

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт социально-гуманитарных технологий  
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент  
Кафедра Менеджмента

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Тема работы

Управление операциями с пластиковыми картами в коммерческом банке

УДК 336.713:336.741.225:336.722.242.1

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ4А	Литяева Светлана Михайловна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Спицын Владислав Владимирович	к. э. н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Наталья Владимировна	к. фил. н.		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Громова Татьяна Викторовна			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Менеджмента	Чистякова Наталья Олеговна	к. э. н., доцент		

Томск - 2016г.

## Планируемые результаты обучения по ООП 38.04.02 Менеджмент

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<i>Общепрофессиональные и профессиональные компетенции</i>	
Р <sub>1</sub>	Умение применять теоретические знания, связанные с основными процессами управления развитием организации, подразделения, группы (команды) сотрудников, проекта и сетей; с использованием методов управления корпоративными финансами, включающие в себя современные подходы по формированию комплексной стратегии развития предприятия, в том числе в условиях риска и неопределенности
Р <sub>2</sub>	Способность воспринимать, обрабатывать, анализировать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями управления; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в различных областях менеджмента; формировать тематику и программу научного исследования, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования; проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой; представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
Р <sub>3</sub>	Способность анализировать поведение экономических агентов и рынков в глобальной среде; использовать методы стратегического анализа для управления предприятием, корпоративными финансами, организацией, группой; формировать и реализовывать основные управленческие технологии для решения стратегических задач
Р <sub>4</sub>	Способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, умение применять современные методы и методики в процессе преподавания управленческих дисциплин
<i>Общекультурные компетенции</i>	
Р <sub>5</sub>	Способность понимать необходимость и уметь самостоятельно учиться и повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности, развивать свой общекультурный, творческий и профессиональный потенциал
Р <sub>6</sub>	Способность эффективно работать и действовать в нестандартных ситуациях индивидуально и руководить командой, в том числе международной, по междисциплинарной тематике, обладая навыками языковых, публичных деловых и научных коммуникаций, а также нести социальную и этическую ответственность за принятые решения, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт социально-гуманитарных технологий  
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент  
Кафедра Менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:  
Зав. кафедрой  
Чистякова Н.О.  
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

### ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

**магистерской диссертации**

(бакалаврской работы, дипломной работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
ЗАМ4А	Литяевой Светлане Михайловне

Тема работы:

<b>Управление операциями с пластиковыми картами в коммерческом банке</b>	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№3326/С от 29.04.2016

Срок сдачи студентом выполненной работы:

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

<p><b>Исходные данные к работе</b></p> <p><i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i></p>	<p>Объектом исследования является операции с пластиковыми картами в ОО «Территориальный офис Томский» ПАО Росбанк.</p> <p>Исходные данные: учебники, учебные пособия, научные статьи, нормативно-правовые акты, интернет-ресурсы, финансовая и годовая отчетность предприятия, внутренние нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия, первичная документация.</p>
<p><b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b></p> <p><i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы операций с банковскими картами в РФ</li> <li>2. Современные тенденции развития пластиковых карт в РФ</li> <li>3. Управление операциями с пластиковыми картами в коммерческом банке</li> <li>4 История создания и развития ПАО Росбанк</li> <li>5. ОО «Территориальный офис Томский» и его карточные продукты</li> <li>6. Анализ операций с пластиковыми картами ОО «Территориальный офис Томский</li> </ol>

Перечень графического материала <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i>	Перечень графического материала 1.Элементы банковских карт; 2. Организационная структура Операционного офиса Восточно – Сибирского филиала; 3.Процесс проведения безналичных расчетов по банковским картам; 4.Структура кредитных и расчетных карт, эмитированных кредитными организациями; 5.Количество кредитных и расчетных карт, эмитированных кредитными организациями с 2008 по 2015 год;
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы <i>(с указанием разделов)</i>	
<b>Раздел</b>	<b>Консультант</b>
Социальная ответственность	Черепанова Н.В.
Нормоконтроль	Громова Т.В.
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	
1.2 Управление пластиковыми картами в коммерческом банке	1.2.Management of plastic cards in commercial Bank

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	11.01.2016 г.
------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Спицын В. В.	к.э.н.		11.01.2016

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ4А	Литяева С.М.		11.01.2016

## Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 103 страниц, 5 рисунков, 19 таблиц, 54 использованных источника.

Ключевые слова: кредитование, коммерческий банк, кредиты физическим лицам, оценка кредитоспособности, банковский маркетинг.

Объектом исследования является управление операциями с пластиковыми картами в коммерческом банке ПАО «Росбанк».

Целью работы является анализ операций с пластиковыми картами в коммерческом банке и формирование системы управления операциями с пластиковыми картами.

В процессе исследования проводились анализ современных тенденций развития пластиковых карт в России, анализ объемов операций с пластиковыми картами.

В результате исследования разработаны рекомендации по развитию операций с пластиковыми картами лиц в ПАО «Росбанк».

Основные конструктивные, технологические и технико-эксплуатационные характеристики: магистерская диссертация состоит из трех глав. В первой главе представлены теоретические основы операций с пластиковыми картами, а также рассмотрены современные тенденции развития пластиковых карт в России. Во второй главе проведено сравнение ПАО Росбанк с двумя другими банками действующих на Томском банковском рынке. В третьей главе магистерской диссертации представлен анализ операций с пластиковыми картами ПАО «Росбанк», предложены рекомендации по развитию операций с пластиковыми картами ПАО «Росбанк». В третьей главе рассмотрена корпоративная социальная ответственность ПАО «Росбанк».

Область применения: выводы и рекомендации, представленные в магистерской диссертации, могут быть использованы при формировании системы управления кредитованием в коммерческом банке.

## Оглавление

Реферат.....	5
Введение.....	7
Глава 1. Основы операций с банковскими картами в РФ .....	9
1.1 Банковские карты и их классификация.....	9
1.2 Управление операциями с пластиковыми картами в коммерческом банке.....	19
1.3. Современные тенденции развития пластиковых карт в РФ.....	32
Глава 2. Анализ управления операциями с пластиковыми картами в ПАО «РОСБАНК».....	40
2.1 История создания и развития ПАО «Росбанк».....	40
2.2 Томский операционный офис ПАО «Росбанк» и его карточные продукты... ..	49
2.3. Томский операционный офис ПАО «Росбанк» в сравнении с банками конкурентами.....	63
Глава 3. Анализ развития управления операциями с пластиковыми картами в ОО «Территориальный офис томский» ПАО Росбанк.....	73
3.1 Анализ операций с пластиковыми картами ПАО «Росбанк».....	73
3.2 Управление операциями с пластиковыми картами в ОО «Территориальный офис Томский» ПАО «Росбанк».....	84
3.3. Рекомендации по развитию операций с пластиковыми картами в ОО «Территориальный офис Томский» ПАО «Росбанк».....	94
Социальная ответственность.....	100
Заключение.....	110
Список используемых источников.....	112
Management of plastic cards in commercial Bank.....	116

## Введение

В настоящее время всё большее распространение получают безналичные платежи по банковским картам, сервис которых банки всё больше совершенствуют, тем самым автоматизируя операционные процессы. Тема операций с банковскими картами является актуальной, так как сейчас идет интенсивное развитие этого сегмента рынка, создаются новые банковские карты с дополнительными услугами, новые приложения на телефон, совершенствуется интерне-банкинг и много других удобных услуг.

Пластиковые карты – это универсальное международное средство платежа, так как принимаются к оплате независимо от того, в какой национальной валюте открыт карточный счет. Они освобождают владельцев от издержек и неудобств, связанных с хранением, перечислением, конвертацией наличных денег, позволяют быстро и безопасно проводить расчеты и снимать наличные средства со счета, находясь в разных точках планеты.

Применение безналичных расчетов с использованием пластиковых карт позволяет создать качественно новый более высокий уровень обслуживания клиентов непосредственно в банках, в торговых и сервисных организациях, а также дома и на рабочем месте посредством использования компьютерных сетей.

В данной работе рассматривается управление операциями с пластиковыми картами на примере ООО «Территориальный офис Томский» ПАО Росбанк, конкретнее исследуется спектр предлагаемых карточных продуктов банка, их тарифы, дополнительные услуги для клиентов банка. Рассматриваются операции с банковскими картами и их классификация этих операций.

Целью данной работы является исследование управления операциями с пластиковыми картами в коммерческом банке, а именно ПАО Росбанк и

ведется разработка рекомендаций по из усовершенствованию. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Определить составляющие платежной системы;
2. Рассмотреть классификацию карт и операций по ним;
3. Рассмотреть управление операциями с пластиковыми картами в ОО «Территориальный офис Томский» ПАО Росбанк;
4. Изучить современные тенденции развития банковских карт, на примере ПАО Росбанк;
5. Разработка рекомендаций по развитию операций с пластиковыми картами в ПАО Росбанк.

ПАО Росбанк представляет собой современный и надежный международный банк, который предоставляет большое количество услуг и товаров своим клиентам, в особенности карточную продукцию. Банк имеет устойчивое положение на томском рынке, занимается привлечением корпоративных клиентов.



## Глава 1. Основы операций с банковскими картами в РФ

### 1.1. Банковские карты и их классификация.

История создания и развития банковских карт.

В первые карты появились в Соединённых Штатах Америки. Это были карты, изготовленные из картона, которые выполняли функцию подтверждения кредитоспособности их владельца за пределами банка. В 1914 году такие карты выдавали хорошо обеспеченным клиентам рестораны и магазины, а 1920х годах их стали использовать на бензоколонках, с чего собственно и пошло название «бензиновые карты».

Картон быстро изнашивался, поэтому в 1928 году бостонская компания «Farrington Manufacturing» выпустила металлические карты, на которых эмбоссировались идентификационные данные владельца. При оформлении покупки продавец делал на торговом чеке-квитанции отпечаток эмбоссированных данных клиента, что в некотором роде позволило автоматизировать процедуру приема карты.

В 1949 году в одном из ресторанов Манхэттена в Нью - Йорке состоялась встреча главы финансовой компании «Hamilton Credit Corporation» Френка Макнамара, его юриста Ральфа Шнайдера и внука основателя одного из самых крупных американских универмагов Альфреда Блумингдейла, итогом которой стало появление первой массовой платежной карточной системы Diners Club. Её главным отличием от других систем является присутствие посредника между клиентом и какой-либо коммерческой организацией, это поспособствовало тому, что Diners Club стала массовой и первой универсальной картой.

За обедом Френк Макнамара рассказывал об одном из своих клиентов, который предоставлял свой банковский счет соседям в пользование за определенные проценты, так как у них не было возможности взять не большую ссуду в другом месте. Данная финансовая схема всем троим,

показалась довольно удачной. Они тут же решили её реализовать, пригласив директора ресторана. Они спросили, сколько он готов платить за каждого нового клиента, которого они привлекут, на что тут же получили ответ семь процентов. Данная ставка закрепились на десятилетия.

Не много позднее их бизнес стал приносить результаты, тогда были привлечены ещё 10-12 ресторанов, находящихся поблизости. Партнеры понимали, что для дальнейшего развития необходимы кредитные средства, тогда они решили объединить свои компании в одну, которая получает название Diners Club. Что позволило им уже к концу 1951 года получить прибыль в размере 61222 долларов и внедрять свою схему повсеместно. Позднее с развитием рынка в США появились и другие платежные системы, а именно [Visa](#), [MasterCard](#) и [American Express](#).

В России впервые стали использовать платежные карты в 1969 году, в магазинах «Березка». Это были платежные карты международной платежной системы Diners Club. Спустя 19 лет в 1988 году появилась Visa International. Но их успешное развитие в России началось в 1990 году после принятия закона «О банках и банковской деятельности» и формирования системы коммерческих банков.

В 1993 году были созданы такие платежные системы, как Union Card (расчетный банк Автобанк) и STB Card (расчетный банк Столичный). Они довольно быстро стали лидерами Российского рынка и оставались ими на протяжении долгого времени, причем Union Card больше преобладал в регионах, а STB Card в Москве.

Известно, что карты этих платежных систем были с магнитной полосой. В России компании-разработчики предлагали организацию платежных систем, основанных на картах с микросхемами (чиповых картах). Их предложениями широко пользовались российские банки, особенно в развитии микросхем преуспели платежные системы «Сберкарт» (проект Сбербанка) и «Золотая Корона», которые получили распространение по всей стране.

Во время кризиса в 1998 году Union Card и STB Card уступили свои лидирующие позиции на рынке, тем временем как российские платёжные системы укрепляют свои позиции, соперничая с картами международных платежных систем. Во многом благодаря тому, что крупные компании заключали договора с банками на «зарплатные проекты», по условиям которых банк открывает специальные счета для сотрудников компании и выдает им пластиковые карты. На открытые счета в банк компания перечисляет заработную плату своим сотрудникам, которые с помощью пластиковых карт могут воспользоваться своими денежными средствами.

Проблема заключалась в том, что была почти не развита инфраструктура обслуживания и приема карт, например: плохо развита банкоматная сеть, и не во всех магазинах можно было расплатиться банковской картой. К тому же у людей не было навыков использования банковских карт, как при оплате, так при пользовании банкоматами и терминалами.

Поэтому обладатели банковских карт в основном обналичивали денежные средства, сразу после их зачисления на расчетный счет. Но с развитием инфраструктуры уже в середине 90х годов получили широкое распространение карты с микропроцессорами, с помощью которых появилась возможность реализации локальных платежных систем. Которые изначально получили распространение на промышленных предприятиях преимущественно в Сибири, на Урале и иных крупных промышленных регионах России.

Система безналичного расчета стала популярной среди туристов, после разрешения гражданам выезда за пределы России. Они быстро поняли, что перевозить денежные средства на карте удобнее и безопаснее, а так выгоднее обменивать валюту в банкоматах, уже, будучи за границей.

Ближе к 2005 году снизились тарифы на снятие денежных средств с помощью банкоматов, расширился спектр продуктов банков, один из которых крепко закрепился на рынке это были кредитные карты.

Пройдя эволюцию от картонных до современных пластиковых карт, с различными степенями защиты, в настоящее время существует большое множество их разновидностей. А так же услуг и возможностей, которые нам предоставляют банки, с помощью использования банковских карт.

#### Банковские карты и их классификация.

Существует множество признаков, по которым можно классифицировать банковские карты. Они являются носителями, с помощью которых идентифицируются клиенты банка и их счета, для осуществления транзакций.

На сегодняшний день на российском рынке преобладают две платежные системы Visa Inc. и MasterCard Worldwide. В каждом банке существуют карты этих платежных систем, поэтому рассмотрим их продуктовый ряд.

Visa International Service Association – это международная платёжная система, которая в настоящий момент включает в себя компании:

- Visa Inc. (США, Сан-Франциско) – принадлежат все права на торговую марку и применяемые в производстве технологии.
- Visa Europe Services Inc. (Великобритания, Лондон) – компания находится под управлением европейских банков и ведет деятельность на основании лицензий Visa Inc.

Таблица 1.Классификация банковских карт Visa Inc.

Visa Inc.	
Тип карты по ведению счета	Вид карты ( продуктовая линейка)
<i>Кредитные и дебетовые карты</i>	Visa Classic, Visa Classic (студенческая), Visa Business, Visa Gold, Visa Premiere
<i>Дебетовые электронные карты</i>	Visa Electron
<i>Предоплаченные карты</i>	Visa Travel Money, Visa Cash, Visa Buxx, Visa Gift

Из представленных карт на российском рынке выпускаются не все, в основном это Visa Classic, Visa Business, Visa Gold, Visa Premiere и Visa Electron. Но наиболее распространенными из данной платежной системы

являются Visa Classic, сейчас их можно встретить у каждого второго владельца банковской карты.

MasterCard Worldwide – это международная платежная система, транснациональная финансовая корпорация, её главный офис находится в Нью-Йорке, США. Основной деятельностью корпорации является обработка платежей между банками-эквайрерами (обслуживающие торговые предприятия) и банками-эмитентами либо кредитными кооперативами.

Таблица 2.Классификация банковских карт MasterCard Worldwide

MasterCard Worldwide	
Тип карты по ведению счета	Вид карты ( продуктовая линейка)
<i>Кредитные и дебетовые карты</i>	MasterCard Mass, MasterCard Business, MasterCard Corporate, MasterCard Purchase Corporate, MasterCard Gold, MasterCard Platinum, MasterCard World
<i>Предоплаченные карты</i>	Clip, Mondex, Maestro, Cirrus

В данной таблице так же представлены карты, которые не выпускаются в пределах Российской Федерации. Наиболее распространенными являются: MasterCard Gold, MasterCard Platinum, MasterCard World, Maestro, MasterCard Mass, MasterCard Business.

Все банковские карты имеют особые признаки принадлежности к банку, к выбранной международной платежной системе и предусмотренные правилами платежных систем элементы защиты карт. Рассмотрим данные признаки на наглядном примере:

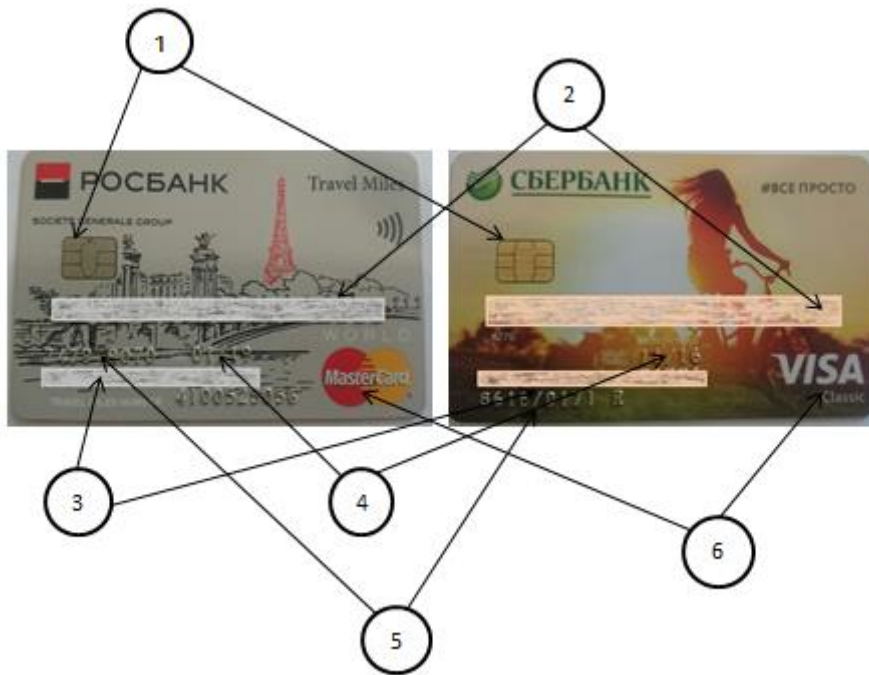


Рис.1 Элементы карт (на внешней стороне)

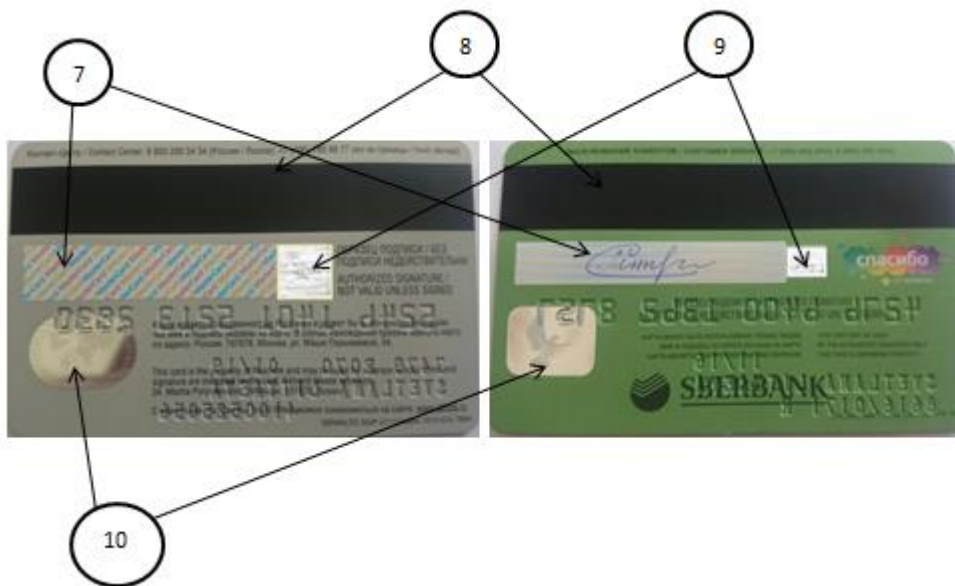


Рис.2 Элементы карт (внутренняя сторона)

И так банковские карты имеют:

1. *Микропроцессор* (встроенный чип) – является средством защиты карты от подделки и содержит всю информацию по карте.
2. *Идентификационный номер карты*, чаще всего он эмбоссированный.

