Содержание

Введение

Глава 1. Понятие и виды пластиковых карт и их место в платёжной системе России

1.1.Понятие и классификация пластиковых карт

1.2.Виды пластиковых карт

1.3.Значение пластиковые карты в платёжной системе страны

Глава 2. Состояние рынка пластиковых карт в России

Глава 3. Проблемы и перспективы развития российского рынка пластиковых

карт

Заключение

Библиографический список

Введение

Пластиковая карточка в мире уже давно превратилась в важнейший инструмент не только банковской системы, но и повседневной жизни. "Пластиковые деньги" или "пластиковые карточки" - широкое понятие, включающее в себя кредитные, расчетные, депозитные и многие другие карточки. Помимо вышеперечисленных, пластиковые карточки используются в качестве визиток, клубных карточек, клиентских карточек постоянных покупателей. Все эти карточки сделаны из пластика - отсюда и их название.

Преимущества, связанные с использованием пластиковых карточек на российском рынке, очевидны. Это, в первую очередь, уменьшение риска потери денег, устранение риска традиционных форм хищений, льготы при получении услуг на предприятиях торговли и сервиса, уменьшение затрат при проведении финансовых операций, в том числе покупок с использованием различных валют, поскольку конвертация производится по биржевому, а не по магазинному курсу. Очевидны преимущества, получаемые от использования пластиковых карточек предприятиями торговли и сервиса: уменьшение расходов на инкассацию, транспортировку и обналичивание средств, упрощение расчетов с покупателями.

Очевидно, что переход к цивилизованному денежному обращению в России предполагает превращение пластиковых карт в общепризнанный инструмент жизнедеятельности человека.

Целью проведённого мною анализа является рассмотрение вопроса - развитие рынка пластиковых карт в Российской Федерации.

Для достижения поставленной в курсовой работе цели мною решались следующие задачи:

* определить сущность понятия пластиковых карт и рассмотреть их классификацию;
* рассмотреть историю развития пластиковых карт и платёжных систем;
* проанализировать состояние рынка пластиковых карт в России;
* рассмотреть проблемы и перспективы российского рынка пластиковых карт в условиях сложившегося мирового экономического кризиса.

Курсовое исследование написано при использование литературы, раскрывающей затронутую в работе проблему. Исследование опыта использования пластиковых карт в России было проведено на основе данных, предоставленных РБК (РосБизнесКонсалтинг) и Финанс Медиа.

Глава 1. Понятие и виды пластиковых карт и их место в платёжной системе России

1.1.Понятие и классификация пластиковых карт

Пластиковая карточка представляет собой пластину стандартных размеров (54x86x0,76мм), изготовленную из специальной, устойчивой к механическим и термическим воздействиям, пластмассы.

Существует много признаков, по которым можно классифицировать пластиковые карты.

1. По материалу, из которого они изготовлены:
   * бумажные (картонные);
   * пластиковые;
   * металлические.

В настоящее время практически повсеместное распространение получили пластиковые карты. Однако для идентификации держателя карты часто используются бумажные (картонные) карты, запаянные в прозрачную пленку. Это ламинированные карты. Ламинирование является довольно дешевой и легкодоступной процедурой и поэтому, если карта используется для расчетов, то с целью повыше­ния защищенности от подделок применяют более совершенную и сложную технологию изготовления карт из пластика. В то же время, в отличие от металла пластик легко поддается термической обработке и давлению (эмбоссированию[[1]](#footnote-1)), что весьма важно для персонализации карты перед выдачей ее клиенту.

1. По общему назначению:
   * идентификационные;
   * информационные;
   * для финансовых операций.

Это разделение не является взаимоисключающим. Например, крупная компания может выдать каждому своему сотруднику карту, которая:

* является пропуском, разрешающим проход в определенные зоны предприятия – идентификационная функция;
* на той же карте может быть записана в кодированном виде какая-либо важная информация о держателе карты – информационная функция;
* кроме того, такая карта может использоваться еще для расчетов магазинах данной компании – расчетная функция.

1. На основании механизма расчетов:
   * двусторонние системы – возникли на базе двусторонних соглашений между участниками расчетов, при которых владельцы карт могут использовать их для покупки товаров в замкнутых сетях, контролируемых эмитентом карт (универмаги, бензоколонки и т. Д.);
   * многосторонние системы – предоставляют владельцам карт возможность покупать товары в кредит у различных торговцев и организаций сервиса, которые признают эти карты в качестве пла­тежного средства. Многосторонние системы возглавляют национальные ассоциации банковских карт, а также компании, выпускающие карты туризма и развлечений (например, American Ехрress).
   1. По виду проводимых расчетов:
      * кредитные карты, которые связаны с открытием кредитной линии в банке, что дает возможность владельцу пользоваться креди­том при покупке товаров и при получении кассовых ссуд. Владельцу кредитной карточки открывается специальный карточный счет и устанавливается лимит кредитования по ссудному счету на весь срок действия карты и разовый лимит на сумму одной покупки, в пределах разового лимита оплата покупки может производиться без авторизации.

В общем случае кредитные карты можно подразделить на три категории:

* расчётные или так называемые чардж-карты[[2]](#footnote-2) (тип лицевого карточного счёта – расчётный счёт, но режим ведения счёта таков, что позволяет производить расчёты по карте не только в пределах свободного остатка, но и в пределах разрешённого овердрафта[[3]](#footnote-3) по счёту, размер которого оговаривается в договоре или тарифах банка, при этом задолженность должна ежемесячно погашаться держателем карты в полном объёме);
  + револьверные кредитные (тип лицевого карточного счёта – ссудный, однако жёсткое требование ежемесячного погашения ссудной задолженности в полном объёме отсутствует);
  + револьверные овердрафтные (тип лицевого счёта – расчётный счёт с допущением овердрафта, требование ежемесячного погашения ссудной задолженности в полном объёме отсутствует).
* дебетовые карты предназначены для получения наличных в банковских автоматах или для оплаты товаров с расчетом через электронные терминалы. Деньги при этом списываются со счета вла­дельца карты в банке. Дебетовые карты не позволяют оплачивать покупки при отсутствии денег на счете.

Некоторые авторы выделяют в особую категорию платежные карты как разновидность кредитных карт. Отличие состоит в том, что общая сумма долга при использовании платежной карты должна погашаться полностью в течение определенного вре­мени после получения выписки без права продления кредита.

