет-магазина. Самыми безопасными считаются совершение оплат с помощью интернет-сайта банка-эмитента, выпустившего карту, так как происходит разглашение данных карты только банку и минимизируется возможность фишинга в этот момент карты. На данный момент есть возможность, таким образом, не только произвести оплату услуг, но и произвести перевод с одной карты на другую карту; оплатить квартплаты; открыть вклад; оставить в банке заявку на кредит; открыть кредитную карту; осуществить пополнение счета мобильного телефона; открыть счет в национальной, либо в иностранной валюте; осуществить конвертацию денежных средств; контролировать собственные счета и т.д;
- совершение обналичивания денежных средств с карты;
- пополнение банковской карты наличными денежными средствами.

Далее в таблице 1 приведена классификация операций с банковскими картами.

Таблица 1 - Классификация операций с банковскими картами

Тип классификации	Виды
по типу транзакций с банковскими картами	– расходные операции; – приходные операции; – прочие операции.
по виду валюты	– операция в национальной валюте; – операция в иностранной валюте;
по типу платежной системы эмитированной карты	– операции, производимые с картой национальных платежных систем; – операции, осуществляемые с картой международных платежных систем;



Продолжение таблицы 1

1	2
по типу технологий проведения транзакции	<ul style="list-style-type: none"> <li>– online-операции – требуют наличия интернет-соединения между банкоматом или POS-Терминалом и банком-эквайером;</li> <li>– offline-операции – не требует при использовании карты online-связи с эквайером и эмитентом;</li> </ul>
по экономической сущности	<ul style="list-style-type: none"> <li>– финансовые операции; Сюда можно отнести такие операции как: зачисление средств, оплата за товары и услуги; выплата заработной платы работнику организации; перевод денежных средств клиентом на счета других физических лиц, а также собственные; получение наличности в кассах банковских учреждений и т. д.)</li> <li>– нефинансовые операции. В данную категорию относятся операции: по изменению и установке срока действия карты; установка и изменение лимита по карте; изменение PIN-кода по карте; блокировка банковской карте; получение выписки об операциях по карте, а также информации об остатке средств на счете и др.).</li> </ul>

С течением времени количество предоставляемых банками услуг с использованием пластиковых карт увеличивается. Снижаются временные затраты клиентов, снижая количество очередей в финансовых учреждениях при помощи ускорения процесса кассового обслуживания. Это благоприятно сказывается на пользовательском опыте клиентов.

Для ускорения процесса приема карт банки оптимизируют процесс авторизации платежных карт, благодаря увеличению скорости интернета, а также появлению новых процессинговых центров.

Авторизация – акцепт эмитента карты на проведение операции с участием карт. Для произведения авторизации торгово-сервисное предприятие совершает запрос в центр авторизации о подтверждении полномочий владельца карты и о его финансах. Если поступает положительный результат, система одобряет проведение оплаты и прописывает код авторизации, который сохраняется на чеке из терминала. В случае отрицательного результата центр процессинговые центр прописывает причину отказа. Если банк-эмитент недоступен, процессинговый центр имеет право принимать собственное решение по совершению транзакции.

Технология процессинга имеет зависимость от схем работы платежных систем, типа выданных карт, а также технического обеспечения торговой точки. Авторизация чаще всего производится автоматически, но бывают случаи, когда требуется ее произвести вручную, к примеру, по телефонному запросу (голосовая авторизация).

К примеру, в гостиничном деле используется функция предавторизация. Предавторизация позволяет холдировать денежные средства на счете клиента, благодаря чему, гостиница имеет полную уверенность в том, что клиент заедет и сможет произвести оплату. Если клиент передумает, по правилам международных платежных систем, владелец гостиничного бизнеса сможет произвести списание за 1 сутки проживания клиента. После заезда гостя данное учреждение обязано произвести отмену предавторизации и провести операцию в автоматическом режиме.

Спецификой совершения операций по пластиковым картам является то, что данные операции исполняются торгово-сервисными точками, банковскими учреждениями в долг. Продукты и услуги, приобретенные держателем карты, выдаются клиентам в момент совершения покупки, но денежные средства за данный товар поступят на счета в распоряжение юридического лица только по прошествии определённого времени. Гарантом осуществления платежей, которые возникают в результате обслуживания банковских карт, оказывается эмитировавший карту банк. Именно поэтому, вне зависимости от того, что карта находится в распоряжении у клиента банка, собственником данной карты является банк эмитент, который ее выпустил. Основой гаранта оказываются платёжные полномочия, зависящие от клиентов и отображенные на видах выданных карт.

При выдаче банковских карт посетителям банков, в строгом порядке производится персонализация карточного продукта – на нее вносятся подтверждающие данные, благодаря которым появляется возможность убедиться в подлинности карты и проверить её держателя. Благодаря персонализации можно проверить карту на возможность совершить оплату

товара или услуги, либо получить наличные с карты.

Во время проведения расчёта картой, ее владелец находится в определённых рамках [39, с. 153]. Чтобы произвести расчеты по дебетовой карте, он заранее вносит на свой личный счёт деньги, тем самым сам определяя свой собственный лимит, хранящийся на пластиковой карте, и лимит для операций по оплате услуг и товаров. Если будет произведена операция по оплате, то лимит дебетовой карты будет уменьшен. Контроль лимита денежных средств совершается при проведении авторизации, всегда обязательной по дебетовым картам.

Операции с пластиковыми картами осуществляются коммерческими банками, которые уполномочены на проведение таких операций и в распоряжении которых имеются терминалы для приема банковских карт. По карте производится расчет остатков средств после каждой совершенной транзакции по ней. Банки хранят данные по каждой операции, совершенной по дебетовым и кредитным картам.

На каждую карту, которая выпущена для клиента банка, создаётся отдельный счёт.

Банк - эмитент (выпустивший карту) имеет право производить эмиссию карт следующего вида: расчетные (дебетовые) карты, кредитные карты и предоплаченные карты. Динамичное развитие бизнеса на картах обуславливается необходимостью повышения комфортности и безопасности карт.

Банки заинтересованы взаимодействовать с данным продуктом в основном из-за следующего:

- карты позволяют повышать количество ресурсов на счетах держателей карт. Денежные средства, расположенные на счетах карт держатели, могут быть временно размещены на депозит;
- все операции с пластиковыми картами обычно облагаются банками комиссией. Держатель карты периодически должен внести плату за выдачу самой карты.

С позиции банка – эмитента главным является проблема рентабельности данной услуги. Для кредитных организаций пластиковые карты потенциально приносят очень высокие расходы, в частности в самом начале работы и в момент развития карточного продукта.

На данный момент требования для получения банковских карт в России для клиентов банков стали лояльнее. Под влиянием конкуренции между кредитными организациями тарифы на обслуживание сильно снижаются, но разброс в тарифах все еще сильно велик. Все обусловлено от разного рода моделями и программами, заточенными под определенного потребителя. Чаще всего, выбирая конкретный банк, держатель карты приобретает определенные преимущества по определенным действиям по карте, но переплачивает за другие функции [34, с. 106].

Банки вынуждены приобретать дорогое оборудование, которое обладает очень сильным недостатком, как и большое количество современной техники – оно очень быстро устаревает. По этой причине на складах банков лежит огромное количество неиспользуемых терминалов и банкоматов. Часть банков предлагает бизнесу самостоятельно закупать оборудование для приема банковских карт, и в случае появления новых требований от платежных систем, не тратится на приобретение и обслуживание оборудования, а возлагает эти расходы на организации.

В картах появляются изменения, которые увеличивают их себестоимость для банка, заставляют изменять их производство (появление чипов в картах, бесконтактных операций), но при этом, отсутствует возможность отказаться от старых технологий из-за стандартов платежных систем. Пластиковые карты для кредитных организаций являются рискованным проектом и обладают длительным сроком окупаемости.

Роль пластиковых карт в платежной системе:

- банковская карта не является заменой наличных денежных средств, а считается одним из средств расчета;
- пластиковая карта представляет собой подтверждение факта права ее

держателем производить оплату продуктов, услуг, производить снятие наличных денежных средств, использовать полный функционал расчётного счёта;

- пластиковые карты обладают развитой правовой основой по всему миру;
- безопасность проведения расчётов благодаря пластиковым картам происходит на основании технической оснащённости карт, на обеспеченности степеней защиты при случаях авторизации карт, идентификации лица держателей карт [34, с. 102].

Таким образом, на основании данного раздела исследования могут быть сформированы следующие выводы. Банковская карта с позиции банка – это инструмент расчетов, средство для привлечения средств физических лиц, их кредитования, а также способ формирования дополнительного дохода. Ежегодно доход банков от операций производимым пластиковым картам растет. Банки существенно уменьшают собственные издержки на обработку, учёт наличных денежных средств, других бумажных платежных средств, благодаря использованию банковских карт, также уменьшая время и затраты на обслуживание клиентов. В разделе описаны основные функции и операции коммерческих банков с пластиковыми картами. Рассмотрены права банка-эмитента карты. Выделены особенности использования банковских карт. Подробно рассмотрено определение банковской карты, описана история создания данного продукта, основные его разновидности и виды, а также основные операции, проводимые с ними.

## **2 Анализ состояния операций с банковскими картами в ООО «Алтайкапиталбанк»**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика банка**

ООО «Алтайкапиталбанк» — универсальное самостоятельное региональное кредитно-финансовое учреждение.

Приоритетное направление: комплексное обслуживание и кредитование предприятий Алтайского края и Республики Алтай.

Банк представлен в городах: Барнаул, Новоалтайск, Камень-на-Оби, Рубцовск, Заринск, Бийск, Белокуриха, Горно-Алтайск.

ООО «Алтайкапиталбанк» имеет лицензию на проведение банковских операций физических и юридических лиц в рублях и иностранной валюте.

Банк создан в январе 1994 года и уже более 25 лет успешно работает на российском рынке банковских услуг, завоевав прочную репутацию динамично развивающегося, устойчивого и надежного кредитно-финансового института. Клиентская база банка составляет более 12 100 клиентов, в том числе более 6500 вкладчиков, более 1300 юридических лиц и предпринимателей и более 4300 физических лиц.

Среди клиентов банка крупные промышленные предприятия, организации из сферы торговли, здравоохранения, дорожного хозяйства. Результаты работы ООО «Алтайкапиталбанк» характеризуются положительной динамикой роста основных экономических показателей.

ООО «Алтайкапиталбанк» является одним из самых прибыльных (как в абсолютных, так и в относительных величинах) банков в регионе на протяжении продолжительного времени.

Рассмотрим основные экономические показатели деятельности ООО «Алтайкапиталбанк» за последние три года в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ динамики показателей отчета о финансовых результатах ООО «Алтайкапиталбанк» за 2019-2021 гг.

Показатели	2019 г., млн.руб.	2020 г., млн.руб.	2021 г., млн.руб.	Абс, изм. 2020/2019, млн. руб.	Абс. Изм., 2021/2020, млн. руб.
Процентные доходы	414725	362678	421146	-52047	58468
Процентные расходы	80476	127182	155645	46706	28463
Чистый процентный доход	277523	235496	265501	-42027	30005
Чистый доход от операций с иностранной валютой	3955	7362	8954	3407	1592
Комиссионные доходы	94895	102541	117645	7646	15104
Комиссионные расходы	29449	37765	43780	8316	6015
Прочие операционные доходы	7160	15882	16901	8722	1019
Чистые доходы (расходы)	327174	319799	342674	-7375	22875
Операционные расходы	192509	178191	198431	-14318	20240
Прибыль (убыток) до налогообложения	134665	141608	175967	6943	34359
Прибыль (убыток) за отчетный период	116972	113797	138140	-3175	24343
Совокупный финансовый результат	116972	113797	138140	-3175	24343

Анализ данных в таблице 2 показывает, что чистый процентный доход банка увеличился за 2 года в 2021 году на 58468 млн. руб. по сравнению с 2020 годом. Главными источниками роста этого показателя на всем протяжении рассматриваемого периода являлось снижение процентных ставок по привлеченным средствам клиентов, а также значительный рост розничного кредитного портфеля.

