

2. Внутренний аудит [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ж.А. Кеворкова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16465.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Варнакова Г.Ф. Значимость уровня существенности в аудите. Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: I Международная научно-практическая конференция (18-22 апреля 2016г. г. Ульяновск): сборник научных трудов. – Ульяновск : УлГТУ, 2016. – 326 с.

4. Варнакова Г.Ф. Система внутреннего контроля в организации / Г.Ф. Варнакова // Поволжский педагогический поиск. 2013. № 3 (5). С. 124-126.

5. Танков В.А. Аудит [Электронный ресурс]: вопросы и ответы/ В.А. Танков— Электрон. текстовые данные.— М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, Юриспруденция, 2014.— 128 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23008.html>.— ЭБС «IPRbooks»

## ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПЛАТЁЖНЫХ БАНКОВСКИХ КАРТ

*Масюкова Л.В.*

*к.э.н., доцент*

*Хабаровский государственный университет экономики и права*

*Пономарёва Н.А.*

*к.э.н., доцент*

*Хабаровский государственный университет экономики и права*

### **Аннотация**

В статье рассмотрен – анализ деятельности банков на рынке платёжных карт различных платёжных систем, современное состояние российского рынка платёжных карт, проблемы и перспективы совершенствования операций с банковскими картами

**Ключевые слова:** платёжная система, платёжная банковская карта, оценка эффективности использования платёжных карт, российский рынок платёжных карт

### **KEY ISSUES AND PERSPECTIVES OF THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN PAYMENT CARD MARKET**

*Masukova L.V.*

*Candidate of Economics*

*Associated Professor*

*Khabarovsk State University of Economics and Law*

*Ponomareva N.A.*

*Candidate of Economics*

*Associated Professor*

*Khabarovsk State University of Economics and Law*

### **Abstract**

This article analyzes activities of banks in the payment card market of different payment systems, the current state of Russian payment card market, issues and perspectives of improving banking card operations.

**Keywords:** payment system, bank card, evaluation of the effectiveness of the use of payment cards, Russian payment card market

В настоящее время можно выделить наиболее перспективные направления в области карточного бизнеса. К ним следует отнести: завершение работы по созданию национальной платежной системы; внедрение социальных программ; увеличение в общей эмиссии доли кредитных карт; развитие кобрендинговых проектов.

Рассмотрим подробнее указанные направления совершенствования операций банков с платёжными банковскими картами.

Развитие и становление национальной платёжной системы России являются одним из основных факторов стабильности функционирования финансового сектора и в целом экономики нашей страны. Как уже отмечалось, создание национальной системы платёжных карт, занимающейся выпуском карты «Мир», приходится на 2014 год. Непосредственный выпуск платёжных банковских карт «Мир» стартовал с конца 2015 года. При этом, ПАО «Сбербанк», являющийся одним из главных участников в НСПК, приступил к работе с этими картами в октябре 2016 года. Анализ функционирования платёжных карт «Мир» в анализируемом банке позволил выявить положительные и отрицательные стороны их обращения [5].

Банковская платёжная карта Сбербанк-МИР обладает определёнными достоинствами. Их можно классифицировать по следующим направлениям:

- ✓ в частности, имеет широкую сеть приема карт в России, в том числе в Крыму;

- ✓ возможностью оплаты картой вне зависимости от политической обстановки. Возникший прецедент по картам VISA и MasterCard в 2014 году, в тот период, когда международные платёжные системы, штаб-квартира которых находится в Америке, заблокировали карты нескольких крупных российских банков, показал необходимость и правильность выбора создания НСПК. Создание платёжной системы «МИР» позволит России такого риска избежать и впредь не повторять;

- ✓ Внедрение современных технологий безопасности карты, в частности, использование российского чипа на карте.

Можно выделить ещё несколько недостатков:

- ✓ В частности установление высокого тарифа по классической карте (основной тариф). ПАО «Сбербанк» установил тариф по классической карте на уровне MasterCard Standart и Visa Classic. Таким образом, у держателей карты международных платёжных систем вроде бы нет экономического стимула, чтобы

переходить на карты национальной платёжной системы. На наш взгляд, сделав такие тарифы по классической карте и бесплатное обслуживание по пенсионной карте ПАО «Сбербанк России» для себя установил некоторые приоритеты. Первоначально карту будут продвигать именно для пенсионеров, бюджетников по зарплатным проектам, а потом, будут привлекать на обслуживание по данной карте уже другие категории граждан. Очевидно, что со временем стоимость обслуживания будет существенно снижена, также будут уменьшены тарифы комиссионных для всех остальных держателей карт.