* 1. По категории клиентуры, на которую ориентируется эмитент:
     + обычные карты;
     + серебряные карты;
     + золотые карты;

Обычные карты предназначены для рядового клиента. Это Visa Classic, Eurocard/MasterCard Mass (Standard). Серебряная карта (Silver, Business) называется бизнес-картой и предназначена для частных лиц, для сотрудников компаний, уполномоченных расходовать в тех или иных пределах средства своей компании. Золотая карта (Gold) предназначена для наиболее состоятельных богатых клиентов.

* 1. По характеру использования:
* индивидуальная карта, выдаваемая отдельным клиентам банка, может быть «стандартной» или «золотой»;
* семейная карта, выдаваемая членам семьи лица, заключившего контракт, который несет ответственность по счету;
* корпоративная карта выдается юридическому лицу, на основе этой карты могут выдаваться индивидуальные карты избран­ным лицам (руководителям, главному бухгалтеру или ценным сотрудникам). Им открываются персональные счета, «привязанные» к корпоративному карточному счету. Ответственность перед банком по корпоративному счету имеет организация, а не индивидуальные владельцы корпора­тивных карт.
  1. По принадлежности к учреждению-эмитенту:
     + банковские карты, эмитент которых – банк или консорциум банков;
     + коммерческие карты, выпускаемые нефинансовыми учреждениями: коммерческими фирмами или группой коммерческих фирм;
     + карты, выпущенные организациями, чьей деятельностью непосредственно является эмиссия пластиковых карт и создание инфраструктуры по их обслуживанию.
  2. По сфере использования:
     + универсальные карты – служат для оплаты любых товаров и услуг;
     + частные коммерческие карты – служат для оплаты какой-либо определенной услуги (например, карты гостиничных сетей, автоза­правочных станций, супермаркетов).
  3. По территориальной принадлежности:
     + международные, действующие в большинстве стран;
     + национальные, действующие в пределах какого-либо государства;
     + локальные, используемые на части территории государства;
     + карты, действующие в одном конкретном учреждении.
  4. По времени использования:
     + ограниченные каким-либо временным промежутком (иногда с правом пролонгации);
     + неограниченные (бессрочные).

1.2.Виды пластиковых карт

Из выше написанного мною, были рассмотрены основные признаки, по которым можно классифицировать пластиковые карты. Теперь бы хотелось поговорить о самих видах пластиковых карт, которые различаются по своему назначению, функциональным и техническим характеристикам.

Дисконтные пластиковые карты – сегодня это, пожалуй, самые популярные пластиковые карты. Дисконтные карты успешно используют торговые дома, супермаркеты, предприятия сферы обслуживания. Дисконтные карты позволяют клиентам постоянно пользоваться скидками, бонусами, дополнительными услугами в целой сети предприятий.

В настоящее время практически все крупные магазины, супермаркеты, торговые центры, аптеки, салоны красоты, компании сферы услуг проводят маркетинговые акции, связанные не только с привлечением новых клиентов, но и с их удержанием. Проводимые компаниями программы лояльности позволяют понять потребности клиента и разработать те сервисы обслуживания, которые ему необходимы. Программы лояльности направлены на увеличение удовлетворенности клиента компанией и, в большинстве случаев, основаны на использовании пластиковых дисконтных карт.

Наиболее эффективным элементом программ лояльности является создание накопительной системы скидок. Для реализации подобных проектов используются дисконтные карты с уникальным идентификационным номером. Для каждого уникального номера ведется учет учета транзакций с участием карты, по достижении определенной накопительной суммы клиенту предоставляется новая, более высокая, скидка, при этом карта может меняться на новую или скидка записывается на магнитную полосу карты в зашифрованном виде. Если учет взаимоотношений с клиентом ведется в централизованной базе данных, то на магнитной полосе карты записывается только ее идентификационный номер. В случаях использования дисконтных карт в сети заведений и невозможности ведения учета в единой базе данных, на магнитную полосу карты может быть записана дополнительная информация.

Существует два вида дисконтных карт: персонализированные и неперсонализированные. На персонализированных картах, помимо общих данных о названии компании, адресе и телефоне, указываются личные данные о владельце, в этом случае скидка может быть предоставлена только конкретному лицу, указанному на карте. Персональные данные могут быть выполнены в виде эмбоссирования, нанесены тиснением или записаны на магнитную полосу карты. Неперсонализированные карты не содержат каких-либо личных данных о клиенте, на них указывается только информация о размере скидки. Скидка на товары и услуги по такой карте предоставляется любому предъявителю дисконтной карты. Процедура выдачи обоих видов карт может сопровождаться заполнением анкеты, где могут быть указаны личные данные клиента.

При изготовлении пластиковых дисконтных карт часто применяется золотое или серебряное тиснение, эмбоссирование номера карточки, магнитная полоса и штрих-код. Возможно изготовление дисконтных карт из золотого или серебряного пластика.

При изготовлении дисконтных карт с магнитной полосой используется лента с высокой (HiCo) и низкой (LoCo) коэрцитивностью[[4]](#footnote-4). В последнее время, все чаще и чаще используется высококоэрцитивная магнитная полоса, обладающая большей стойкостью к размагничиванию, а также большим количеством циклов чтение/запись.

Скретч-карты экспресс оплаты, иногда скретч карточки называют предоплатными или авансовыми. Скрэтч-карты карты используются для активации услуг предоплаченного доступа: Интернет, ip-телефонии, мобильной связи. На скретч-карту наносится уникальный номер (pin, login) активации услуги, который защищён стираемой полосой (скрэтч-наклейкой, скрэтч-краской или скрэтч-фольгой).

Преимущества предоплаченных карт очевидны – воспользоваться ими может любой человек, в любое удобное время, независимо от региона – достаточно следовать инструкции, которая напечатана, обычно, на оборотной стороне скретч-карты. Зачисление денег на лицевой счет абонента происходит при активации карты мгновенно, при помощи сайта или по телефону, подобные службы, как правило, функционируют круглосуточно.

Кроме этого, в последнее время набирают популярность электронные платежные системы. Виртуальные кошельки очень удобно пополнять при помощи карт экспресс-оплаты. Обычно карты имеют номинал в условных единицах или рублевом эквиваленте. Наиболее распространенные карты на 10, 15, 20, 50 и 100 условных единиц.

В настоящее время многие компании, распространяющие свои услуги при помощи Интернет-ресурсов, выпускают собственные карты экспресс-оплаты.