3. *Имя и фамилия держателя банковской карты*, пишут латинскими буквами (чаще эмбоссированы).

4. *Срок действия карты*. Указывается месяц и год окончания действия карты (чаще эмбоссированы).

5. *Регион и номер отделения банка*, в котором была выпущенная карта.

6. *Логотип платежной системы*.

7. *Место для подписи держателя карты*.

8. *Магнитная полоса* – является средством защиты и служит для записи и считывания какой-либо информации с карты.

9. *Код проверки подлинности карты*, предназначен в основном для оплаты через интернет. У каждой платежной системы он имеет разное название так, например, у Visa Inc. – CVV2 (Card Verification Value 2), а у MasterCard Worldwide – CVC2 (Card validation code 2).

10. *Голограмма* – эмблема платежной системы, на картах MasterCard Worldwide это изображение полушарий Земли и надписи MasterCard, на картах Visa Inc. – изображение летящего голубя.

На рисунках видно, что банковские карты имеют общие стандарты оформления, это позволяет увеличить удобство их использования, так как за частую, у современного человека на руках как минимум две карты различных банков и различных платежных систем.

Как известно, банковские карты можно классифицировать по различным признакам: по типу держателя карты, по типу носителя информации, по типу видения счета, по территориальной принадлежности, по статусу клиента(держателя карты), по типу ведения счета.

*По типу держателя карты:*

- *Индивидуальные карты* – выдаются физическому лицу, на которого открыт счет. Они могут быть зарплатные (карта для перечисления заработной платы сотруднику-держателю карты) и для личного пользования.

- Дополнительные карты – выпускаются дополнительно к основной карте (индивидуальной) на один расчетный счет. Такие карты держатель может передавать в пользование третьим лицам, например членам семьи.

- Корпоративные карты – выпускаются на расчётный счет юридического лица, для проведения каких-либо операций по счету, согласно прописанным в договоре тарифам.

*По типу носителя информации:*

- Карты с микропроцессором.
- Карты с магнитной полосой.
- Карты с микропроцессором и магнитной полосой – являются более надежными и защищенными носителями информации, которые в настоящее время имеют широкое распространение.

*По территориальной принадлежности:*

- Международные карты – выпускаются для пользования за пределами государства, где была открыта карта. За услуги ведения счетов в иностранной валюте, или счетов в иностранных банках и за соответствие международным стандартам взимается соответствующая комиссия, согласно прописанным в договоре открытия счета тарифам.

- Национальные карты - функционируют в пределах одной страны, где была выпущена карта.

- Локальные карты – действуют в пределах филиальной сети банков, или на нескольких территориях одного государства (в нескольких областях).

- Карты, действующие в пределах одной организации – за частую такие карты выпускаются для того, чтобы часть денежных средств оставить в обороте организации. Примером является карта «Супра» выпущенная ГК ЛАМА, куда сотрудникам перечисляется часть заработной платы, использовать которую они могут только безналичным расчетом и



только в сети магазинов ГК ЛАМА: Фуд Сити, Абрикос, INTERSPAR и т.д.

*По статусу клиента (держателя карты):*

- Социальные карты имеют льготные условия выпуска и обслуживания, комиссий и услуг, выпускаются для перечисления пенсии, пособий и других социальных выплат.

- Простые карты выпускаются для личного пользования, клиентам с низким уровнем заработной платы, так же имеют льготные тарифы выпуска и обслуживания, данные карты не предоставляют возможности использования за пределами страны. Они делятся на два группы именные и неименные (на карте отсутствует имя и фамилия владельца).

- Классические карты выпускаются для клиентов со средним ежемесячным доходом до 50000 тысяч рублей, действуют за границей, имеют лимит по снятию денежных средств выше ста тысяч рублей.

- Золотые карты ориентированы на клиентов с ежемесячными доходами от 50000 до 150000 тысяч рублей, такие карты предоставляют их владельцу дополнительные возможности, например увеличенный лимит по снятию наличности с карты, бесплатный мобильный банк и т.д. Но за пользование такой картой держатель платит соответствующую комиссию обслуживание.

- Премиум (платиновые) карты выпускают для VIP клиентов, которые имеют высокий уровень доходов, от 150000 в месяц. Данная карта дает возможность держателю увеличение дополнительных возможностей и комиссий за обслуживание.

*По типу ведения счета:*

- Дебетовые карты – это карты, предназначенные для оплаты каких-либо товаров и услуг, осуществления переводов денежных средств и снятию наличных денег с помощью банкомата, со счета, на который была открыта данная банковская карта. Все сделки могут совершаться на сумму

не превышающей суммы остатка денежных средств на открытом текущем расчетном (лицевом) счете. Основная функция дебетовых карт – минимизация оборота собственных наличных денежных средств клиента.

- Кредитные карты – это карты, предназначенные для совершения каких-либо операций с денежными средствами, которые клиенту предоставляет банк, в размере установленного лимита в соответствии с условиями кредитного договора (который устанавливается исходя из платежеспособности клиента).

Кредитные карты всё чаще заменяют потребительские кредиты (особенно на небольшие суммы), так как клиент не отчитывается перед банком, на какие нужды ему необходим кредит, и карта имеет возобновляемую кредитную линию после погашения, что очень удобно в непредвиденных расходах клиента.

Для банка кредитные карты имеют свои достоинства: минимизация оборотов с денежной наличностью; обработка операций по карте автоматизирована и дешевле, чем с наличными денежными средствами; предоставление дополнительных доходов за счет различных комиссий, которые не так заметны для клиента (годовое обслуживание карты, комиссии за снятие наличных и т.д.)

- Расходные карты – это карты, с помощью которых осуществляются какие-либо операции с денежными средствами. Но счета, к которым привязаны такие карты могут открывать клиенту овердрафт, при поступлении запроса на проведение операции, который не приходил в банк (неавторизированных транзакций), эти счета не имеют кредитных линий или лимитов.

- Предоплаченные карты – это карты, которые не имеют привязки к банковскому счету клиента, так как он покупает номинал данной карты, другими словами переводит свои денежные средства в электронные. В

таких случаях банк отслеживает только остаток денежных средств карте и проводит необходимые операции.

Банковские пластиковые карты имеют ряд преимуществ по отношению к наличным денежным средствам, к ним относятся:

1. Круглосуточный доступ к расчетному текущему счету и денежным средствам.

2. Сохранность денежных средств, случаи кражи, потери или каких-либо других непредвиденных обстоятельств. Так как они хранятся в банке, а банковскую карту можно заблокировать и восстановить, в зависимости от сложившейся ситуации.

3. Устранение проблемы со сдачей, при проведении операции с денежной наличностью.

4. Упрощение вывоза денежных средств за границу. В данной ситуации нет необходимости для составления декларации на вывозимые денежные средства, плюс автоматическая конвертация на местную валюту по более выгодному курсу.

5. Открытая кредитная линия, в случае недостаточности денежных средств, будет являться подстраховкой держателя банковской карты.

6. Банковские счета открывают возможность получения дохода для клиента, с помощью получения процентов на остаток суммы денежных средств.

7. С помощью выписки по счету, клиент может в любое время контролировать свои расходы и планировать свой бюджет.

## 1.2. Управление операциями с пластиковыми картами в коммерческом банке.

Классификация операций с банковскими картами.

Платежная система на основе банковских карт, включает в себя ряд участников:

1. Банк-эмитент имеет лицензию платежной системы и выполняет следующие функции: открытие банковского счета, на основании заявления клиента; проверка платежеспособности клиента, в случае открытия кредитной карты; выпуск и выдача карты с пин-конвертом; ответ на запрос предприятия о совершении операции; обмен информацией с клиринговой компанией; отражение операций по счету в бухгалтерском учете; предоставление выписки по счету держателю карты; контроль и обеспечение безопасности в случае мошенничества; маркетинг, сюда входит привлечение новых клиентов, реклама и т.д.

2. Держатель карты: подает заявление на открытие счета и выпуск карты в банке; совершает операции обналичивания, пополнения, платёжные и конверсионные.

3. Предприятие (торговое или какой-либо сферы услуг) в соответствии с заключенным договором с банком-эквайером: принимает банковские карты для оплаты товаров или услуг; контролировать случаи мошенничества; хранит конфиденциальную информацию о клиенте.

4. Банк-эквайер имеет лицензию платежной системы: выдает наличные денежные средства по карте; обрабатывает счета, поступившие от предприятия за предоставление услуг или товаров; обменивается информацией расчетной компанией; принятие и рассмотрение заявок от предприятий-торговцев на заключение договоров о присоединении к системе расчетов; анализ и мониторинг кредитоспособности предприятий-торговцев, контроль мошенничества с их стороны; маркетинг; сотрудничество с предприятиями-торговцами в приобретении оборудования для обслуживания банковских карт.

5. Центр авторизации: передает информацию между предприятием-торговцем и банком-эмитентом на проведении операции; в случае недоступности банка-эмитента принимает решение о совершении операции самостоятельно.

6. Процессинговый центр осуществляет обмен информацией между банком-эквайером и банком-эмитентом о проведенных сделкам; проводит расчеты по соответствующим с, в том числе комиссий.

Исходя из выполняемых функций каждого из участников безналичных расчетов по банковским картам, можно наглядно увидеть, как происходит данный процесс:

- Банк-эмитент открывает счет и выдает клиенту банковскую карту;
- Клиент совершает оплату по карте в торговом предприятии;
- Предприятие отправляет запрос на проведение оплаты по карте в банк-эквайер;
- Банк-эквайер отправляет запрос на разрешение операции в процессинговый центр, далее запрос направляется в банк-эмитент, где запрос обрабатывается;
- После обработки банк-эмитент направляет ответ на запрос в процессинговый центр, а она в свою очередь в банк-эквайер;
- Банк-эквайер направляет ответ в торговое предприятие, которое проводит операцию об оплате, либо при отрицательном ответе отказывает в проведении операции.

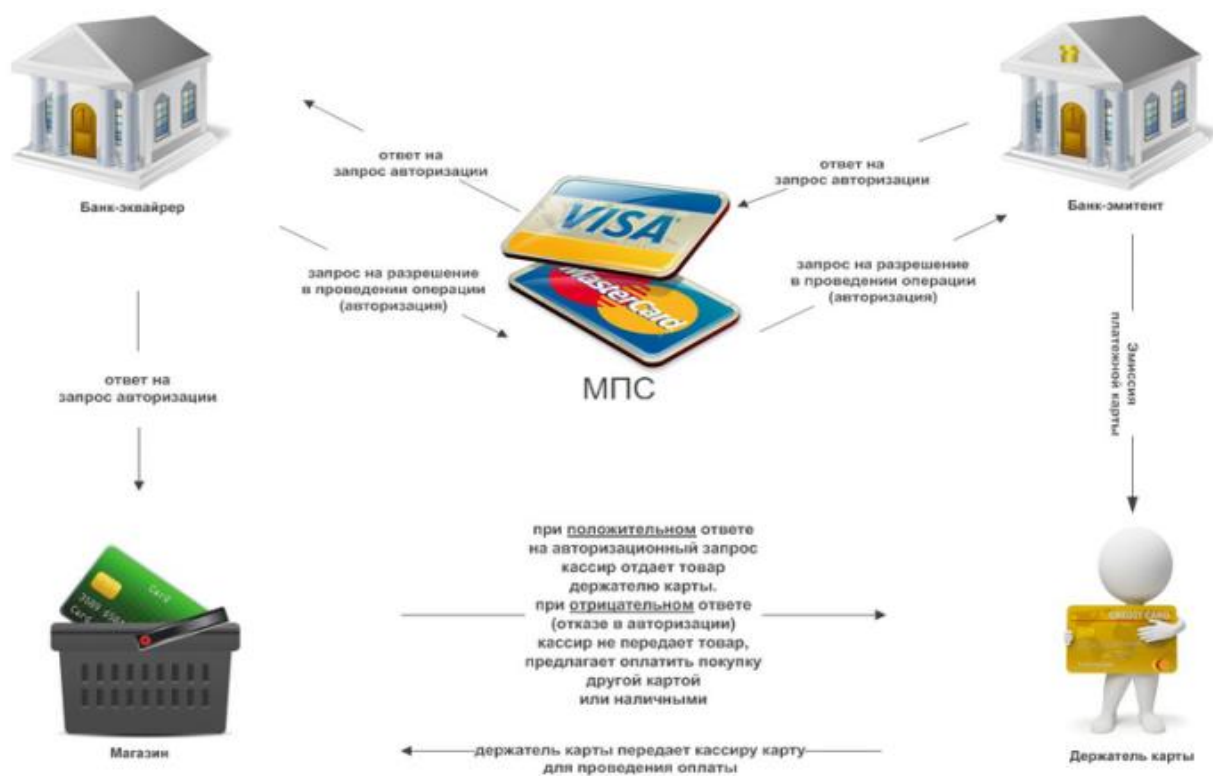


Рис.3 Процесс проведения безналичных расчетов по банковским картам

Данный процесс во временном интервале занимает меньше одной минуты, и значительно сокращает время операционно-кассового обслуживания клиентов.

Все проводимые операции по банковским картам можно разделить по следующим параметрам:

1. Платежи через POS-терминалы и банкоматы, подразумевают оплату каких-либо товаров или услуг. Такие операции могут совершать как физические, так и юридические лица. Основными операциями, проводимыми с помощью POS-терминалов и банкоматов, являются операции по оплате каких-либо товаров или услуг. Например, оплата продуктов в супермаркете, оплата квартплаты, парикмахерской, доставки партии товара (для юридических лиц) компании-поставщику, осуществление автоматического обмена валюты через банкоматы и т.д.

2. Платежи через интернет, являются очень удобным средством оплаты, могут осуществляться через банковский личный кабинет, банковское

мобильное приложение или оплата через сайт интернет-магазина. Наиболее защищенными являются средства оплаты через интернет сайты банка-эмитента, с помощью которых стало возможным не только оплата услуг, но и открыло массу возможностей для держателей карт. К ним относятся онлайн переводы с карты на карту, плата квартплаты, открытие вкладов, возможность оставить заявку на кредит или открытие кредитной карты, пополнить счет мобильного телефона, открытие счетов, в том числе и в иностранной валюте, осуществление конвертации, контролировать свои счета и т.д.

3. Обналичивание денежных средств, с банковской карты.

4. Пополнение банковской карты наличными денежными средствами.

Со временем количество предоставляемых банковских услуг с помощью пластиковых карт увеличивается, экономя время клиентов, начиная от избегания больших очередей в банках, заканчивая быстротой авторизации проводимых операций. Тем самым делая жизнь клиентов более комфортной, так же минимизируется денежная наличность, увеличивается доходность банков и т.д.

В современной обстановке, безналичные расчеты, осуществляемые с помощью банковских карт, получают всё большее распространение, так как имеют массу преимуществ, для держателей карт и для банков. Рассмотрим преимущества банковских карт для их держателей:

– Довольно, удобно носить с собой пластиковую карту, нежели наличные денежные средства, особенно большие суммы.

– Сохранность денежных средств, в случаи кражи, потери или каких-либо других непредвиденных обстоятельств. Так как они хранятся в банке, а банковскую карту можно заблокировать и восстановить (перевыпустить), в зависимости от сложившейся ситуации.

– Кредитная карта позволяет экономить время, при оформлении кредита, если у клиента временные денежные трудности. Так как стоит один

раз потратить время чтобы оформить карту, в отличии долгой процедуры оформления заявки на кредит, после ожидания решения, оформления сделки и выдачи денежных средств.

- Банковские карты более гигиеничны, чем наличные денежные средства. Всем известно, что на деньгах собираются миллионы микробов и бактерий.

- Упрощение вывоза денежных средств за границу. В данной ситуации нет необходимости для составления декларации на вывозимые денежные средства, плюс автоматическая конвертация на местную валюту по более выгодному курсу.

- С помощью выписки по счету, клиент может в любое время контролировать свои расходы и планировать свой бюджет.

- Карты предоставляют своим держателям дополнительные возможности, количество которых зависит от класса карты, например скидки в магазинах, начисление бонусов от совершенных покупок, страховка при выезде за пределы страны и т.д.

Для банков эмиссия пластиковых карт имеет другие преимущества:

- Рост объема потребительских кредитов;
- Рост объема привлекаемых денежных средств;
- Организация более автоматизированных расчетов для клиентов, при этом снижая стоимость операций;

- Минимизация денежной наличности;
- Привлечение доходов банка за счет получения комиссий за обслуживание пластиковых карт, расчетных счетов, дополнительных услуг к картам и комиссии за проведение операций по ним.

- Разгрузка банковских офисов от большого потока клиентов.

Управление операциями с пластиковыми картами, выделяют 4 функции менеджмента:

1. Планирование.



2. Организация.
3. Мотивация.
4. Контроль.

*Планирование*, подразумевает постановку целей и задач, способствующих их достижению. В управлении пластиковыми картами стоят следующие цели: минимизация денежной наличности, привлечение денежных ресурсов, увеличение доходности банка. Соответственно ставятся следующие задачи:

– Достижение, установленного менеджерами кредитной организации, уровня следующих показателей: количество новых клиентов, количества выданных карт, остатки средств на счетах и получение комиссионных доходов.

Увеличение количества выданных банком пластиковых карт, позволит увеличить клиентскую базу, поднять уровень продаж сопутствующих товаров (страховые продукты, дистанционное обслуживание, кредитные продукты, вклады, сберегательные счета). Соответственно минимизируются наличные денежные средства, увеличиваются остатки на счетах клиентов, например путем продажи сберегательного счета или вклада. В следствии, растут комиссионные доходы банка, от обслуживания расчетных счетов и банковских карт клиентов, а так же получение комиссий от пользования кредитными продуктами и дистанционного обслуживания (ежемесячная плата за мобильный банк (смс обслуживание), комиссии при оплате коммунальных услуг либо других услуг предоставляемых банком для оплаты).

– Для достижения установленного уровня выше перечисленных показателей, необходимо активировать и вести мониторинг клиентов банка, и особенно привлекать новых клиентов.