Чистый комиссионный доход увеличился на 15104 млн. руб. Основными драйверами роста являлись:

- операции с банковскими картами;
- расчетные операции;
- банковское страхование.

На протяжении 3 лет банк выравнивал начисление операционных расходов в сторону более равномерного учета по месяцам. В целом по итогам

рассматриваемого периода рост операционных расходов в 2021 году составил 20240 млн. руб.

Прибыль до уплаты налога на прибыль за 2021 год составила 175967 млн. руб., чистая прибыль составила 139140 млн. руб., что показывает положительный рост и, совместно с увеличением операционных доходов и увеличенными расходами по совокупным резервам, дает направления для развития банка.

По итогам трех последних лет ООО «Алтайкапиталбанк» показал рекордные суммы выдачи кредитов. Это привело к росту кредитного портфеля и существенному повышению комиссионных доходов. Кроме того, ООО «Алтайкапиталбанк» уменьшил темп роста операционных расходов ниже уровня инфляции.

Рассмотрим анализ изменения комиссионных доходов и расходов ООО «Алтайкапиталбанк» по операциям с банковскими картами в таблице 3.

Таблица 3 –Динамика показателей комиссионных доходов и расходов ООО «Алтайкапиталбанк» по операциям с банковскими картами за 2019-2021 гг.

Показатели	2019 г., млн.руб.	2020 г., млн.руб.	2021 г., млн.руб.	Абс, изм. 2020/2019, млн. руб.	Абс. Изм., 2021/2020, млн. руб.
Комиссионные доходы:	94895	102541	117645	7646	15104
– эквайринг, комиссии платежных систем и прочие аналогичные комиссии;	44349	47686	51237	3337	3551
– комиссии, связанные с обслуживанием банковских карт;	31360	33891	38902	2531	5011
– прочее.	19186	20964	27506	1778	6542
Комиссионные расходы:	29449	37765	43780	8316	6015
– комиссии платежным системам и прочие аналогичные комиссии;	11891	13781	16789	1890	3008
– расходы по программам лояльности;	10900	13681	14579	2781	898
– прочее	6658	10303	12412	3645	2109

Исходя из данных таблицы 3 можно сделать вывод, что динамика



изменения комиссий по комиссионным доходам показывает положительный результат. Банк ежегодно увеличивает комиссионные доходы по эквайрингу, комиссии от платежных систем и связанные с обслуживанием банковских карт, но вместе с тем увеличиваются и расходы. Особенно это заметно в темпах прироста по расходам за комиссии платежных систем. Именно из-за этого банк был вынужден повысить комиссии по эквайрингу для своих партнеров, а также ввести динамическую ставку по эквайрингу вместо фиксированной. Благодаря этому банк не терпит дополнительные издержки по партнерам, у которых резко снизился оборот.

Периодически ООО «Алтайкапиталбанк» выгоднее отказаться от работы с организацией по эквайрингу, чтобы снизить расходы по нему по комиссиям от платежных систем. При этом продолжает зарабатывать на том, что несмотря на то, что терминал уже будет стоять не ООО «Алтайкапиталбанк», в организацию будут приходить физические лица с картой ООО «Алтайкапиталбанк», на чем банк все равно будет зарабатывать комиссию. Для банка выгодно развивать именно работу с держателями карты, так как расходы по программам лояльности ниже, чем расходы на платежные системы. В дальнейшем банк монетизирует систему лояльности в дополнительный комиссионный доход благодаря тому, что направляет держателей карт в те организации, которые наиболее выгодны именно банку.

## **2.2 Анализ операций банка с банковскими картами**

Банковские карты выгодны для банка, в то время, пока реальные деньги клиентов остаются на счёте, они приносят организации прибыль за счёт вложения их в инвестиционные и партнерские программы. Держатели карт не информируются о том, что его средства используются для увеличения ресурсной базы банка и для получения прибыли.

Банки заинтересованы в увеличении объема безналичных расчётов, в том числе выплату заработной платы на карты и совершение населением

основной массы платежей через банковские карточные счета, так как благодаря этому можно заработать комиссионный доход.

Деятельность ООО «Алтайкапиталбанк» на рынке банковских карт является стабильной, его доля на 2021 год составляла более 46% по таким показателям, как количество обслуживаемых карт и обороты по ним в регионе.

Организацию обслуживания пластиковых карт в ООО «Алтайкапиталбанк» регулирует локальный акт «Условия выпуска и обслуживания дебетовой карты ООО «Алтайкапиталбанк», расположенного на официальном сайте ООО «Алтайкапиталбанк». Карта является собственностью банка, которая выдана физическому лицу во временное пользование.

Владелец карты имеет право использовать её для того, чтобы производить оплаты товаров и услуг, получать наличные денежные средства через банкоматы и в кредитных организациях, а также для совершения других операций.

Банк обладает правом без объяснения причин не выдавать карту физическому лицу, если клиент обладает неустойчивым финансовым положением, не соответствует требованиям банка, а также иные факторы, свидетельствующие о невозможности выдачи карты.

Рассмотрим количество выданных карт в Российской Федерации в общем (таблица 4), а потом по ООО «Алтайкапиталбанк» в отдельности (таблица 5).

Таблица 4 – Количество выпущенных карт в РФ за 2019-2021 гг., тыс. ед.

Период	Всего банковских карт	в том числе:	
		расчетные карты	кредитные карты
на 1.01.20	285 832	248 648	37 184
на 1.01.21	305 623	266 479	39 143
на 1.01.22	319 744	279 416	40 328

На основании данных таблицы 4, за три года количество выпущенных карт выросло почти на 65 млн. ед., что свидетельствует об увеличении использования населением РФ данного вида продукта на 26%. Так же исходя из того, что население РФ на 2021 год 145 млн. человек, можно сделать вывод, что почти у каждого гражданина имеется 2 и более банковских карты, примерно 13% из всех карт являются кредитными.

На основании последнего годового отчета ООО «Алтайкапиталбанк» от 2021 года, ООО «Алтайкапиталбанк» произвел выдачу 15 тыс. кредитных карт, а также 123 тыс. дебетовых карт. Банк ведет активную рекламную кампанию, основной акцент делая на продукте «кредитная карта, обладающая 120-дневным беспроцентным периодом». Благодаря данному продукту банк почти всегда остается в плюсе, так как изначально в момент покупки банк зарабатывает на операции эквайринга от 0,8% до 1,5% на каждой операции, в дальнейшем по истечении 120-дневного беспроцентного периода, банк так же, если не получил денежные средства в полном объеме, будет зарабатывать от 17,9% годовых.

Увидев, что количество дебетовых карт выше количества кредитных карт в 8,2 раза, банком было принято решение по кредитованию при покупке в магазинах, в том числе и клиентов с дебетовыми картами через подписание договора на кредит прямо через терминал эквайринга.

Для магазина внедрение данного продукта не несет дополнительных затрат. Только дополнительная возможность по увеличению среднего чека и продажа продукта, даже если у клиента нет денежных средств на данный момент. С 1 ноября 2022 года принято решение по премированию кассиров магазина при использовании данного решения.

Для покупателя это возможность прямо сейчас купить товар, не заходя в отделение банка.

Для ООО «Алтайкапиталбанк» же возможность заработать на эквайринге, на кредите, а деньги остаются внутри системы банка, на расчетном счете организации, продавшей товар.

Но, с другой стороны, это дает возможность для торговых точек и клиентов брать мошеннические кредиты. Именно поэтому, банк ограничил свои риски, предоставляя кредит на максимальную сумму 300 тыс. руб.

Процентный доход по кредитам, получаемый банковскими учреждениями, постепенно увеличивается. Числа кредитных карт так же постепенно растет. Из этого можно сделать вывод, что банки заинтересованы в развитии карточного бизнеса, так как это дает все больший комиссионный доход.

Рассмотрим таблицу 5 по количество выпущенных карт банками РФ и ООО «Алтайкапиталбанк».

Таблица 5 - Количество выпущенных карт банками РФ и ООО «Алтайкапиталбанк» за 2019 – 2021 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Выпущено кредитными организациями, всего, тыс. ед.	272 604,00	285 832,00	305 623,00
Темпы прироста, %	0,34	4,85	6,92
Выпущено кредитными организациями дебетовых карт, тыс. ед.	237 521,00	248 648,00	266 479,00
Темпы прироста, %	-0,84	4,68	7,17
Выпущено кредитными организациями кредитных карт, тыс. ед.	35 082,00	37 184,00	39 143,00
Темпы прироста, %	9,10	5,99	5,27
Выпущено ООО «Алтайкапиталбанк», всего, тыс. ед.	3 000,00	8 000,00	8 500,00
Сравнение со всеми картами выпущенными кредитными учреждениями,%	1,1	2,8	2,8
Темпы прироста, %	-	166,67	6,25
Выпущено ООО «Алтайкапиталбанк» дебетовых карт, тыс. ед.	2 000,00	5 000,00	5 500,00
Сравнение со всеми картами выпущенными кредитными учреждениями,%	0,8	2,0	2,0
Темпы прироста, %	-	150,0	6,25

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4
Выпущено ООО «Алтайкапиталбанк» кредитных карт, тыс. ед.	1 000,00	3 000,00	3 000,00
Сравнение со всеми картами выпущенными кредитными учреждениями,%	2,8	8,0	7,7
Темпы прироста, %	-	200,0	0,0

Исходя из данных в таблице 5, можно сделать вывод, что доля пластиковых карт ООО «Алтайкапиталбанк» занимает существенное место на рынке, порядка 1,1% в 2019 году, 2,8% в 2020 году и 2,8% в 2021, что свидетельствует о постепенном росте эмиссии пластиковых карт у ООО «Алтайкапиталбанк».

Темпы прироста дебетовых карт в ООО «Алтайкапиталбанк», относительно всех банков, выше среднего по РФ, что свидетельствует о привлекательности данного продукта у физических лиц. По кредитным картам работа проведена в противоположном направлении – при повышающемся росте продаж кредитных карт у других банков, в ООО «Алтайкапиталбанк» прирост количества карт данного типа в 2021 году выявлен не был.

На основании данных ООО «Алтайкапиталбанк» при выпущенных 8 500 000 карт на 2021 год активных клиентов 5 900 000 человек из чего можно сделать вывод, что у каждого клиента примерно 1,4 карты.

Исходя из данных таблицы 5 видно, что происходит рост дебетовых карт, это связано с большей распространённостью реализации зарплатных проектов и пенсионной реформой, когда пенсионеры должны получать пенсию только на банковскую карту, однако по кредитным картам, виден значительный спад прироста в процентном соотношении, что является результатом снижения доходов у населения.

Рассмотрим объемы выдачи карт ООО «Алтайкапиталбанк» таких платежных систем, как Visa, MasterCard и МИР в таблице 6.

Таблица 6 – Объём выдачи дебетовых и кредитных карт ООО «Алтайкапиталбанк» разных платежным систем за 2019-2021 гг., тыс. шт.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Выдано карт Visa	1700	3600	3800
Выдано карт MasterCard	1000	2600	2700
Выдано карт МИР	300	1800	2000
Всего:	3000	8000	8500

Исходя из данных таблицы выше, видно, что за последние три года выпуск карт МИР сильно увеличился. Это произошло из-за изменений в выплате социальных пособий от государства. Но при этом падает количество выданных карт других платежных систем. Это отрицательно сказывается на комиссии банка по эквайрингу и на продаже карточных продуктов в принципе. Карты МИР не обладают возможностью разделения премиальности карты для клиента, в отличии от других платежных систем.