До активации карта является обезличенным средством платежа и при желании ее можно подарить другому человеку. Купить скретч-карты предоплаты можно повсюду в магазинах, киосках и палатках. Предоплаченные карты можно купить и в специальных торговых автоматах I-BOX, которые стоят в крупных магазинах и супермаркетах.

Ответственным моментом является процесс активации карты. Как правило, на картах предоплаты напечатано два идентификационных номера, один их которых открыт, второй – pin-код – закрыт скретч-полосой. Закрытый скретч-полосой номер, служит гарантом того, что никто кроме вас этой картой не воспользовался. А сам факт стирания скретч-полосы служит подтверждением того, что вы согласны с условиями платежа.

Карты предоплаты могут быть изготовлены в виде обычных пластиковых карт (толщиной 0,76 мм), тонких пластиковых карт (толщиной 0,46 мм) и картонных карточек. Карты предоплаты могут быть как ламинированными так и неламинированными. Карточки, изготовленные из картона дешевле, чем пластиковые, поэтому, как правило, они имеют небольшую номинальную стоимость – не более 500 рублей. С увеличением номинальной стоимости предоплатой скретч-карты, возникает проблема защиты карты от возможной подделки. В этом случае, помимо дополнительных pin-кодов, сами карты изготавливаются из пластика, а на поверхность карты наносятся дополнительные элементы защиты.

Клубные пластиковые карты – это, прежде всего, визитная карточка элитного клуба, ресторана, бара, фитнес-центра и т.д., которая служит для идентификации постоянных клиентов. Пластиковая карта такого типа должна сочетать в себе информативность и элегантный внешний вид. Владельцам клубных карт предоставляются различные скидки, дополнительные услуги или даются другие привилегии. В ряде случаев клубная карта выступает в роли пропуска в клуб ее владельца и его гостей.

Еще со времен старых добрых английских клубов каждое солидное заведение имело свою визитную карточку. В некоторых клубах существовали специальные церемонии вступления, в конце которых вручался особый знак, свидетельствующий о принадлежности человека к данному клубу. В качестве знаков отличия использовались перстни, кулоны, татуировки, значки и т.д. Владельцы подобных знаков обладали особым статусом, как в клубе, так и за его пределами. Сегодня потомками подобных знаков являются клубные карты.

В настоящее время клубные карты получают все более широкое распространение. Это связано с тем, что на фоне постоянно растущего количества клубов по интересам (хобби-клубов) и их посетителей, многие компании сферы услуг и развлечений переходят на клубную систему взаимоотношений с клиентами. Фитнес-центры и развлекательные комплексы давно уже имеют собственные клубные карты.

Обычно клубные карты являются персонализированными – на них указываются фамилия, имя и отчество владельца карты, а при необходимости и другие данные: уникальный номер карты, дата окончания срока действия карты и др. Если на карте есть магнитная полоса или бесконтактный смарт-чип, то информация о владельце может быть записана на карту и считываться при необходимости.

Еще одним неоспоримым достоинством наличия клубных карт для владельцев клуба является возможность организации с их помощью системы учета посещаемости клиентом заведения и потребление им различных товаров и услуг. Анализируя эти данные, можно улучшать и расширять наиболее часто востребованные сервисы и наоборот отказываться от непопулярных позиций прайс-листа. Без пластиковых карт, организовать подобный учет практически невозможно, особенно при растущем количестве постоянных членов клуба.

С помощью клубных карт возможна организация системы кредитования постоянных клиентов внутри заведения, при этом товары и услуги могут предоставляться по клубной карте в рамках определенной суммы, по прошествии определенного времени клиент гасит задолженность, следуя правилам клуба. Внутриклубные кредиты распространены в ночных развлекательных клубах и дискотеках, где обладатели клубных карт могут пользоваться баром на некоторую сумму доверия клиенту. Данные о расходовании денежных средств кредита могут быть записаны на магнитную полосу пластиковой карты.

Клубная карта может быть использована при организации безналичной системы расчетов внутри клуба. Система работает следующим образом: клиент вносит в кассу заведения определенную денежную сумму, которая сразу зачисляется на его внутренний счет. После чего в пределах клуба клиент рассчитывается исключительно с помощью пластиковой карты, при этом, как правило, используются карты с магнитной полосой, на которую записывается информация о состоянии счета клиента, которая синхронизируется с централизованной системой учета. Еще одна возможная функция клубной карты – это пропуск в заведение, клиентом которого является владелец карты. В этом случае очень важным является наличие на карте элементов, защищающих ее от возможной подделки. На клубных картах, в качестве элементов оформления, очень часто применяются тиснение серебром или золотом, эмбоссирование, полоса для подписи[[5]](#footnote-5).

Рекламные пластиковые карты получили широкое распространение как средство рекламы, выпускаемое в виде фирменных календарей, визитных карточек и т.п. Пластиковые карты с успехом используются для локальных рекламных акций на выставках, презентациях и т.д. Для очень многих компаний использование пластиковых карт одна из важных составляющих всей рекламной политики. На рекламную карту можно нанести календарную сетку, схему метро или любую другую полезную информацию. В мире пластиковые карточки как средство рекламы уже получили широкое распространение. В условиях, когда избалованного покупателя трудно чем-либо удивить, к рекламе предъявляются очень жесткие требования. Особая ставка делается на так называемые формы косвенной рекламы. Как правило, такой подход основан на воздействии на подсознание человека, на его природное любопытство и другие особенности человеческой психологии. Человеку приятно носить в своем кошельке или кармане эстетически изготовленный и престижный в понимании окружающих (с надписью «VIP» и т.п.) предмет — кусочек пластика, в свою очередь порождающий вопросы о том, каким образом владелец карточки получил её, где он это сделал и с какой целью.

Страховые пластиковые карты предполагают определенные скидки при оплате услуг страхования и гарантируют обслуживание, а также могут выступать страховыми полисами

Телефонные пластиковые карты – это пластиковые карты, предназначенные для оплаты телефонных разговоров.

Пластиковые смарт-карты (карты с микропроцессором). Микропроцессор позволяет выполнять определенные операции над хранящимися в карте данными. Эти операции составляют операционную систему карты, которая обеспечивает большой набор функций управления памятью, сервисных функций и средств безопасности. Смарт-карты находят все большее применение в повседневной жизни – это и системы контроля доступа, системы защиты от краж, автоматизация логистики, интеллектуальные бесконтактные карты (электронные кошельки, учет времени на рабочем месте и прочие). Смарт-карты по своим надежностным и эксплутационным характеристикам значительно превосходят обычные магнитные карточки. Смарт-карты работают в режиме off-line. Проведение любой операции с использованием смарт-карты требует от владельца набора личного пароля. Этот пароль записан на самой карточке, а значит, не требуется процедура доступа к центрам авторизации.

