

Валентина Страхарчук, кандидат економічних наук, доцент
кафедри економічної кібернетики

Анатолій Страхарчук, кандидат економічних наук, професор
кафедри комп'ютерних технологій
Львівського інституту банківської справи
Університету банківської справи
Національного банку України

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАРТКОВОГО БІЗНЕСУ БАНКУ

Проаналізовано та зроблено оцінку ринку платіжних карток. Визначено та систематизовано основні проблеми зарплатних проектів в Україні. Проведено оцінку ринку карткових продуктів для фізичних осіб. Здійснено аналіз основних критеріїв щодо вибору картки споживачем. Запропоновано шляхи підвищення ефективності карткових проектів банку.

Постановка проблеми. Картковий бізнес є одним з напрямків сучасного банківського бізнесу, що дозволяє поєднати в собі різні банківські послуги на принципово новому рівні. Впровадження банківських карткових технологій надає банку можливість запропонувати клієнтам низку нових послуг, що передбачають зберігання грошей в банку та нарахування відсотків за ними, можливість користування картою для зняття готівки у відділеннях інших банків, в тому числі і в інших містах та країнах, використовувати картку для здійснення безготівкових розрахунків за товари і послуги, забезпечити захист від втрати грошей при втраті картки, можливість розрахуватись за товари та послуги або одержати готівку у валюті, що відрізняється від валюти рахунку (конвертацію грошових коштів), можливість одержання кредиту та багато інших послуг, кількість та якість яких постійно збільшується.

В Україні впровадження банківських карткових технологій розвивається за такими напрямками:

- впровадження карткових проектів на базі міжнародних платіжних систем (банківських – MasterCard, VISA; небанківських – American Express, Diners Club, JCB; інших платіжних систем – “Золота корона”, UnionCard, СТБ тощо).

- розробка та впровадження локальних одноємітентних карткових платіжних систем (СБОН, ПБ, МТ-Карт, Металкарт та інші);

- впровадження внутрішньодержавних міжбанківських національних платіжних систем (Укркарт, НСМЕП (Національна система масових електронних платежів)).

На сучасному етапі розвитку банківської системи України досить швидко розгортається

впровадження карток міжнародних платіжних систем. Інтерес українських банків до міжнародних платіжних систем цілком логічний. Випуск міжнародних банківських карток дозволяє здійснити інтеграцію у світову систему банківських послуг, підняти імідж банку, завоювати ринок та залучити додаткових клієнтів. Участь у міжнародній картковій системі дає можливість опанувати новітні банківські технології, використовуючи могутню інфраструктуру для здійснення розрахунків у глобальних масштабах. Реалізація цих напрямків вимагає значних капіталовкладень у створення інфраструктури – процесингові центри, програмне забезпечення, банкомати, POS-термінали, телекомунікаційні мережі та інше, а також у реконструкцію суміжних сфер – торгівлі, сфери послуг.

Ринок платіжних карток в Україні сьогодні характеризується високими темпами їх емісії, зростанням обсягів операцій населення з їх застосуванням. У картковий бізнес прагне інвестувати кошти більшість українських банків. Перехід від оплати товарів і послуг готівкою до розрахунків банківськими платіжними картками сприяє поліпшенню економічної ситуації в країні, робить прозорішими фінансові операції і перешкоджає ухиленню від податків. Нарощування обсягу карткових операцій у торговельно-сервісній мережі – один із ключових напрямків розвитку карткового бізнесу, що допомагає підвищити рівень фінансової культури населення країни, дає змогу емітентам і еквайрам збільшити прибутковість карткових портфелів.

Метою статті є дослідження сучасного рівня розвитку карткових технологій банку і на цій основі визначення шляхів їх удосконалення.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАРТКОВОГО БІЗНЕСУ БАНКУ

Аналіз останніх досліджень. При написанні роботи було здійснено огляд літературних та інших інформаційних джерел, періодичних видань вітчизняних та закордонних авторів, що досягли суттєвих результатів у теорії та удосконаленні практики функціонування карткових платіжних систем: В. Ющенко [12, 13], А. Савченко [8, 12, 13], С. Цокол [12], В. Харченко [11], А. Андреев, О. Павлов, А. Одарюк, В. Купрійчук [9], Е. Зав'ялова, В. Кравець [8, 13], Н. Шульга, А. Вересюк [5], В. Головін [6], О. Дубілет [17]. Здійснено аналіз основних законодавчих та нормативних актів, що регламентують функціонування систем безготівкових розрахунків в Україні: Закон України Про платіжні системи та переказ грошей в Україні [1], Положення "Про порядок емісії платіжних карток і здійснення операцій з їх застосуванням" [4], "Положення про здійснення Національним банком України взаєморозрахунків за операціями із застосуванням платіжних карток Національної системи масових електронних платежів" [3], Інструкції "Про міжбанківські розрахунки в Україні", "Про безготівкові розрахунки в національній валюті України" [2] тощо.