ООО «Алтайкапиталбанк» проводит эмиссию двух видов пластиковых карт: дебетовых и кредитных. Согласно статистике, эмиссия дебетовых карт за последние три года была увеличена, её объем возрос на 73,7% [47]. Однако при этом существуют сезонные спады продаж, особенно в январе и осенние месяцы, что, в свою очередь, связано с тем, что снижается финансовая активность населения.

Основная часть клиентов банка, это сотрудники организаций с зарплатными проектами. Зарплатные проекты очень выгодны для банка и все структуры стремятся к их внедрению. Данный продукт дает возможность юридическим лицам выплачивать зарплату через пластиковые карты. По исследованиям в районе 90% выданных карт являются зарплатными. В 2021 году банки часто подключают организациям зарплатные проекты в убыток себе, чтобы в дальнейшем заработать на использовании денежных средств на счетах клиентов, эквайринге и чтобы увеличить лояльность зарплатных клиентов.

Чтобы стать корпоративным клиентом банка, юридическому лицу необходимо заключить с банком договор, по которому будет открыт

расчётный счет. После этого каждому сотруднику создается отдельный договор на карточный счет, а также выдаётся карта, на которую в дальнейшем работодатель перечисляет оклад, аванс, а также иные суммы своему сотруднику.

Зарплатный проект облегчает работу бухгалтерии. У предприятия решаются многие проблемы, связанные с выдачей заработной платы:

- отпадает необходимость в оборудовании кассы;
- нет необходимости в дополнительных сотрудниках для выдачи заработной платы;
- снижаются расходы, которые связаны с доставкой, хранением и выдачей зарплаты персоналу;
- снижаются задержки в выплате зарплаты, по причине дефицита наличных денег.

Для сотрудников организации уходят проблемы, связанные с задержкой зарплаты, так как выплата зарплаты возможна как в будние, так и в выходные дни. Так же появляется возможность оплатить любые товары и услуги без дополнительной комиссии в организациях, принимающих пластиковые карты (в редких случаях, организации выставляют дополнительные комиссии при оплате картой, но это нарушает регламент работы организации с банками, а банков с платежными системами).

Для зачисления заработной платы предприятие каждый месяц передаёт в банк, с которым у него заключен договор на зарплатный проект, сводную ведомость в электронном или бумажном виде, в которой указываются личные данные сотрудника, его табельный номер в организации, номер счёта в банке, а также сумма переводимых средств. На основании этого документа банк производит перевод с расчётного счета организации на карту сотрудника.

Предприятие обязуется передавать списки всех сотрудников, которые были уволены, а также были приняты на работу, для удаления и добавление сотрудников в зарплатный проект.

Важно отметить, что сейчас практически отсутствуют организации, не

работающие с каким-либо банком по зарплатному проекту, и банкам приходится конкурировать за клиента, снижая затраты организаций, повышая свой статус в глазах физических лиц.

В 2021 году наблюдается увеличение внимания социальным пенсионным картам со стороны государства. С 1 июля 2021 все банки стали обязаны зачислять пенсию, а также социальные выплаты по линии ПФР только на карты НПС «МИР», что является требованием Федерального закона «О национальной платёжной системе» от 27.06.2011 № 161-ФЗ, что в свою очередь помогло государству сэкономить большое количество денежных средств.

С развитием технологий, практически уничтоженная до этого практика выпуска виртуальных карт начала развиваться и популяризироваться, появилась возможность за счет NFC чипов в устройствах, а также появлению в устройствах защищенных систем мобильных платежей сделать виртуальную карту равной физической, при этом ускорив процесс по выпуску карты, и отказавшись от ношения дополнительных вещей (пластиковой карты).

Эмиссии кредитных карт в ООО «Алтайкапиталбанк» за последние три года выросла на 19%, что говорит о значительном приросте. Также, как и с дебетовыми картами, спрос на кредитные карты часто зависит от месяца/сезонности, т.е. максимальный масштаб выдачи происходит в основном перед новогодними праздниками, а в январе и летом происходит спад. Так можно сказать, что культура потребления сильно повлияла на динамику выдачи кредитных карт. С помощью кредитных карт осуществляется микрокредитование населения.

Простота получения и доступность кредита являются одними из самых важных характеристик при выборе кредитного продукта.

Разнонаправленные изменения позволили продемонстрировать увеличение средней стоимости годового обслуживания кредитных карт у различных групп населения.

Рассмотрим работу по кредитным картам в Российской Федерации. При



рассмотрении данного продукта важно рассмотреть срок задолженности по данному продукту и просроченную задолженность (таблица 7).

Таблица 7 – Продолжительность и сумма просроченной задолженности физическими лицами по кредитным картам за 2019-2021 гг.

Показатели	2019 г.	2020г.	2021 г.
Просроченная задолженность (30 дней), млн. руб.	4792,0	6192,0	15037,0
Темпы прироста, %	-	29,2	142,0
Просроченная задолженность (60 дней), млн. руб.	4536,0	5891,0	14585,0
Темпы прироста, %	-	29,9	147,6
Просроченная задолженность (90 дней), млн. руб.	4262,0	5547,0	14104,0
Темпы прироста, %	-	30,1	154,2
Просроченная задолженность (180+ дней), млн. руб.	3206,0	4199,0	11904,0
Темпы прироста, %	-	30,9	183,5

В 2021 году количество просроченной задолженности показало увеличение почти в 3 раза, что связано с кризисом, глобальной обстановкой в экономике и с большим выпуском кредитных карт. ООО «Алтайкапиталбанк» поднял проценты за пользование кредитными средствами, так как спрос на получение кредитной карты, а также на открытие кредитной линии за последние годы, значительно возрос. Возросла и доля «невозвратов» по выданным кредитным картам, что является проблемой для банка.

ООО «Алтайкапиталбанк» ежегодно стремится улучшать клиентский опыт по работе с дистанционным банковским обслуживанием (далее – ДБО). При анализе данных о подключении ДБО, к выданным в ООО «Алтайкапиталбанк» за 2019-2021 г. к дебетовым и кредитным картам, было выявлено, что доля карт, к которым был подключен сервис «Банк Онлайн» вырос на 35,4% [48]. Для ускорения процесса получения информации об

операциях, а также для снижения затрат на смс-уведомления, от СМС-уведомлений было принято решение отказаться, переведя его на Push-уведомления. И только в случае, если у клиента нет интернета/нет возможности оперативно получить Push-уведомление, направлять СМС. Несмотря на экономичность для банка данных коммуникаций, для клиента это может доставить неудобство при плохом канале интернета.

Данные услуги дистанционного банковского обслуживания удобны для клиентов и предоставляют им большие возможности. Одним из данных сервисов является «Банк Онлайн», который представляет собой комплекс услуг, осуществляющий через мобильную связь клиентам банковских карт ООО «Алтайкапиталбанк». Данная услуга даёт физическому лицу возможность на:

- оперативное получение на свой телефон уведомлений обо всех операциях по карте и по запросу лимита доступных средств;
- приостановление действия карты при её утрате или при выявлении следов мошенничества;
- осуществление платежей и переводов со счёта карты на другой счёт карты банка, в пользу организаций.

При получении ООО «Алтайкапиталбанк» через интернет-сервисы поручения, составленного в соответствии с руководством пользователя, рассматривается как распоряжение от владельца карты:

- погашение кредитов;
- получение уведомлений об операциях, совершённых по карте;
- получение информационных сообщений от банка и его партнеров.

Для банка выгодно, чтобы клиенты пользовались системами дистанционного банковского обслуживания. Так данный сервис даёт банку возможности:

- увеличить комиссионный доход;
- увеличить узнаваемость собственного бренда ООО «Алтайкапиталбанк»;

- сокращает очереди;
- повышает уровень лояльности клиентов;
- стимулирует безналичный денежный оборот;
- продвигает интересные для банка продукты;
- дает возможность бесплатно распространять информацию про новые продукты и предостерегать от неверного использования текущих продуктов.

При производстве системы электронного документооборота в системе «Банк Онлайн» у клиентов нет необходимости предоставлять документы в бумажном виде в офис банка.

В интернет-эквайринге для подтверждения операций в интернете, связанные с оплатой товаров и/или услуг с применением технологий «3D SecureCode» платежных систем Visa/MasterCard/МИР, могут использоваться одноразовые пароли, при этом владелец карты несёт полную ответственность за совершение данных операций и обязан хранить полученные данные (номер карты, пароль и CVC-код) вдали от третьих лиц. В случае если эти сведения были скомпрометированы, а также при убытках, понесенных клиентом при использовании системы «Банк онлайн», банк на основании договора оферты между банком и клиентом не несёт ответственность перед владельцами карт.

Физическое лицо само обязано обеспечивать полную защиту вычислительных средств, через которое производит вход в системы дистанционного банковского обслуживания от несанкционированного доступа и вредоносных программных обеспечений. Получая услуги банковского обслуживания через интернет-канал, держатель карты обязан осознавать, что интернет не является самым безопасным каналом связи и полностью соглашается со всеми возможными рисками, которые связаны с возможными нарушениями целостности и конфиденциальности информации. При возникновении проблемы, которая связана с перечислением средств в пользу неверного получателя, отправителю приходится самому урегулировать вопрос возврата средств, чем активно пользуются мошенники.

ООО «Алтайкапиталбанк» эмитируют карты не только для физических лиц, но и для бизнеса. За 2020-2021 гг. их количество увеличилось почти в 2 раза, достигнув показателя в 24 тыс. выданных бизнес-карт. Была расширена линейка бизнес-карт, благодаря появлению их классификации на обычные, моментальные и премиальные карты.

Бизнес-картой от ООО «Алтайкапиталбанк» можно проводить оплаты за любые операции не только внутри страны, но и в зарубежных странах. Она упрощает проведение платежей по хозяйственным и представительским расчетам, а также последующий учет данных оплат бухгалтером.

Рассмотрим операции, совершенные на территории России, с использованием платежных карт, эмитированных российскими кредитными организациями, российскими банками и банками – нерезидентами (таблица 8).

На основании данных об операциях с использованием платежных карт, можно сделать вывод, что в РФ растет ежегодно и ежеквартально объем и количество транзакций по операциям, проходящим через терминалы эквайринга, снижая при этом выдачу по картам наличных денежных средств. За три года данный рост составил практически 150%. Наблюдается так же ежегодное снижение кол-ва операций и сумм операций в 1 квартале каждого года, что можно связать с большими затратами населения в 4 квартале, и дальнейшим восстановлением платежеспособности населения ближе к середине года. Так же в 1,5 раза выросло кол-во операций по картам, что показывает распространенность в торгово-сервисных точках терминалов для приема банковских карт, а также распространённость карт у населения. Это позволяет банкам ежегодно увеличивать получаемую комиссию по эквайрингу, но заставляет банки сильнее конкурировать за право быть эмитентом карты физического лица.

Таблица 8 – Объем операций по картам по Российской Федерации за 2019-2021 гг.

Период		Всего	в том числе:		Прирост относительно предыдущего периода по операциям на оплату	Средняя сумма за период на 1 операцию рублей
			операции по снятию наличных денежных средств	операции по оплате товаров и услуг		
2019 г.	количество, млн. ед.	27 208,70	3 201,30	24 007,30	-	1750,90
	объем, млрд. руб.	47 639,60	28 087,00	19 552,60	-	
2020 г.	количество, млн. ед.	35 434,10	3 085,60	32 348,60	130,23	1512,83
	объем, млрд. руб.	53 605,90	28 788,80	24 817,00	112,52	
2021 г.	количество, млн. ед.	41 190,00	2 519,70	38 670,30	116,24	1399,97
	объем, млрд. руб.	57 664,80	28 169,30	29 495,50	107,57	

По данным таблицы 8 можно рассмотреть ежеквартальное снижение среднего чека при покупке. Отчасти этому помогает внедрение оплат картами в общественном транспорте и торговых точках, обладающих очень низким средним чеком, данный факт так же помогает банкам, так как ставка IRF (комиссия, которую платит банк эквайер за проведение оплаты), так же зависит и от суммы чека – чем меньше чек, тем меньше комиссия, выплачиваемая банкам.