Чтобы активировать клиентов банка ведется обзвон клиентской базы, для установления причин неактивности и предложения сопутствующих продуктов банка. Также необходимо вести мониторинг клиентской базы, с

целью увеличения продаж, например, отслеживая клиентов, у которых заканчивается срок вклада и приглашать их в офис банка для переоформления. Так же ведется обзвон клиентов по которым в программах выгружаются предодобренные кредитные продукты.

Привлечение новых клиентов ведется с помощью маркетинговой деятельности, постоянного обновления и увеличения продуктов банка, предложения зарплатных проектов, проведения различных банковских ярмарок, повышения качества обслуживания клиентов и т.д. Каждый банк выбирает для себя наиболее удобную политику привлечения клиентов.

*Организация* управления операциями с пластиковыми картами, ведется с принятия заявления на открытие счета и карты и до их закрытия в банке. Рассмотрим весь жизненный цикл банковских карт:

– Банк принимает заявление от клиента на открытие счета и выпуск пластиковой карты, далее уполномоченный сотрудник, создает досье клиента, открывает расчетный (текущий) счет и оформляет заявку на выпуск банковской карты.

– В случае, выпуска кредитной карты, подается заявка на предоставление ссуды, далее данные клиента проходят проверку платежеспособности, после чего кредитному менеджеру направляется ответ с решением о выдаче или отказе. Он сообщает о решении клиенту, после чего, если решение положительное, оформляется пакет документов и заказывается карта.

– Заявка на открытие карты, где указывается вся необходимая информация о клиенте и о разновидности карточного продукта, передается банком на завод - изготовитель в эмиссионный отдел, где производятся банковские карты, после чего начинается работа по производству пластиковой карты. Сначала технологический отдел программного обеспечения разрабатывает и оформляет программу для каждой карты.

– После того как оформлен заказ на производство карты, дело на изготовление карточного продукта передается в технический отдел процессингового центра. В этот отдел есть доступ только для сотрудников, работающих над изготовлением карты и обслуживанием оборудования. Вход и выход оснащен пропускным контролем (по пропускам), специальным шлюзом и весами, чтобы по одному пропуску не могло пройти несколько человек.

– Далее карта попадает в эмбоссерную, где выпускают карточные продукты. Этот отдел так же не имеет око и внешних стен, в целях безопасности. В комнате находится мощный компьютер и эмбоссер (оборудование, которое создает карту). В компьютере идет обработка заказов на карточные продукты, далее в эмбоссер закладывается поливинилхлоридную пластину, хранящаяся под круглосуточной охраной в «хранилище пластин», и ленты для создания текста. Спустя несколько секунд десятков карточных продуктов готовы.

– На готовой карте эмбоссируются необходимые данные, далее она намагничивается и на магнитную ленту записывается информация о держателе карты (либо еще и на микропроцессор). После того как карта была изготовлена и прошла клей метизацию, она передается в хранилище карт (доступ имеют только два сотрудника).

– Создание ПИН-кода происходит в специальной комнате шифрования, закрытой на замок в клетке, в ней находится компьютер для создания кодов доступа для карточных продуктов. После создания ПИН-кода, он передается в принтер на печать, который печатает конверты с карточными кодами внутри, они и выдаются клиенту банка. Информация о ПИН-коде карты не известна ни кому, кроме держателя карты. Бракованные конверты и карты уничтожаются на шредере и далее сжигаются в специальных помещениях, где стоят печи.

– Далее готовые карты с ПИН-кодами отправляются в офисы банка (передаются по акту приема/передачи карт), где пересчитываются, упорядочиваются, переносятся в хранилища и выдаются клиентам.

– При получении банковской карты, клиент подписывает заявление на получение карты, договор на обработку персональных данных и договор на рекламу (по желанию). Далее проверяет целостность конверта с ПИН-кодом, проверяет правильность написанной имени и фамилии на карте, если всё верно, сотрудник банка активирует банковскую карту, выдает правила пользования карточными продуктами.

– Для достижения поставленных целей сотрудник банка делает кросс-продажу, т.е. предлагает клиенту сопутствующие товары (мобильный банк, телефонное приложение, личный кабинет и т.д.).

– Получив банковскую карту, клиент может ею пользоваться, до тех пор, пока не выйдет срок годности (в этом случае карта автоматически перевыпускается банком) либо не закроет счет и карту в банке.

– В случае, если клиент в течение от 3 до 6 месяцев (в зависимости от условий банка) не получает банковскую карту, она подлежит уничтожению. Процесс уничтожения довольно прост: сначала карта списывается из хранилища, далее удаляется по программе и утилизируется уполномоченными сотрудниками банка.

– Если клиент закрывает счет и карту, он обращается в отделение банка, заполняет соответствующее заявление. Далее необходимо чтобы текущий счет был аннулирован, имеется в виду: либо снятие денежных средств со счета, либо закрытие комиссионной задолженности банку.

Мотивация, является основой внутренней политики любой организации, так как цель ее цель хорошо работающие сотрудники. Она применяется для сотрудников банка и клиентов. Первые мотивируются с целью улучшения качества обслуживания и, конечно, для увеличения количества продаж, а

мотивация вторых заключается в том, чтобы они имели потребность в банковских продуктах.

Рассмотрим мотивацию сотрудников банка, она делится на две формы:

– Материальная система мотивации имеет ряд способов стимулирования сотрудников банка, их можно разделить на две группы: денежные и неденежные.

Денежные стимулы, являются очень важными и одними из первых, на что обращает внимание человек, ищущий работу. Включают в себя: размер оклада; денежные ежемесячные премии и бонусы за выполнение работы, а так же премии ежеквартальные, годовые и по факту достижения показателей; вознаграждения за выполнение определенного количества сделок; индивидуальные денежные выплаты за рабочий стаж, хорошо выполняемую работу; дополнительные пособия и т.д.

Неденежная группа стимулов имеет так же большое значение в мотивировании сотрудников. К ним относятся: официальное трудоустройство; «белая» заработная плата; медицинское и социальное страхование; оплата определенных расходов сотрудников (транспортные издержки и т.д.); отчисления в пенсионный фонд; предоставление различных скидок (в салоны красоты, в магазины, развлекательные заведения, спорт залы и т.д.); оплата туристических путевок для сотрудников и их членам семьи; оплата обучения; предоставление учебных отпусков и прочее.

– Нематериальная система мотивации представляет собой систему поощрения сотрудников за качественное выполнение работы. Она в настоящее время возрастает в своей эффективности, так как люди стали всё больше стремиться к самореализации, имеют массу увлечений, а компании за счет правильно мотивированного сотрудника увеличивают доходность и повышают свой имидж. Нематериальная система мотивации включает: гибкий рабочий график; моральное поощрение со стороны начальства; организация коллективного досуга сотрудников; перспективы карьерного

роста сотрудников; обучение сотрудников (повышение квалификации); символическое поощрение (доска почета, конкурсы на звание «лучшего сотрудника»).

На *мотивацию* клиентов влияет состояние экономики в стране, включая в себя растущую инфляцию, она стимулирует людей в поисках способов защиты своих денежных средств. Отделы маркетинга банков нацелены на выявление потребностей клиентов и их ожидания от обслуживания банков, сюда может входить получение прибыли, выбор качественных услуг, защита средств от инфляции, быстрота и качество обслуживания, и многое другое.

Имеет большое значение, чем руководствуются клиенты при выборе банка. Известно, что первое впечатление об обслуживании играет большую роль при выборе банка клиентом, это зависит от качества и культуры обслуживания, от квалифицированности сотрудников, от имиджа и репутации банка и т.д. Поэтому руководство уделяет много времени и денег на подготовку персонала, на стандарты обслуживания.

Мотивация клиентов с одной стороны является психологическим процессом, с помощью которого клиенты понимают, что данный товар соответствует их потребностям. А с другой стороны мотивация клиентов есть кропотливая работа маркетологов и продавцов товаров (услуг), которая заключается в том, чтобы убедить клиента в потребности у него, которую они могут удовлетворить за счет предлагаемого товара.

Сущность человечества состоит в том, что у них всегда есть какие-либо потребности, но они имеют разную приоритетность и поэтому потребности с наименьшим приоритетом не вызывают беспокойства и человек не задумывается о способах их удовлетворения. Поэтому мотивация клиентов направлена на презентацию товаров или услуг, так чтобы у них возник интерес, потребность и желание купить этот товар, понимание, что им это необходимо и удобно. Тогда выявившаяся потребность мотивирует клиента на покупку товара, чтобы снять психологическое напряжение, появившееся благодаря этой потребности. Такая мотивация позволяет клиенту

почувствовать разницу между состоянием в данный момент времени и желаемым, дает осознать нужду в предлагаемом товаре, в этот момент продающему сотруднику необходимо расположить клиента к себе, вызвать доверие, тогда при совершении покупки роль цены становится не важной. Теперь если купленный товар оправдал ожидания клиента и общение с продающим сотрудником оставили приятные впечатления, это сыграет очень важную роль в дальнейших покупках клиента, именно таким образом у сотрудников банка появляются постоянные клиенты.

Далее мотивация клиента заключается в программе лояльности, чтобы обеспечить долговременные взаимоотношения на высоком уровне, клиенту предлагаются льготы, скидки и дополнительный сервис банка. В этот момент необходимо отслеживать деятельность на рынке конкурирующих компаний, для того чтобы своевременно предпринимать необходимые действия для удержания своих клиентов и привлечения новых, с помощью эффективной мотивации клиентов.

Мотивация клиентов является одной из приоритетных задач маркетологов, а реклама есть одна из самых эффективных инструментов мотивации, с помощью которой у клиентов формируется потребность и увеличивается мотивация.

*Контроль* заключается, в наблюдении действующих процессов в управлении пластиковыми картами в коммерческом банке, сравнении запланированных уровней показателей с фактическими, в выявлении причин их отклонений. В первую очередь контроль над деятельностью банка осуществляет Центральный Банк России, с помощью законодательной базы РФ, далее уже само руководство банка контролирует все протыкаемые процессы в деятельности банка.

После сравнения планируемых уровней показателей с фактическими, руководство банка предпринимает корректирующие действия, и проводятся такие меры ежедневно. Для донесения принятия необходимых мер корректировки до сотрудников банка, ежедневно проводятся планерки до

начала рабочего дня. Где руководитель рассказывает, какие меры нужно принять, чтобы увеличить продажи, количество новых клиентов и т.д.

В процессе управления операциями с пластиковыми картами контролируется эмиссия карт, количество проданных сопутствующих товаров, остатки на счетах клиентов, уплата комиссий банку, кроме того контролируются меры применяемые для увлечения указанных показателей. Так же ведется контроль компетентности сотрудников банка, культура сервиса и качество обслуживания, что играет не малую роль в достижении целей банка.

### 1.3. Современные тенденции развития пластиковых карт в РФ

Развитие пластиковых карт в России и влияние кризиса на них.

В современных условиях развития мировых хозяйственных связей происходит процесс объединения экономик отдельных государств и быстрое развитие форм безналичных расчетов, которые широко применяются в настоящее время во всем мире. Одним из основных инструментов безналичных расчетов считается банковская карта, которая стремительно овладевает российским рынком и имеет широкое распространение в развитых странах, составляет 90% от всех денежных операций.

Рассмотрим, какое количество платежных карт было эмитировано российскими банками с 2013г. по 2015г.:



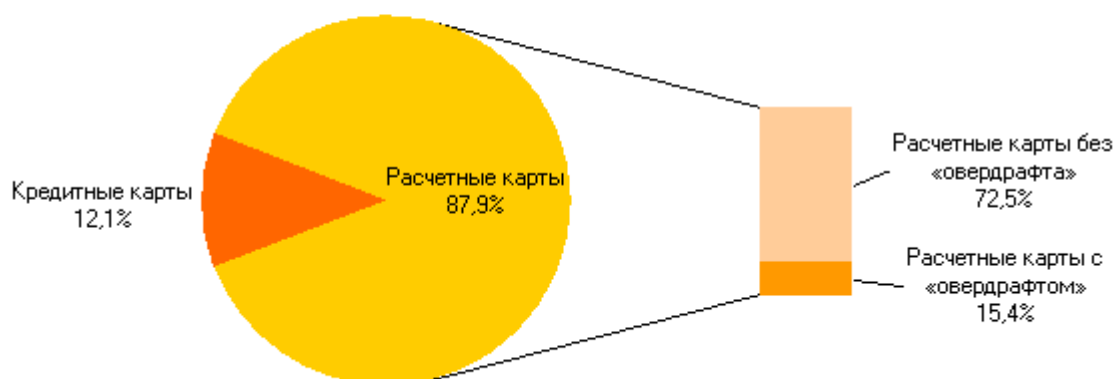
Таблица 3. Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями, по типам карт

тыс. ед.

1	Всего банковских карт	В том числе:		
		расчетные карты	из них:	кредитные карты
			расчетные карты с «овердрафтом»	
2	3	4	5	
<b>2016 год</b>				
на 1.01.16	243 929	214 465	37 621	29 464
<b>2015 год</b>				
на 1.10.15	240 167	208 867	39 099	31 300
на 1.07.15	233 685	202 981	38 407	30 703
на 1.04.15	229 799	199 310	39 344	30 490
на 1.01.15	227 666	195 904	39 726	31 761
<b>2014 год</b>				
на 1.10.14	224 244	192 415	39 634	31 829
на 1.07.14	219 945	188 776	39 535	31 169
на 1.04.14	219 196	189 144	39 707	30 052
на 1.01.14	217 463	188 275	39 463	29 189
<b>2013 год</b>				
на 1.10.13	211 374	183 276	38 023	28 098
на 1.07.13	205 052	178 814	37 022	26 238
на 1.04.13	200 258	175 564	35 094	24 694
на 1.01.13	191 496	169 013	31 788	22 483

Из данных таблицы видно, что эмиссия расчетных карт растет с каждым годом, особенно с 2014 по 2015 год, что говорит о развитии российского рынка безналичных расчетов. Количество расчетных карт с 2013 по 2014 года увеличилась на 7629 тыс. ед., а с 2014 по 2015 года увеличилась на 18561 тыс. ед., т.е. выросла в 2,43 раза. Эмиссия кредитных карт с 2013 по 2014 года составила 2572 тыс. ед., с 2014 по 2015 года уменьшилась на 2297 тыс. ед., т.е. выпуск карт уменьшился в 0,09 раз. Следовательно, с 2014 по 2015 года спрос на кредитные карты снизился, благодаря улучшению состояния российской экономики, ниже на рисунке 4 видно процентное соотношение кредитных карт и расчетных карт на рынке.

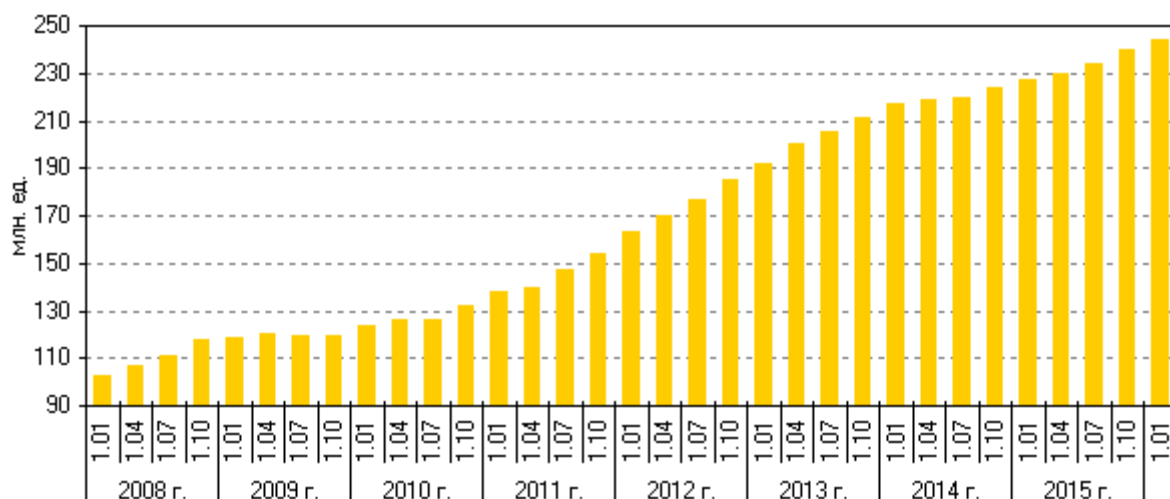
**Структура расчетных и кредитных карт, эмитированных кредитными организациями на 01.01.16**



**Рис.4 Структура кредитных и расчетных карт, эмитированных кредитными организациями.**

Структура выпущенных карт показывает, что большинство людей имеют не доверие к кредитным картам, так как это продукт не имеет широкого распространения, и им проще оформить потребительский кредит, нежели кредитную карту.

**Количество расчетных и кредитных карт, эмитированных кредитными организациями**



Начиная с 1.04.2013 года включаются сведения о количестве расчетных и кредитных карт (сведения о предоплаченных картах не включаются).

**Рис.5 Количество кредитных и расчетных карт, эмитированных кредитными организациями с 2008 по 2015 год.**

Эмиссия банковских карт имеет быстрое распространение на российском рынке, особенно эта тенденция прослеживается с 2011 по 2013 год. Такой стремительный рост внедрения банковских карт, повлек за собой развитие дистанционного обслуживания клиентов банка. Таким образом, безналичные расчеты экономят время держателей карт, теперь им не нужно посещать отделение банка, стоять в огромной очереди, чтобы оплатить коммунальные услуги. Кроме этого обслуживание стало на много удобнее клиент в любое время суток и в любом месте, где он находится, может воспользоваться своими денежными средствами, даже посмотреть выписку со счета.

Снижение спроса на пластиковые карты с 2013 по 2014 году, приходится на время банковского кризиса, который не мог не ударить по развитию банковской системе, в общем, не говоря о рынке пластиковых карт.

Таблица 4. Операции, совершенные за пределами России с использованием карт, эмитированных российскими кредитными организациями

	2015					2014	2013
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	2015 год		
Количество операций, млн.единиц	2 704,0	3 104,4	3 325,8	3 689,6	12 823,9	9 763,0	7 487,6
из них:							
операции по снятию наличных денег	746,6	837,6	838,2	876,3	3 298,7	3 275,4	3 132,5
безналичные операции	1 957,5	2 266,7	2 487,7	2 813,4	9 525,2	6 487,6	4 355,1
из них операции по оплате товаров (работ, услуг)	1 812,9	2 091,2	2 296,7	2 558,0	8 758,7	6 042,8	4 092,7
Объем операций, млрд. рублей	8 403,8	9 532,2	10 735,6	11 841,7	40 513,3	34 999,6	28 621,8

Из них:							
операции по снятию наличных денег	5 295,1	6 018,8	6 587,5	7 015,0	24 916,4	23 826,1	21 241,0
безналичные операции	3 108,6	3 513,4	4 148,2	4 826,7	15 596,9	11 173,4	7 380,8
из них операции по оплате товаров (работ, услуг)	1 869,7	2 009,5	2 345,2	2 622,3	8 846,7	6 857,8	4 458,1

Таблица 4 показывает уровень роста совершения безналичных расчетов по банковским картам, хорошо прослеживается динамика роста безналичных операций: с 2013 по 2014 год в 1,49 раза, с 2014 по 2015 год в 1,47 раза. Данные показатели говорят о развитии в России безналичной платежной системы, это позволяет банкам снижать себестоимость продуктов, так как обслуживание происходит дистанционно (снижаются расходы на обслуживание клиентов в офисах банка), и соответственно система становится более автоматизированной. Кроме этого видно, что операции по снятию денежных средств, с банковских карт держится примерно на одном уровне, отрицательным моментом является то, что суммы по снятию денежных средств, с карты больше, чем суммы, проводимые безналичным путем. Это доказывает, что люди не готовы к переходу на безналичное обращение денежных средств, есть не доверие к платежным системам и кредитным организациям, репутацию которых не в малой степени повлиял банковский кризис.