На основі здійсненого огляду літературних та інших інформаційних джерел зроблено висновки, що картковий бізнес в Україні сьогодні стрімко почав розвиватись, але він ще не є прибутковим. Можна стверджувати, що сьогодні ринок платіжних карток в Україні перебуває на стадії становлення. Незважаючи на приріст обсягу їх емісії (табл. 1.), дохідність карткових операцій поки що незначна. Проте саме від дохідності залежить, чи розгортатиме банківська установа картковий бізнес, чи навпаки, згорне його. Відносно низький рівень життя населення і його низька платоспроможність гальмують окупність витрат, що були зроблені для розгортання системи масових електронних платежів. Аналогічні проблеми постають перед розробниками локальних платіжних систем. Підвищення дохідності – одна з найактуальніших та найскладніших проблем, з якими стикаються банки під час реалізації карткових програм. За цих умов українським банкам необхідно шукати шляхи підвищення ефективності функціонування карткових технологій та карткових платіжних систем, застосовувати досвід західних банків, які вже досягнули успіху у цій сфері.

Однією з визначальних умов успішного розвитку карткового бізнесу є забезпечення правового регулювання емісії та обслуговування карток. На основі проведеного аналізу правової бази, що регламентує функціонування карткових

систем в Україні, доходимо висновку: сучасна система карткового бізнесу в цілому підкріплена як законодавчими та нормативними документами від загальних правил, форм та стандартів розрахунків фізичних осіб, інформаційного захисту конфіденційної банківської інформації до договірної бази, що регламентує обслуговування клієнтів банків щодо конкретних банківських карткових операцій. Водночас банківські карткові технології динамічні і постійно вдосконалюються (картки, як платіжні інструменти, засоби доступу до банківського рахунку – Інтернет-технології тощо), а отже, і правова база повинна постійно і оперативно змінюватись і доповнюватись так, щоб охопити весь спектр послуг, забезпечити їх безризиковість.

Аналіз ринку платіжних карток дозволив зробити висновок: карткові зарплатні проекти сьогодні є основним шляхом залучення клієнтів. Банки вже давно зрозуміли, що учасники зарплатних проектів – це практично готова клієнтська база, однак незважаючи на беззаперечні переваги зарплатних проектів, вони можуть стати суттєвою завадою для нормального функціонування підприємства. У роботі визначено та систематизовано основні проблеми, що супроводжують зарплатні проекти в Україні:

- не всі банки при реалізації зарплатних проектів погоджуються на встановлення банкомата на території компанії – витратити на це кошти банки готові лише за умов обслуговування великих підприємств, у штаті яких перебуває понад 1 тис. осіб.

- проблеми з обслуговуванням карток (поганого обслуговування банкоматів та їхнього нерегулярного поповнення) можуть стати причиною переходу на обслуговування зарплатних проектів в інші банки. [10, 9, 13].

- для переходу на зарплатний проект підприємству потрібно показати більшу частину реальних доходів своїх працівників, що буде вимагати пропорційного збільшення сплачуваних податків і соціальних платежів. Більшість підприємств до такого розвитку подій поки що не готова.

- примусова участь працівників у зарплатних проектах – суттєва проблема. Причиною відмов банкіри називають загальну недовіру до банківської системи, яка збереглася з часів дефолту Ощадбанку СРСР. Багато приватних клієнтів відмовляються від платіжних карт з релігійних міркувань або через побоювання технічних новинок і карткового шахрайства.

На нашу думку, є шляхи, які спроможні

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАРТКОВОГО БІЗНЕСУ БАНКУ

докорінно змінити ситуацію на ринку платіжних карток, і зокрема, підвищити ефективність зарплатних проектів:

- банкам слід активніше пропонувати працівникам підприємств відкриття кредитних лімітів по зарплатних картках. Такі програми повинні бути цільовими і розроблятися банком для кредитування купівлі товарів широкого вжитку в розстрочку (картка може бути використана тільки для оплати товарів у торгово-сервісній мережі. Держатель картки не зможе зняти гроші в банкоматі чи, наприклад, розплатитися картою в кафе тощо).