Электронный пластиковый кошелек (на основе смарт-карты). Электронная пластиковая карта хранит в своей памяти сумму денежных средств карточного счёта владельца карты. Предусматривает использование off-line транзакций.

Пластиковые бесконтактные интеллектуальные карты. В данном виде карт используется микропроцессор с памятью без контактов на поверхности карты. У данной карты есть ряд достоинств по сравнению с картами с поверхностными контактами или магнитными картами. В частности, бесконтактные карты более устойчивы к загрязнениям поверхности. Такие пластиковые карты не нужно вставлять в щель устройства считывания, а достаточно просто поднести к устройству.

Пластиковые карты с микpосхемой памяти с последовательным доступом. Данный вид пластиковых карт можно использовать для записи и считывания информации. Существует два типа пластиковых карт с памятью: карты с памятью свободного доступа и карты с защищенной памятью.

Пластиковые карты с незащищенной памятью. У таких карт нет ограничений по чтению и записи информации, вследствии этого, такие карты удобны для моделирования произвольных структур данных.

Пластиковые карты с защищенной памятью. Эти карты имеют встроенный механизм разграничения доступа к данным. Выполнение операций чтения, записи или стирания информации санкционируется предъявлением специальных кодов. Обычно пластиковые карты с защищенной памятью содержат область, в которую записываются идентификационные данные, которые не могут быть изменены впоследствии. Это достигается путем прожога специального предохранителя, контролирующего запись в идентификационную область. Основное применение карт с защищенной памятью — “пластиковые” деньги и хранение конфиденциальной информации.

Банковские пластиковые карты – это персонифицированные пластиковые карты, предоставляющие их держателю возможность безналичной оплаты товаров или услуг и получения наличных средств в отделениях банков и в банкоматах.

Заправочные (топливные) пластиковые карты – платежные пластиковые карты, которые используются для расчетов на АЗС за топливо.

Идентификационные пластиковые карты (карты доступа) – такие карты обычно удостоверяют личность владельца. Как правило, на карты доступа наносят фотографию владельца, его фамилию, имя и отчество, даты выдачи и окончания срока действия, специальные номера и другие служебные отметки.

Магнитные пластиковые карты – это пластиковые карты, носителем информации, в которых является магнитная полоса LoCo или HiCo. Сфера применения пластиковых карт с магнитной полосой очень велика. Это дисконтные карты, подарочные сертификаты, идентификационные и клубные карты, топливные, транспортные, страховые, карты-ключи и многие другие.

Из сказанного выше можно сделать вывод, что основная функция пластиковой карточки – обеспечение идентификации использующего ее лица как субъекта платежной системы.

1.3.Значение пластиковые карты в платёжной системе страны

И для банков, и для государства рост числа пользователей пластиковых карт выгоден. Для государства снижение наличных расчётов позволит сделать перемещение денежных средств более прозрачными. Для банков расчёты по пластиковым картам тоже выгодны, так как при оплате картой банк получает процент от суммы оплаты. Чтобы стимулировать оплату по банковским картам, большинство банков «защищаются» высокими процентами за снятие наличных. Особенно широко эта практика применяется для кредитных карт, использование которых действительно выгодно лишь при безналичной оплате товаров и услуг.

В России в 2006 году широкое распространение получили потребительские кредиты, выдаваемые на пластиковые карты. Пластиковые карты объединяют преимущества и для клиента, такие как возможность круглосуточного расходования и перевода денег, погашения кредита через банкоматы с функцией «cash in» или «конвертные» банкоматы, и для банков, позволяя создать постоянную клиентскую базу потребительских кредитов и повысить контроль за исполнением их обязательств.

На сегодняшний день по объёму выпуска пластиковых карт, операционному обороту в магазинах и общему числу транзакций Россия лидирует среди стран Центральной и Восточной Европы, Ближнего Востока, стран Африки, а по отдельным показателям приближается к странам Единой Европы.

Рост рынка пластиковых карт в России ежегодно увеличивается более чем на 50%. Причём, данная динамика сохраняется уже на протяжении более 3 лет, и снижения пока не ожидается[[6]](#footnote-6). Так 2008 году планировалось увеличение количества новых пластиковых карт на уровне 15-20 млн. штук. Учитывая то, что программа развития рынка безналичных расчётов и экономической просвещенности населения, объявленная бывшим президентом РФ, а ныне премьер-министром В.В. Путиным, как приоритетное направление в развитии банковского и торгового сектора, можно говорить, что планируемый рост числа карт это минимум, который ожидает рынок в предстоящее время.

«На сегодняшний день «пластиковый» бизнес в России – одно из основных перспективных направлений развития банковских услуг. Карты востребованы в качестве средства платежа и корпоративными клиентами, и частными лицами. Данные позиции были подтверждены участниками конференции «Рынок пластиковых карт», прошедшей 3 декабря 2007 года в гостинице «Националь» и организованной компанией «Финансовый Мир» при поддержке ГК «Золотая корона».

По словам Михаила Воронько, руководителя блока маркетинга розничного бизнеса банка «Уралсиб», российский рынок эквайринга[[7]](#footnote-7) пластиковых карт в 2008 г. вырастет на 79% и составит 845 млрд. рублей. А к концу этого года (2007) оборот рынка составит 471 млрд. рублей, увеличившись, таким образом, на 70%[[8]](#footnote-8)».

Ежегодный рост оборотов в торгово-сервисных предприятиях (более чем на 35% ежегодно) показывает хорошую тенденцию. Люди все активней начинают пользоваться пластиковыми картами для покупок в магазинах.

В целом российский рынок банковских карт можно считать сформировавшимся. Существенных изменений на рынке не прогнозируется. Большинство торгово-сервисных предприятий уже активно обслуживает клиентов с использованием банковских карт[[9]](#footnote-9)».

Глава 2. Состояние рынка пластиковых карт в России

Оправившись от последствий финансового кризиса 1998 года, российский рынок пластиковых карточек принялся демонстрировать завидные темпы роста. В период с 2001 по 2006 год, эмиссия международных и российских карточек возросла с 10,6 млн. до 74,8 млн. штук, или более чем в 7 раз.