С другой стороны, несмотря на увеличение оплат по терминалам и распространенность данных операций по торговым точкам, население страны не снижает количество и объемы по снятию наличных денежных средств, что свидетельствует о неснижаемой распространенности наличных из года в год.

Рассмотрим доходы ООО «Алтайкапиталбанк» по пластиковым картам

(таблица 9).

Таблица 9 – Доходы ООО «Алтайкапиталбанк» по пластиковым картам за 2019-2021 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Чистая прибыль, млн. руб.	90070,00	170823,00	220435,00
Темпы прироста, %	-	89,60	29,00
Чистый процентный доход, млн. руб.	88523,00	118802,00	153586,00
Темпы прироста, %	-	34,20	29,20
Чистый комиссионный доход, млн. руб.	61282,00	78201,00	91627,00
Темпы прироста, %	-	27,60	17,10
Чистый доход от торгового эквайринга, млн. руб.	18226,00	38655,00	49033,00
Темпы прироста, %	-	111,60	26,80
Реализованная курсовая разница млн. руб.	4445,00	11330,00	12972,00
Темпы прироста, %	-	154,00	14,49
Прочие доходы, млн. руб.	641,00	970,00	1214,00
Темпы прироста, %	-	51,30	25,10

Чистый доход от операций по картам у ООО «Алтайкапиталбанк» ежегодно увеличивается. Чистый комиссионный доход банка был обеспечен благодаря операциям с банковскими картами и эквайрингу, росту эмитированных карт, а также росту числа клиентов, находящихся на обслуживании по эквайрингу в ООО «Алтайкапиталбанк». Но у этого есть и обратная сторона. Из-за распространенности карт ООО «Алтайкапиталбанк» в республике банк получает высокую доходность по эквайрингу на оборудовании других банков, и не всегда банку выгодно предоставлять терминалы эквайринга торгово-сервисным предприятиям. С целью сохранения партнерских отношений, после повышения ставок interchange платежными системами, по старым договорам приходится жертвовать

упущенной выгодой и соблюдать старые договоренности по комиссиям и компенсировать убытки, за счет полученной комиссии по транзакциям собственных карт.

Также на комиссию по эквайрингу влияет появление созданного Центральным банком Системы Быстрых платежей, что не дает значительно повысить комиссию, так как вследствие этого организации могут в принципе отказаться от эквайринга. Это в свою очередь, снизит общий уровень сервиса для владельцев банковских карт, что повлияет на репутационные риски продукта.

Одним из самых важных приоритетов ООО «Алтайкапиталбанк» в последнее время является полный переход на безналичные решения при оплатах.

Исходя из данных выше, можно сделать вывод, что ООО «Алтайкапиталбанк» уделяет большое внимание своей эквайринговой сети. ООО «Алтайкапиталбанк» получает комиссионное вознаграждение по банковским картам при оплате в торговых точках не только от эмиссированных карт, но и от эквайринга.

ООО «Алтайкапиталбанк» является одним из банков, работающих по эквайрингу (таблица 10).

Таблица 10 – Активная торгово-сервисная база предприятий, работающих со ООО «Алтайкапиталбанк» по эквайрингу за 2019-2021 гг.

Наименование	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Количество активных торгово-сервисных точек, тыс. шт.	162	339	425
Количество POS-терминалов в эквайринговой сети, тыс. шт.	183	286	357

Исходя из данных в таблице 10, можно получить, что за три года, количество активных точек и терминалов выросло более чем в 2 раза.

Рассмотрим долю безналичных оборотов по розничным операциям ООО «Алтайкапиталбанк» и долю онлайн оплат относительно суммы всех безналичных трат в таблице 11.

Таблица 11 – Доля безналичного оборота по розничным операциям ООО «Алтайкапиталбанк» и доля онлайн оплат относительно суммы всех оплат за 2019-2021 гг.

Временной промежуток	Доля безналичного оборота по розничным операциям относительно всех оплат в розничной торговле, %	Доля онлайн оплат относительно суммы всех оплат в розничной торговле, %
2019 г.	48,90	7,60
2020 г.	54,10	11,20
2021 г.	57,30	14,30

Доля безналичных платежей растет ежегодно, но все еще крайне мала, что свидетельствует о большем ходе наличных денежных средств среди населения и отчасти о наличии теневой экономики.

На основании данных об онлайн оплатах, можно увидеть, что количество онлайн оплат в Российской Федерации ежегодно растет, если рассматривать отношение оплат через интернет относительно всех безналичных трат. За рассматриваемый период, данный процент вырос в 2 раза. Это позволяет банкам увеличить доходы в сфере интернет-эквайринга, но заставляет увеличить конкуренцию в том числе и в данной сфере. Приходится придумывать методы безопасности, которые позволят сохранить конфиденциальность лиц, сохранность их денежных средств, но при этом уменьшить количество вводимых клиентами данных.

По официальным данным ООО «Алтайкапиталбанк», физические лица за четыре года стали на 20% активнее выбирать именно безналичные оплаты перед вариантом снять наличные денежные средства. Отчасти это связано с внедрением бонусных программ.

Исходя из данных таблицы 11, можно сделать вывод, что данные изменения положительно сказались на динамике применения физическими



лицами при оплате банковских карт.

Одним из важных направлений банковского бизнеса является предоставление персонифицированных услуг для физических лиц:

- для среднего класса и состоятельных граждан предлагаются международные карты Visa, MasterCard;
- работающие клиенты, пенсионеры и молодежь могут приобретать дебетовую карту МИР, в целях выплаты на неё зарплаты, перечислений пенсии, стипендий и социальных выплат;
- торговые организации и предприятия сферы обслуживания предоставляют возможность принимать в качестве средства расчёта не только международные банковские карты, но и карты национальных платежных систем.

ООО «Алтайкапиталбанк» старается развивать дистанционное банковское обслуживание клиентов. В 2021 году в мобильном приложении ООО «Алтайкапиталбанк» Онлайн введено большое количество новых сервисов, таких как сервисы по планированию и контролю персональных финансов, расчет кредитного потенциала и многое другое.

Сайт банка значительно функционально изменилась. На данный момент она предлагает пользователям не только новый современный дизайн, но и разнообразный новый функционал, среди которого «умный» поиск, каталог с предложениями экосистемы банка, рефинансирование кредитов.

Таким образом, на основании данного анализа выявлено, что основными проблемами ООО «Алтайкапиталбанк» касательно банковских карт является:

- высокая задолженность физических лиц по кредитным картам;
- низкая активность банка на рынке кредитных карт

### **3 Перспективы совершенствования операций с банковскими картами в ООО «Алтайкапиталбанк»**

#### **3.1 Проблемы и перспективы банка по развитию операций с банковским картами**

По всему миру пластиковые карты не являются только инструментом банковской системы, но также и укрепились в ежедневной жизни большинства населения самых развитых стран. В Российской Федерации все не настолько развито, как в остальном мире. Многие держатели пластиковых карт используют ограниченное количество функций данного инструмента. В Российской Федерации население привыкло снимать деньги с пластиковой карты и наличными оплачивать товары и услуги. Но этот рынок высокоперспективен для развития. В этом заинтересовано государство, а также все участники банковской системы.

Преимущества держателя карты:

- уходит необходимость хранить при себе большую сумму наличных денежных средств при посещении торгово-сервисных предприятий, что позволяет снизить риск их утери, либо хищения;
- возможность оперативно использовать безналичные платежи, снять наличные в ближайшем банкомате, перевести и получить деньги на карту от другого человека;
- получить дополнительное начисление бонусов за совершенную оплату по карте, скидку. Банки начисляют проценты за факт хранения денежных средств на счете;
- если клиент использует кредитную карту, у него возникает возможность получить льготный период по кредиту, если оплата была произведена данным финансовым инструментом. В этот период времени проценты на сумму кредита не начисляются, на чем клиент может сэкономить;

- возможность контролировать собственные траты, получая выписки из банка по совершенным покупкам;
- отсутствует потребность в декларировании средств, находящихся на карточном счете, при поездке за границу.

Основные недостатки использования банковских карт со стороны физических лиц:

- плата за обслуживание банковской карты, установленная в соответствии с условиями эмитента карты;
- некоторые организации, не соблюдая правила эквайринга и платежных систем, берут с клиента комиссию за проведение операции;
- открытость данных перед государством и банками о собственных счетах и наличии денежных средств.

Преимущества банка эмитента карт:

- увеличение объёма привлеченных ресурсов на счетах финансовой организации;
- ускорение и оптимизация расчёта клиентов;
- снижение объёма операций с наличными, благодаря чему также снижается стоимость операций в принципе;
- внедрение безбумажных технологий;
- уменьшение количества клиентов, приходящих в филиалы банка, благодаря чему можно снизить кол-во отделений;
- повышение имиджа и конкурентной способности банка эмитента на финансовом рынке.

Для достижения данных преимуществ банки вынуждены расходовать на внедрение новых технологий большие издержки, возникающие с продвижением пластиковых карт, их обслуживанием, а также вынуждены вносить плату за право эмитировать карты мировых платёжных систем, организовать собственный процессинговый центр.

Исходя из выявленных преимуществ можно сделать заключение, что

создание и развитие рынка банковских карт интересно как клиентам, так и кредитным учреждениям.

Вне зависимости от получаемых удобств при использовании пластиковой карты, имеется ряд проблем, мешающих поэтапному развитию рынка банковских карт.

Выделяется ряд проблем:

- слабая развитость инфраструктуры, связанной с приёмом безналичных платежей. Особенно это можно заметить в самых малых розничных магазинах, точках по оказанию услуг и в сельской местности;
- низкая развитость в сравнении с другими странами сети устройств самообслуживания. Только малая часть банков имеет возможность содержать разветвлённую инфраструктуру;
- безопасность при использовании банковских карт.

Рассмотрим статистику краж денежных средств с банковских карт в таблице 12.

Таблица 12 – Статистика краж денежных средств с банковских карт ООО «Алтайкапиталбанк» за 2019-2021 гг.

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.
Сумма ущерба, млрд. руб.	1,30	1,25	1,20
Кол-во карт, тыс. шт.	280,00	248,00	315,00

Проанализировав данные из таблицы выше, следует вывод, что число атак на банковские карты крайне велико и даже постоянно увеличивается, приобретая все большие обороты, но при этом ежегодно снижается ущерб от мошеннических действий. Это стало результатом, что банки разрабатывают новые системы защиты банковских карт, а клиенты стали оформлять больше карт и диверсифицировать остатки на них. Это свидетельствует о повышении финансовой грамотности граждан. Клиенты банков стали использовать

дополнительные карты, на которых хранятся не все их сбережения, а диверсифицируют их по банковским продуктам, в том числе выпуская дополнительные карты. К примеру, многие граждане используют банковские карты с незначительным количеством денег для совершения покупок в интернет-магазинах.