- дієвим шляхом підвищення ефективності є робота банків з учасниками зарплатних проектів

як свідчить практика, обсяги операцій, здійснених юридичними особами, становлять 8%, тоді як фізичними особами – 92%; кількість корпоративних карток у загальній структурі випущених карток становить 1,3%, тоді як кількість приватних карток 98,7%. Отже, очевидно, що без приватних клієнтів банки не будуть функціонувати прибутково.

Проведений аналіз ринку карткових продуктів для фізичних осіб свідчить про швидкі темпи зростання емісії платіжних карток. Серед усіх банків беззаперечним лідером за кількістю емітованих карток є Приватбанк (табл. 1). Наступні три банки станом на 01.01.2006 емітували від 2500 до 3300 тис. штук карток.

Таблиця 1

Банки-лідери з емісії платіжних карток станом на 01.01.2006 (тис.шт.)

№ п/п	Назва банку	Усього на 01.01.2005	Усього на 01.01.2006	З них за платіжними системами				Приріст за 2005, %
				НСМЕ П	MasterCard	VISA	Одно-емітентні та інші	
1	ПриватБанк	6009	9352	-	3944	5407	-	55,6
2	“Надра”	2016	3297	-	1094	2202	0	63,5
3	Промінвестбанк	2215	2781	-	1098	434	1249	25,6
4	“Аваль”	1958	2561	-	899	1288	398	30,8
5	Ощадбанк	709	863	-	403	112	348	21,7
6	Укрпромбанк	199	507	-	254	254	-	155
7	Укрсоцбанк	363	493	-	180	313	-	35,8
8	Правекс-банк	285	484	-	124	359	-	70,0
9	ПУМБ	451	470	-	278	192	-	4,2
10	Експрес-банк	409	448	448	-	-	-	9,5
11	Імексбанк	284	381	358	23	-	-	34,2

щодо споживчого, житлового та автокредитування, а також щодо депозитних програм.

- позитивною тенденцією на ринку зарплатних проектів є розвиток крос-сейлінгових програм (програм перехресних продажів), які передбачають продаж нових послуг уже існуючим клієнтам.

- для завоювання перспективного карткового ринку доцільним є використання світового досвіду ведення карткових зарплатних проектів за певною схемою, коли працівники компаній можуть самостійно вибрати банк.

Безперечно, бюджетні підприємства і організації сьогодні залишаються перспективним сегментом для реалізації зарплатних проектів. Саме цей ринок виборють найбільші банки. Але,

На рис.1 зазначено частки ринку банків-лідерів за кількістю емітованих карток міжнародних платіжних систем [10, 26].

Практика функціонування карткових платіжних систем в Україні засвідчує, що картки в основному використовуються для отримання готівки. Обсяг операцій з отримання готівки за платіжними картками збільшився протягом 2005 року на 36 млрд. грн. (57%) і сягнув близько 100 млрд. грн. (95% від загальної суми операцій з картками): безготівкових платежів – на 496 млн. грн. (43%) і становить близько 1,7 млрд. грн. (5% від загальної суми операцій за картками).

Співвідношення безготівкових та готівкових операцій за картками, емітованими українськими банками, станом на 01.01.2006 року в Україні