- ✓ Бесспорно, что обращение карты будет ограничено использоваться за пределами РФ. На данный момент, в связи с существованием западных санкций у России нет возможности устанавливать точки приёма и обслуживания платёжной карты «МИР» за её пределами. Со временем популярность платёжной системы «МИР» будет только расти, и этот недостаток будет ликвидирован. Вместе с тем при использовании карты только внутри страны, этот минус практически полностью нивелирован;

- ✓ Отсутствие бесконтактной технологии оплаты по карте «Мир» на текущий момент также снижает её достоинства. В связи с тем, что нет возможности оплачивать покупки по бесконтактной технологии NFC, как это можно делать по картам VISA и MasterCard, имеется ввиду технологии NFC, в том числе такие как Apple Pay и Samsung Pay. Естественно, данный аспект сейчас не для всех, а для отдельных категорий клиентов, сдерживая интерес у молодых и продвинутых в этой области людей.

Ликвидация указанных выше недостатков позволит расширению сферы использования национальных платёжных банковских карт «Мир».

Что касается внедрения социальных программ с использованием платёжных банковских карт «МИР», то, по мнению многих заинтересованных участников рынка, выпуск и обслуживание социальных банковских карт является интересным и ещё одним из доходных проектов, особенно для банков-ритейлов, имеющих хорошо развитую розничную сеть. Несмотря на небольшие суммы на счетах держателей социальных карт, их значительное количество даже при невысоких тарифах комиссионного вознаграждения за обслуживание платёжных карт, будет обеспечивать хорошую доходность. Ведь социальными платёжными картами можно воспользоваться не только с

целью получения скидок и льгот (скидки на предприятиях, проезд в общественном транспорте), но и как удобным банковским продуктом. В зависимости от предлагаемых банком условий можно получить кредит по социальной карте и воспользоваться другими преимуществами банковских пластиковых карт, например, быстро и безопасно оплачивать счета и покупки, делать сбережения, участвовать в программах бонусных скидок, контролировать расходы по карте с помощью выписок по счёту, либо СМС сообщений. Таким образом, Банк зарабатывает доходы как от комиссии за выдачу наличных в банкомате или операционной кассе, за подключение различных услуг по переводу денежных средств, так и в виде процентов по кредитам [3].

Впрочем, внимание банковских служащих к социальным картам привлекает не только возможность получения потенциальных комиссионных доходов, но и перспективы увеличения клиентской базы за счёт дополнительного привлечения розничного клиента с различным уровнем социального положения и размером доходов. При этом привлекательными для кредитных организаций смогут стать все категории пользователей. Очевидно, наиболее старшее поколение — пенсионеры, а также работающее население с более высоким уровнем дохода — более склонны к накоплениям, чем молодое активное поколение. Следовательно, остатки на их картсчетах, как правило, больше, чем у остальных владельцев платёжных карт, т.е. у банка появляется дополнительные источники ресурсов, что несомненно выгодно банкам. [5].

Как уже было отмечено, ПАО «Сбербанк» является основным игроком на рынке социальных карт. Он успел достичь серьезных показателей в бизнесе по их выпуску. Социальные карты, которые Правительство Москвы предусматривает для льготников столицы, московских студентов и учащихся с приложением Банка, даёт возможность получать по ней не только пенсии и пособия, но и совершать покупки в торговых центрах по льготным ценам, использовать карту в качестве проездного билета в метро, наземном транспорте в Москве и Московской области, а также в пригородных электричках. Также на социальной карте жителей Москвы и Московской области хранится информация о полисах медицинского страхования для пользования пластиком в медицинских учреждениях и также даёт право на получение кредита на срок до 80 дней. Такое многообразие возможностей достигается за счёт того, что на платёжных картах есть не только

магнитная полоса, с помощью которой можно расплачиваться за покупки, но и встроенный чип. Его не заметно, но в этом устройстве хранится информация о пенсионерах, студентах, и др. которую считывают турникеты в метро, трамваях, автобусах и электричках, а также специальные устройства в медицинских клиниках.