Самыми популярными способами мошенничества являются:

- фишинг – мошенники очень подробно копируют сайт банка. При авторизации на сайте клиент заводит собственные персональные данные, которые поступают не по прямому назначению, а попадают в руки мошенников, предоставляя тем самым полный доступ к собственным банковским счетам;
- скримминг – вид мошенничества, где применяется специальное оборудование – скриммер. Данное устройство мошенники накладывают на прорезь для приема карт в банкоматах. Далее данный прибор предоставляет возможность создать дубликат карты, после чего останется только узнать ее пин-код. Поэтому банки ставят камеры видеонаблюдения с видом на банкоматы;
- становится больше количество смс-рассылок от банковских учреждений, а также с похожих номеров на официальные банковские номера. В данных сообщениях предлагаются особые предложения от банков. После перехода по ссылке, указанной в сообщении, либо ответив на данное сообщение, клиент сам не осознавая, дает возможность злоумышленникам заполучить свою конфиденциальную информацию.

По показателю мошенничества при использовании пластиковых карт на текущий момент Россия одна из самых «передовых»; низкая информированность жителей небольших городов и сельского населения страны о функциях и правилах эксплуатации пластиковых карт. Население отторгает нововведения. Особенно это наблюдается у людей пенсионного возраста, которые боятся и отвергают возможность использования

электронных средств платежей.

Население страны по инерции доверяет наличным денежным средствам. В общем объеме операций в 2021 году было множество операций, связанных со снятием денег со счета. Это около 40% от всех операций и только 60% операций связаны с непосредственной оплатой товаров и услуг [40]. Это можно объяснить тем фактом, что более 80% всех карт, выданных банками, относятся к зарплатным проектам.

Существуют проблемы развития банковских карт со стороны банков:

- банки платят высокую плату за возможность выдачи карт платёжных систем;
- построению работы процессинговых центров является сложным технически процессом и требует высоких денежных затрат, как первоначальных, так и в дальнейшем на поддержание его работы. Так небольшие коммерческие банки вынуждены либо объединяться с другими банками, либо использовать чужие центры.

При рассмотрении деятельности ООО «Алтайкапиталбанк» можно выделить определенные проблемы эксплуатации пластиковых карт:

- банковские карты часто используют клиенты не в полной функциональности данного платежного инструмента, а только как электронную сберегательную книгу, с функцией снятия наличных денежных средств. Клиенты банка, после получения заработной платы идут к ближайшему банкомату, чтобы произвести снятие наличных. В этом случае банк теряет возможность использования средств в своем обороте;
- высокий шанс возникновения дебиторской задолженности при использовании кредитных карт, что представлено в таблице 7;
- небольшое количество использования карт платежной системы МИР, что видно из таблицы 6. Их количество составляло примерно 15% от всех карт. Это низкий показатель в развитии национальной платёжной системы, а также пластиковых карт в Российской

Федерации. Учитывая количество вложенных средств в продвижение, а также введение дополнительных законов по зачислению денежных средств от государства только на карты платежной системы МИР.

Осуществив анализ текущего положения безналичных решений в области банковских карт, можно выделить известные особенности. Одними из самых высокодоходных в банковском бизнесе операций являются проводимые с пластиковыми картами. Развитие карточного бизнеса в нашей стране в основном происходит благодаря зарплатным проектам. Это относится ко всем регионам страны и занимает существенную долю от работающих карт.

Основным условием прогресса банковских пластиковых карт в РФ состоит в обеспечении комфортной эксплуатации банковских карт для их держателей, и обеспечение финансовой привлекательности: стоимости приобретения, выгодой использования и обслуживания. Менталитет населения страны и неравномерное развитие структуры банковских карт отрицательно влияют на наш рынок карт. Но несмотря на все это, он является очень перспективным.

На данный момент коммерческие банки вынуждены улучшать клиентский опыт работы с банковской системой, упрощать и делать более доступными предоставляемые банковские продукты, услуги и проведение банковских операций. Банковская карта используется, чтобы увеличить денежные потоки и повысить прозрачность систем расчетов. Эта система несмотря на свое ежегодное развитие, не является самой развитой. Требуется проведение определенных мероприятий для прогрессирования рынка банковских карт и повышения эффективности его функционирования:

- определить в законодательстве обязательства, торгово-сервисных предприятий по приему платежных карт в качестве оплат за товары и оказанные услуги, а также определить критерии, на основе которых организации смогут принимать только наличные денежные средства. Правительство должно произвести определенные реформы с целью

замены оборота наличных средств на безналичное обращение;

- упрощение оплат по услугам, не предусматривающих предварительного ознакомления, предоставлять дополнительные льготы на оплату через сервис автоматических платежей: оплата коммунальных услуг, телефонная связь, оплата с целью погашения кредита и другое. Такие оплаты должны отличаться удобством, простотой и обладать льготной комиссией, в сравнении с оплатой наличными. Данное решение послужит рычагом для увеличения спроса на банковские карты у граждан и повысит по ним платёжный оборот;
- повышение эффективности применения пластиковых карт возможно благодаря созданию новых, современных программных продуктов на базе исследований и опыта других стран. Стимулирование банков к преобразованиям в сфере повышения качества и развития безналичных решений с применением пластиковых карт.

Низкая финансовая грамотность граждан – одна из основных проблем слабого развития рынка банковских карт в России в целом, и ООО «Алтайкапиталбанк», в частности. Разрешение этой проблемы одно из наиболее сложных. Невозможно изменить менталитет россиян, складывавшийся веками, однако правительство стимулирует увеличение количества оплат картами, а также старается уменьшить оборот наличных в стране, стремясь усилить контроль над участниками расчётов. Активность населения может быть увеличена только в случае возникновения у граждан высокой финансовой заинтересованности и массового продвижения. Они смогут ощутить выгоду при использовании банковских карт при оплатах:

- проведение Центральным банком работы с населением об эффективности и целесообразности банковских карт. Организация и проведение рекламнопросветительской кампании, работа по повышению финансовой информированности населения страны. Банкам также требуется осуществлять подготовку сотрудников для



обучения клиентов всем методам использования карточных продуктов. Так же следует производить деление клиентов банка при определении их потребностей в использовании карт. Увеличение количества бесплатных консультаций, проведение бесплатных семинаров для повышений финансовой грамотности граждан, в особенности пенсионеров, увеличит значительно охват клиентов, владеющих и пользующихся банковскими картами;

- создание банковскими структурами мероприятий по снижению финансовых рисков по оплате пластиковыми картами.

Для этого нужно особо акцентировать внимание на организационно-экономической структуре, которая позволяла бы отвечать всем требованиям процедуры управления финансовыми рисками и могла эффективно справляться с рисками по банковским картам. Выявление рисков по банковским картам осуществляют, анализируя статистические данные, включая квартальные и годовые отчетности, учёт данных о нарушениях, а также отчёты о результатах аудиторских и налоговых проверок.

Наблюдение за процессами управления интегрированной системы управления рисками производится внутренними аудиторами, которые также проводят независимую проверку систем управления, выдвигают предложения по улучшению, проверяют насколько она является эффективной, особенно в сфере управления банковскими картами, осуществляют методологическую поддержку, тем кто управляет рисками.

Так как организационно-экономическая структура основана на методологии работы с рисками в банке, следует сформировать органы, отвечающие за каждую стадию выбранного способа управления рисками, при этом все части в данной структуре должны эффективно взаимодействовать и осуществлять передачу информации на нужный уровень; создание надежной системы для защиты счетов держателей карт и банковской информации от взломов и мошеннических действий для того, чтобы решить проблему безопасности.

Выделим следующие способы, которые позволят помочь обезопасить банковские учреждения и владельцев карт от возможных мошенничеств:

- нужно использовать антискимминговые модули, устанавливаемые на банкоматы. Этот модуль оснащен датчиком, позволяющим следить за областью картоприемника, тем самым выявляя установку на банкоматы любых посторонних устройств. При возникновении факта подключения скиммингового устройства, модулем будет осуществляться сигнал в службу безопасности банка, которая приостанавливает работу банкоматов, которые подверглись взлому;
- стоит улучшить восприятие банкоматами идентификации пользователя карт по его биометрическим данным, благодаря считыванию биометрических данных пользователя;
- если клиент хочет производить оплату в интернет-банкинге, либо производить оплату через интернет-эквайринг, рекомендовать ему применение антивирусных программ. А также применение специальных приложений для проведения оплат, таких как SberPAY;
- каждому владельцу банковской карты нужно рекомендовать соблюдать правила использования карт: подключить услугу по СМС/PUSH-уведомлений, которые позволят моментально узнавать держателю карты о всех операциях, которые проводятся по его счету; систематически следить за выпиской по счёту, не передавать и периодически менять PIN-код карты.

В ООО «Алтайкапиталбанк» проблема мошенничества с картами решается при помощи различных технологий, включающих в себя:

- подключение интегрированных терминалов и PIN-падов – благодаря данному способу подразумевается, что покупатели смогут оплатить операцию самостоятельно, не передавая при этом собственную карту в руки кассиров;
- бесконтактные платежи по картам. При осуществлении операций в торгово-сервисных точках клиенты не будут выпускать карту из рук,

из-за чего риск мошенничества будет снижен;

- защиту пользователя при помощи биометрических и нейронно-сетевых систем распознавания личностей, такими как отпечаток пальца, сканированию лица, определение типовых операций и т.п.

Для решения снижения проблемы, связанной с обналичиванием денежных средств физическими лицами, можно применить следующие мероприятия:

- продвижение программы лояльности и постоянное ее развитие. Создать несколько понятных клиентам уровней привилегий, на основании уровня снятия клиентом денежных средств с карт. Выгодой при повышении уровня для держателя карты может являться увеличение бонусов, к примеру, повышенное начисление процентов на остаток средств на карте, предоставление повышенного cash-back при оплате картой в магазинах, повышение cash-back при превышении среднего чека покупок по индустрии, увеличение кол-ва партнеров, у которых можно потратить полученные бонусы, диверсификация их по сферам деятельности. Таким образом можно сократить долю снимаемых наличных денежных средств, а также поднять размер транзакций по оплате товаров и услуг, что отражено на рисунке 4, повысив тем самым получаемую комиссию;
- проблема малого количества развития устройств самообслуживания в удаленных регионах, может помочь решить организация с местными коммерческими банками единой сети банкоматов или отмена комиссии за снятие денежных средств с банкоматов в таких регионах. Другим решением является заключение договоров банковского платежного агента с торгово-сервисными точками, когда организации на терминалах банка смогут производить прием платежей, выдавать наличные и пополнять счет карты, получая за данные операции комиссию. Кроме того, необходимо расширить эквайринговую сеть торговых точек, где может быть проведена оплата банковской картой,

помогая реализовать проекты эквайринга в тех сферах деятельности, где к этому не привыкли, к примеру, при покупке автомобилей, недвижимости, тура, путевок, устанавливая ограничение на взимаемую комиссию, либо предоставив возможность организациям взимать плату за эквайринг, но в дальнейшем возвращать ее физическому лицу в виде cash-back. Таким образом банк будет напрямую содействовать увеличению мест применения карт;

- для уменьшения рисков по невозврату задолженностей по кредитным картам, а также для увеличения экономической привлекательности, держателям данных карт по кредитованию требуется предлагать экономически обоснованный период беспроцентного погашения задолженности. Это позволит держателям данного вида карт снижать стоимость пользования кредитными средствами. Совокупно с уменьшением рисков при увеличении количества круга заемщиков из клиентов на зарплатных проектах, риск невозврата возможно почти к нулю;
- для укрепления национальной платёжной системы МИР можно рекомендовать банкам внедрить банковские карты данной платежной системы по всем зарплатным проектам, что сможет обеспечить устойчивое и безотказное обслуживание расчётов с применением банковских карт вне зависимости от внешних экономических и политических изменений.

Другим вариантом можно предложить проведение совместных рекламных акций между национальной платежной системой МИР и ООО «Алтайкапиталбанк».