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАРТКОВОГО БІЗНЕСУ БАНКУ

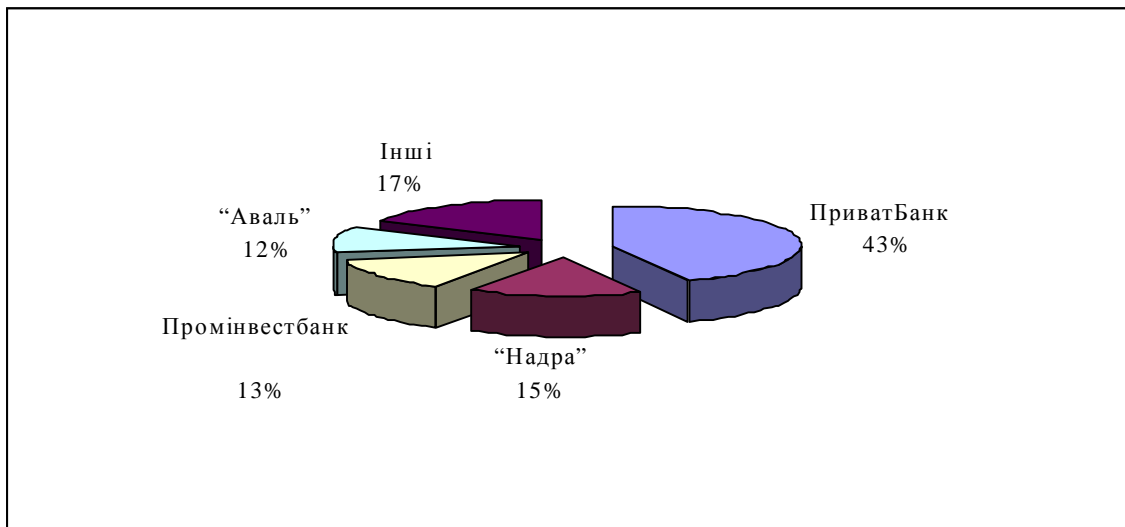


Рис. 1. Частки ринку банків-лідерів за кількістю емітованих карток міжнародних платіжних систем (станом на 01.01.2006%)

представлено на рис. 2. та за кордоном (рис. 3) платіжних карток (майже 80%) та обсягах операцій з ними (понад 78%) становлять операції

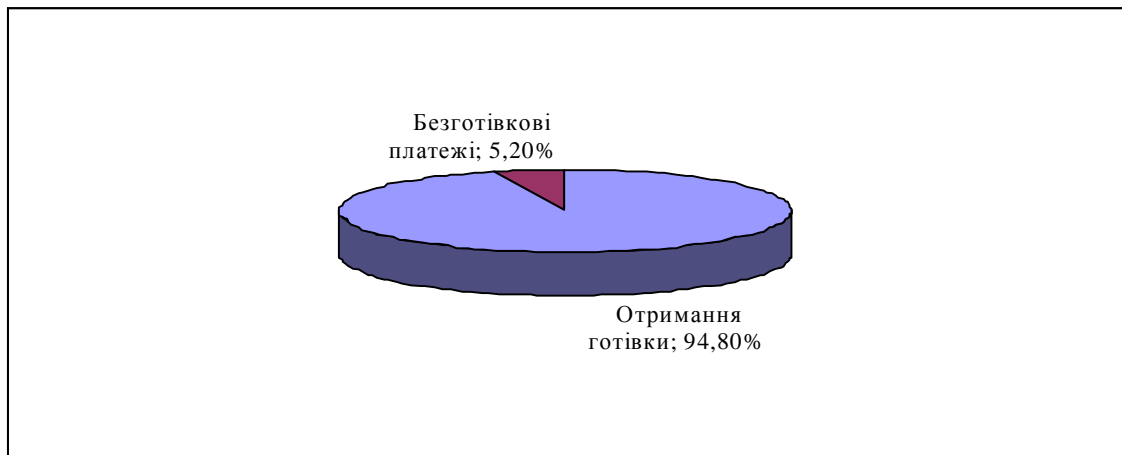


Рис. 2. Частки кількості операцій, з використанням платіжних карток, емітованих українськими банками в Україні

Незначне збільшення кількості трансакцій у торговельно-сервісній мережі, як свідчать результати аналізу, можна частково пояснити розвитком експрес-кредитування, яке в 2005 році почали здійснювати деякі банки за допомогою платіжних карток. Загалом же картковий ринок уже кілька років поспіль не в змозі зрушитися у бік безготівкових платежів, оскільки він на 75 – 85% сформований за рахунок зарплатних проектів. А відтак надзвичайно важливою сьогодні є державна підтримка карткового бізнесу – створення необхідних умов для поліпшення структури грошового обігу за рахунок масових безготівкових платежів із використанням карток і скорочення частки готівкових розрахунків.

Найбільшу частку в загальній кількості

з використанням карток міжнародних платіжних систем MasterCard і VISA, що можемо побачити з табл. 2.

Водночас найбільші темпи приросту в 2005 році отримані за операціями, які виконувалися з використанням платіжних карток Укркарт і НСМЕП: загальна їх сума збільшилася порівняно з 2004 роком відповідно на 32% (до 9876 млн. грн.) і 48,4% (до 7829,9 млн. грн.).

Обороти одноемітентних (локальних) банківських платіжних систем у 2005 році характеризувало невелике, але стійке зростання обсягів операцій (21,9%).