Недостатком проекта «Социальная карта москвича» является ограниченность в пользователях, — им могут пользоваться лишь граждане Москвы и Подмосковья, а также льготники, студенты и учащиеся этого региона. У ПАО «Сбербанк», которым выпускаются социальные карты, клиентами может потенциально вся Россия — его социальные платёжные карты могут обслуживаться в любом структурном подразделении банка, которые функционируют в любом городе. Вновь введённая социальная карта «МИР» Банка может быть наделена такими возможностями, как оплата коммунальных счетов, проезд в транспорте и оплата мобильных услуг; кроме того, она может предоставить своим владельцам возможность делать с ее помощью покупки, проверять состояние банковского и пенсионного счётов в режиме «online». В «память» платёжной карты можно внести все основные данные о его владельце, поэтому карту можно будет предъявлять в поликлинике, налоговой инспекции, пенсионном фонде и при проезде в общественном транспорте. А ещё карту возможно использовать в качестве водительского удостоверения, внося туда необходимые данные. Конечно, это довольно затратная схема функционирования платёжной карты, но мы считаем, что государство должно поддержать эту программу и внести в НСПК необходимые изменения. В частности, со стороны ЦБ РФ возможно проведение работы по объединению информационных центров городов РФ (Москва, Санкт-Петербург, Самара, Череповец, Челябинск и др.), где функционируют социальные карты.

Региональные проекты по выпуску социальных карт не так значительны и заметны, чем программы Сбербанка. Как правило, они работают в рамках одного города, реже региона и выпуском социальных пластиковых карт занимаются отдельные крупнейшие банки. Такие проекты строятся по такому же принципу, как программа по выпуску социальных карт в Москве и Московской области, то есть при поддержке городской администрации [2].

Следующим перспективным направлением развития операций коммерческих банков

мы обозначили увеличение в общей эмиссии доли кредитных карт.

На настоящий момент времени рынок кредитных карт несколько сократился. Это связано с продолжением финансового кризиса и, как следствие, резким сокращением платёжеспособности населения. Однако, увеличение выпуска кредитных карт выгодно не только банкам, и клиентам, но и торгово-сервисным предприятиям. Необходимо остановиться на их основных преимуществах. В частности для банков это снижение себестоимости обслуживания клиентов, автоматизация процесса управления утверждения и сопровождения кредита. Кроме того, банк анализирует ценную информацию по поведению клиента, а также предоставляет возможность воспользоваться льготным периодом. Мы отмечали, что в настоящее время, например, ПАО «Сбербанк» снизил лимиты кредитования по клиентам, имеющим просроченную задолженность по кредитным картам. На наш взгляд, это правильное решение, т.к. снижается кредитный риск по этим ссудам. Но банк должен и дальше разрабатывать линейку кредитных продуктов по банковским картам.

Сегодня в России на кредитные карты, приходится примерно 20% от общего количества карт. Из них порядка 85% выдано в течение или после выплаты потребительского кредита и 15% - через банковские каналы [5].

По прогнозам, которые учитывают темпы эмиссии карт в стране и имеют опыт наблюдения за рынком, к концу 2017 г. количество кредитных карт в России может увеличиться в полтора раз при устойчивом выходе нашей страны из финансового кризиса.

Отчасти позиция банков в отношении увеличения доли кредитных карт обусловлена тем, что обслуживание кредиток автоматизировано и потому с увеличением их числа в обороте обслуживание каждой карты обходится банку все дешевле.

Для клиентов кредитная карта очень удобна. Она дает возможность периодически возобновлять кредитный лимит. Вместе с тем клиенты могут рассчитывать картами в различных торговых центрах и предприятиях сервиса, пользуясь преимуществами развитой сети приёма, хотя следует отметить, что такими возможностями могут пользоваться не все клиенты.

Итак, на первый взгляд, участники рынка получают огромную выгоду и удобства при переходе на кредитные карты, вместе с тем, РФ по количеству выпущенных кредитных карт до сих пор занимает далеко не первое место.

Есть и другие причины, которые тормозят развитие российского рынка кредитных карт. По мнению экспертов Visa International, российский рынок кредитных карт сегодня находится на начальном этапе развития, несмотря на более чем 25-летнюю историю. Причины все те же, что были и несколько лет назад. Во-первых, сами категории кредитных карт находится в процессе становления и развития, отсутствует общее понимание револьверной кредитной карты как банковского продукта.