Инфраструктура пластиковых карт (Сеть торгово-сервисных предприятий, принимающих оплаты через эквайринг, банковские автоматы и т.д.) не успевает развиваться сравнительно с выпуском банковских карт. Организации в нашей стране стараются отказаться по возможности от эквайринга.

Для решения данной проблемы Центральный банк пытается внедрить Систему Быстрых Платежей. Данное решение позволит предприятиям принимать оплаты по картам от населения при помощи QR-кодов. Для максимального продвижения данного продукта в 2021 году ЦБ возмещал предприятиям, использующим данный продукт, комиссию за оплату. Но при своей невысокой стоимости для предприятий данный продукт обладает рядом недостатков:

- непривычностью оплаты таким образом для рядового пользователя;
- невозможностью проведения отмен оплат и возвратов через Систему Быстрых платежей;
- отсутствие возможности пожаловаться на проведенную мошенническую операцию, вследствие чего снижается, по сравнению с обычным эквайрингом, безопасность платежей.

Также данный продукт отрицательно рассматривается ООО «Алтайкапиталбанк». ООО «Алтайкапиталбанк» рискует потерять из-за внедрения Системы быстрых платежей значительную часть доходов на переводах с карты на карту и на эквайринге. Для того чтобы клиенты не думали об использовании Системы быстрых платежей ООО «Алтайкапиталбанк»:

- снизил комиссию по переводам внутри банка;
- осуществил проект «Плати QR», копирующий отчасти продукт от ЦБ РФ, но имеющий ряд достоинств и недостатков по сравнению с ним.

Все это отрицательно сказывается на продвижении работы Системы быстрых платежей в целом и не способствует основной цели создания данного продукта ЦБ РФ: снижению стоимости межбанковских переводов, увеличению количества обладателей банковских карт и внедрению безналичного способа оплат в организациях, ранее не принимавших карты из-за высокой стоимости эквайринга.

Основным драйвером роста количества банковских карт на данный момент является зарплатный проект. Банки получают прибыль, реализовывая

зарплатный проект в организациях. Прибыль может формироваться напрямую, в виде комиссии с организаций за выполнение банковских транзакций, а также опосредованно, благодаря использованию остатков денежных средств на счете держателя карты, остающихся для предоставления денежных средств при оплате товаров и услуг. Также банковским учреждениям зарплатный проект интересен удешевлением производства карт, снижением средств затрат на рекламу, маркетинговые услуги, быстрое создание больших клиентских баз граждан, с которые в дальнейшем можно привлечь к другим банковским розничным продуктам: ипотеке, потребительским кредитам, депозитам и пр.

### **3.2 Пути решения выявленных проблем банка по операциям с банковским картами**

Рассмотрим на частном случае эффект от подключения зарплатного проекта организацией с использованием банковских пластиковых карт «МИР» в ООО «Алтайкапиталбанк». За исходные данные возьмем численность сотрудников 118 человек. Средняя зарплата в организации составляет 30 000 руб. в месяц.

Рассчитаем Фонд оплаты труда ( $o$ ), руб. в месяц [38, с.93] :

$$o = sxt \quad (1)$$

где  $s$  – средняя заработная плата в месяц, руб.;

$t$  – численность сотрудников предприятия, человек.

$$o = 30\,000 \times 118 = 3\,540\,000 \text{ руб. в месяц.}$$

Основные параметры зарплатного проекта с применением банкомата представлены ниже.

Расходы:

- покупка банкомата – 545 000 руб.;
- стоимость изначального программного обеспечения в банкомат – 27 000 руб.;
- источник бесперебойного питания – 40 000 руб.;
- расходы по выдаче пластиковых карт в количестве 118 штук – 118 x 250=29 500 руб.;
- лицензия на программное обеспечение для банковского автомата в год - 10 000 руб.;
- расходные материалы для банкомата в год - 7 000 руб.;
- инкассация банкомата в месяц - 13 000 руб.;
- постгарантийное обслуживание банкомата в год - 40 000 руб.;
- плата за авторизацию - 0,2%;

Доходы:

- комиссия банка по зарплатному проекту- 0,7%;
- годовое обслуживание карты - 200 руб.;
- средний размер остатков на счетах клиентов [49] - 26%;
- минимальная средневзвешенные процентные ставки кредитных организаций по кредитным операциям в рублях [45] – 5,89%.

Рассчитаем первоначальные единовременные выплаты (а), руб.:

$$a=b+c+d \quad (2)$$

где b – стоимость покупки банкомата, руб.;

c - стоимость изначального программного обеспечения в банкомат, руб.;

d – стоимость источника бесперебойного питания, руб. [38, с.93]

$$a = 5\,000 + 27\,000 + 40\,000 = 612\,000 \text{ руб.}$$

Рассчитаем расходы на первый год (е), руб.:

$$e = f + g + h + i + j \quad (3)$$

где  $f$  - расходы по выдаче пластиковых карт, руб.;

$g$  – расходы на лицензию на программное обеспечение для банковского автомата, руб.;

$h$  – стоимость расходных материалов для банкомата, руб.;

$i$  - затраты на инкассацию, руб.;

$j$ - плата за авторизацию, руб. [38, с.93].

$$e = 29\,500 + 10\,000 + 7\,000 + 13\,000 \times 12 + 30\,000 \times 0,002 \times 12 = 46\,500 + 156\,000 + 720 = 203\,220 \text{ руб.}$$

Рассчитаем расходы на второй год и последующие года ( $k$ ), руб.:

$$k = e + l - m \quad (4)$$

где  $l$  – расходы на постгарантийное обслуживание банкомата в год, руб.;

$m$  - расходы по выдаче пластиковых карт, руб. [38, с.93]

$$k = 203\,220 + 40\,000 - 29\,500 = 213\,720 \text{ руб.}$$

Рассчитаем доходы за первый год и последующие года ( $n$ ), руб.:

$$n = o * p * 12\text{мес} + q + r \quad (5)$$

где  $p$  – комиссия банка в месяц, руб.;

$q$  – стоимость годового обслуживания карт, руб.;

$r$  – привлеченные ресурсы, руб. [38, с.93]

$$n = 3\,540\,000 \times 0,007 \times 12 + 118 \times 200 + 3\,540\,000 \times 0,26 \times 0,0589 = 297\,360 + 23\,600 + 54\,212 = 375\,172 \text{ руб.}$$

Прибыль после первого года составит ( $P_1$ ), руб. [38, с.93]:



$$P_1 = n - a - e \quad (6)$$

$$P_1 = 375\,172 - 612\,000 - 203\,220 = -440\,048 \text{ руб.}$$

Прибыль после второго года составит ( $P_2$ ), руб.:

$$P_2 = n - k - P_1 \quad (7)$$

$$P_2 = 375\,172 - 213\,720 + (-440\,048) = -278\,596 \text{ руб.}$$

Прибыль после третьего года составит ( $P_3$ ), руб.:

$$P_3 = n - k - P_2 \quad (8)$$

$$P_3 = 375\,172 - 213\,720 + (-278\,596) = -117\,144 \text{ руб.}$$

Прибыль после четвертого года составит ( $P_4$ ), руб.:

$$P_4 = n - k - P_3 \quad (9)$$

$$P_4 = 375\,172 - 213\,720 + (-117\,144) = 44\,308 \text{ руб.}$$

Прибыль после пятого года ( $P_5$ ), руб.:

$$P_5 = n - k - P_4 \quad (10)$$

$$P_5 = 375\,172 - 213\,720 + 44\,308 = 205\,760 \text{ руб.}$$

Основные экономические показатели по внедрению зарплатного проекта представлены в таблице 13.

Исходя из анализа основных экономических показателей по внедрению зарплатного проекта банком, используя банковские карты «Мир» (таблица 13), из этого следует вывод, что заданный проект окупится в течении четырех лет, то есть в 2026 году.

Таблица 13 – Основные экономические показатели по внедрению зарплатного проекта в ООО «Алтайкапиталбанк» посредством использования пластиковых карт «Мир»

Год	Доход, руб.	Затраты, руб.	Прибыль, руб.
2022	375 172,00	815 220,00	- 440 048,00
2023	375 172,00	213 720,00	- 278 596,00
2024	375 172,00	213 720,00	- 117 144,00
2026	375 172,00	213 720,00	44 308,00
2027	375 172,00	213 720,00	205 760,00

Рассчитав все затраты на внедрение зарплатного проекта с использованием банковских пластиковых карт из формул (1) и (4), получаем, что затраты на внедрение 118 карт на предприятии со штатной численностью 118 человек составят 29 500 руб., при этом затраты на эксплуатацию карт составят 213 720 руб., а единовременные затраты составят 612 000 руб.

Исходя из полученных данных, этот проект может быть принят к исполнению. Это позволит расширить количество банковских карт национальной платежной системы МИР в обороте, увеличить количество клиентов и принести дополнительную прибыль для банка.

В случае, если будет больше количество сотрудников или больше фонд оплаты труда, то срок окупаемости будет ниже, но при снижении штата или зарплат на предприятии, есть риск, что данный зарплатный проект не окупит себя.

Увеличение количества клиентов является важным на данный момент фактором развития для банка, так как позволяет не только получить дополнительный комиссионный доход на банковских картах, но и привлечь клиентов в развивающуюся эко-систему банка, которая на текущий момент находится на грани рентабельности, а чаще даже несет убытки, но является

важной составляющей, для увеличения стоимости бренда и дальнейшего развития банка [47].

Для ООО «Алтайкапиталбанк» важным направлением для увеличения доходов по банковским картам является привлечение клиентов возрастом от 14 до 25 лет. На данный момент распределение активных клиентов по возрастным группам представлено в таблице 14.

Таблица 14 - Распределение активных клиентов по возрастным группам, % от общего числа активных клиентов

Возраст	Мужчины, %	Женщины, %	Всего, %
14-25	5,09	5,34	10,43
26-35	8,98	10,31	19,29
36-45	8,28	10,21	18,49
46-55	6,54	8,23	14,77
56-65	7,51	11,20	18,71
66-75	3,87	6,67	10,54
76 и более	2,61	6,34	8,95

Исходя из данных выше можно сделать вывод, что основная клиентская база – это люди от 26 до 65 лет с постепенным снижением после 65 лет. Если банк не изменит политику привлечения и не сконцентрируется на молодых клиентах, ООО «Алтайкапиталбанк» может потерять большое количество прибыли.

Для того чтобы привлечь данную категорию лиц, банк может сконцентрировать привлечение на социальных сетях и рекламу через популярных лиц для данных людей, таких как: известные актеры, певцы, блогеры. Это даст увеличение более чем на 10% количество клиентов, которые в дальнейшем еще долгое время будут клиентами банка. Также, учитывая, что это наиболее активная категория людей в области цифровизации, они смогут принести высокий уровень дохода в эко-системе банка и будут сами продвигать наиболее удобные для них продукты ООО «Алтайкапиталбанк».

Одним из направлений развития в этой области для ООО «Алтайкапиталбанк» является увеличение кобрендинговых проектов. Но

несмотря на то, что в принципе данный рынок слабо развит, количество существующих на данный момент таких проектов в нашей стране не превышает 12%, а в других странах располагается в динамическом диапазоне от 60 до 65%, простые кобренды (проекты, в которых, кроме банка принимает участие только одна организация) не являются популярными. Потребители не хотят обладать пакетом привилегий, который бы находился только с одним брендом. Так актуальными являются мультибрендовые кредитные и дебетовые карты, а также пластиковые карты, которые ориентированы на определённый формат жизни (например, cash-back в любом ресторане, магазине электроники).

В последние годы выпуск кредитных карт по упрощенной схеме производится в меньшем объеме. Банки предъявляют к держателям данных карт серьезные требования, минимизируя собственные риски по появлению просроченной задолженности, из-за чего можно увидеть снижение темпов кредитного карточного кредитования клиентов. Но, с другой стороны, тщательный подход при выборе клиентов способствует в дальнейшем планомерному увеличению качества держателей данных карт в ООО «Алтайкапиталбанк».