Система показателей для оценки управления пластиковыми картами в  
коммерческом банке.

Для оценки управления пластиковыми картами в коммерческих банках используются показатели оценки финансовой устойчивости предприятия и показатели рентабельности. Эти показатели позволяют правильно распределять

финансовые ресурсы банка, для успешного развития деятельности кредитных организаций, контролировать рост/снижение прибыли, показывают степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов. Кроме этого существуют показатели, с помощью которых напрямую отслеживается эмиссия и использование банковских карт, но отсутствует методика анализа и оценки развития расчетных карт в РФ. Это связано с тем, что в стране существует отсутствие достаточности опыта в использовании пластиковых карт как инструмента безналичных расчетов, что способствует отсутствию разработки методики анализа и оценки развития банковских карт. Но можно выделить этапы анализа развития банковских карт: это анализ использования расчетных карт юридическими и физическими лицами, анализ объема и инфраструктуры рынка банковских карт.

Оценка объема рынка банковских карт осуществляется с помощью отношения показателя объема операций, совершающихся по пластиковым картам, к объему ВВП (если анализ в целом по России) или ВРП (если анализ проводится на определенной территории страны), и показывает изменение и стоимостную значимость рынка банковских карт.

Рассмотрим все показатели по порядку:

– *Количество банкоматов, приходящихся на 10 тысяч человек*, дает возможность оценить инфраструктуру рынка банковских карт (города, региона, страны). В развитых странах такой показатель варьируется от 8 до 10.

Количество банкоматов / Численность населения

– *Количество POS-терминалов, приходящихся на 10 тысяч человек*, так же дает возможность оценить инфраструктуру рынка банковских карт (города, региона, страны). В развитых странах такой показатель варьируется от 100 до 200.

## Количество POS-терминалов/ Численность населения

– *Объемы операций, совершаемых через POS-терминалы, и банкоматы*, показывает степень развития безналичных расчетов среди населения, тем самым показывая степень развития соответствующей инфраструктуры рынка банковских карт.

Объем безнал. операций через POS-терминалов / Численность населения

Объем безнал. операций через банкоматы / Численность населения

Объем снятие наличности / Численность населения

– *Коэффициент использования банковских карт*, показывает количество расчетных операций по пластиковым картам, в соотношении к снятию наличности. Данный показатель должен стремиться к 1 и выше.

Объемы безнал. операций (банкоматы + POS-терминалы) / объемы операций по снятию наличности

– *Количество банковских карт приходящихся на население* (города, региона, страны), показывает активность кредитных организаций на рынке, в развитых странах показатель варьируется от 1 до 3.

Количество выпущенных карт / Численность населения

С помощью указанных показателей руководство кредитных организаций отслеживает динамику развития/упадка рынка банковских карт, контролирует свою финансовую устойчивость, и применяет меры к увеличению доходов банка и эмиссии банковских карт, к привлечению

клиентов и денежных ресурсов, в общем, осуществляет меры для достижения поставленных целей.

## Глава 2. Анализ управления операциями с пластиковыми картами в ПАО «РОСБАНК».

### 2.1. История создания и развития ПАО «РОСБАНК»

ПАО «РОСБАНК» входит в состав группы Societe Generale, это лидирующий универсальный европейский банк, который имеет историю развития больше ста пятидесяти лет и показывает на всем протяжении своего существования способность к росту и развитию, так же к стойкому сопротивлению внешних угроз и успешного приспособления к изменениям окружающей среды.

Росбанк, по показаниям на май 2016 года занимает 13 место среди 15ти ведущих кредитных организаций России, по ключевым показателям деятельности (публикуемых на сайте ЦБ РФ).

Таблица 5. Рейтинг российских банков по ключевым показателям деятельности

Позиция в рейтинге	Название банка	Май, 2016, тыс. рублей	Апрель, 2016, тыс. рублей	Изменение, тыс. рублей	Изменение, %
1	Сбербанк России	22 933 754 353,00	23 212 151 471,00	-278 397 118,00	-1,2
2	ВТБ	8 805 713 007,00	9 114 377 871,00	-308 664 864,00	-3,39
3	Газпромбанк	5 227 698 735,00	5 205 383 927,00	22 314 808,00	0,43
4	ВТБ 24	2 999 446 189,00	3 018 830 096,00	-19 383 907,00	-0,64
5	ФК Открытие	2 842 983 813,00	2 929 145 208,00	-86 161 395,00	-2,94
6	Россельхозбанк	2 662 954 776,00	2 763 514 526,00	-100 559 750,00	-3,64
7	Альфа-Банк	2 236 384 509,00	2 234 634 963,00	1 749 546,00	0,08



8	Националь ный Клирингов ый Центр	2 006 147 298,00	1 845 112 917,00	161 034 381,00	8,73
9	БМ-Банк (бывш. Банк Москвы)	1 688 499 232,00	1 675 554 276,00	12 944 956,00	0,77
10	ЮниКредит Банк	1 317 300 675,00	1 501 777 686,00	-184 477 011,00	-12,28
11	Московский Кредитный Банк	1 301 748 951,00	1 396 647 409,00	-94 898 458,00	-6,79
12	Промсвязьба нк	1 227 397 289,00	1 295 106 278,00	-67 708 989,00	-5,23
13	Росбанк	856 730 019,00	820 372 444,00	36 357 575,00	4,43
14	Райффайзенб анк	800 745 938,00	823 288 195,00	-22 542 257,00	-2,74
15	Бинбанк	736 519 885,00	760 742 603,00	-24 222 718,00	-3,18

Росбанк обслуживает больше 3,3 миллиона частных клиентов в 71 регионе страны. Сеть банка состоит более чем 550 офисов и 3000 банкоматов. Дочерними компаниями Росбанка являются Дельтакредит, основным направлением деятельности, которого является ипотечное кредитование, и Русфинанс – нацеленный на потребительское кредитование.

В розничном бизнесе банк предлагает клиентам:

- расчетно-кассовое обслуживание;
- денежные переводы и валютно-обменные операции;
- кредитные карты;
- ипотечное кредитование и автокредиты, в залог транспортных средств;
- потребительское кредитование
- предлагает инвестиционные и сберегательные программы (вклады);

- аренда сейфовых ячеек;
- предоставляет держателям банковских карт дистанционное обслуживание, куда входит мобильный клиент-банк, интернет-банк и мобильное приложение (личный кабинет);
- дополнительные услуги состоятельным клиентам.

Росбанк делает ставку на корпоративных клиентов, ключевыми направлениями которых является: операции на денежном и валютном рынках, так же рынках долгового капитала; предоставление кредитования синдицированного, т.е. предоставление кредита двумя более кредиторами, и структурированное финансирование; торговое финансирование; операции связанные с депозитарной деятельностью; факторинг; брокерские услуги; лизинг; корпоративное финансирование; торговое финансирование.

Росбанк был зарегистрирован в 1993 году, и имел наименование «Независимость» (АОЗТ), в дальнейшем несколько раз менял организационно-правовую форму в 1994 году - ТОО, а в 1996 году - ЗАО.

Во время кризиса в сентябре 1998 года, он был выкуплен структурами промышленно-финансовой группы «Интеррос» (Владимиром Потаниным и Михаилом Прохоровым), и был переименован в «Росбанк». Далее в 1999 году он получил организационно-правовую форму ОАО. В 2002 году поглотил инвестиционный банк «МФК», находящийся так же в группе «Интеррос», затем в 2003 году была куплена банковская группа «ОВК», являющаяся на тот момент одной из крупнейших розничных групп в России. К середине 2005 года успешно закончилось объединение Росбанка и 6 офисов банка ОВК.

Уже в 2006 году произошло успешное завершение сделки по покупке 20% акций Росбанка, французской группой Societe Generale. Рыночная стоимость бизнеса Росбанка на тот момент имела оценку с коэффициентом 4,2 к размеру собственного капитала кредитной организации. Чуть позже Societe Generale (SG) получила опцион на покупку 30% - ого пакета акций, стоимостью 1,7 млрд долларов, после чего в середине 2008 года французская

компания получила эти 30% акций, и стала обладателем контрольного пакета акций, стоимостью 2,3 млрд долларов США.

В настоящий момент группа SG выкупила 64,68% акций, остальные принадлежат Pharanco Holdings (во главе с Владимиром Потаниным) – 30,38% и оставшимся количеством акций владеют топ-менеджеры и инвесторов. 27 мая 2009 года SG выкупила еще 7% акций у Pharanco Holdings.

По состоянию на 1 января 2016 года собственный капитал Росбанка составил 126 880 907 тыс. рублей, а суммарные активы составили 856 730 019 тыс. рублей. В феврале 2010 года акционеры компаний заключили договор на объединение Росбанка, ДельтаКредит, Русфинанс и BSGV, причем три последних являются дочерними компаниями Societe Generale.

Основными направлениями деятельности банка являются розничные, корпоративные, инвестиционно-банковские услуги и работа с состоятельными частными клиентами (Private-банкинг). В настоящий момент РОСБАНК обладает одной из крупнейших региональных сетей в стране: более 600 подразделений сети в 71 регионе Российской Федерации. Его дочерние банки работают в Белоруссии и Швейцарии. Более 13 тысяч сотрудников "Росбанка" без учета дочерних банков и компаний сегодня обслуживают порядка 60 тысяч корпоративных клиентов и 3 миллиона человек. Банком выпущено более 3 миллиона пластиковых карт, в том числе более 55 тыс. чипа, количество банкоматов достигло 1900 устройств. Наиболее важным для банка является развитие розничного бизнеса. РОСБАНК активно работает с населением, предлагая различные варианты вкладов и разнообразные кредитные продукты. Банк занимает лидирующие позиции на рынке потребительского кредитования. Частными клиентами Росбанка являются около 2,6 миллионов человек. Среди клиентов Банка бюджетные организации и внебюджетные фонды, налоговые инспекции, акционерные общества, иностранные фирмы и их представительства, физические лица.

Росбанк обслуживает около 8 тысяч крупных компаний. Среди клиентов Банка такие известные отечественные компании как во "алмазювелирэкспорт", РАО "Газпром", "Норильский никель", СК "согласие", ЗК "Полюс", "Седьмой континент", Холдинг МРСК и другие. Росбанк активно развивает инвестиционную деятельность, являясь крупнейшим организатором и андеррайтером на рынке рублевых корпоративных и муниципальных облигаций.

Плодотворное сотрудничество с отечественными и зарубежными финансово-кредитными учреждениями обеспечивает высокий авторитет банка, что позволяет на выгодных условиях проводить клиентские платежи, эффективно управлять собственной ликвидностью и привлекать ресурсы для клиентов. Корреспондентская сеть Банка включает в себя Банк Нью-Йорка, Джей-пи Морган Чейз Банк Н. А., Банк оф Токио-Мицубиси ЮФДЖЕЙ, Лтд. С smbc, "Дойче Банк АГ", "Коммерцбанк АГ", "кредит Свисс", УБС Банка А. Н. HSBC банк США, Банк А. С. А. Нордеа Норге, СЭБ, как bbva, ING и других надежных банках.

РОСБАНК является одним из лидеров рынка финансовых услуг малому и среднему бизнесу, обслуживая более 44 тыс. клиентов. Банк предлагает малым и средним предприятиям комплексный сервис, включая специально разработанные кредитные продукты.

Значительные результаты демонстрирует направление частного банковского обслуживания. Сегодня в РОСБАНКЕ обслуживается более 1800 частных состоятельных клиентов, объем средств на их счетах превысил 2 млрд. долларов США. На протяжении всей своей истории Банк уделяет большое внимание реализации социальных проектов. Один из них-грантовая программа "новый день", которую Банк проводит с 1999 года. В РОСБАНКЕ также действует благотворительная программа внутрифирменного частных пожертвований, права сотрудников банка помочь может каждый".

Банк имеет кредитные рейтинги трех крупнейших международных агентств: рейтинговое агентство Moody's, агентство Standard & Poor's и Fitch.

В 2008 году он выиграл Гран-при премии "Банк года" по итогам премии "Финансовая элита России 2008". В 2006 и 2008 гг. РОСБАНК был признан лучшим финансовым институтом России по версии авторитетного британского журнала "банкир". В настоящее время Банк входит в число 10 крупнейших банков России. Росбанк обслуживает предприятия и организации различных форм собственности, включая государственную. Так же обслуживал финансовые учреждения, страховые компании, ритейлеры, автодилеры, компании, специализирующиеся на сделках с недвижимостью, строительные компании и многие другие. Банк, имеет лицензию Банка России на осуществление банковских операций с драгоценными металлами, позволяет обслуживать предприятия, занимающиеся добычей, переработкой и реализацией драгоценных металлов.

Расширение клиентской базы способствует диверсификации кредитного портфеля и поддержания стабильной рентабельности Банка. Это поможет укрепить позиции Банка на банковском рынке и делает его более конкурентоспособным в системе российских коммерческих банков. В 2010 году банк активно кредитовал клиентов. Улучшение кредитной политики, направленной на минимизацию и постоянный мониторинг кредитных рисков. Учитывая, что основная концентрация рисков, связанных с банковскими операциями счета для кредитных рисков, Банк проводил активную политику по минимизации данного типа рисков. В частности, усовершенствована система комплексной оценки заемщиков, и оптимизированы требования к системе для обеспечения кредитов. Кредитные ресурсы были размещены в разных секторах экономики, ярмарка кредитная история и планирование производства и технологического цикла, а также занимая устойчивую позицию в своем бизнесе. В итоге за отчетный год кредитный портфель Банка вырос в 3,6 раза и составил 2 603 млн., в том числе кредиты коммерческих банков - 2 080 миллионов рублей, межбанковские кредиты - 523 миллионов рублей. Значительное увеличение объемов

кредитования было достигнуто за счет гибкой клиентской политики и индивидуальный подход к каждому клиенту.

Росбанк входит в число самых надежных банков по версии журнала Forbes (Forbes, 2015). Банк занимает первое место в России в списке самых дорогих брендов среди финансовых институтов с участием иностранного капитала (Brand Finance 2015 г.). Росбанк – лауреат Национальной банковской премии Ассоциации российских банков «За вклад в развитие банковских услуг населению» (декабрь, 2014 г.). Бронзовый призер в номинации «Лучший банк в сфере торгового финансирования в России и СНГ» (TFR Awards, 2015).

В 2014 году Росбанком была разработана новая стратегия развития его бизнеса на ближайшие 3 года. Приоритетным направлением банка является повышение активности и чувства удовлетворенности текущих клиентов, увеличение показателей привлечения новых клиентов, создание и постоянное усовершенствование продуктового предложения организации, оптимизация бизнес-процессов, кроме этого изменение структуры управления сетью офисов и повышение эффективности работы, данной структуры.

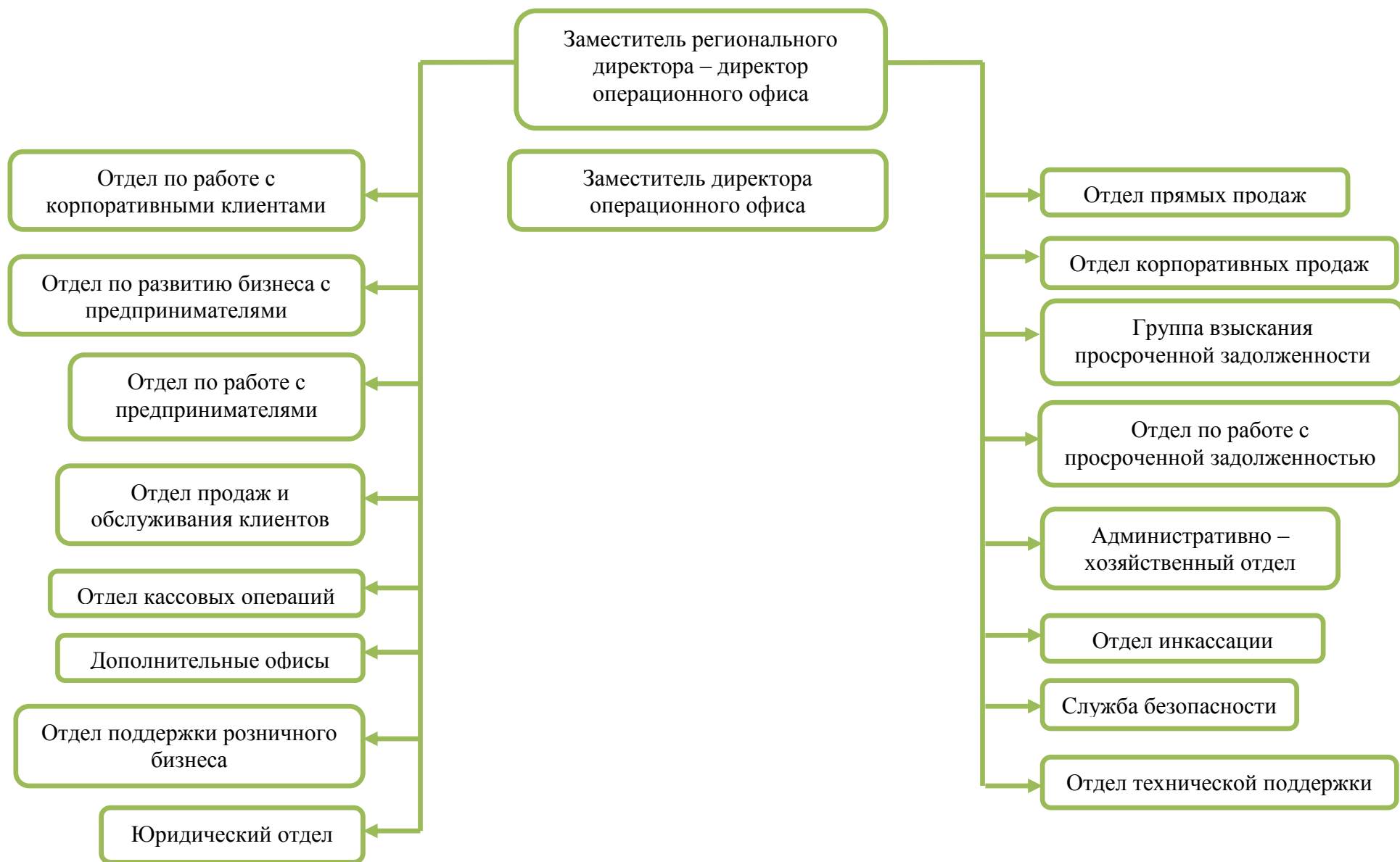


Рис.6 Организационная структура Операционного офиса Восточно – Сибирского филиала

Росбанк является развивающейся организацией, которая усовершенствует свою универсальную модель бизнеса, предлагая своим клиентам разнообразные виды банковских товаров и услуг с помощью дистанционных каналов обслуживания и сети офисов дистанционные каналы. Банк обладает передовыми банковскими технологиями, что помогает ему развиваться и способствует росту организации в любых экономических условиях.

Банк стремится выстраивать длительные и доверительные взаимоотношения с клиентами, предлагая им качественное обслуживание широкий спектр услуг и товаров, и быть для них понятным и удобным банком.