Среди мер, которые должны осуществляться банками по развитию рынка кредитных карт, следует назвать следующие: переход от эспресс кредитов в торговых точках к кредитам, выдаваемым по кредитным картам, более активное сотрудничество с кредитными бюро, разработка кредитных продуктов начального и продвинутого уровней.

По оценкам экономистов выпуск кредитных карт с каждым годом будет увеличиваться за счёт следующих направлений:

- активного развития кобрендинговых и кобейджинговых проектов с промышленными предприятиями и торговыми организациями, входящими в крупные российские города, международными платёжными системами;

- расширяющейся целевой аудитории за счёт привлечения дополнительных слоёв населения, имеющего средний по уровню доход как потенциальных банковских клиентов;

- формирования новых банковских продуктов по картам – мультифункциональных карт, объединяющих характеристики как дебетовых, так и кредитовых карт;

- увеличения периода льготного кредитования, а также возрастания кредитного лимита.

Более подробно рассмотрим направление, за которым банки и их партнеры видят будущее, — это кобрендинг. Кобрендинг (Co-branding) – или совместный проект; предусматривает выпуск совместных карт: реализация совместного продукта, в котором сочетаются стандартные услуги эмитента и дополнительные услуги партнера, а также предоставляются новые каналы распространения карт.

Эмитенты российских карт, активно ищущих пути дальнейшего развития своего бизнеса не только в совершенствовании предлагаемых технологий и расширении перечня предоставляемых по своим картам услуг, но и начавшая функционировать НСПК, образует кобрендинговые проекты с международными платёжными системами. Идеи современного кобрендинга достаточно просты и представляют как внутривосточные транзакции (в банкоматах и терминалах локальной платёжной

системы), которые обслуживаются российской системой, и трансграничные операции (или те операции, которые проходят в устройствах, не имеющих взаимодействия с данной локальной системой, но принимающих международные карты), которые обрабатываются международными платёжными системами.

Одним из немногих действительно успешно реализуемых проектов является кобрендинговую карту Сбербанка и Аэрофлота. В рамках программы Visa "Аэрофлот" Сбербанк России решил задачу путём создания у клиентов дополнительной заинтересованности при использовании различных услуг, и стимулируя клиентов рассчитывать этой картой через реализацию различных программ по дополнительному начислению миль. Это важно, поскольку около 70% дохода от обслуживания карты Банк получает вне филиальной сети банка. Оборот по кобрендинговым картам Сбербанка и Аэрофлота превышает оборот по «обычному пластику» банка почти в четыре раза.

Другим немаловажным и долгосрочным проектом является «Лукойл-MasterCard» от Банка Открытие. В этом случае держателю карты предоставляется скидка при покупке топлива на заправочных станциях «Лукойл», а также дисконт до 15% – в торговых сетях различной направленности, при этом владельцу предоставляется плюс 300 баллов «приветствия» или пакет автомобилиста от РАМК.

Очевидно, что кобрендинг выгоден как банку, так и его партнеру. Банк получает выгоду от увеличения числа платежных операций, второй – от рекламы и повышения спроса на свои товары или услуги. На данный момент рынок кобрендинговых карт составляет около 10% от всего объема выпущенного пластиковых карт. Кроме того, эксперты прогнозируют в ближайшее время рост кобрендинга еще на 10%.

Рассмотрим более детально принцип действия кобрендинговых карт: клиент расплачивается картой, а компания-партнёр за это начисляет определенное количество баллов, которые в дальнейшем можно потратить на услуги этой фирмы. Также партнёр может предоставлять скидку на свою продукцию при оплате данной картой. Всё зависит от конкретной карты и условий партнёрской программы.

Внедрение кобейджинговых карт (выпущенных в сотрудничестве несколькими платёжными системами), счета, которых обычно работают в двух системах. Отличительной особенностью от стандартных карт, обслуживающихся только в одной системе, заключается в

расширении территории действия в связи с применением нескольких платёжных систем. Если в случае отказа одной из систем клиент не пострадает, так как банковская платёжная карта может работать в другой.

Рынок кобейджинговых карт в России только начинает развиваться. Примером может служить лишь карты, эмитированные различными банками на базе MasterCard и системы «Золотая корона». При расчётах на территории РФ операции проходят через систему «Золотая корона», а за рубежом проходят через систему MasterCard.

Толчок к ускоренному развитию кобейджинга в России послужило введение экономических санкций со стороны Европейских стран и США в 2014 году. В 2015 году НСПК подписала договоры с ведущими мировыми платёжными системами MasterCard, American Express и Japan Credit Bureau. В настоящий момент ведутся переговоры еще с несколькими зарубежными партнерами.