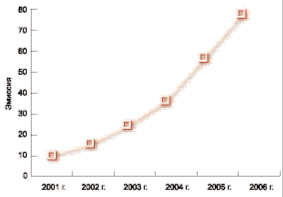


Рис. 1. Эмиссия банковских карточек в России (2001-2006 гг.)[[10]](#footnote-10)

По данным на 1 января 2008 года, российские банки эмитировали 103 496 582 карточки. Это на 28,7 млн. карточек, или на 38,4%, больше, чем на 1 января 2007 года. Темпы роста эмиссии остаются исключительно высокими: в 2006 году темп прироста составлял 36,8%.

Заметными темпами развивается карточный бизнес в регионах страны: число регионов, банки которых выпустили 1 млн. и более карточек, в рассматриваемый период выросло с трех до четырнадцати. В некоторых российских регионах уровень рыночного проникновения карточек приблизился к показателям, типичным для экономически развитых стран Европы, Северной Америки и Азиатско-Тихоокеанского региона

К концу 2007 года уровень рыночного проникновения достиг 730 карточек на 100 000 жителей. В 2006 году этот показатель равнялся 530 карточкам на 100 000 россиян.

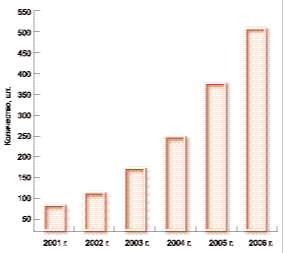


Рис. 2. Уровень рыночного проникновения (2001-2006)[[11]](#footnote-11)

Следует отметить, что в 2007 году впервые за всю историю существования карточного рынка в России общее количество находящихся в обращении банковских карточек превысило численность трудоспособного населения, которая, по данным Федеральной службы государственной статистики, в начале 2007 года составляла 81 млн. 150 тыс. человек[[12]](#footnote-12).

Наиболее крупным эмиссионным центром остается Москва и Московская область. Банки этого региона эмитировали в 2007 году 48 591 272 карточки. Это составляет 46,9% всей эмиссии в стране. На втором месте с огромным отставанием находится Санкт-Петербург - банки города выпустили 4 862 659 карточек. Почетное третье место заняли банки Свердловской области - 3 235 026 карточек.

Как следует из приведенных данных, концентрация эмиссии в стране остается исключительно высокой. На долю трех указанных регионов приходилось 54,8% всех выпущенных карточек.

Три последних места по эмиссии из 78 регионов занимали банки Республики Ингушетия (13 543 карточек), Республики Алтай (19 382 карточек) и Чукотского автономного округа (22 748 карточек). Таким образом, все чукотские держатели карточек и на половину не заполнили бы стадион футбольного клуба «Челси» в Лондоне.

Вместе с тем в России набирает силу тенденция к географической диверсификации карточного бизнеса. По итогам 2007 года в 18 регионах страны банки эмитировали более 1 млн. карточек. В 2004 году таких регионов было всего четыре. Кроме того, нельзя не заметить, что развитие карточного бизнеса теперь происходит не только в крупнейших российских городах и сырьевых центрах, но и в остальных регионах страны.

В 2007 году российские держатели совершили на территории страны и за рубежом 1641,09 млн. транзакций[[13]](#footnote-13), или на 35,7% больше, чем в 2006 году. Из этих данных следует, что в 2007 году характер развития российского карточного рынка относился к экстенсивному типу: темпы прироста эмиссии (38,4%) были выше темпов прироста транзакций. Экстенсивный характер развития бизнеса является свидетельством его низкой эффективности: рост оборотов происходит за счет увеличения численности продуктов, а не за счет роста отдачи от их использования. В этом плане российский карточный рынок негативно отличается от рынков в экономически развитых странах, где темпы прироста эмиссии ниже темпов прироста транзакционного трафика.

В 2007 году с помощью одной карточки совершалось в среднем 15,9 транзакции. В 2006 году этот показатель был равен 16,2 транзакции. Эти данные являются еще одним свидетельством наличия тенденции к снижению средней отдачи от одной карточки.

В 2007 российские держатели совершили транзакций в стране и за рубежом на общую сумму 6459,44 млрд. руб., или на 45,7% больше, чем в 2006 году. В номинальном выражении темпы прироста оборота выше темпов прироста эмиссии, однако высокие темпы инфляции в стране в 2007 году сглаживают положительный эффект: очищенный от высокого роста цен показатель оборота выглядит далеко не столь впечатляюще, и его прирост примерно соответствует приросту эмиссии.

Средняя величина одной транзакции в 2007 году составила 3936 руб., в 2006 году этот показатель равнялся 3666 руб.

Как обычно, подавляющая часть транзакций, совершенных российскими держателями, относилась к получению наличных. Общая сумма платежных транзакций составила 656 962,4 млн. руб., или 10,17% от общей величины оборота. Этот показатель несколько лучше, чем в 2006 году, когда на долю платежных транзакций пришлось лишь 9,03% оборота.

Вместе с тем очевидно, что давно ожидаемого прорыва на российском карточном рынке так и не произошло: по-прежнему около 90% оборота по карточкам приходится на получение наличных. Несмотря на достаточно быстро развивающуюся POS-терминальную инфраструктуру и резвую динамику сегмента кредитных карточек, российские держатели не торопятся использовать карточки для совершения платежных транзакций в предприятиях торговли и сервиса. Зарплатная модель карточного бизнеса остается доминирующей на российском карточном рынке.

Таблица 1.

Ключевые показатели развития карточного бизнеса в России, 2007 год[[14]](#footnote-14)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2006 г. | 2007 г. | Прирост, % (+ , -) |
| Эмиссия, тыс. | 74 762,2 | 103 496,6 | +38,4 |
| Количество транзакций за год, млн. | 1209,37 | 1641,09 | +35,7 |
| Среднее число транзакций в расчёте на одну карточку в год | 16,2 | 15,9 | -1,9 |
| Суммарный оборот, млрд. руб. | 4433,66 | 6459,44 | +45,7 |
| Средняя величина одной транзакции, руб. | 3666 | 3 936 | +7,4 |
| Общая сумма платёжный транзакций, млрд. руб.\* | 400,35 | 656,96 | +64,1 |
| Доля платёжный транзакций в обороте, % | 9,03 | 10,17 | +12,6 |

\*Учтены платежи с помощью карточек российских эмитентов, совершенные на территории России и в зарубежных компаниях-акцептантах.