Реализация разработанной стратегии позволит Росбанку увеличить клиентскую базу, сделать бизнес наиболее эффективным, усовершенствовать систему управления сетью офисов и обеспечить увеличение доходности.

Приоритетные направления развития банка в основном сосредоточены на:

- Увеличение автоматизации процессов, с целью улучшения скорости и качества обслуживания;
- Увеличение эффективности управления сетью офисов;
- Совершенствование транзакционных услуг (денежные переводы, расчетно-кассовое обслуживание, торговое финансирование и т.д.)
- Органический рост действующего бизнеса, приносящего доход, в сегменте рынка крупнейших корпораций;
- Совершенствование дистанционного обслуживания клиентов (интернет банкинг, мобильный банк, мобильное приложение и банкоматов);



## 2.2. ООО «Территориальный офис Томский» ПАО РОСБАНК и его карточные продукты.

Офис ПАО РОСБАНК Томский операционный офис находится по адресу г. Томск ул. Белинского 63, является центральным офисом по Томской области, и имеет 4 дополнительных офиса по городу, 1 доп. офис в ЗАТО Северск и 9 офисов на территории Томской области. Начал свою деятельность в г. Томске с июня 1999 года. В настоящее время он занимает твердые и стабильные позиции на финансовом рынке города Томска, заработал высокую деловую репутацию и считается универсальным финансовым институтом. Имеет следующую организационную структуру

одним из приоритетных направлений деятельности офиса является привлечение корпоративных клиентов, что дает привлечение денежных ресурсов, увеличивает эмиссию банковских карт и продажу товаров услуг, в общем, увеличивает доходность банка. Основными корпоративными клиентами Томского регионального филиала ОАО АКБ «РОСБАНК» являются: Прокуратура Томской области, УМВД по Томской области, МЧС, ОАО «Томское пиво», ОАО «Норд Империял», ТУСУР, НИ ТПУ и др.

Томский региональный филиал Росбанка имеет право на совершение следующих банковских операций со средствами в рублях и иностранной валюте:

- привлекать денежные средства физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок) в соответствии с утвержденными нормативами и инструкциями Банка;
- Осуществлять расчеты по поручительству физических и юридических лиц, в том числе банков – корреспондентов, по их банковским счетам;

– Размещать привлеченные во вклады (до востребования и на определенный срок) денежные средства физических и юридических лиц от имени Банка и за его счет в пределах утвержденных нормативов и в соответствии с инструкциями Банка на условиях возвратности, платности, и срочности;

– Инкассировать денежные средства, векселя, платежные, расчетные документы и осуществлять кассовое обслуживание физических и юридических лиц;

– Открывать и вести банковские счета физических и юридических лиц;

– Выдавать банковские гарантии в пределах утвержденных нормативов и соответствии с инструкциями Банка;

– Покупать и продавать иностранную валюту в наличной и безналичной формах в пределах утвержденных нормативов Банка;

– Осуществлять переводы денежных средств по поручению физических лиц без открытия банковских счетов (за исключением почтовых переводов);

– Привлекать во вклады и размещать драгоценные металлы в соответствии утвержденными нормативами и инструкциями Банка.

Так же Томский операционный офис имеет право осуществлять следующие сделки:

– Приобретать права требования от третьих лиц исполнения обязательств в денежной форме по согласованию с Банком;

– Выдавать поручительства за третьих лиц, предусматривающих исполнение денежной форме, в пределах утвержденных нормативов и в соответствии инструкциями Банка;

– Заключать от имени Банка, с юридическими и физическими лицами хозяйственные договоры, договоры аренды, поручения, комиссии,

страхования хранения, а также договоры на охрану, инкассацию и иные договоры, необходимые для обеспечения деятельности Филиала;

- Оказывать консультационные и информационные услуги;
- Доверительно управлять денежными средствами и иным имуществом по договору с физическими и юридическими лицами по согласованию с Банком.

Финансовые ресурсы офиса формируются за счет собственных средств Банка, передаваемых ему и привлеченных, в том числе денежных средств физических и юридических лиц, которые находятся на счетах в офисе, а также средств, привлеченных в виде депозитов и кредитов других банков.

Томский операционный офис успешно реализует ряд благотворительных проектов, которые направлены на оказание помощи детям (трудным подросткам, сиротам, инвалидам и т.д.) и проектов направленных на поддержку спорта, искусства и культуры. Офис стремится внести посильный вклад в развитие Сибирского региона, консолидировать усилия различных людей в достижении конкретных результатов на благо нынешнего и будущих поколений.

В 2012 году началось мощное реформирование банка. В сентябре 2012 года Томский операционный офис ПАО «РОСБАНК» переходит в Операционный офис Западно – Сибирского филиала и руководящим офисом этого филиала становится Новосибирск. До этого времени в подчинение Томский операционный офис находился и Кемеровский регион, после перераспределения Кемерово стало отдельным Операционным офисом, который также был закреплен за Новосибирском. Такое перераспределение происходит по всем регионам России. Банк начинает реализовывать свою новую стратегию и меняет организационную структуру. До этого времени города подчинялись непосредственно головному управлению, которое находилось в Москве. А в июле 2015 года Операционный офис Западно – Сибирского филиала переходит в Операционный офис Восточно –

Сибирского филиала и территориальное управление переходит в Красноярск. С этого момента начинается перераспределение обязанностей, сокращение отделов и сотрудников, начинается оптимизация в каждом городе.

Томский операционный офис ПАО РОСБАНК в среднем в месяц эмитирует около 5460 карт. Рассмотрим карточные продукты:

1. Пакет банковского обслуживания «Простой» - это пакет, включающий минимальное количество банковских услуг (только базовые), открывается для первичных клиентов банка.

Таблица 6. Характеристики пакета «Простой».

Количество счетов	1 счет
Тип основной карты	Неименная
Количество дополнительных карт	нет
Сберегательный счет	0,01% годовых
Выписка по счету в офисах Банка за последние 30 дней	да
Выписка по счету в банкомате Банка	да
РОСБАНК Онлайн	да
Страхование путешествий	нет
Стоимость пакета в месяц	Бесплатно

Бесплатно данный пакет предоставляется в рамках программ розничного кредитования, на срок действия кредитного договора (автокредитование, ипотека, потребительский кредит), и при открытии вклада. Экстренные услуги представляют собой срочное переоформление банковской карты за границей (стоимость 7500 руб.) и блокировка карты бесплатно (через оператора или по заявлению в офисе банка).

К данной карте могут открываться дополнительные карты: с Travel Miles (услуга начисления миль), карта "Мой стиль"(карта выпущенная с индивидуальным дизайном, на выбор клиента). Имеет следующие лимиты:

Таблица 7. Стандартные лимиты операций по основной карте «Простой»

Стандартные лимиты операций по основной карте	
Ежедневный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	100 000

Ежемесячный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	250 000
Максимальный ежедневный лимит покупок в торговых сетях и предприятиях обслуживания, руб.	Без ограничений
Максимальный ежемесячный лимит на операции в сети интернет, руб.	1000

2. Пакет банковских услуг «Классический» - это пакет для клиентов активно использующие банковские карты, по оптимальной цене с расширенным набором услуг, стоимость которых в пакете выгоднее, нежели оформление их дополнительно.

Таблица 8. Характеристики пакета «Классический».

Количество счетов	3 счета
Тип основной карты	Стандартная
Количество дополнительных карт	нет
Сберегательный счет	до 5% годовых в рублях
	до 0,25% годовых в долларах США
	до 0,15% годовых в евро
Выписка по счету в офисах Банка за последние 30 дней	да
Выписка по счету в банкомате Банка	да
Прием к исполнению заявления на периодическое перечисление	1 заявление
РОСБАНК Онлайн	да
Страхование путешествий	нет
Стоимость пакета в месяц	0 руб. при среднемесечном остатке на счетах от 50 000 руб. и больше;
	150 руб. в месяц при среднемесечном остатке на счетах меньше 50 000 руб.

В пакете банковских услуг «Классический» предоставляет возможность открытия дополнительных карт: Visa Classic / MasterCard Standard/MasterCard Standard PayPass – 350 рублей, и Visa Gold / MasterCard Gold/MasterCard Gold PayPass – 2000 рублей.

Так же есть возможность выпуска карт со следующими услугами:

– Карты с Travel Miles, является международной картой «РОСБАНК-iGlobe.ru». Если это основная карта, то оформление без комиссий

Visa Classic/MasterCard World PayPass, если это дополнительная карта (кроме включенных в пакет) оформляются Visa Classic/MasterCard World PayPass – 600 руб./год и Visa Gold/MasterCard World Premium PayPass - 3 000 руб./год.

– Карта «Мой стиль», в данном пакете оформляется международная карта: основная Visa Classic / MasterCard Standard – 600 руб./год, дополнительная (не включенная в пакет) Visa Classic / MasterCard Standard - 600 руб./год.

– Молодежная карта IYTC / Студенческая карта ISIC / Карта для преподавателей ITIC, основная банковская карта MasterCard Standard ( без комиссий), дополнительная (не включенная в пакет) MasterCard Standard – 600руб./год.

Так же по данным банковским картам предоставляются экстренные услуги: срочное переоформление карты за рубежом - 7500 рублей и блокировка карты бесплатно (через оператора или по заявлению в офисе банка).

Таблица 8. Стандартные лимиты операций по основной карте «Классический»

Стандартные лимиты операций по основной карте	
Ежедневный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	150 000
Ежемесячный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	700 000
Максимальный ежедневный лимит покупок в торговых сетях и предприятиях обслуживания, руб.	Без ограничений
Максимальный ежемесячный лимит на операции в сети интернет, руб.	300 000

3. Пакет банковского обслуживания «Золотой» - это пакет предоставляющий клиенту широкий набор банковских услуг со скидками на дополнительные услуги банка и привилегиями.

Таблица 9. Характеристики пакета «Золотой».

Количество счетов	4 счета
Тип основной карты	Золотая
Количество дополнительных карт	2 карты

Сберегательный счет	до 6,5% годовых в рублях
	до 0,3% годовых в долларах США
	до 0,2% годовых в евро
Выписка по счету в офисах Банка за последние 30 дней	да
Выписка по счету в банкомате Банка	да
Прием к исполнению заявления на периодическое перечисление	4 заявления
РОСБАНК Онлайн	да
Страхование путешествий	Владельцам основной и дополнительных золотых карт
Стоимость пакета в месяц	0 руб. при среднемесечном остатке на счетах от 250 000 руб. и более;
	450 руб. в месяц при среднемесечном остатке на счетах менее 250 000 руб.

Пакет банковских услуг «Золотой» предоставляет возможность выпуска дополнительных карт: Visa Classic / MasterCard Standard/ MasterCard Standard PayPass – 350 руб./год и Visa Gold / MasterCard Gold / MasterCard Gold PayPass – 2000 руб./год.

Выпускаются карты с дополнительными услугами:

– Карты с Travel Miles, является международной картой «РОСБАНК-iGlobe.ru». Если это основная карта, то оформление без комиссий Visa Visa Gold «РОСБАНК-iGlobe.ru», если это дополнительная карта (кроме включенных в пакет) оформляются Visa Classic/MasterCard World PayPass – 600 руб./год и Visa Gold/MasterCard World Premium PayPass - 3 000 руб./год.

– Карта «Мой стиль», в данном пакете оформляется международная карта только дополнительная (не включенная в пакет) Visa Classic / MasterCard Standard - 600 руб./год.

– Молодежная карта IYTC / Студенческая карта ISIC / Карта для преподавателей ITIC, оформляется только дополнительная (не включенная в пакет) Visa Classic / MasterCard Standard – 600руб./год.

Экстренные услуги: срочное переоформление карты за рубежом - 7500 рублей и блокировка карты бесплатно (через оператора или по заявлению в офисе банка).

Таблица 10. Стандартные лимиты операций по основной карте «Золотой»

Стандартные лимиты операций по основной карте	
Ежедневный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	200 000
Ежемесячный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	1 000 000
Максимальный ежедневный лимит покупок в торговых сетях и предприятиях обслуживания, руб.	Без ограничений
Максимальный ежемесячный лимит на операции в сети интернет, руб.	1 000 000

4. Пакет банковского обслуживания «Премиальный» это пакет для состоятельных клиентов с максимальным набором банковских услуг, кроме этого предлагает дополнительные премиальные привилегии и предложения.

Таблица 11. Характеристики пакета «Премиальный».

Количество счетов	7 счетов
Тип основной карты	Черная
Количество дополнительных карт	4 карты
Сберегательный счет	до 7% годовых в рублях
	до 0,4% годовых в долларах США
	до 0,3% годовых в евро
Прием к исполнению заявления на периодическое перечисление	6 заявлений
Привилегии	Priority Pass
	Консьерж Сервис
Страхование путешествий	Расширенное страховое покрытие (Предоставляется владельцам основной и дополнительных премиальных карт и их детям)
Стоимость пакета в месяц	0 руб. при среднемесечном остатке на текущих, сберегательных и депозитных счетах от 2 000 000 руб. и более;



2 500 руб. в месяц при среднемесечном остатке на текущих, сберегательных и депозитных счетах менее 2 000 000 руб.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Priority Pass это программа привилегий и дополнительных услуг, для держателей платиновых карт, представляет следующие услуги:

– Зона отдыха в больше чем 500 VIP-залах аэропортов, в 245 городах по всему миру, вне зависимости от длины рейса, плюс на внутренних рейсах (США);

– СМС информирование о расположении VIP-залов и их рабочем времени в аэропорту, где находится клиент.

– Предоставление бесплатного пользования сетью Интернет.

Консьерж Сервис представляет собой личного помощника, который предоставляет информацию по запросам клиента и помогает с бронированием или оплатой какой-либо услуги. Этот сервис не имеет комиссий, клиент оплачивает только стоимость заказанной услуги или товара.

Примерный список предоставляемых услуг:

- Помощь клиенту в путешествии;
- Организация досуга и отдыха;
- Организация услуг, предоставление бизнес услуг;
- Помощь на дорогах;
- Помощь в бытовых вопросах и проблемах;
- Услуги для VIP клиентов;
- Медицинская и юридическая поддержка клиента;
- Помощь в уходе за домашними питомцами.

Пакет «Премиальный» дает возможность его владельца выпустить до 4х дополнительных бесплатных карт:

- Visa Classic (неименная 1 карта) / Visa Classic / Visa Classic PayWave / MasterCard Standard Contactless;
- Visa Gold PayWave / MasterCard Gold Contactless;

- Visa Platinum PayWave / MasterCard Platinum Contactless;
- Visa Signature PayWave / MasterCard World Black Edition Contactless.

Выпускаются карты с дополнительными услугами:

- Карта с Cashback – это карта с функцией начисления процентов от совершаемых клиентом операций по банковской карте. Если оформляется в качестве основной: Visa Platinum PayWave Сверхкарта+/ Visa Platinum PayWave Автокарта ежегодная комиссия отсутствует, если выпускаются дополнительные карты (не включенных в пакет): Visa Platinum PayWave Сверхкарта+ 6 000 руб/год, Visa Platinum PayWave Автокарта 6 000 руб/год.

- Карта с Travel Miles, если оформляется основная карта Visa Signature PayWave Travel Miles / MasterCard World Black Edition Contactless Travel Miles ежегодная комиссия отсутствует, а если дополнительная карта (не включенная в пакет): Visa Classic PayWave Travel Miles / MasterCard World Contactless Travel Miles 600 руб/год, Visa Platinum PayWave Travel Miles 6 000 руб/год, Visa Gold PayWave Travel Miles / MasterCard World Premium Contactless Travel Miles 3 000 руб/год, Visa Signature PayWave Travel Miles / MasterCard World Black Edition Contactless Travel Miles 7 000 руб/год.

- Карта «Мой стиль», выпускается только дополнительная, не включенная в пакет банковских услуг: Visa Classic / MasterCard Standard 600 руб/год.

- Молодежная карта IYTC / Студенческая карта ISIC / Карта для преподавателей ИПС, выпускается так же только дополнительная банковская карта MasterCard Standard стоимостью 600 руб/год.

«Премиальный» пакет банковского обслуживания предоставляет срочный перевыпуск банковской карты и её блокировку без комиссий.

Таблица 12. Стандартные лимиты операций по основной карте «Премиальный»

Стандартные лимиты операций по основной карте	
Ежедневный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	500 000
Ежемесячный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	3 000 000
Максимальный ежедневный лимит покупок в торговых сетях и предприятиях обслуживания, руб.	Без ограничений
Максимальный ежемесячный лимит на операции в сети интернет, руб.	3 000 000

Буквально недавно ПАО «Росбанк» выпустил на рынок новые карточные продукты «Автократы» и «Сверхкарты+», рассмотрим их подробнее.

«Автокарта» это банковская карта, которая возвращает держателю 5% стоимости от расчетов по карте за покупку услуг или товаров на автозаправочных станциях, автопарковках и автомойках, и 1% от всех остальных покупок.

Таблица 13. Характеристики «Автокарты»

Количество счетов	4 счета
Тип основной карты	Платиновая
Количество дополнительных карт	2 карты
Сберегательный счет	до 6,5% годовых в рублях
	до 0,3% годовых в долларах США
	до 0,2% годовых в евро
Привилегии	Консьерж Сервис
Стоимость пакета в месяц	0 руб. при среднем остатке на счетах 250 000 руб. и более;
	500 руб. при среднем остатке на счетах менее 250 000 руб.

К «Автокарте» выпускаются дополнительные карты: Visa Classic PayWave/ MasterCard Standard Contactless 350 руб/год; Visa Gold PayWave/ MasterCard Gold Contactless 2 000руб/год; Visa Platinum PayWave/ MasterCard

Platinum Contactless 4 000 руб/год. Предоставляются экстренные услуги срочное переоформление карты за рубежом 7500 руб.

«Сверхкатра+» это банковская карта, которая возвращает 7% от всех покупок первые три месяца, далее 7% январь – март: красота и здоровье; апрель - июнь: товары для дома; июль – сентябрь: развлечения и товары для детей; октябрь - декабрь: рестораны, и 1% всегда.

Таблица 14. Характеристики Сверхкарты+

Количество счетов	4 счета
Тип основной карты	Платиновая
Количество дополнительных карт	2 карты
Сберегательный счет	до 6,5% годовых в рублях
	до 0,3% годовых в долларах США
	до 0,2% годовых в евро
Привилегии	Консьерж Сервис
Стоимость пакета в месяц	0 руб. при среднем остатке на текущих и сберегательных счетах 250 000 руб. и более;
	500 руб. при среднем остатке на текущих и сберегательных счетах менее 250 000 руб.

К Сверхкарте+ выпускаются дополнительные международные банковские карты: Visa Classic PayWave/ MasterCard Standard Contactless 350 руб/год, Visa Gold PayWave/ MasterCard Gold Contactless 2000 руб/год, Visa Platinum PayWave / MasterCard Platinum Contactless 4 000 руб/год. Предоставляются экстренные услуги срочное переоформление карты за рубежом 7500 руб.

Таблица 15. Стандартные лимиты операций по основным картам «Сверхкарта+» и «Автокарта»

Стандартные лимиты операций по основной карте	
Ежедневный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	500 000
Ежемесячный лимит снятия наличных денежных средств через банкоматы Банка/сторонних банков и кассы сторонних банков, руб.	3 000 000
Максимальный ежемесячный лимит на операции в сети интернет, руб.	3 000 000

Из приведенной классификации банковских карт видно, что ПАО Росбанк имеет выгодные и удобные карточные продукты, которые нацелены на увеличении комфортности жизни своих клиентов.