Требуется вводить современные технологии скоринга для отсева клиентов, неспособных в дальнейшем расплатиться по кредитным картам. В большом количестве западных стран банки применяют биометрические технологии, данные, получаемые из социальных сетей и от мобильных операторов, о всех производимых оплатах, для того чтобы обнаружить признаки мошеннических действий и недобросовестности выбранного клиента в момент заведения заявок.

Исходя из всего вышеописанного можно выделить проблемы и пути их решения относительно всех банков, которые будут описаны в таблице 15.

Таблица 15 – Основные проблемы банков России и пути их решения при работе с Банковскими картами

Проблемы	Пути решения	Результат
1) увеличить количество клиентов с банковскими картами	Внедрить больше зарплатных проектов на территории страны	Увеличение получаемого комиссионного дохода по продукту банковские карты
2) слабая развитость инфраструктуры, связанной с приёмом безналичных платежей	Активно рекламировать и внедрять систему эквайринга и систему оплат через Систему Быстрых платежей в регионах	Увеличение получаемого комиссионного дохода по продукту банковские карты
3) низкая развитость в сравнении с другими странами сети устройств самообслуживания	а) установить большое кол-во банкоматов; б) внедрить систему банковских платежных агентов; в) согласовать использование банкоматов клиентами разных банков, без дополнительных комиссий.	Увеличение получаемого комиссионного дохода по продукту банковские карты. Диверсификация клиентов по территориям
4) безопасность при использовании банковских карт в устройствах самообслуживания.	а) внедрение в банкоматах антискиминговых устройств; б) внедрение в устройства самообслуживания систем идентификации пользователя по лицу.	Снижение мошеннических действий с банковскими картами, снижение финансовых рисков по продукту “Банковские карты”.
5) безопасность при использовании банковских карт в области интернет-эквайринга	а) внедрение 3D-Secure при оплате. б) Совершение двухэтапной аутентификации при проведении оплат	Снижение мошеннических действий с банковскими картами, снижение финансовых рисков по продукту “Банковские карты”
б) низкая информированность жителей небольших городов и сельского населения страны о функциях и правилах эксплуатации пластиковых карт.	а) проведение рекламы банков через ТВ / Радио / сеть интернет с введением просветительских роликов, с обучением использованием банковскими продуктами; б) проведение просветительских уроков для населения; в) продвижение Зарплатных проектов с льготными тарифами в организациях в данных местностях; г) внедрение специально обученных Direct Sales Agents сотрудников с целью проведения продаж через обучение населения новым продуктам.	Увеличение получаемого комиссионного дохода по продукту банковские карты. Диверсификация клиентов по территориям.

Продолжение таблицы 15

Проблемы	Пути решения	Результат
7) высокая вероятность возникновения Дебиторской задолженности по кредитным картам	а) проведение более тщательного анализа клиентов на основе его затрат; б) диверсификация лимитов по покупкам в определенных сферах деятельности; в) изменение лимитов в зависимости от средних затрат клиента в определенный период обязательство подключения продуктов страхования по возможным невыплатам по кредиту и по потере работы.	Снижение дебиторской задолженности населения перед банками.

Часть общих проблемы всех банков страны относятся также и к ООО «Алтайкапиталбанк», но также есть и проблемы, которые относятся только непосредственно к ООО «Алтайкапиталбанк». Рассмотрим данные проблемы, которые относятся только непосредственно к ООО «Алтайкапиталбанк» отдельно в таблице 16.

Таблица 16 – Основные проблемы ООО «Алтайкапиталбанк» и пути их решения относительно продукта “Банковские карты”

Проблемы	Пути решения	Результат
1) снижение прибыльности эквайринга и продукта “Плати QR” из-за появления и распространения в РФ Системы Быстрых Платежей	а) активно внедрять систему “Плати QR” и провести ее маркетинг как для бизнеса, так и для физических лиц; б) произвести интеграцию системы “Плати QR” с кассовым оборудованием торговых точек.	Снижение активности клиентов в Системе быстрых платежей. Отсутствие потерь дохода. Снижение возможностей мошенничества
2) большое кол-во устройств в сети с устаревшими банкоматами и высокие расходы на их содержание	а) активное внедрение системы Банковских платежных агентов на сети Эквайринга; б) развитие функций дистанционного банковского обслуживания. в) продажа старого оборудования	Снижение расходов.

Продолжение таблицы 16

Проблемы	Пути решения	Результат
3) невысокое кол-во клиентов в возрасте от 14 до 25 лет относительно остальных возрастных категорий	а) проведение рекламы Банка через ТВ / Радио / сеть интернет с привлечением актуальных для молодого поколения популярных актеров и блогеров; внедрение персональных предложений для данных возрастных категорий; б) внедрение персональных зарплатных проектов для организаций с низким средним возрастом сотрудников.	Увеличение количества клиентов банка. Привлечение клиентов на длительное обслуживание. Диверсификация клиентов по возрастному признаку. Привлечение новых клиентов в эко-системе банка.

Банковские карты будут являться одним из самых востребованных банковских продуктов.

Минимизация собственных затрат, оптимальное управление денежными средствами физических лиц, снижение операционных издержек заставляет банки искать новые формы взаимодействия со своими клиентами.

Для увеличения роста клиентов банка, пользующихся банковскими картами, должны быть осуществлены следующие действия:

- правильное проведение продвижения продуктов;
- подписание договоров на зарплатные проекты, особенно в организациях в сельской местности и небольших городах;
- активное продвижение на уровне государства проекта Банковский Платежный агент;
- увеличение безопасности системы электронных платежей и объяснение населению возможных схем мошенничества на данном рынке.

Основная цель этих изменений по совершенствованию операций с банковскими картами должна отталкиваться обслуживания большого количества физических лиц, с целью извлечения максимальной прибыли.

Очень стремительное распространение банковских карт, эволюция их в массовый инструмент расчетов, обозначает то, что эта форма расчетов выгодна большинству сторон, которые участвуют в этой системе.

Сейчас можно увидеть большое количество типов и разновидностей карт. Банки-эмитенты конкурируют между собой, с целью привлечения все большего количества клиентов. В результате конкуренции, банки вынуждены снижать стоимость обслуживания карт и снижать комиссионные доходы за их использование.

Сегодня маржинальность и доходность бизнеса, связанного с картами, постепенно повышается. ООО «Алтайкапиталбанк» освоил возможности по получению прибыли не только на interchange доходах, но и привлечением своих клиентов к дополнительным сервисам собственной эко-системы продуктов. Можно выделить следующие перспективы ООО «Алтайкапиталбанк» на рынке пластиковых карт:

- активное участие банка в национальной системе платёжных карт, банк активно продвигает выпуск карт платежной системы «Мир» среди собственных клиентов;

- участие в программе лояльности от национальной системы платёжных карт (дополнительные транзакционные доходы).

Несмотря на довольно весомые изначальные затраты, которые возникают при запуске и отработке технологий использования банковских карт, банки России активно развивают данный инструмент для реализации стратегических целей по развитию розничной торговли. Любой банк, если он планирует располагаться на рынке частных вкладов и работать с физическими лицами, вынужден заниматься выпуском карт. Исходя из этого можно выделить следующие перспективы банковских карт в России:

- требуется поменять мышление населения в том плане, что банковская карта — это не только средство для снятия наличных, но в основном как удобный инструмент для проведения оплаты товаров и услуг. Для этой цели банки должны развивать собственные программы лояльности, связанные с получаемыми клиентами бонусами, а также заключать дополнительные программы с организациями, с целью заключения кобрендинговых программ;

- требуется постепенно помогать с повышением технической



грамотности физических лиц по работе с карточными продуктами через консультирование и информирование населения, уделяя особое внимание наиболее консервативному населению: жителям малых населенных пунктов и лицам предпенсионного и пенсионного возраста). Это позволит увеличить и диверсифицировать держателей банковских карт, увеличив общий комиссионный доход;

– требуется на постоянной основе вести работу по повышению безопасности банковской карты и обращать внимание на технические нововведения на данном рынке в других странах. От данного фактора зависит не только лояльность держателей карты к этому продукту, но и доходность, так как будут снижаться риски и возможные убытки. Для решения данной проблемы банки уже сейчас могут реализовать следующие проекты:

– бесконтактный прием банковских карт в банкоматах. Благодаря этому снижаются риски на использование скимминговых устройств в банкоматах, а также снизится риск, что клиент сможет забыть карту в устройстве;

– защита пользователя с помощью биометрических систем распознавания: по отпечатку пальца, по типовым операциям и т.п.

Одним из основных направлений развития систем обслуживания клиентов и развития работы с банковскими картами является совершенствование дистанционного банковского обслуживания.

На основании проведенного анализа получено, что основными действиями банка для увеличения получаемой прибыли непосредственно от банковских карт, является:

– внедрение большего количества зарплатных проектов в организациях с низким средним возрастом, с целью увеличения клиентской базы и расширением аудитории банка, что приведет к повышению прибыли по банковским картам и новым клиентам в эко-системе банка;

– внедрение системы банковских платежных агентов на территориях, где содержание банкомата финансово является невыгодным, что

приведет к снижению расходов на обслуживание;

– изменить лимиты по кредитным картам в зависимости от средних затрат клиента в определенный период времени, что приведет к снижению просроченной дебиторской задолженности физических лиц;

– активное продвижение преимуществ среди физических и юридических лиц собственного продукта “Плати QR”, что принесет дополнительный доход от эквайринга в сферах деятельности, где использование обычного эквайринга является дорогим и поможет уменьшить долю снятия наличных денежных средств с карточного счета.

## Заключение

На текущем этапе развития безналичных решений в банковской индустрии банкам приходится выявлять и внедрять все более инновационные методы и механизмы проведения операций, которые будут являться наиболее удобными и безопасными для держателей пластиковых карт.

В данной работе были рассмотрены теоретические аспекты истории банковских карт, организации операций с картами, сущность и принципы организации безналичных расчетов, произведен анализ видов банковских карт, охарактеризованы основные принципы использования пластиковых банковских карт в России. Проведен анализ работы ООО «Алтайкапиталбанк» с банковскими картами, были выделены проблемы и перспективы развития банковских карт.

На данный момент банковская сфера в Российской Федерации это важная составляющая общенациональных интересов. Банки предлагают населению услуги из обширного перечня. При этом конкуренция за каждого клиента постоянно возрастает. В связи с этим, банки вынуждены усовершенствовать виды услуг в сфере банковских карт.

В наиболее удаленных регионах пластиковые карты используются в малых объемах, что усложняет институционализацию электронных способов оплат. Создание партнёрских программ между банками по использованию банкоматов, сможет отчасти решить эту проблему и повысить доходы по данному продукту в этих регионах.

Наблюдается постоянный рост интереса клиентов к данному продукту. Если буквально пять - шесть лет назад большая часть физических лиц, которые обладали банковскими картами, получали первый пластиковый продукт в рамках зарплатного проекта, то в наше время находится все больше клиентов, которые приходят за получением пластиковой карты и без него.

Банковские учреждения являются посредниками и организаторами всех процессов, которые связаны с пластиковыми картами. Они связывают

платёжные системы, держателей карт, торгово-сервисные предприятия и абсолютно для всех это взаимодействие является выгодным.

Если учесть средний показатель на каждую банковскую услугу, доходы по каждой единице затрат в карточном бизнесе являются более высокими, в сравнении с остальными сегментами деятельности банка. Необходимо отметить, что одним из самых доходных банковских проектов в Российской Федерации является зарплатный проект. Во-первых, затраты по обслуживанию подобных проектов минимальны для банков, так как процесс максимально автоматизирован. Во-вторых, комиссия, получаемая банками при проведении операции при помощи банковских карт, весьма существенна, как и прибыль, получаемая банками от эквайринга.