По данным Центрального банка РФ, количество кредитных организаций, занимающихся эмиссией и/или эквайрингом банковских карточек в России, на 4 января 2007 года составило 718 финансовых институтов. При этом количество кредитных организаций - эмитентов составляет 672, кредитных организаций - эквайреров - 640.

На 1 января 2008 года лицензию на осуществление банковских операций имели 202 кредитные организации с участием нерезидентов. 171 кредитная организация с участием нерезидентов, или 84,7% их общего количества, действовали в форме акционерного общества, в том числе 63, или 31,2%, - в форме ЗАО, и 31 кредитная организация, или 15,3%, - в форме общества с ограниченной ответственностью.

Лицензию на привлечение во вклады денежных средств физических лиц имели 175 кредитных организаций с участием нерезидентов (86,6%), а 65 организаций (32,2%) имели лицензию на привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов.

Действующие кредитные организации с участием нерезидентов расположились в 40 субъектах Российской Федерации, в том числе 124 организации (или 61,4% их общего количества) находятся в Москве, 16 - в Санкт-Петербурге, по четыре - в Свердловской области и Республике Татарстан, по три - в Ростовской и Тюменской областях, Удмуртской Республике и Приморском крае, по две - в Амурской, Ивановской, Калининградской, Омской, Оренбургской, Самарской и Ярославской областях. В 24 субъектах РФ действует по одной кредитной организации с участием нерезидентов.

Кроме того, 20 банков со 100%-ным участием нерезидентов имеют на территории Российской Федерации 169 филиалов. За 2007 год количество таких филиалов увеличилось на 79.

Совокупный зарегистрированный уставный капитал всех действующих кредитных организаций составил на 1 января 2008 год 731 736,0 млн. руб. и за год увеличился на 165 223,0 млн. руб., или на 29,2%.

Объем кредитов, предоставленных российскими кредитными организациями различным предприятиям и организациям, банкам и физическим лицам в рублях и иностранной валюте, включая кредиты иностранным государствам, за 2007 год увеличился на 51,3%, составив на 1 января 2008 года почти 13,3 трлн. руб.

На начало января 2008 года из общей суммы кредитных вложений свыше 8,7 трлн. руб. приходилось на кредиты предприятиям и организациям (рост 50,5%), 817,9 млрд. руб. - банкам (рост 31,7%) и свыше 3,2 трлн руб. - физическим лицам (рост 57%).

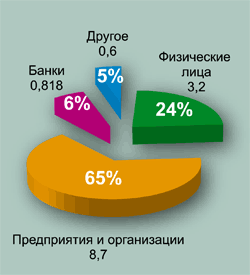


Рис. 3. Структура кредитов, трлн. руб[[15]](#footnote-15).

Несмотря на кризис, количество выпущенных новых банковских карт в 2008 году продолжило расти.

Так, только у одного лидера рейтинга «Сбербанка» количество пластиковых карт в обращении за полгода выросло почти на 16% и по состоянию на 1 января превысило отметку в 30 млн. штук. Клиенты банка по-прежнему отдают предпочтение картам международной системы «MasterCard», количество которых превысило цифру в 15 млн. штук, а вот фирменные «Сберкарты», похоже, теряют свою популярность. Количество карт этой платежной системы по сравнению с 1 июля 2008 года снизилось почти на 2000 штук.

Таблица 2.

Банки по количеству пластиковых карт в обращении на 01 января 2009 года[[16]](#footnote-16)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Банк | Количество пластиковых карт в обращении на 1 января 2009 года (шт.) |
| 1 | Сбербанк | 30 438 932 |
| 2 | Альфа-Банк | 5 127 983 |
| 3 | ВТБ 24 | 3 918 471 |
| 4 | Уралсиб | 3 817 873 |
| 5 | Росбанк | 3 709 939 |
| 6 | Транскредитбанк | 2 785 301 |
| 7 | Балтийский Банк | 1 565 153 |
| 8 | Райффайзенбанк | 1 451 144 |
| 9 | УРСА Банк | 1 423 064 |
| 10 | Возрождение | 1 292 104 |

Неплохой «рывок» продемонстрировал «ВТБ 24», за 6 месяцев увеличив количество карт в обращении с 2.7 млн. штук до 4 млн., что в результате позволило ему сразу войти в тройку лидеров. Всего в рейтинге представлено 10 банков, чей объем пластиковых карт в обращении на 1 января 2009 года превышает 1 млн. штук.

Не секрет, что основная масса выпущенных карт в России приходится на так называемые зарплатные проекты. Лидерство в этом сегменте за «Сбербанком» - почти 8 млн. штук, выпущенных в 2008 году. По уже устоявшейся традиции, доля «кредиток» в России не велика и по разным оценкам колеблется в районе 5-7 процентов от общего количества. Велико и количество карт, выпущенных в рамках потребительского кредитования. Лидером данного сегмента является Росбанк – более 848 млн. штук выпущено в 2008 году.

Анализ современного состояния российского рынка пластиковых карт показывает, что "пластиковый" рынок расширяется невиданными темпами, выдавая в год по 100 процентов прироста

Общая благоприятная макроэкономическая ситуация в стране и динамичное развитие банковского сектора российской экономики позволяет надеяться на то, что в ближайшие годы на российском карточном рынке будут происходить не только количественные, но и качественные изменения, т. е. увеличение роли продуктов с кредитной функциональностью и доли платежных транзакций в общем обороте. Такие изменения не только будут способствовать повышению доходности российских банков-эмитентов и эквайреров, но и приведут к макроэкономическому эффекту в форме снижения расходов на организацию обращения наличных денег в стране, сокращению уровня мошенничества, снижению издержек обращения и т. п.

И наконец, хотелось бы рассмотреть актуальный вопрос по данный теме, связанный с проблемами и перспективами развития российского рынка пластиковых карт в условиях экономического кризиса.

Глава 3. Проблемы и перспективы развития рынка пластиковых карт

Как уже ранее говорилось, активно пластиковые карты начали использоваться только в последние годы благодаря распространению «зарплатных» карт и щедрым потребительским кредитам. Еще свежи в памяти докризисные "программы лояльности" для потенциальных кредиторов, а также конверты с "кредитками", отправленные по адресам массовых рассылок.

Кризис внес свои коррективы – банки меняют маркетинговую политику по отношению к клиентам – физическим лицам. К примеру, поведение КБ "Ренессанс Капитал" на рынке "пластика" стало более консервативным, был принят ряд непопулярных решений, направленных на ужесточение кредитной политики. Другие банки также не остались в стороне от кризиса: ряд банков снизил максимальные лимиты кредитования по картам и иным продуктам, ужесточил требования к заемщикам. В большинстве банков повысилось число отказов, особенно молодым клиентам, работающим в сферах, наиболее чувствительных к кризису (строительство, финансы и т.д.)[[17]](#footnote-17).