Рассмотрим классификацию операций совершаемых по картам Банка.

Осуществление операций с банковскими картами через POS-терминалы и банкоматы в ПАО Росбанк, являются самыми распространёнными операциями, так как целевым сегментом Банка являются клиенты от 30 до 50 лет (средних лет). Этому сегменту рынка проще потратить время и совершить операции через банкомат или пост терминал, чем воспользоваться, например, интернет ресурсами.

Основные операции, осуществляющиеся по POS-терминалам это проведение расчетов за какие-либо товары или услуги. В настоящий момент времени эти устройства получают всё большее распространение. Их устанавливаю как в больших компаниях, так и в небольших магазинах, где владельцами являются индивидуальные предприниматели, которые видят, что большинство расчетов совершаемых клиентами совершаются по банковским картам. И из-за отсутствия POS-терминалов ИП теряют значительную часть прибыли. Поэтому у них не остается выбора в вопросе приобретения и установки этих терминалов.

Банкоматы так же имеют высокий спрос, но в качестве совершения других операций, таких как снятие денежных средств и пополнение банковских карт, оплата мобильных телефонов и интернета, оплата кредитов в дочерних банках (Русфинанс банк и Дельтакредит банк). Основной же из перечисленных операций является снятие денежных средств.

Еще одним видом безналичных расчетов по банковским картам является интернет ресурс. В Росбанке есть два интенсивно развивающихся интернет ресурса:

– Интернет-Банк это личный кабинет держателя банковской карты Росбанка, находящийся на официальном сайте ПАО Росбанк. Содержит следующий спектр услуг: операции с иностранной валютой, возможность

открытия сберегательного счета и вклада, просмотр информации о действующих кредитах, создание шаблонов по осуществляемым операциям, оплата услуг (интернет, телевидение, мобильная связь, платежные системы, коммунальные платежи), осуществление переводов (внутрибанковских, между своими счетами, межбанковский и договорной), возможность просмотра истории операций, подключение автоплатежей. Все перечисленные виды услуг клиент Банка может осуществлять не выходя из дома по своей банковской карте.

- Росбанк-Онлайн это мобильное приложение, которое представляет собой немного сжатую версию Интернет-Банка, его преимущество в том что он всегда под рукой, клиент в любое время сможет выполнить следующие операции: открыть вклад или сберегательный счет, посмотреть остатки на счете и историю операций, посмотреть информацию о действующих вкладах и кредитных продуктах, оплатить счет мобильного телефона, создать шаблон и автоплатеж, посмотреть информацию о ближайших офисах банка и банкоматах, провести операции с иностранной валютой, увидеть новости об изменениях в банке и банковских продуктах, осуществлять оплату интернета, телевидения, мобильной связи, платежных систем и совершать коммунальные платежи.

Следующий вид операций с банковскими картами это обналичивание денежных средств, клиента с карты (со счета). Как было уже сказано выше, в основном эта операция осуществляется через банкомат, но возможна она и через кассу в любом офисе ПАО Росбанка, так же с помощью банковской карты и POS-терминала. В настоящий момент по суммам снимаемых денежных средств с помощью карт, достаточно превышает суммы, которые находятся в оборотах безналичных операций по картам.

Пополнение счетов клиентов открытых в Росбанке осуществляется так же с помощью банкоматов и кассы в отделениях Банка. В основном эти операции проводятся, чтобы оплатить действующие кредитные продукты ПАО Росбанк и его дочерних банков.

Как уже было сказано, Банк стремится минимизировать денежную наличность и увеличить эмиссию банковских карт. Поэтому ведутся постоянные разработки по улучшению условий по безналичным расчетам в Росбанке.

### 2.3. ОО «Территориальный офис Томский» ПАО Росбанк в сравнении с банками конкурентами.

Для сравнения с Томским операционным офисом ПАО РОСБАНК, возьмем два лидирующих банка на томском рынке: ПАО ВТБ 24 и ПАО Сбербанк России.

Рассмотрим карточную продукцию ВТБ 24, существует 4 пакета банковских услуг: классический, золотой, платиновый и привилегия.

Таблица 16. Характеристики пакетов банковских услуг ВТБ24

Классический	Золотой	Платиновый	Привилегия
ежемесячные остатки на счетах			
более 200 тыс. руб.	более 350 тыс. руб.	более 700 тыс. руб.	более 1500 тыс. руб.
ежемесячный оборот по карте			
более 20 тыс. руб.	более 35 тыс. руб.	более 65 тыс. руб.	более 75 тыс. руб.
регулярные поступления на основной счет дебетовой карты*			
более 15 тыс. руб.	более 40 тыс. руб.	более 80 тыс. руб.	более 150 тыс. руб.
Если вам не подходит ни одно из условий выше, то стоимость ежемесячного обслуживания (взимается ежеквартально) составит:			
75 руб. в месяц	350 руб. в месяц	850 руб. в месяц	2 000 руб. в месяц
*Комиссия за обслуживание взимается при оформлении пакета услуг и возвращается по истечении квартала при наличии регулярных поступлений на Мастер-счет в сумме, соответствующей типу пакета услуг.			

Существует возможность открытия дополнительных карт.

Таблица 17. Наименование и количество дополнительных карт

Классический	Золотой	Платиновый	Привилегия
Количество бесплатных карт в рамках пакета			

Visa Classic / MasterCard Standard	Visa Gold / MasterCard Gold	Visa Platinum / MasterCard Platinum	Visa Signature / MasterCard Black Edition
1	2	3	5

Программа лояльности Банка «Коллекция» - начисление бонусов за операции по картам, просто совершая повседневные покупки и операции. Накопленные бонусы можно обменять на более 6 000 товаров. Пакет классический предоставляет 1 бонус за каждые 50 рублей потраченных по карте, золотой- 1 бонус за каждые 30 руб., потраченных по карте, платиновый и привилегия- 1 бонус за каждые 25 руб., потраченных по карте.

Так же ВТБ предлагает Бонусные карты:

Таблица 18. Виды бонус карт

Классический	Золотой	Платиновый	Привилегия
Карта CashBack			
Classic	-	-	-
Автокарта			
-	Gold	Gold / Platinum	Gold / Platinum
Карта мира			
-	Gold	Gold / Platinum	Gold / Platinum
Карта впечатлений			
-	Gold	Gold / Platinum	Gold / Platinum

По банковским карточным продуктам ВТБ 24 предлагает осуществление следующих операций:

- Бесплатные переводы в рублях через ВТБ24-Онлайн: на свои счета и счета 3-их лиц, открытые в ВТБ24 – без комиссий; на счета, открытые в других банках – Классически и золотой-0,4%, платиновый и привилегия 0,2%. (Оплата услуг ЖКХ, Интернет, мобильную связь, переводите денежные средства в организации или частным лицам не выходя из дома).

- Контроль ваших расходов с ВТБ24-Онлайн и sms-оповещениями: SMS-оповещение пакет «Карты» - пакет классический 59 рублей; остальные



бесплатно; SMS-оповещение пакет «Карты+» - пакеты классический и золотой – 59 рублей.

- Привилегированные сервисы: Привилегии от международных платежных систем – Золотой, Платиновый, Привилегия; Обслуживание персонального менеджера ,Выделенная телефонная линия, Priority Pass, Повышенные ставки по вкладам, Брокерское обслуживание – привилегия; Консьерж-сервис: золотой и платиновый - «Базовый» , привилегия - «Премиальный».

- Накопительный счет: Классический, Золотой, Платиновый – до 8,5%, Привилегия до 9%.

- Бесплатное снятие наличных в банкоматах других банков: Золотой – 1 раз в квартал, Платиновый- 2 раза, Привилегия – 3 раза.

Сбербанк является самым крупным и успешным банком на рынке России и Томска, занимает первое место в рейтинге банков страны. Имеет большую корпоративную базу клиентов, большое количество офисов и банкоматов.

Основной его карточной продукцией являются отдельные карты:

- Карты мгновенной выдачи «Momentum» Visa и MasterCard – это международные карты, которые можно выдаются в любом отделении за 10 минут, бесплатное обслуживание; валюта счета: рубли, доллары США, евро; скидки и специальные предложения от платежных систем Visa и MasterCard;

- Карта ПРО100 Стандарт «Личная» позволяет делать покупки на территории России и снимать наличные в сети банкоматов Сбербанка и других кредитных организаций, присоединившихся к платежной системе «Универсальная электронная карта» оформление за 15 минут, стоимость обслуживания: 300 руб. в год.

- Молодежные карты Visa и MasterCard Специально для молодых клиентов Сбербанк предлагает карту, с которой можно покупать больше: до 10% от суммы покупки «возвращаются» на счет в виде бонусов СПАСИБО.

Быстро пополнять телефон, отправив 1 смс на номер 900, переводить деньги друзьям на карту, зная только номера их телефонов, платить за покупки в интернете, пользоваться всеми привилегиями по карте всего за 150р. в год.

- Классические карты Visa и MasterCard это карты с комплексом услуг и невысокой стоимостью обслуживания- 750 руб/год, скидки и специальные предложения от платежных систем Visa и MasterCard, оформление дополнительных карт, получение наличных в России и в дочерних банках за границей на одинаковых условиях, выпуск в рамках зарплатного договора.

- Золотые карты Visa и MasterCard — это высокий уровень обслуживания, расширенный спектр предоставляемых услуг, а также выгодные предложения и скидки, валюта счета: рубли, доллары, евро, скидки и привилегии от платежных систем Visa и MasterCard, оформление дополнительных карт, получение наличных в России и в дочерних банках за границей на одинаковых условиях, выпуск в рамках зарплатного договора

- Платиновые карты Visa и MasterCard это престижная карта с высоким уровнем обслуживания, расширенным спектром предоставляемых услуг, а также выгодными предложениями и скидками, имеющая персональное обслуживание, скидки и привилегии от платежных систем Visa и MasterCard, оформление дополнительных карт, получение наличных в России и в дочерних банках за границей на одинаковых условиях.

- Премиальные карты «Сбербанк Премьер» позволяет бесплатно оформить до 5-ти премиальных дебетовых банковских карт Visa Platinum Премьер и World MasterCard Black Edition премьер для себя и своих близких, имеет дополнительную функцию Priority Pass.

Таблица 19. Виды карт и их тарифы.

Росбанк		ВТБ 24		Сбербанк	
ПБУ	Тарифы за обслуживание (руб/мес)	ПБУ	Тарифы за обслуживание (руб/мес)	Карты	Тарифы за обслуживание (руб/год)
Простой	бесплатный			Неименная	350

Классическая	0 (>50тыс. руб) 150 (< 50 тыс.руб)	Классическая	0 (>200тыс. руб) 75 (< 200 тыс.руб)	Классическая	150 (студен.), 750
Золотая	0 (>250тыс. руб) 450 (< 250 тыс.руб)	Золотая	0 (>350тыс. руб) 350 (< 350 тыс.руб)	Золотая	3000 (руб/мес)
Платиновая	0 (>2000тыс. руб) 2500 (< 2000 тыс.руб)	Платиновая	0 (>700тыс. руб) 850 (< 700 тыс.руб)	Премиальная	2500
Автокарта	0 (>250тыс. руб) 500 (< 250 тыс.руб)	Привилегия	0 (>1500тыс. руб) 2000 (< 1500 тыс.руб)	Моментум	бесплатная
Сверхкарта+	0 (>250тыс. руб) 500 (< 250 тыс.руб)			Подари жизнь	1000 (классич), 4000 (золот)
				Аэрофлот	900(классич), 3500 (золот)

Из таблицы видно, что все банки имеют широкую линейку карточных продуктов, Росбанк и ВТБ24 больше ориентируются на пакеты банковских услуг, а Сбербанк ориентируется на продажу отдельных карт, он ещё имеет два вида пакетного обслуживания золотой и премьер, они нацелены на клиентов с высокими уровнем доходов. Данные пакеты имеют так же дополнительные услуги схожие с услугами предлагаемыми Росбанком и ВТБ, например, PrioritiPass, выпуск дополнительных карт, услуга начисления миль или способ бесконтактного расчёта и т.д.

Комиссии банков за обслуживание банковских карт имеют разный размер, здесь играет роль разницы между пакетами банковских услуг и отдельно взятых карт. Пакеты являются выгоднее для клиента за счет дополнительных услуг и льготных комиссий. Но за счет продажи бесплатных карт клиентам Сбербанк, продает сопутствующие товары, которые окупают эмиссию бесплатных карт.

Если сравнивать скорость эмиссии банковских карт, то в каждом банке период времени от заказа карты до её доставки в офис составляет примерно 10-14 дней.

Говоря о сети банкоматов бесспорно Сбербанк является лидером в этой области. У него очень мощная банкоматная сеть, что значит на каждом углу, это еще одно преимущество Сбербанка по отношению к Росбанку и ВТБ 24.

Росбанк по всему городу Томску имеет 59 банкоматов, а ВТБ24 имеет 71 банкомат. Данное сравнение показывает, что банкоматная сеть ПАО Росбанка плохо развита по сравнению с двумя другими.

Хотелось бы, рассмотреть еще один показатель сравнения, это корпоративная клиентская база, так как Росбанк отводит важное значение корпоративным клиентам. Судя по банковской сети Сбербанка, видно, что он занимает первое место и в этом сегменте рынка, его клиенты: НИ ТПУ, МЧС, Прокуратура, Областная Клиническая Больница и т.д. ВТБ24 так же давно работает в этом сегменте, и имеет корпоративную базу так же больше базы Росбанка. Но преимуществом Росбанка является то, что он имеет не маленькую клиентскую базу, ведет переговоры с компаниями с целью заключения договора на корпоративное обслуживание. Сейчас он имеет 100% корпоративных клиентов: Томская Таможня, Томское пиво и Арт-Лайф.

И так, исходя из проведенного сравнения, можно выделить недостатки и преимущества Томского операционного офиса ПАО Росбанка. Недостатками является маленькая банкоматная сеть, низкий уровень корпоративных клиентов по сравнению со Сбербанком и ВТБ 24.

Преимуществом является хорошо организованный спектр предлагаемых клиентам карточных товаров, дополнительных услуг и программы лояльности клиентов.

## ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
ЗАМ4А	Литяевой Светланы Михайловны

Институт	ИСГТ	Кафедра	Менеджмента
Уровень образования	Магистратура	Направление	38.04.02

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
<p><i>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вредных проявлений факторов производственной среды (метеословия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрация, электромагнитные поля, ионизирующие излучения)</li> <li>- опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы)</li> <li>- негативного воздействия на окружающую природную среду (атмосферу, гидросферу, литосферу)</li> <li>- чрезвычайных ситуаций (техногенного, стихийного, экологического и социального характера)</li> </ul>	<p>Рабочая обстановка защищена от опасностей и угрозы здоровью всех сотрудников, посетителей и клиентов. Для обеспечения безопасного рабочего процесса соблюдается технологическая дисциплина всех процессов, законы и регламенты. В случае если на предприятии применяется небезопасная технология, которая мешает личной безопасности, необходимо в срочном порядке сообщить о возникшей ситуации отделу, отвечающему за направление охраны труда, окружающей среды и технике безопасности (ПАО «Росбанк»).</p>
<p><i>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</i></p>	<p>Законодательных и нормативных документов для изучения не предусмотрено</p>
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
<p><i>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы корпоративной культуры исследуемой организации;</li> <li>- системы организации труда и его безопасности;</li> <li>- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;</li> <li>- системы социальных гарантий организации;</li> <li>- оказание помощи работникам в критических ситуациях.</li> </ul>	<p>Изучен спектр вопросов, относящихся к внутренней социальной ответственности компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы корпоративной культуры;</li> <li>- системы организации труда и его безопасности;</li> <li>- оказание помощи работникам в критических ситуациях.</li> </ul>
<p><i>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содействие охране окружающей среды;</li> <li>- взаимодействие с местным сообществом и местной властью;</li> <li>- спонсорство и корпоративная благотворительность;</li> </ul>	<p>Изучен спектр вопросов, относящихся к внешней социальной ответственности компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содействие охране окружающей среды;</li> </ul>

- ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров); - готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.	- взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - спонсорство, гранты и корпоративная благотворительность.
3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: - анализ правовых норм трудового законодательства; - анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов; - анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.	Произведен анализ внутренних нормативных документов и регламентов предприятия в области исследуемой деятельности.
<b>Перечень графического материала:</b>	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	02.05.2016
------------------------------------------------------	------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры менеджмента	Черепанова Наталья Владимировна	Канд. филос. наук		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ4А	Литяева С.М.		

#### 4 Социальная ответственность

Раздел выпускной квалификационной работы «Социальная ответственность» является необходимым элементом выпускных квалификационных работ студентов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Знания, полученные в ходе изучения профильных дисциплин «Корпоративная социальная ответственность», а также «Корпоративное управление» позволяют студентам получить разносторонние знания, необходимые для успешного применения своих способностей по завершению обучения в высшем учебном заведении и быть конкурентоспособным специалистом на рынке труда в современных условиях.

Методические указания учитывают тематическое разнообразие выполняемых выпускных работ и различные этапы внедрения КСО на предприятии, поэтому состоят из набора аналитических управленческих заданий, из которых дипломирующийся студент может выбрать наиболее подходящую его ВКР задачу.

Корпоративная социальная ответственность – это определенная концепция компании, которая означает добровольное участие в совершенствовании условий жизни общества и защите окружающей среды. Точнее, это вклад средств компании в развитие всех сфер нашей жизни – экономическую, экологическую, социальную.

В конце 70-х гг. XX в. ведущие компании США и Великобритании, объединив элементы корпоративной политики по отношению к внешней среде, выработали целостный подход к взаимодействию с обществом. Суть этого подхода заключается в том, что уважение к фирме-производителю определяется не только качеством товара, эффективностью рекламы, но и общим имиджем, репутацией компании, в том числе ее ответственным отношением к партнерам, работникам, окружающей среде, обществу в целом.

Выделяются несколько основных концепций КСО:

- Концепция корпоративного эгоизма – была обозначена Нобелевским лауреатом по экономике Милтоном Фридманом в 1971 году. Означает она то, что у бизнеса есть единственная ответственность – увеличивать прибыль для своих акционеров.

- Концепция корпоративного альтруизма была выявлена Комитетом по экономическому развитию США в 70-е годы. В отличие от предыдущей модели, она отражает не только заботу компании о росте прибыли, но и о том, что бизнес обязан вносить свой вклад в решение общественных споров и проблем, повышение уровня жизни людей, уделять внимание к окружающей среде.

- Концепция разумного эгоизма – затраты на благотворительные программы вызывают сокращение прибыли компании, однако, в долгосрочной перспективе создают благоприятное социальное окружение.

- Интегрированная концепция – сбалансирование разногласий между интересами компании и граждан.

- Нормативно-инструментальная концепция – корпоративная социальная ответственность выступает средством диалога с внешним окружением фирмы, позволяющим управлять риском появления неожиданных для нее нормативных требований.

Таблица 20 – Компоненты американской и европейской моделей корпоративной социальной ответственности

Компоненты	Американская модель	Европейская модель
Экономическая ответственность	Соответствие передовым принципам корпоративного управления, достойное вознаграждение, защита потребителя	Законодательно установленные рамки поведения по ключевым вопросам: продолжительность рабочей недели, МРОТ, регулирование сверхурочной работы



Продолжение таблицы 21

Юридическая ответственность	Невысокий уровень законодательно закрепленных правил поведения компаний	Глубоко проработанное законодательство о правилах поведения бизнеса
Этическая ответственность	Направленность на получение поддержки местного сообщества	Высокие налоги и высокий уровень государственной социальной защиты
Благотворительность	Спонсирование искусства, культуры, университетского образования	Высокое налоговое бремя переносит ответственность за финансирование культуры и образования на государство

В условиях глобализации внешней среды и обострения конкуренции на мировом рынке, особенную актуальность приобретают поиск новых форм ведения бизнеса для обеспечения результативности деятельности и повышения конкурентных преимуществ предприятий. Опыт крупных корпораций показывает, что сегодня наиболее эффективными оказываются те из них, которые в практике своей деятельности руководствуются принципами корпоративного управления и социальной ответственности.