Исходя из выявленных в работе проблем, следует отметить высокую просроченную задолженность у граждан в области кредитных карт.

Для того чтобы перевести консервативных клиентов с оплаты наличными на карты, банки должны активно развивать системы лояльности при оплате картами. Одним из решений является внедрение кобрендинговых программ и создание партнерских программ – это та часть рынка, которая позволит банкам экономить на затратах на рекламную часть карт, тем самым избегая повышения тарифов, увеличивая комфортность собственных сервисов для клиентов. Специальные акции, предлагаемые платежными системами, также могут служить популярными маркетинговыми инструментами.

Одним из важнейших направлений усовершенствования обслуживания держателей карт и развития операций с банковскими картами располагается в развитии дистанционного банковского обслуживания.

В первой главе даны основные определения по продукту «Банковская карта», описаны основные функции банковских карт. Рассмотрены особенности использования банковских карт.

Во второй главе собраны данные по использованию банковских карт в России и ООО «Алтайкапиталбанк», на основании данных проведен анализ и выявлены основные проблемы в развитии банковских карт.

В третьей главе были рассмотрены выявленные проблемы и перспективы развития банковских карт. Для уменьшения затрат на обслуживание сети банкоматов и расширения развитости сети устройств самообслуживания банкам предложено заключение с торгово-сервисными предприятиями договоров с банковскими платежными агентами. С целью расширения сети партнеров, которым не выгоден эквайринг, предложено внедрить на данных предприятиях прием банковских карт благодаря системам «Плати QR». Сделан расчет стоимости внедрения зарплатного проекта на предприятии. Несмотря на текущие проблемы в развитии банковских карт, можно отметить высокий объем операций с банковскими картами. В России возникают новые правоотношения и их законодательное регулирование.

## Список используемой литературы

1. Актуальные направления развития банковского дела: монография – М.: Русайнс, 2020. – 274 с.
2. Алексеева Н.В., Чулкова И.Ю. Актуальные тенденции развития банковских операций на рынке платежных карт // Современные концепции финансового менеджмента в обеспечении устойчивого развития банковского и реального секторов экономики – 2018 – N1 – С.99-106.
3. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / под ред. Васильева Л.С., Петровская М.В. – М.: КноРус, 2021. – 606 с.
4. Банковское дело. Задачи и тесты: учебное пособие / под ред. Валенцева Н.И. – М.: КноРус, 2019. – 311 с.
5. Банковское дело: организация деятельности Центрального банка и коммерческого банка, небанковских организаций: учебник/ под. Ред. Казимагомедов А. А. – М.:Инфра-М,2018. – 502 с.
6. Банковское дело. Практикум: учебное пособие / под ред. Бычков В.П., Кузнецова В.В., Ларина О.И. – М.: КноРус, 2021. – 260 с.
7. Банковское дело: розничный бизнес: учебное пособие /под ред. Г.Н. Белоглазова, Л.П. Кроливецкая. – М.: КноРус, 2017. – 416 с.
8. Банковское дело: современная система кредитования: учебное пособие / под ред. Лаврушин О.И., Афанасьева О.Н. – М.: КноРус, 2021. – 357 с.
9. Банковское дело: управление в современном банке : учебное пособие / под ред. Ольхова Р.Г. – М. : КноРус, 2020. – 304 с.
10. Банковское кредитование: учебник/ под ред. А.М.Тавасиев, Т.Ю.Мазурина. – М.:Инфра-М, 2018. – 366 с.
11. Банковское право Российской Федерации:учебник для магистратуры/ под ред. Е.Ю.Грачева – М.: Инфра–М, 2021. - 336 с.
12. Галстян О. С. Направления совершенствования развития банковских карт в системе безналичных расчетов // Молодой ученый – 2021 –

№ 5 – С.250-253.

13. Деньги, кредит, банки: учебное пособие / под ред. Меркулова И.В., Лукьянова А.Ю. – М. : КноРус, 2020. – 347 с.

14. Деньги, кредит, банки: учебник / под ред. Кузнецова Е.И. – М.: КноРус, 2019. – 305 с.

15. Деньги, кредит, банки: учебник / под ред. Лаврушин О.И., Криворучко С.В., Абрамова М.А., Захарова О.В. – М.: КноРус, 2019. – 448 с.

16. Деньги, кредит, банки: учебное пособие / под ред. Янов В.В., Бубнова И.Ю. – М.: КноРус, 2021. – 420 с.

17. Жукова В.В., Конвисарова Е.В. Проблемы и перспективы развития и рынка пластиковых карт в России // Современные научные исследования и инновации. – 2019. – № 11 – С. 39 – 44.

18. Зайцева Е. А. Виды рисков банковских карт // Студенческий вестник – 2021 – № 4-4. – С. 12-13.

19. Иванкина М. С., Исаков М. А. Зарплатный проект как форма взаимовыгодного сотрудничества банка и предприятия// Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвузовский сборник научных трудов – 2018 - № 1 – С. 92-96.

20. Карпова С. В., Рожков И. В. Современное состояние российского банковского рынка и основные маркетинговые тренды его развития // Экономика. Налоги. Право – 2021 - № 1 – С. 71-80.

21. Лысова Ю. В. О правовых проблемах дистанционного банковского обслуживания // Право и экономика – 2021 - № 1 – С. 71-79.

22. Матузенко Е.В., Глазунова О. А., Изварин А.А. Тенденции, проблемы и перспективы развития электронной коммерции в сфере интернет-торговли. // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права – 2021. - № 1 – С. 197-206.

23. Матьянова Е. С. Национальная система платежных карт: понятие и общая характеристика. // Труды кафедры финансового права российского

государственного университета правосудия – 2021 - N 1- С.218-229.

24. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. Практикум: учебно-практическое пособие / под ред. Звонова Е.А. – М.: КноРус, 2020. – 314 с.

25. Обаева А.С. Национальная платежная система: инфраструктура, инновации, перспективы развития // Деньги и кредит. – 2014. – N 5. –С. 34–39.

26. Организация деятельности коммерческого банка: учебник/ О.Н. Маркова. – М.:КноРус, 2021. – 532 с.

27. Положение Банка России от 16 декабря 2003 г. № 242-П «Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах» – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_46304/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_46304/). (дата обращения: 05.04.2022).

28. Положение Банка России от 23 декабря 2020 № 747-П «О требованиях к защите информации в платежной системе Банка России». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_377008/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_377008/). (дата обращения: 05.04.2022).

29. Положение Банка России от 24 декабря 2004 г. № 266-П «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52513/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52513/). (дата обращения: 05.04.2022).

30. Резервирование по ссудам в банковском Риск менеджменте: учебное пособие / под ред. Шаталова Е.П., Шаталов А.Н. – М.: Русайнс, 2021. – 111 с.

31. Современные аспекты развития банковского дела: сборник статей – М.: Русайнс, 2021. – 168 с.

32. Стародубов И.И., Данилов И.А. Тренды в банковском финтехе 2021 года // Матрица научного познания – 2021 – N 2-1 – С. 114 – 120.

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



[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5842/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/). (дата обращения: 05.04.2022).

34. Федеральный закона от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_115625/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/). (дата обращения: 05.04.2022).

35. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_37570/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/). (дата обращения: 05.04.2022).

# Приложение А

## Отчет о финансовых результатах

Банковская отчетность

Код территории по ОКATO	Код кредитной организации (фирмы)	
	по ОКПО	Регистрационный номер (торговый номер)
03	3	3609

### ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ (публикуемая форма) за 2020 г.

Фирменное наименование кредитной организации

Общество с ограниченной ответственностью Коммерческий банк "АлтайкапиталБанк"

Адрес (место нахождения) кредитной организации: 656043, г. Барнаул, ул. Л. Толстого, 38а

Формы по ОКУД 0409807  
Квартальная (Годовая)

#### Раздел 1. Прибыли и убытки

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные за отчетный период, тыс. руб.	Данные за соответствующий период прошлого года, тыс. руб.
1	2	3	4	5
1	Процентные доходы, всего,	5	362 678	414 725
1.1	от размещения средств в кредитных организациях	5	44 428	80 476
1.2	от суда, предоставленных клиентам, не являющимся кредитными организациями	5	315 502	331 336
1.3	от оказания услуг по финансовой аренде (лизингу)		0	0
1.4	от вложений в ценные бумаги	5	2 748	2 913
2	Процентные расходы, всего,	5	127 182	137 202
2.1	по привлеченным средствам кредитных организаций	5	3 630	6 026
2.2	по привлеченным средствам клиентов, не являющимся кредитными организациями	5	123 552	131 176
2.3	по выпущенным ценным бумагам	5	0	0
3	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа)	5	235 496	277 523
4	Изменение резерва на возможные потери и оценочного резерва под ожидаемые кредитные убытки по судам, судебной и приравненной к ней задолженности, средствам, размещенным на корреспондентских счетах, а также начисленным	5	-19 242	7 396
4.1	изменение резерва на возможные потери и оценочного резерва под ожидаемые кредитные убытки по начисленным процентным доходам	5	2 417	-32 369
5	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва на возможные потери	5	216 254	284 919
6	Чистые доходы от операций с финансовыми активами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток	5	-277	913
7	Чистые доходы от операций с финансовыми обязательствами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток		0	0
8	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прочий совокупный доход		0	0
8a	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, имеющимися в наличии для			
9	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, оцениваемыми по амортизированной стоимости		0	0
9a	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, удерживаемыми до погашения			
10	Чистые доходы от операций с иностранной валютой	5	7 362	3 955
11	Чистые доходы от переоценки иностранной валюты	5	339	96
12	Чистые доходы от операций с драгоценными металлами		0	0
13	Доходы от участия в капитале других юридических лиц	5	715	949
14	Комиссионные доходы	5	102 541	94 895
15	Комиссионные расходы	5	37 765	29 449
16	Изменение резерва на возможные потери и оценочного резерва под ожидаемые кредитные убытки по ценным бумагам, оцениваемым по справедливой стоимости через прочий совокупный доход	5	0	0
16a	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, имеющимся в наличии для продажи	5		
17	Изменение резерва на возможные потери и оценочного резерва под ожидаемые кредитные убытки по ценным бумагам, оцениваемым по амортизированной стоимости		0	0
17a	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, удерживаемым до погашения			
18	Изменение резерва по прочим потерям	5	14 748	-36 264
19	Прочие операционные доходы	5	15 882	7 160
20	Чистые доходы (расходы)	5	319 799	327 174
21	Операционные расходы	5	178 191	192 509
22	Прибыль (убыток) до налогообложения	5	141 608	134 665
23	Возмещение (расход) по налогам	5	27 811	17 693
24	Прибыль (убыток) от продолжающейся деятельности	5	113 589	120 030
25	Прибыль (убыток) от прекращенной деятельности	5	208	-3 058
26	Прибыль (убыток) за отчетный период	5	113 797	116 972

#### Раздел 2. Прочий совокупный доход

Номер строки	Наименование статьи	пер. поясн.	Данные за отчетный период, тыс. руб.	Данные за соответствующий период прошлого года, тыс. руб.
1	2	3	4	5
1	Прибыль (убыток) за отчетный период	5	113 797	116 972
2	Прочий совокупный доход (убыток)		X	X
10	Финансовый результат за отчетный период	5	113 797	116 972

Президент Банка

Германенко И. В.

Главный бухгалтер

Бальсевич С. С.

Ведущий экономист Службы управления рисками

Крицанова В. Л.

Телефон 2)65-84-76

02.04.2021

Рисунок А.1-Отчет о финансовых результатах