

КРАТКИЙ ЭКСКУРС В ИСТОРИЮ ПЛАТЕЖНЫХ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ

Символической точкой отсчета в мировой истории пластиковых карт принято считать встречу внука основателя одного из крупнейших американских универмагов Альфреда Блумингдейла, главы небольшой финансовой компании Hamilton Credit Corporation Фрэнка Макнамары и юриста этой компании Ральфа Шнайдера, которая случилась в 1949 г. в одном из ресторанов Манхэттена (Нью-Йорк, США). В результате этой дружеской беседы за столом и появилась на свет карточка Diners Club — первая массовая платежная карточка в мире как считают многие исследователи. Что именно подсказало друзьям идею выпуска платежной карты — на этот счет история не дает однозначного ответа. По одной версии это был опыт некоего американца, позволявшего знакомым за определенный процент пользоваться его счетом в банке для оплаты покупок, по другой — опыт японских предприятий, которые после окончания Второй мировой войны, когда Япония оказалась в кризисной ситуации, выдавали сотрудникам сначала «расписки», по которым люди могли получить в определенных магазинах и столовых товары и продукты в счет будущей зарплаты, а потом вместо расписок ставшие выдавать картонные карточки¹. Вполне возможно, что на самом деле процесс открытия платежных карт как любого другого открытия протекал одновременно и независимо как в США, так и в Японии, а возможно и еще в какой-либо стране, как это часто бывает в мировой истории. Так или иначе, но именно *карта Diners Club стала первой массовой платежной карточкой*².

Первоначально карточки DC предназначались для расчетов за обеды (что и следует из названия карты), причем расчеты эти производились в кредит, но очень быстро карточка стала универсальной, т. е. предназначенной

¹ Согласно «японской версии» в 1949 г. вице-президент одной крупной японской компании, выпускавшей такие карточки, посетил США, где познакомился и провел деловые переговоры с Фрэнком МакНамарой, на которых, в частности, и рассказал ему о необычных картонных карточках, которые используются в Японии.

² Случаи выдачи американскими магазинами своим клиентам специальных карточек имели место и значительно раньше. Например, еще 1914 г. фирма General Petroleum Corporation of California предлагала своим клиентам карточки, которые использовались для оплаты бензина и предоставляли клиентам скидки.



для расчетов за товары, для получения наличных. Таким образом, первая карточка, получившая широкое распространение, была платежной, кредитной и небанковской (стоит, наверное, еще добавить, что первая платежная карточка была еще и не пластиковой, а картонной³).

Вслед за DC на массовый американский рынок успешно вышла компания American Express, а затем и многие американские банки со своими локальными карточными продуктами (в том числе два крупнейших на тот момент банка США — Bank of America и Chase Manhattan Bank). В итоге целого ряда достаточно сложных процессов слияний карточных программ различных американских банков, поглощений одних карточных программ другими, уже во второй половине 70-х годов XX в. и были созданы Visa International и Master Card Nord Wide — две крупнейшие на сегодня международные платежные системы на карточках. Это далеко не единственные существующие в мире платежные системы. Практически в каждой из развитых стран есть масштабные национальные карточные проекты, но ни одна из этих платежных систем пока не вышла за национальные рамки.

Современная история появления пластиковых карт в России не содержит такого живописного, запоминающегося эпизода с дружеским застольем в ресторане как в случае с Diners Club. Вместе с тем эта, пока еще достаточно краткая история, была и очень динамичной, и моментами драматичной.

Первой платежной карточкой, появившейся в России (тогда еще — в СССР), видимо следует считать карту международной платежной системы Diners Club. Именно эти карты стали приниматься в системе магазинов «Березка» в 1969 г. А спустя почти двадцать лет, в 1988 г. спортсменам советской Олимпийской сборной, направлявшейся для участия в Олимпийских играх в Сеуле, впервые были выданы карты другой международной платежной системы — Visa. Но большого распространения международные карты по понятным причинам тогда не получили. И только после начала формирования в России системы коммерческих банков (точкой отсчета этого можно считать принятие Федерального закона от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (в ред. Федеральных законов от 3 февраля 1996 г. № 17-ФЗ, от 31 июля 1998 г. № 151-ФЗ, от 5 июля 1999 г. № 126-ФЗ, от 8 июля 1999 г. № 136-ФЗ, от 19 июня 2001 г. № 82-ФЗ, от 7 августа 2001 г. № 121-ФЗ, от 21 марта 2002 г. № 31-ФЗ, от 30 июня 2003 г. № 86-ФЗ, от 8 декабря 2003 г. № 169-ФЗ, от 23 декабря 2003 г. № 181-ФЗ, от 23 декабря 2003 г. № 185-ФЗ, от 29 июня 2004 г. № 58-ФЗ, от 29 июля 2004 г. № 97-ФЗ, от 2 ноября 2004 г. № 127-ФЗ, от 29 декабря 2004 г. № 192-ФЗ, от 30 декабря 2004 г. № 219-ФЗ,

³ Первые пластиковые карты DC выпустила в 1961 г.