Необходимость внедрения и соблюдения принципов корпоративной социальной ответственности в практике деятельности предприятий и организаций на сегодняшний день является не только социально, а и экономически обоснованной необходимостью, что позволит достигнуть следующих результатов:

- укрепление доверия со стороны зарубежных партнеров по бизнесу, которые охотнее строят деловые отношения на долговременной основе с социально успешными компаниями;
- возможность привлекать и удерживать квалифицированные кадры в условиях их острого дефицита;
- формирование вокруг предприятия зоны социального благополучия.

1. Стейкхолдеры организации.

Стейкхолдеры – это организации или группы отдельных лиц, на которых оказывает влияние бизнес и которые сами являются основой успеха любой организации.

Альфа-Банк как крупнейший частный банк России активно занимается социально-благотворительной деятельностью. Социальная ответственность имеет особое значение для банка, и потому с каждым годом он поддерживает все больше культурных, просветительских и благотворительных проектов.

Таблица 22 – Стейкхолдеры организации

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
собственники	органы федеральной и местной власти
акционеры	конкуренты (внутренние, международные)
сотрудники компании	суды
партнеры	население
инвесторы	торговые группы
потребители	благотворительные организации

У компании множество партнеров, перед которыми АО «Альфа-Банк» добросовестно выполняет свои обещания. Клиенты, поставщики и иные деловые партнеры занимают важное место в успехе корпорации. Для успеха нужно быть честными во всех отношениях. По всем контрактам должны быть проведены переговоры на основе справедливости, без введения в заблуждение или неточностей.

В основе политики ПАО «Росбанк» лежит четкий и принципиальный кодекс поведения – кодекс, ежедневного соблюдения которого ожидается от всех сотрудников, подрядчиков и руководства. В своей деятельности компания опирается на систему ценностей, которая обуславливает добросовестность, уважительное отношение друг к другу, нравственное поведение.

Росбанк, занимаясь поддержкой культурных проектов, не забывает и о помощи тем, кому она жизненно необходима. Перевод средств в фонд «Линия

жизни», подарки и поздравления ветеранам Великой Отечественной войны, шефство над детскими домами и интернатами – сегодня это не просто назначение банка, это добрая воля его сотрудников, самостоятельно развивающих различные благотворительные инициативы в банке, вкладывающих душу в дело помощи тем, кто находится рядом с нами.

## 2. Определение структуры программ КСО

Таблица 23 – Структура программ КСО

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
Поддержка Благотворительного фонда спасения тяжелобольных детей «Линия жизни»	Благотворительные пожертвования	благотворительные организации, население	На постоянной основе	Спасение тяжелобольных детей и создание ценностных ориентиров, направленных на формирование культуры благотворительности в обществе, путем развития системы открытого взаимодействия различных социальных групп на территории России и во всем мире
Акция «Помоги спасти жизнь»	Социально-ответственное поведение	Международные конкуренты, население	Каждый год	Сотрудники Росбанка Банке, участвуют в профессиональных семинарах и проходят курс обучения русскому языку. Программа способствует расширению профессиональных связей, укреплению культурного диалога.

Продолжение таблицы 23

Членство в Корпоративном клубе Всемирного фонда дикой природы (WWF)	Социально значимый маркетинг	Благотворительные организации	На постоянной основе	Приняты меры по спасению амурского тигра, устойчивое лесопользование и запрет на вырубку кедра, ужесточение наказаний за браконьерство, утверждена стратегия по сохранению белого медведя. Благотворительная карта Visa Росбанк WWF позволяет клиентам банка внести свой вклад в дело охраны природы России. 0,3% от каждой покупки, банк за счет собственных средств переводит на поддержку программ WWF в России.
---------------------------------------------------------------------	------------------------------	-------------------------------	----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ПАО «Росбанк» направляет все усилия на то, чтобы улучшить качество жизни людей, спасти маленькие и реализовать все намеченные мероприятия для получения нужного результата.

3. Определение затрат на программы КСО

Таблица 24 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
1	Поддержка Благотворительного фонда спасения тяжелобольных детей «Линия жизни»	11 млн долл США	35 млн долл США
2	Акция «Помоги спасти жзинь»	2 млн долл США	14 млн долл США
3	Членство в Корпоративном клубе Всемирного фонда дикой природы (WWF)	10 млн долл США	83 млн долл США

4. Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций

Оценка эффективности разработанной студентом программы КСО должна строиться на основе принципов эффективности затрат на мероприятия и ожидаемых от мероприятий результатов.

При этом зачастую эффективность программ КСО оценить сложно. Это бывает в случае, если проблема социальной ответственности, которую решает предприятие, велика, и предприятию сложно справиться с ней в одиночку, либо эта проблема не имеет немедленного отклика на реализацию мероприятий.

При этом, необходимо помнить, что каждая реализуемая программа КСО связана с целями деятельности предприятия, ее миссией. Поэтому необходимо определить эффект от реализации программ не только для общества, но и для организации.

Эффект программ КСО по отношению к предприятию может выражаться в:

- улучшении имиджа компании;
- стимулировании сбыта;
- повышении узнаваемости товаров и услуг;
- повышении морального духа персонала;
- повышении квалификации персонала;
- установление связи с органами местного самоуправления;
- привлечении инвестиций и т.д.

Таблица 25 – Результаты КСО для ПАО «Росбанк»

№	Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
1	Поддержка Благотворительного фонда спасения тяжелобольных детей «Линия жизни»	90 млн долл США	Создание и поддержание имиджа компании	Забота о здоровье населения, развитие системы открытого взаимодействия различных социальных групп на территории России и во всем мире

2	Акция «Помоги спасти жизнь»	14 млн долл США	Привлечение лучших сотрудников Западных стран, обмен опытом между сотрудниками из разных стран, повышение квалификации персонала	Расширение профессиональных связей, укрепление культурного диалога и дальнейшее развитие международных отношений.
3	Членство в Корпоративном клубе Всемирного фонда дикой природы (WWF)	83 млн долл США	Стимулирование сбыта	Вклад в дело охраны природы России, сохранение разнообразия флоры и фауны, а также естественных мест обитания редких животных на территории России

Таким образом видно, что выбранные программы КСО являются оптимальными для данной компании

## Заключение

В данной работе были исследованы поставленные цели: управления операциями с пластиковыми картами в коммерческом банке, а именно ПАО Росбанк и ведется разработка рекомендаций по их усовершенствованию. Для достижения поставленных целей были рассмотрены и выполнены поставленные задачи:

В первой главе были изучены следующие теоретические аспекты: история возникновения банковских карт и их классификация, операции с пластиковыми картами, их классификация и методы управления. Эта глава показывает все теоретические аспекты для изучения тенденций развития операций с пластиковыми картами.

Во второй главе в плотную рассматривается объект исследования диссертации ООО «Территориальный офис Томский» ПАО Росбанк, а именно рассматривается история создания ПАО Росбанк, подробное изучение банковских карт и пакетных услуг, рассмотрение классификации операций с банковскими картами. В данной главе чтобы оценить деятельность ПАО Росбанк, по операциям с банковскими картами, рассмотрение преимуществ и недостатков банковских продуктов и операций с ними.

В третьей главе анализируется развитие управления операциями с пластиковыми картами ООО «Территориальный офис Томский» ПАО Росбанк, а здесь анализируются операции с пластиковыми картами выбранного банка, происходит анализ развития этих операций, и конечно предоставление рекомендаций развития операций с банковскими как

На данный момент безналичные операции с банковскими картами предоставляют широкий спектр услуг для выполнения этих операций, их разнообразие с каждым годом увеличивается, так же как и предоставление банковских услуг с помощью пластиковых карт, имеется ввиду программа лояльности к клиенту, дополнительные услуги, скидок держателям карты и .т.д.

Сдерживающим фактором развития системы платежей с использованием пластиковых карт является отсутствие у большинства держателей карт знаний и навыков по использованию карт в безналичных расчетах, некомпетентность в вопросах функциональных возможностей применения дебетовой и кредитовой карт. Основными проблемами этого являются развитие дебетного сегмента рынка пластиковых карт, основанного на внедрении «зарплатных» проектов, что сокращает возможность выбора платежной карты и ее функциональных возможностей конкретным держателем и приводит к малоэффективному использованию пластиковых карт для обналичивания денежных средств; конкурентная среда определяет низкий уровень рекламы новых карточных продуктов и их преимуществ для населения. На сегодняшний день отечественные карточки не представляют большого интереса для потенциально активных пользователей и зажиточной части населения. С другой стороны, слои населения со средним имущественным положением мало заинтересованы из-за узости доступной им сети приема карточек.

Неразвитая приемная сеть позволяет использовать карточку лишь эпизодически. Фактически для держателя дебетовой карты – это ограничение доступа к средствам на счете, их частичное замораживание. При пользовании же кредитовой картой такая ситуация приводит лишь к более редким покупкам.



## Список использованных источников

1. Банки и небанковские кредитные организации и их операции./ Под ред. Жукова Е.Ф.. – М.: ИД «Вузовский учебник», 2004.
2. Банковское дело. Дополнительные операции для клиентов./ Под ред. Тавасиева А.М. – М.: Финансы и статистика, 2005.
3. Бердышева С.С. Оптимизация электронных платежей с помощью пластиковых карт // Банковское дело, №11, 2008.
4. Гинзбург А.И. Пластиковые карты. – СПб.: Питер, 2004.
5. Иванов И.В. Управление карточным бизнесом в коммерческом банке. – М.: изд. группа «БДЦ-Пресс», 2006.
6. Изофенко Р. Платежные карты – вместо наличных расчетов // Банковское дело, №5, 2007.
7. Каджаева М.Р. Банк. Операции. – 2-е изд. – М.: изд. центр «Академия», 2006.
8. Кирьянов М.А. Рынок банковских карт – проблемы и перспективы. // Банковское дело, №11, 2008.
9. Копытин В.Ю. Процедуры и методы расчетов в платежных системах // Финансы и кредит №11, 2008.
10. Коряковский Д.Г. Правовое регулирование операций с пластиковыми картами // Финансы и кредит, №45, 2007.
11. Летавии М.И. Статистический анализ оттока наличности из сети банкоматов // Финансы и кредит, №30, 2007.
12. Смирнова И.А. Банковские карты в регионах России // Финансы и кредит, №28, 2008.
13. Белоглазова Г. Банковское дело: учебное пособие. Спб.: Питер, 2012. 400 с.
14. Тавасиев А. М. Банковское дело: базовые операции для клиентов: учебное пособие. Москва: Изд-во Финансы и статистика, 2014. 145 с.

15. Черкасов В. Е. Финансовый анализ в коммерческом банке: вузовский учебник. Москва: Изд-во Инфра-М., 2013. 272 с.
16. Сажина М. А. Банковскую систему России необходимо совершенствовать // Финансы. М. 2015. № 7. С. 10–13.
17. Голубович А. Д. Гарантии в современной банковской практике: учебное пособие. Москва: Изд-во Менатеп-Информ, 2012. 158с.
18. Основные показатели развития национальной платежной системы [Электронный ресурс] // Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. М. 2000–2016. URL: <http://cbr.ru/publ/> (дата обращения: 12.05.2016).
19. О Стратегии развития банковского сектора РФ на период до 2015 года: заявление Правительства РФ № 1472п–П13 от 05.04.2011 и ЦБ РФ № 01–001/1280 от 05.04.2011 [Электронный ресурс] // Справочная правовая система КонсультантПлюс. 1997–2016. URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) (дата обращения: 12.01.2016).
20. Internet Banking Rank 2015 [Electronic resource] // Marksw Webb Rank&Report. 2010–2016. URL: <http://marksw Webb.ru/e-finance/internet-banking-rank-2015/> (access date: 26.04.2016).
21. Козырь Н. С., Толстов Н. С. Интернет-банкинг в РФ: состояние и перспективы развития // Экономика: теория и практика. 2013. № 4. Том 1. С. 37–44.
22. У кого из российских банков лучший интернет-банкинг [Электронный ресурс] // Электронный журнал Forbes Life. 2016. <http://m.forbes.ru/article.php?id=238360> (дата обращения: 10.03.2016).
23. Российский рынок банковских автоплатежей [Электронный ресурс] // Официальный сайт международной консалтинговой компании «J'son & Partners Consulting». 2009–2016. URL: [http://www.json.ru/poleznye\\_materialy/free\\_market\\_watches/analytics/rossijskij\\_rynok\\_bankovskih\\_avtoplatezhej/](http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/rossijskij_rynok_bankovskih_avtoplatezhej/) (дата обращения: 27.01.2016).

24. Куда идет рынок электронных платежных систем в России? [Электронный ресурс] // Ресурс для IT-специалистов «Хабрахабр». 29.04.13. URL: <http://habrahabr.ru/post/177781/> (дата обращения: 02.03.2016).

25. Банковские пластиковые карты и статистика [Электронный ресурс] // Банки России. 2001–2016. URL: [http://www.dcard.ru/bankovskie\\_karty\\_i\\_statistika.html](http://www.dcard.ru/bankovskie_karty_i_statistika.html) (дата обращения: 10.05.2016).

26. Федеральный закон №395-1 от 02.12.1990 (ред. от 05.04.2016) «О банках и банковской деятельности» [Электронный ресурс] // Справочная правовая система КонсультантПлюс. 1997–2016. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5842/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/) (дата обращения: 15.04.2016).

27. Состояние банковской системы России // Периодическое издание «Экономика современного предприятия». М. 2015.

28. Волков С. А. Мобилизация источников финансирования // Банковское дело. 2013. №12. С. 34–36.

29. Ольшаный А. И. Банковское кредитование: российский и зарубежный опыт: учебное пособие. Москва: Изд-во РДЛ, 2013.

30. Haldane A. The big fish small pond problem [Electronic resource] // Electronic journal Bank of England. 2015. URL: [www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/speeches/2011/speech489.pdf](http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/speeches/2011/speech489.pdf) (access date: 16.03.2016).

31. Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями, по типам карт [Электронный ресурс] // [www.cbr.ru/statistics/p\\_sys/print.aspx?file=sheet016.htm&pid=psrf&sid=ITM\\_56567](http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet016.htm&pid=psrf&sid=ITM_56567) (access date: 22.05.2016).

32. Payment card [Electronic resource] // wikipedia URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Payment\\_card](http://en.wikipedia.org/wiki/Payment_card) (access date: 16.03.2016).

33. Credit cards – The advantages and disadvantages [Electronic resource] // URL:

[www.iibf.org.in/documents/CREDIT\\_CARD\\_OPERATIONS\\_OF\\_BANKS.pdf](http://www.iibf.org.in/documents/CREDIT_CARD_OPERATIONS_OF_BANKS.pdf)  
(access date: 22.05.2016).

34. ARVEST EDUCATION CENTER [Electronic resource] // ARVEST  
URL: [www.uswitch.com/credit-cards/guides/credit-cards-the-advantages-and-disadvantages/](http://www.uswitch.com/credit-cards/guides/credit-cards-the-advantages-and-disadvantages/)(access date: 23.05.2016).

## Приложение А

### Management of plastic cards in commercial Bank

Студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ4А	Литяева светлана Михайловна		

Консультант кафедры экономики ИСГТ:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Спицын Владислав Владимирович	кандидат экономических наук		

Консультант-лингвист кафедры иностранных языков ИСГТ:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Ким Антонина Александровна	кандидат исторических наук		

The types of payment cards.

A payment card is a device that enables its owner (the cardholder) to make a payment by electronic funds transfer. The most common types of payment cards are credit cards and debit cards. Payment cards are usually embossed plastic cards,  $85.60 \times 53.98$  mm in size, which comply with the ISO/IEC 7810 ID-1 standard. They usually also have an embossed card number conforming with the ISO/IEC 7812 numbering standard.

Most commonly, a payment card is electronically linked to an account or accounts belonging to the cardholder. These accounts may be deposit accounts or loan or credit accounts, and the card is a means of authenticating the cardholder. However, stored-value cards are cards that store money on the card itself.

#### *Credit card*

The issuer of a credit card creates a line of credit (usually called a credit limit) for the cardholder on which the cardholder can draw (i.e. borrow), either for payment to a merchant for a purchase or as a cash advance to the cardholder. Most credit cards are issued by or through local banks or credit unions, but some non-bank financial institutions also offer cards directly to the public.

The cardholder can choose either to repay the full outstanding balance by the payment due date or to repay a smaller amount, not less than the "minimum amount", by that date. In the former case, interest is typically not charged; while in the latter case, the cardholder will be charged with interest. The rate of interest and method of calculating the charge vary between credit cards, even for different types of card issued by the same company. Many credit cards can also be used to take cash advances through ATMs, which also attract interest charges, usually calculated from the date of cash withdrawal. Some merchants charge a fee for purchases by credit card, as they will be charged a fee by the card issuer.

#### *Debit card*



### Purchasing by debit card

With a debit card (also known as a *bank card*, *check card* or some other description) when a cardholder makes a purchase, funds are withdrawn directly either from the cardholder's bank account, or from the remaining balance on the card, instead of the holder repaying the money at a later date. In some cases, the "cards" are designed exclusively for use on the Internet, and so there is no physical card.

The use of debit cards has become widespread in many countries and has overtaken use of cheques, and in some instances cash transactions, by volume. Like credit cards, debit cards are used widely for telephone and internet purchases.

Debit cards can also allow instant withdrawal of cash, acting as the ATM card, and as a cheque guarantee card. Merchants can also offer "cashback"/"cashout" facilities to customers, where a customer can withdraw cash along with their purchase. Merchants usually do not charge a fee for purchases by debit card.

### *Charge card*

With charge cards, the cardholder is required to pay the full balance shown on the statement, which is usually issued monthly, by the payment due date. It is a form of short-term loan to cover the cardholder's purchases, from the date of the purchase and the payment due date, which may typically be up to 55 days. Interest is usually not charged on charge cards and there is usually no limit on the total amount that may be charged. If payment is not made in full, this may result in a late payment fee, the possible restriction of future transactions, and perhaps the cancellation of the card.

### *Stored-value card*

With a stored-value card, a monetary value is stored on the card, and not in an externally recorded account. This differs from prepaid cards where money is on deposit with the issuer similar to a debit card. One major difference between stored value cards and prepaid debit cards is that prepaid debit cards are usually issued in the name of individual account holders, while stored-value cards are usually anonymous.

The term *stored-value card* means that the funds and or data are physically stored on the card. With prepaid cards the data is maintained on computers controlled by the card issuer. The value stored on the card can be accessed using a magnetic stripe embedded in the card, on which the card number is encoded; using radio-frequency identification (RFID); or by entering a code number, printed on the card, into a telephone or other numeric keypad.