Из-за действий банков начало лихорадить ритейлеров[[18]](#footnote-18). К примеру, компания "Аэрофлот" на фоне нестабильной ситуации с потребительскими кредитами приостанавливает прием платежей по банковским картам. После поднявшейся из-за этого волны потребительского недовольства компания пояснила, что это временное явление, вызванное сбоем системы вследствие хакерской атаки. Безусловно, многих ритейлеров пугает перспектива принять платеж по безналичному расчету, но реально не получить списанных с карточного счета средств из-за проблем у банка-эмитента – банковский сектор сейчас, мягко говоря, лихорадит... Пошли массовые увольнения. Часть банков меняют владельцев, а часть – теряют лицензии.

Что же делать рядовому потребителю, если магазин отказывается принимать карту к оплате? Очевидно: либо заплатить наличными, либо отказаться от покупки в этом магазине, а потом выяснить, какой банк обслуживает эту торговую точку, и попытаться жаловаться туда. Если оборудование в торговой точке исправно и имеется логотип платежных систем на входе, продавец обязан принять карты к оплате, в противном случае, юристы рекомендуют уточнить название и телефон банка, обслуживающего торговую точку, и сообщить туда об отказе.

Оптимистически настроенные финансовые эксперты утверждают, что кризиса как такового (системного кризиса) в карточной платежной системе нет. Пока ситуация в банковском секторе более-менее стабильна и нет поводов для паники. Хотя небольшие банки, безусловно, подвержены риску банкротства. Наблюдаются единичные случаи задержки выдачи средств со счета, в том числе и через банкомат – финансисты рекомендуют переводить свою зарплату в крупные надежные банки.

На международном рынке также кредитные карты потеряли свою безупречную надежность. Растет количество невыплат по кредитам, клиенты закрывают счета. Международные банки ужесточают условия кредитования. На фоне общего мирового кризиса резко снизилась и покупательская способность. Потребители сокращают свои расходы до минимума и отказываются брать кредиты. Это приводит к негативным последствиям для ритейлеров и банков.

По словам одного из российских банкиров, большая часть запросов на выдачу кредитной карточки сегодня связана с необходимостью клиентов в перекредитовании. В обычное время это ни у кого не вызывало настороженности – люди всегда искали «процентную» выгоду, и стремление погасить один кредит за счет другого, но с более мягкими условиями было одним из двигателей рынка. Сегодня же речь идет именно о том, что деньги нужно найти немедленно, во что бы то ни стало, и поведение заемщиков становится безответственным. Среди американских обладателей кредитных карточек более трети заемщиков относятся к категории неблагонадежных и имеющих низкие кредитные рейтинги. Ожидается, что уровень невозвратов карточных кредитов достигнет в 2009 г. 10%, превысив вдвое показатель 2008 г. и побив семилетний исторический рекорд. Считается, что бизнес кредитных карточек не слишком чувствителен к макроэкономической конъюнктуре благодаря очень гибкой структуре ценообразования. Ответом на рост уровня невозвратов в карточной индустрии всегда традиционными были такие меры, как введение дополнительных комиссий за нарушение условий кредитного договора. Так, Citigroup, карточное подразделение которой понесло в III квартале 2008 г. убытки в размере 902 млн. долл., объявила в ноябре 2008 г., что санкции будут применены к 54 млн. ее клиентам. Нетрудно подсчитать, что для покрытия убытков достаточно оштрафовать каждого неблагополучного клиента в среднем лишь на 20 долл[[19]](#footnote-19).

Чего же ожидать российским держателям карт? Некоторые эксперты дают осторожные прогнозы: на данный момент основные игроки не меняют лимитов на снятие наличных ни по дебетовым, ни по кредитным картам, но потенциально банки имеют такую возможность. Пессимисты прогнозируют существенное сокращение рынка кредитных карт, полагая, что зарплатные проекты коммерческих банков "свернутся" на 50% -70%, поскольку они привязывались к расчетно-кассовому и кредитному обслуживанию. У негосударственных банков и филиалов, а также "дочек" иностранных банков свернутся ритейловые проекты: в условиях кризиса никто не будет платить лишнее.

Заключение

В заключение проведенного мною исследования целесообразно привести следующие итоговые положения.

Пластиковая карточка представляет собой пластину стандартных размеров (54x86x0,76мм), изготовленную из специальной, устойчивой к механическим и термическим воздействиям, пластмассы.

Существует много признаков, по которым можно классифицировать пластиковые карты. По материалу, из которого они изготовлены: бумажные (картонные), пластиковые, металлические. По общему назначению: идентификационные, информационные, для финансовых операций. На основании механизма расчетов: двусторонние системы, многосторонние системы. По виду проводимых расчетов: кредитные карты, дебетовые карты.

Оправившись от последствий финансового кризиса 1998 года, российский рынок пластиковых карточек принялся демонстрировать завидные темпы роста. По данным на 1 января 2008 года, российские банки эмитировали 103 496 582 карточки. Это на 28,7 млн. карточек, или на 38,4%, больше, чем на 1 января 2007 года. Темпы роста эмиссии остаются исключительно высокими: в 2006 году темп прироста составлял 36,8%. К концу 2007 года уровень рыночного проникновения достиг 730 карточек на 100 000 жителей. В 2006 году этот показатель равнялся 530 карточкам на 100 000 россиян. В 2007 году впервые за всю историю существования карточного рынка в России общее количество находящихся в обращении банковских карточек превысило численность трудоспособного населения, которая в начале 2007 года составляла 81 млн. 150 тыс. человек.

Анализ современного состояния российского рынка пластиковых карт показывает, что "пластиковый" рынок расширяется невиданными темпами, выдавая в год по 100 процентов прироста. Однако, мировой экономический кризис внес свои коррективы – сейчас банки меняют маркетинговую политику по отношению к клиентам – физическим лицам. В большинстве банков повысилось число отказов, особенно молодым клиентам и клиентам, работающим в сферах, наиболее чувствительных к кризису (строительство, финансы и т.д.). Из-за действий банков начало лихорадить ритейлеров. Пошли массовые увольнения. Часть банков меняют владельцев, а часть – теряют лицензии.