Швидкі темпи зростання емісії платіжних карток потребують від банків відповідних зусиль щодо збільшення пунктів їх приймання та

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАРТКОВОГО БІЗНЕСУ БАНКУ

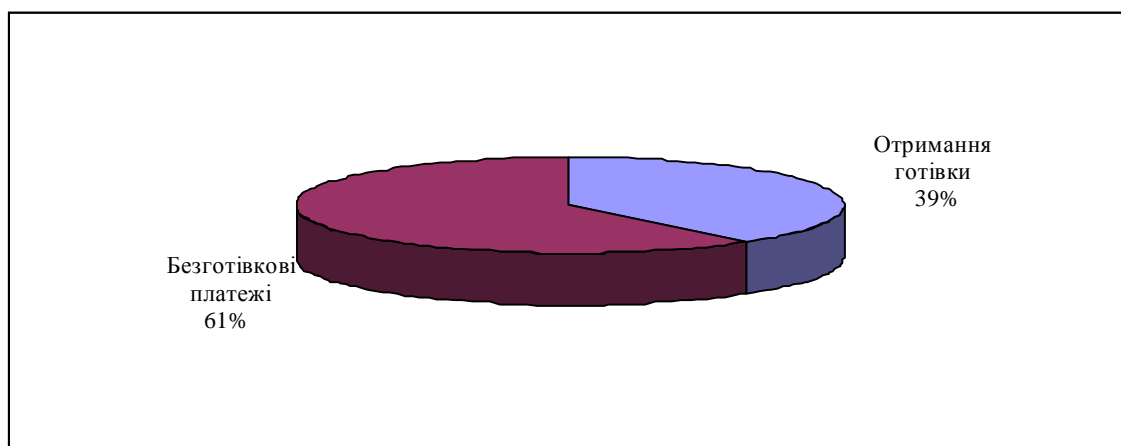


Рис. 3. Частки кількості операцій, з використанням платіжних карток, емітованих українськими банками за кордоном

Таблиця 2

Сума операцій, здійснених із застосуванням платіжних карток (млн. грн.)						
Платіжні системи	за 2004 рік			За 2005 рік		
	отримання готівки	безготівкові платежі	разом	отримання готівки	безготівкові платежі	Разом
Усього, з них:	60 341,0	3 417,5	63 758,5	96 541,6	3 196,0	99 737,6
НСМЕП	5 243,2	32,5	5 275,7	7 802,7	27,2	7 829,9
однємітентні	60 53,4	32,9	6 086,3	7 364,7	55,9	7 420,6
MasterCard	23 500,3	819,7	24 319,0	35 752,5	1 025,7	36 778,1
VISA	24 463,7	1 051,2	25 514,9	44 561,0	1 721,3	46 282,3
УкрКарт	736,5	11,5	748,0	987,5	0,12	987,6
інші	343,8	1 469,6	1 813,4	73,2	365,8	439,0

розширення сфери застосування останніх. Тому в основному всі свої зусилля та інвестиції банки повинні спрямувати на забезпечення необхідної інфраструктури для організації видачі готівкових коштів держателям карток, для забезпечення можливості масових безготівкових розрахунків за товари і послуги. Кількість банкоматів у розрахунку на мільйон осіб населення України протягом 2005 року збільшилася на 70 одиниць (41%) і станом на 01.01.2006 року становила 241 одиниць. Цей показник в Україні у 5 – 6 разів менший, ніж у середньому в країнах Західної Європи, і майже вдвічі нижчий, ніж у середньому у світі.

На рис. 4 показано частки ринку банків-лідерів з кількості встановлених платіжних терміналів в Україні станом на 01.01.2006 р.

За кількістю установлених POS-терміналів

переважають три банки, частка яких сягає 87,5% від усіх пристроїв. Приватбанк за станом на 01.01.2006р. встановив 23066 POS-терміналів (його частка на ринку – 72,1%), “Аваль” – 3533 (11,1%), Промінвестбанк – 1392 (4,4%). Інші банки 01.01.2006 року нараховували менше, ніж 1000 POS-терміналів кожний, їх частка в загальному обсязі незначна. Отже, розвинута інфраструктура обслуговування карток є необхідною умовою подальшого розвитку карткових програм банків і отримання ними прибутку від карткового бізнесу, а відтак вимагає систематичного удосконалення.