Согласно условиям этих договоров, банки, выпускающие карту «Мир» в сотрудничестве с иностранными платёжными системами будут их обслуживать. Такие карты будут удобны и безопасны тем, что в случае возникновения экономических форс-мажорных обстоятельств их владельцы на территории РФ не пострадают. Клиенты смогут продолжать совершать переводы денежных средств по своим счетам, т.к. все транзакции будут обрабатываться внутри государства ПСПК «Мир». В тоже время, взаимодействие с крупнейшими зарубежными платёжными системами будет способствовать беспрепятственному приёму платёжных карт «Мир» практически во всех странах.

Таким образом, дальнейшее развитие современных направлений платёжных карт в банковском бизнесе неизбежно. Однако следует отметить существующие недостатки. К ним можно отнести: недостаточное развитие карточной инфраструктуры; проблема технической незащищенности пластиковых карт от мошенничества; пробелы в действующем законодательстве; недостаточно высокий для старшего поколения уровень финансовой грамотности населения при использовании пластиковой карты.

Основным сдерживающим фактором развития банкоматной и POS-терминальной сети является:

Во-первых, высокая стоимость оборудования. Например, стоимость каждого POS-терминала примерно 600 долл. США, и хотя

более низкие по стоимости устройства по приему карт слипово-голосовым способом все более вытесняются электронными POS-терминалами, в целях экономии иногда устанавливаются устаревшие импринтеры, особенно в тех торговых точках, где оборот не велик, чтобы окупить приобретение более дорого современного оборудования.

Во-вторых — проблема развития инфраструктуры в области коммуникаций. В основном это касается удаленных регионов. Концентрация банкоматов в центральных и промышленно-развитых территориях достаточно высока. А вот региональная сеть банкоматов недостаточна.

Эта проблема более актуальна для Сбербанка России тем, что данный банк выделяется большой филиальной сетью, затрагивая самые отдаленные уголки нашей Родины. Такие регионы отличаются недостаточным количеством банкоматов и POS-терминалов [4].

Банковские платёжные карты предназначены для перевода денежных средств за товары и услуги со счета клиента банка, а также для получения клиентом наличных денег из банкоматов соответствующей платёжной системы. В связи с этим возникает потребность как в техническом оснащении различных региональных населённых пунктов (поселений) современными банкоматами и POS-терминалами. Так и в формировании нормативной базы для регулирования взаимоотношений субъектов финансового рынка, осуществляемых в электронной (документарной) форме с использованием банковских платёжных карт. Однако до сих пор электронный финансовый рынок в России практически не урегулирован специальным законодательством. Соответственно нет достаточно нормального правового механизма реализации интересов, а также защиты прав участников данного рынка.

На современном этапе, карточные продукты и обеспечивающие их функционирование прикладные информационные системы в некоторых случаях стали центральным звеном предлагаемых банками пакетов услуг для физических и юридических лиц. В большинстве случаев получение банковской карты уже является необходимым условием доступа к предлагаемым кредитными организациями новым банковским услугам.

Таким образом, активно обсуждающаяся проблема перехода достаточно большой доли наличного денежного обращения в безналичную форму сейчас имеет все шансы на постепенное решение. И основным двигателем мо-

жет стать агрессивная инновационная политика кредитных организаций в части освоения рынка платёжных карт с применением новых инструментов.

В 2015 году Сбербанк и Республика Татарстан заключили соглашение о сотрудничестве «Безналичный Татарстан», направленное на развитие безналичного оборота в регионе. Начиная с 2016 года в городе Зеленодольске ПАО «Сбербанк» приступил к выпуску «Карты жителя Республики Татарстан» с платёжной и идентификационной функцией. Пользователи таких карт получают доступ к ряду информационных и бесконтактных платёжных сервисов, с помощью которых владельцам будет проще получать государственные, муниципальные и социальные услуги в электронном виде, что будет способствовать сокращению наличного денежного оборота. Если эксперимент пройдёт успешно, его постепенно можно будет внедрить на всей территории РФ.

Одним из направлений увеличения конкурентоспособности карточных продуктов кредитных организаций является дальнейшее развитие политики ценовой и неценовой конкуренции.