Оптимистически настроенные финансовые эксперты утверждают, что кризиса как такового (системного кризиса) в карточной платежной системе нет, а пессимисты прогнозируют существенное сокращение рынка кредитных карт, полагая, что зарплатные проекты коммерческих банков "свернутся" на 50% -70%, поскольку они привязывались к расчетно-кассовому и кредитному обслуживанию. У негосударственных банков и филиалов, а также "дочек" иностранных банков свернутся ритейловые проекты: в условиях кризиса никто не будет платить лишнее.

Библиографический список

1. Положение Банка России от 24 декабря 2004 № 266-П «Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт.
2. Косова Ю.В. Пластиковые карты как инструмент международных платежных систем. Монография. – М., 2003.
3. Пора удалить по клиентам // Мир карточек, 2009, №2.
4. Андреев А. А., Морозов А. Г., Равкин Д. Я. – М.: БАНКЦЕНТР,1995,
5. Афонина С. В. Электронные деньги. – СПб: Питер, 2001.
6. Быстров А. В., Воронин А. С., Гамольский А. Ю. и др. Пластиковые карты. – М.: БДЦ-пресс, 2005.
7. Тедеев А. А. Электронные банковские услуги. – М.: ЭКСМО, 2005.
8. Феоклистов И. А. Пластиковые карты. – М.: Гросс-Медиа, 2006.
9. Юрасов А.В. Электронная коммерция. – М.: Дело, 2004.
10. 10.<http://lentalux.ru/2007/11/10/moskovskaja-konferencija-rynok.html> («Московская конференция «Рынок пластиковых карт»).
11. 11.<http://www.cnews.ru/news/line/index.shtml?2007/12/11/278888> («В Москве прошла конференция «рынок пластиковых карт», Телеком Бизнес от 11.12.07).
12. 12.<http://www.finansm.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=12> (Олег Смородинов «Современное состояние российского рынка банковских карточек»).
13. 13.<http://www.finansm.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=169&Itemid=12> (Олег Смородинов «Карточный рынок России в цифрах»).
14. <http://www.gks.ru>.
15. <http://www.liveretail.ru/articles.php?id=413> («Эквайринг. Перспективы российского рынка», Юлия Самойлова от 14 июля 2008 года).
16. 16.<http://www.prostobank.ua/plastikovye_karty/stati/krizis_krizisom_a_plastik_rabotaet_opyt_rossii> (Алексеев Сергей «Кризис, кризисом, а пластик - работает! (опыт России)» от 02.03.09).
17. http://www.rbc.ru.

1. Эмбоссирование – нанесение текста на карту путем выдавливания пластика. Обычно используется для нанесения номера или имени владельца карты. Выдавленный текст может быть покрашен в цвет, отличный от цвета пластика, в том числе золотистый или серебристый [↑](#footnote-ref-1)
2. От англ. сharge – заряд.. Карта как бы заряжается на определённую сумму, в пределах которой её держатель может кредитоваться. [↑](#footnote-ref-2)
3. Овердрафт – это предоставление заемщику (юридическому лицу) денежных средств, путем кредитования банком его расчетного счета, при недостаточности или отсутствии на счете денежных средств, с целью оплаты его расчетных документов. Английское слово overdraft в переводе на русский означает — "перерасход". [↑](#footnote-ref-3)
4. Коэрцитивность – технический термин, характеризующий силу магнитного поля, требующегося для записи данных на карту. Чем выше коэрцитивность магнитной полосы, тем более карта защищена от случайного стирания данных (в результате соседства с сотовым телефоном, телевизором, динамиком и т.д.) и, соответственно, дольше служит. Различают магнитные полосы низкой коэрцитивности (Lo-Co), средней коэрцитивности (Me-Co) и высокой коэрцитивности (Hi-Co). [↑](#footnote-ref-4)
5. Полоса для подписи – полоса специального материала, на которой владелец карты расписывается (шариковой ручкой) для последующего сравнения подписи. [↑](#footnote-ref-5)
6. <http://lentalux.ru/2007/11/10/moskovskaja-konferencija-rynok.html> («Московская конференция «Рынок пластиковых карт») [↑](#footnote-ref-6)
7. Эквайринг (Acquiring) — прием к оплате платежных карт в качестве средства оплаты товара, работ, услуг. Осуществляется уполномоченным банком-эквайером путем установки платежного терминала (POS (Point Of Sale — англ. точка продажи) -терминал) или импринтера в предприятиях торговли (услуг) для проведения операций, совершаемых с использованием банковских карт. Существует также Интернет-эквайринг — прием к оплате карт через Интернет с использованием специально разработаного web-интерфейса, позволяющего провести расчеты в интернет-магазинах. [↑](#footnote-ref-7)
8. <http://www.cnews.ru/news/line/index.shtml?2007/12/11/278888> («В Москве прошла конференция «рынок пластиковых карт», Телеком Бизнес от 11.12.07) [↑](#footnote-ref-8)
9. <http://www.liveretail.ru/articles.php?id=413> («Эквайринг. Перспективы российского рынка», Юлия Самойлова от 14 июля 2008 года) [↑](#footnote-ref-9)
10. <http://www.finans-m.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=12> (Олег Смородинов «Современное состояние российского рынка банковских карточек») [↑](#footnote-ref-10)
11. <http://www.finans-m.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=12> (Олег Смородинов «Современное состояние российского рынка банковских карточек») [↑](#footnote-ref-11)
12. http://www.gks.ru [↑](#footnote-ref-12)
13. Транзакция - совокупность операций взаимодействия держателя карточки с процессинговым центром при осуществлении платежа по карточке или при получении наличности. [↑](#footnote-ref-13)
14. Источник: Банк России [↑](#footnote-ref-14)
15. <http://www.finans-m.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=169&Itemid=12> (Олег Смородинов «Карточный рынок России в цифрах») [↑](#footnote-ref-15)
16. Источник: РБК.Рейтинг [↑](#footnote-ref-16)
17. <http://www.prostobank.ua/plastikovye_karty/stati/krizis_krizisom_a_plastik_rabotaet_opyt_rossii> (Алексеев Сергей «Кризис, кризисом, а пластик - работает! (опыт России)» от 02.03.09) [↑](#footnote-ref-17)
18. Ритейлер - предприятие розничной торговли (как правило, под ритейлером сейчас понимают сетевое предприятие, включающее в себя несколько магазинов). [↑](#footnote-ref-18)
19. Пора ударить по клиентам // Мир Карточек , 2009, №02. [↑](#footnote-ref-19)