### Technologies

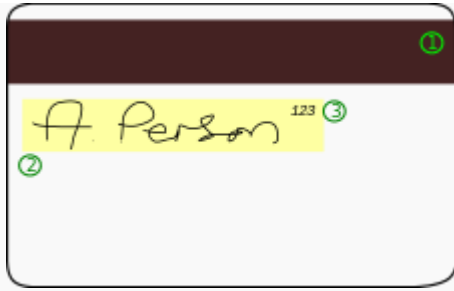
A number of International Organization for Standardization standards, ISO/IEC 7810, ISO/IEC 7811, ISO/IEC 7812, ISO/IEC 7813, ISO 8583, and ISO/IEC 4909, define the physical properties of payment cards, including size, flexibility, location of the magstripe, magnetic characteristics, and data formats. They also provide the standards for financial cards, including the allocation of card number ranges to different card issuing institutions.

### *Embossing*

Originally charge account identification was paper-based. In 1959 American Express was the first charge card operator to issue embossed plastic cards which enabled cards to be manually imprinted for processing, making processing faster and reduced transcription errors. Though the imprinting method has been predominantly superseded, cards continue to be embossed in case a transaction needs to be processed manually. Cards conform to ISO/IEC 7810 ID-1 standard, ISO/IEC 7811 on embossing, and have a bank card number complying with the ISO/IEC 7812 numbering standard.



### *Magnetic stripe card*



An example of the reverse side of a typical debit card:

1. Magnetic stripe
2. Signature strip
3. Card Security Code

Magnetic stripes started to be rolled out on debit cards in the 1970s with the introduction of ATMs. The magnetic stripe stores card data which can be read by physical contact and swiping past a reading head.

### *Smart card*

A smart card, chip card, or integrated circuit card (ICC), is any pocket-sized card with embedded integrated circuits which can process data. This implies that it can receive input which is processed — by way of the ICC applications — and delivered as an output. There are two broad categories of ICCs. Memory cards contain only non-volatile memory storage components, and perhaps some specific security logic. Microprocessor cards contain volatile memory and microprocessor components. The card is made of plastic, generally PVC, but sometimes ABS. The card may embed a hologram to avoid counterfeiting. Using smart cards is also a form of strong security authentication for single sign-on within large companies and organizations. EMV is the standard adopted by all major issuers of smart payment cards.

Reasons for new banks to be included in Bankart card processing

Bankart

- o provides development, testing, implementation and introduction of new technological and technical solutions in the field of card operations,

- provides training of bank employees for the needs of the sale of card services,
- provides consulting in the field of card services,
- provides technological monitoring of card operations technology and software related to their functioning,
- provides elaboration of technological instructions for payment cards operations and their monitoring,
- follows innovations related to hardware and software,
- offers also many support services,
- Contact Center for cardholders which operates 24 hours per day, each day of the year, offering prompt assistance in operations with card products.
- resolving of financial complaints,
- fraud detection and prevention,
- reporting for the Bank of Slovenia, international card systems, etc.

### Card payment cycle

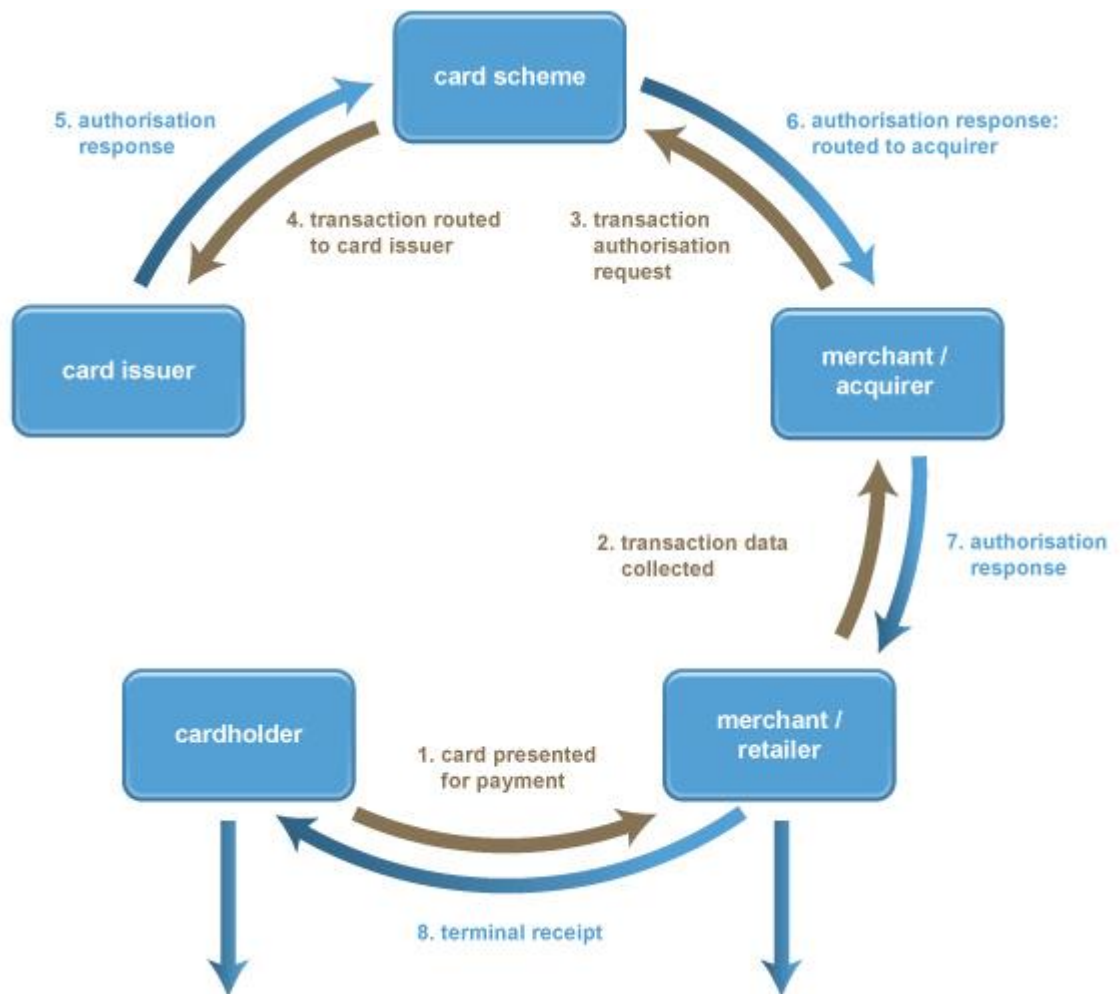
This section provides a high level overview of a typical face-to-face or card present transaction and how it is processed.

When paying for purchases with your card, the transaction appears to happen almost instantaneously after your PIN is entered. However, there is a complex payments infrastructure behind the scenes making sure that the transaction is processed correctly. The following diagram sets out the steps, numbered from 1 to 8, in a card transaction's payments cycle for a typical face-to-face, also known as a card present transaction.

There are five stakeholders in the process:

- Cardholder;
- Retailer / merchant;
- Acquirer;
- Card scheme;

– Issuer.



### *Cardholder*

This is a person holding a debit, credit or charge card issued by a financial institution.

Cardholders may be asked to place their card into the chip & PIN reader (also known as a PIN pad or terminal) themselves, or to hand the card to the merchant who will do this for them. Customer will then key in their PIN, to indicate their agreement to proceed with the transaction. An authorisation code will be given to the merchant for the transaction by the cardholder's card issuer that will appear on the terminal receipt that is handed to the cardholder. The card issuer will debit the transaction to the cardholder's account.

Alternatively, if the card does not have a chip (only a magnetic stripe) or the merchant does not have a chip & PIN terminal, the merchant will swipe the card through the terminal or use a paper voucher, that the cardholder will need to sign.

#### *Retailer / merchant*

A merchant sells goods or services to their customer (the cardholder). This can be face-to-face in a shop, where both the cardholder and their card are present, or when taking orders remotely e.g. over the phone for a restaurant take-away, a mail order from a catalogue, or a purchase over the internet. In this example, it is a card-not-present transaction.

The card transaction's details are entered into the merchant's terminal and are sent usually via the telephone line to its acquirer who will process the transaction and send it on to the relevant card issuer for authorisation and settlement.

#### *Acquirer*

A merchant will have negotiated a merchant service agreement with its acquirer to process payment card transactions on its behalf. Typically this agreement will also include the acquirer providing one of its own terminals, known as an acquirer owned terminal.

An acquirer is responsible for receiving the card transaction details from the merchant's terminal, passing these through to the card issuer via the card scheme for authorisation and completing the processing of the transaction.

The acquirer will arrange the card transaction's settlement and will typically credit the merchant's nominated bank account with the funds within four working days.

The acquirer will also deal with any chargebacks or requests for information (RFI) that may be received from card issuers on any of their merchant's transactions.

### *Card scheme*

Card schemes are organizations that manage and control the operation and clearing of card payment transactions according to card scheme rules.

The card schemes are responsible for passing card transaction details from the acquirer to the issuer and for passing payments back to the acquirer which in turn pays the merchant.

American Express, Diners Club, JCB, Maestro, MasterCard and Visa (including Electron or Debit) are the card schemes that operate in the UK.

### *Issuer*

The issuer is the bank, building society or financial organization that provides payment cards (debit, credit, pre-paid or charge card) to their customer or cardholder.

The issuer has responsibility for transactions made on cards that they have issued, and will be responsible for debiting funds from the relevant cardholder's account.

### *Debit Cards*

Even though debit cards have become widely used, many people are unfamiliar with their advantages and disadvantages. Debit cards look like credit cards, but function like cash or personal checks.

Debit cards can function in two ways:

1. Like an ATM card for immediate withdrawals of cash
2. Like a check when buying an item. The money used to pay for the transaction is usually deducted from your account within a day or two depending on when the retailer presents the transaction for payment.

Advantages of a Debit Card

- Easy to obtain. Once you open an account most institutions will issue you a debit card upon request.

- Convenience. Purchases can be made using a chip-enabled terminal or by swiping the card rather than filling out a paper check.
- Safety. You don't have to carry cash or a checkbook.
- Readily accepted. When out of town (or out of the country), debit cards are usually widely accepted (make sure to tell your financial institution you're leaving your city; to not have an interruption in service).

#### Disadvantages of a Debit Card

- No grace period. Unlike a credit card, a debit card uses funds directly from your checking account. A credit card allows you to borrow funds on credit, leaving disposable cash in your account.
- Check book balancing. Balancing your account may be difficult unless you record every debit card transaction.
- Less protection. Most financial institutions will try and protect their customer from debit card fraud. However, a customer could potentially be liable for up to \$500 on fraudulent debit card transactions compared with only \$0 on credit cards. Be sure to check with your financial institution to learn the details.
- Fees. Using your debit card for ATM transactions may be costly if the ATM is not affiliated with your institution.

#### Some Guidelines

- Guard your debit card against loss or theft. Keep it in a safe place just like cash, credit cards or checks.
- If you lose your debit card, notify your financial institution immediately.
- Choose a PIN number that only you know. It is recommended, you don't use your phone number or birthday.
- Guard your PIN number. Memorize it and never write it on anything you keep with you.
- Keep receipts from all your debit card transactions for your records.
- Review your statements immediately and investigate any unknown transactions.

- Use chip-enabled technology if available. For the most secure transaction, if a retailer offers a chip-enabled terminal, use it instead of swiping the magnetic strip.

## Credit cards

### *The advantages of credit cards*

Credit cards are convenient and are safer to carry around than cash. They are widely accepted online, in most stores, and are virtually indispensable for travel.

They frequently provide insurance cover for goods and services that are purchased with them.

Consumer law in countries like the UK provides a broad spectrum of protection for consumers who purchase goods or services with credit cards.

When credit card users pay off their monthly balance in full, they pay no interest. This often means that up to 42 days free credit is available.

On top of that, many credit card companies offer bonuses to their customers. These come in many forms. A popular one is cash back on payment of the balance, while another common one is air miles.

### *The disadvantages of credit cards*

There is an unfortunate tendency for people to treat credit cards like they are extra cash. This makes people drop their guard against impulse spending.

The reality is that a credit card does not increase anybody's available spending money. Interest rates are very high, and people can quickly find themselves in a serious debt situation if they allow their credit card balance to grow month by month.

Additionally, when people are paying interest on credit card purchases, they have effectively paid more than the list price for every item they bought.

### *The problems with credit cards*

When people sign up for a credit card, they rarely read the full terms and conditions. In the UK credit card companies are obliged by law to highlight key features of their terms and conditions, such as the APR.

Unfortunately, there are hundreds of other conditions attached to cards. For instance a card provider may hold you responsible when their credit card is fraudulently used to obtain cash from ATMs. This responsibility should be stated in the terms and conditions.

It is up to you to prove that he or she did not let the PIN number fall into criminal hands. This is something that is very difficult to prove.

You should also be aware of the procedures they need to follow should their credit card be lost or stolen. Failure to report the loss promptly could leave you having to pay for goods purchased with the missing card.

This can be particularly traumatic if the loss occurs when you are abroad. Most people neglect to take with them contact details for the credit card issuers, and you may find it impossible to get the card cancelled.

Another problem that can occur is when you who cannot meet your payments on one credit card and use another credit card to withdraw cash to pay the balance on the first card.

This type of action can cause a rapid spiral into serious debt. Cash withdrawals always attract interest charges, so the debt increases instantly as soon as money is withdrawn.

#### *Credit cards – Can be very beneficial*

Although credit cards can be complicated, any credit card holder who has enough self-discipline to use the card properly can find it is a very useful tool that can even help to reduce monthly spending.

If a credit card is stolen, you have the opportunity to prevent personal loss, something that is not possible if cash is stolen.

Nevertheless, to avoid nasty surprises, it is worthwhile to know the rules, and to keep important telephone numbers of card issuers somewhere where they are easily and readily accessible.

#### Security and other aspects



- The security of the debit card shall be the responsibility of the bank and the losses incurred by any party on account of breach of security or failure of the security mechanism shall be borne by the bank.

- Internal records should be preserved for sufficient periods by the bank to enable the operations to be traced and errors to be rectified taking into account the law of limitation for the time barred cases.

- The card holder shall be provided with a bank statement or written record of transactions either immediately or within a reasonable period.

- The cardholder shall bear the loss sustained up to the time of notification to the bank of any loss, theft or copying of the card but only up to a certain limit (of fixed amount or a percentage of the transaction agreed upon in advance between the cardholder and the bank), except where the cardholder acted fraudulently, knowingly or with extreme negligence.

- Each bank shall provide means whereby his customers may at any time of the day or night notify the loss, theft or copying of their payment devices.

- On receipt of notification of the loss, theft or copying of the card, the bank shall take all action open to it to stop any further use of the card.

- With a view to reducing the instances of misuse of lost/stolen cards, banks may consider issuing cards with photographs of the cardholder or any other advanced methods that may evolve from time to time.

### Russian Payment Market

In 2015 the Russian market of retail banking continued to demonstrate steady growth across quite a number of key indicators, despite the impact of unfavorable external and internal factors. And the segment of payment cards did not become exception. Thus, as of 01.07.2015, Russian banks issued 234,110,000 payment cards (annual growth of 6.44% compared to 219,945,000 cards as of 01.07.2014).

The penetration rate of contactless cards and the frequency of their use in Russia are growing rapidly. According to MasterCard, the number of MasterCard

PayPass contactless transactions in Russia increased more than fourfold within the year. Along with that, according to estimates by Gemalto and Ingenico, the number of NFC-enabled POS-terminals in Russia more than tripled in 2015 to reach the milestone of 100 thousand units.

One of the most important events of the year was the establishment of the National Payment Card System of (NPCS) and the issue of the first national card “Mir” (“World”) anticipated before the beginning of 2016.

In 2015, MasterCard, and later VISA, transferred Russian domestic transactions for processing to the NPCS according to the new requirements of the Russian law “On the national payment system.” The final migration of the intra-Russian traffic of other IPS (JCB, UnionPay and American Express) to the NPCS is scheduled for January 01, 2016.

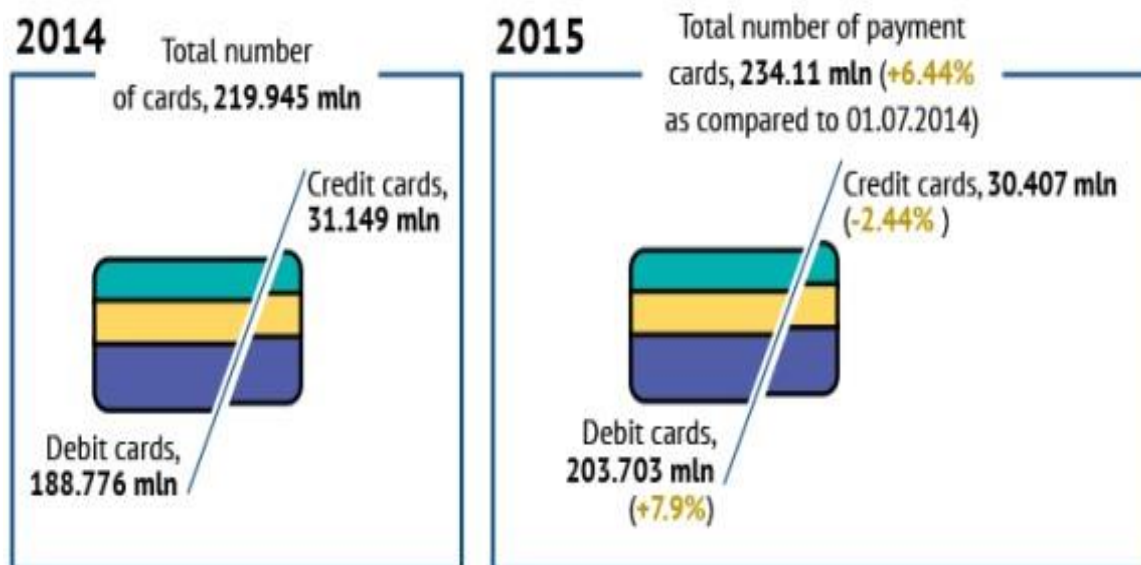
By now, a pool of banks has been determined, which will become the first issuers of the national card product – the card “Mir”, a number of vendors has been selected, including suppliers of cards, among which the majority of domestic card manufacturers, and the NPCS rules and fee schedule has been published.

NPCS intends to issue about 120 million Mir-branded cards by 2019. This will certainly change dramatically the structure of the Russian card market, where slightly more than 234 million payment cards of all types and systems are circulating today, of which the share of MasterCard is 35%, and Visa– over 50%.

Herewith “NIIME and Micron” the Russian manufacturer of bank chips thinks to increase their market share after the beginning of the mass issue of “Mir” cards relying on their ability to supply domestically made chips as well as the final product – bank cards.

Developing not only a bank chip, but also an operational system for it, “Micron” can quickly hand in hand with NPCS settle problems on changing of payment application specification at the stage of project pioneering. The first bank cards with domestically made chip of “Micron” have already been functionally tested in NPCS and received positive conclusion. Along with preparing to the serial manufacturing “Micron” is working on modernization of its chip and plans to

launch the updated version with native realization of the payment application in the spring time of 2016.



It should be noted that domestic production of bank cards meets the needs of issuers in the Russian Federation almost completely (except for some niche projects).

Particularly noteworthy are intentions of NPCCS to enter the international market. Joining EMVCo as business and technological partner last summer, NPCCS will be able to actively participate in EMVCo working groups for the creation, development, promotion and implementation of international standards in the field of modern technologies of payment systems. This step seems quite logical, given that at this stage the promotion of the “Mir” card to the international market is one of the main strategies of NPCCS, including the implementation of a number of co-branded projects with IPS, such as, for example, the initiative of issuing Mir-Maestro cards together with MasterCard.