Ценовая конкуренция связана с изменением цен в сторону уменьшения. А для Банка — это дополнительные расходы. Поэтому необходимо правильно рассчитать к чему приведёт понижение стоимости того или иного карточного продукта. К нецелевой конкуренции относится улучшение качественных характеристик карточных продуктов, проведение целенаправленной политики их дифференциации, учитывая рекламные мероприятия и стимулирование сбыта.

К мероприятиям банков, затрагивающим ценовую конкурентную политику могут быть отнесены:

- ускоренная подготовка к предоставлению новых карточных услуг при одновременном снижении их затрат;
- усиление контроля над значительным количеством клиентов Банка и рыночных секторов;
- быстрое и доступное приобретение услуг и сопутствующих им сервисов, увеличение дополнительных операций с платёжными картами и доступность консультаций;
- для конкретных услуг — сокращение жизненного цикла.

В рамках роста преимуществ платёжных карточных продуктов различных банков в данной сфере рекомендуем придерживаться поли-

тики разработки дополнительных льгот и бонусов постоянным держателям карт и клиентам. К ним можно отнести:

- упрощённую систему подачи документов для ссудозаёмщиков, которые имеют положительную кредитную историю;

- выдачу постоянным клиентам, имеющим высокий кредитный рейтинг, бесплатных именных карт;

- проведение почтовых рассылок кредитных карт, включая новые продуктовые линейки, для своих клиентов обязательно с положительной кредитной историей.

Внедрение неценовой банковской конкуренции необходимо связывать с изменением качества услуг. Поэтому важно чётко определить критерии качества банковского карточного продукта. И для эффективного внедрения этого направления банкам необходимо:

- увеличить скорость обслуживания клиентов;

- поддерживать высокий уровень своевременного осуществления карточных операций;

- нарастить время доступа клиента в банк – часы его работы;

- усилить качество консультирования, включая глубину, активный и пассивный характер обслуживания. Огромное значение имеет разнесение потенциальным клиентам уровня надёжности и престижности банка.

Следовательно, конкурентоспособность банковских карточных продуктов должна занимать одно из центральных мест при формировании положительного финансового результата банка.

Завершающий этап программы ценовой и неценовой программ повышения конкурентоспособности платёжных карточных продуктов кредитных организаций включает ряд мероприятий связанных с проведением оценки эффективности её реализации и корректировки отдельных элементов в случае необходимости.

Их оценка должна проводиться по следующим показателям, включая:

- временные и материальные затраты, связанные с осуществлением предложенного проекта;

- результаты переговоров и сотрудничества с существующими партнёрами;

- экономический эффект от предлагаемых направлений;

- узнаваемость банка как на рынке кредит-

ных карточных продуктов, так и на банковском розничном рынке в целом.

Помимо объёмных показателей важны и качественные результаты, полученные от реализации внедряемых проектов. При этом качественные результаты способствуют:

- повышению условий комфортности для клиентов при обслуживании карт за счёт существующей системы оповещения, сокращения очередей и возрастания скорости обслуживания;

- возможности внесения платежей за кредит не только на территории Банка, но и в торговых центрах через банкоматы, через систему Online-Bank;

- для постоянных клиентов – постоянную возможность приобретения кредитных карт по почте, при отсутствии необходимости появления в Банке и оформления кредита;

- появления случаев бесплатного приобретения именной кредитной карты, при этом с дополнительными условиями получения бонусов по ней.

Кроме того, одним из важнейших моментов в проведении оценки программ повышения конкурентоспособности кредитных платёжных карт становится их непрерывный процесс. Так как только в этом случае возникает реальная возможность производить корректировки запланированных мероприятий, а также своевременно проводить действия по устранению рисков, как со стороны внутренней, так и внешней среды. Следует учитывать, что проведение непрерывной оценки стоимости карточных продуктов и результатов от их внедрения будет способствовать реальной экономии банковских ресурсов кредитных организаций.

### Литература

1 О национальной платёжной системе : ФЗ от 27.06.2011 г. №161-ФЗ. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_115625/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/).

2 Беллис С. Деньги не пластик // Эксперт, 2014. № 4. С. 8-10.

3 Орлова Е.В. Корпоративные карты. // Налоговый вестник. 2013. № 10. С. 136-141.

4 Скогорева А. Платёжные системы – спор за место под солнцем. // Банковское обозрение. 2016. № 10. С. 8-11.

5 Банк России: [сайт]. URL: <http://www.cbr.ru>.