Для формування пропозицій щодо підвищення ефективності застосування карткових технологій, було проведено аналіз основних критеріїв щодо вибору картки клієнтами. В результаті аналізу виявлено, що одним з найважливіших чинників при виборі карти є її функціональні можливості – саме

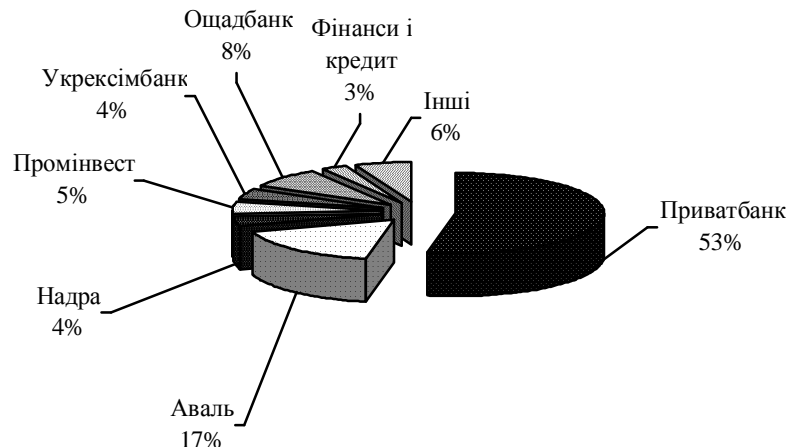


Рис. 4. Банки-лідери за кількістю встановлених POS-терміналів (частка ринку, %) станом на 01.01.2006

те, для чого клієнт купує карту. Отримати готівку і розрахуватися картою він може завжди і всюди, але багато банків пропонують додаткові можливості, які полегшують життя карткодержателів. Саме тому вибір платіжної картки потрібно починати з вибору банку-емітента. Саме від його ставлення до карткового бізнесу, а також від професіоналізму його персоналу буде залежати, чи стане картка ефективним і корисним інструментом чи буде джерелом фінансових втрат.

На основі проведеного аналізу, ми доходимо висновку, що до найважливіших критеріїв при виборі банку-емітента платіжної картки належать: надійність і репутація банку; досвід роботи в картковому бізнесі; наявність власного процесингового центру; безпека; мережа банку: філії та банкомати; якість обслуговування клієнта; загальна кількість видів карток; тарифи на обслуговування. Водночас, для підвищення ефективності карткового бізнесу, банк повинен забезпечити надання картці якнайширшого переліку додаткових послуг, а також забезпечити якнайповніший перелік можливостей банкоматного сервісу.

Висновки. Карткові програми сьогодні не є конкурентоздатними, і основним завданням сьогодні є пошук шляхів виведення кожного українського банку в лідери ринку платіжних карток.

Ключовими факторами успіху сьогодні для банку є:

- швидкий розвиток громадської довіри та ставлення людей до банку.
- нова політика щодо карткових продуктів, що базується на врахуванні фінансового стану клієнта.
- використання системи оцінки фінансового стану позичальника та випуск карток без

страхових депозитів.

- у маркетинговій кампанії залучення філій, відділень, представництв та третіх сторін (авіаліній, ріелторських фірм, салонів краси, страхових компаній, фітнес-клубів тощо).

Результати аналізу конкурентної позиції банків та рівня доходів від карткового бізнесу дозволяють рекомендувати такі дії на ринку платіжних карток:

- нарощувати обсяги емісії платіжних карток;
- здійснювати територіальну експансію шляхом розширення мережі філій та відділень по всій Україні;
- покращувати структуру емісії карток шляхом зосередження на сегменті VIP-клієнтів та середнього класу;
- постійно розширювати асортимент карткових продуктів (до кінця 2005 року РБУ планує випускати кредитні картки VISA та VISA Gold, надавати овердрафти на дебетові картки);
- покращувати технологічні можливості банкоматів;
- застосовувати кредитні картки як один із варіантів споживчого кредитування – видача кредиту на споживчі потреби на картковий рахунок клієнта. Однак при цьому виникає питання комісії за зняття готівки. Як правило, вона становить 0,75% для VISA та 0,8% – для MasterCard. Одним із варіантів виходу може стати надання споживчих кредитів зарплатним клієнтам, у яких відсутня комісія за зняття готівки. Ще одним шляхом може бути цільове споживче кредитування, що передбачає купівлю певних товарів у певних місцях, де будуть POS-термінали банку;
- банки повинні бути представлені на ринку платіжних карток для пенсіонерів та студентів, зокрема, орієнтуючись на перспективний напрямок кредитування осіб пенсійного віку;