от 21 июля 2005 г. № 106-ФЗ, от 2 февраля 2006 г. № 19-ФЗ, от 3 мая 2006 г. № 60-ФЗ, от 27 июля 2006 г. № 140-ФЗ, от 18 декабря 2006 г. № 231-ФЗ, от 29 декабря 2006 г. № 246-ФЗ, от 17 мая 2007 г. № 83-ФЗ, от 24 июля 2007 г. № 214-ФЗ, от 2 октября 2007 г. № 225-ФЗ, от 2 ноября 2007 г. № 248-ФЗ, от 4 декабря 2007 г. № 325-ФЗ, от 3 марта 2008 г. № 20-ФЗ, с изм., внесенными Постановлением Конституционного Суда РФ от 23 февраля 1999 г. № 4-П, Федеральным законом от 8 июля 1999 г. № 144-ФЗ) (далее — Федеральный закон № 395-1)) у банковских пластиковых карт как платежного инструмента, ориентированного на держателей — частных лиц, появилось в России большое будущее.

В 1993 г. в России были созданы такие платежные системы на картах как STB Card (расчетный банк — Столичный) и Union Card (расчетный банк — ОАО «Автобанк»), которые быстро стали лидерами рынка пластиковых карт и долгое время таковыми оставались. Обе платежные системы активно вышли на рынок, заключая с банками договоры на выпуск своих карт один за другим. В результате по состоянию на 1998 г. банками-участниками Union Card стали порядка 180 банков, за сотню переваливало количество участников STB Card. Причем в некотором смысле российский рынок был поделен — Union Card имела преобладание в регионах, STB Card — в Москве.

Следует отметить, что карточки этих двух платежных систем (да и большинства других, в том числе — международных) в то время были с магнитной полосой. Перспектива массового выпуска карт с микросхемой (чиповых карт) международными платежными системами, а тем более — выработка ими единого стандарта EMV⁴, была еще неясной. В России по состоянию на середину девяностых годов прошлого века ситуация с чиповыми картами тоже была непростой. С одной стороны сразу несколько компаний-разработчиков стали предлагать свои решения для построения платежных систем, основанных на чиповых картах (компания «СканТек», BGS SmartcardSystems AG⁵, ЦФТ и целый ряд других). Российские банки стали реализовывать на основе их решений локальные платежные системы, в том числе — на базе крупных промышленных предприятий, выпуская десятки тысяч карт (как правило —

⁴ Стандарт EMV (EuroPay/MasterCard/Visa) — единый стандарт для чиповой карты международных платежных систем, выработанный в 1996 году, но активно внедряемый лишь с начала XXI в.

⁵ В середине 90-х годов XX в. — BGS Industrial.



в рамках зарплатных проектов). С другой стороны, существовала та же проблема — отсутствие единого стандарта. В результате карточки каждой платежной системы при всей их функциональной мощности принимались к оплате только в пределах одной платежной системы. Среди платежных систем на основе карт с микросхемами в своем развитии наиболее преуспели две — Сберкарт (проект Сбербанка) и «Золотая Корона»⁶, которые (каждая своим путем) сумели выйти за пределы одного региона и стать, если и не национальными по значению, то общероссийскими по степени охвата регионов.

К сожалению, экономическая и политическая ситуация в России не всегда была благоприятна для развития такого тонкого высокотехнологичного платежного инструмента как платежная карта. После кризиса 1998 г. сначала STB Card, а затем и Union Card уступили свои лидирующие позиции на рынке банковских платежных карт. Вместе с тем, российские платежные системы остаются серьезными игроками на карточном рынке, конкурируя с карточками международных платежных систем⁷.

Остановимся на некоторых исторических аспектах развития карточного бизнеса российских банков.

Итак, первые пластиковые карты появились в России в начале 90-х годов XX в. и были по сути своей банковскими платежными инструментами. К тому времени банковские пластиковые карты уже были широко распространены на Западе, но для России это было новшество (как, впрочем, и сами коммерческие банки). Для рядового советского человека, привыкшего расплачиваться за товары исключительно наличными рублями, банковская карта, позволявшая рассчитываться безналичным способом, получать зарплату не в бухгалтерии в определенный день из маленького зарешеченного окошечка, а через банкомат, была еще и символом комфортной жизни, организованной по западным стандартам. Наверно поэтому в первые годы банковского бума в России одно только появление в арсенале банка пластиковых карт воспринималось клиентами как символ западных стандартов банковского обслуживания (что далеко не всегда было так, конечно). Не стоит забывать и о том, что сами владельцы банков, топ-менеджеры — те люди, кто создавал в России банковскую систему, в большинстве своем были в недалеком прошлом такими же рядовыми советскими людьми — сотрудниками научно-исследовательских

⁶ Заметим, что в платежной системе «Золотая Корона» наряду с микропроцессорными картами в рамках единой инфраструктуры задействованы и карты с магнитной полосой.

⁷ Так, Union Card по данным ФАС до сих пор занимает на рынке второе место, контролируя по объему совершенных операций 21,38% российского рынка пластиковых карт (первое место занимает Visa — 40,25%, третье — Сберкарт с 20,5%).

институтов, офицерами, партийными, комсомольскими работниками. Они испытывали своеобразное чувство гордости, что их банк предлагает клиентам не только стандартный кредит на расширение производства, но и «настоящие» банковские карточки.

Психологические мотивы были очень важны на начальном этапе появления и распространения пластиковых карточек в России, поскольку объективных предпосылок для их массового распространения не было. Даже в крупных городах отсутствовала развитая инфраструктура приема и обслуживания карт. Магазинов, принимающих карты к оплате, было немного, в основном это были крупные супермаркеты, рассчитанные на обслуживание определенного, очень узкого контингента состоятельных клиентов. Банкоматы были большой редкостью — они только начали появляться на крупных предприятиях в рамках зарплатных проектов, в некоторых отделениях банков. При этом отсутствовала единая банкоматная сеть приема карточек (в первую очередь это относилось к так называемым локальным карточкам).

Отсутствовала и такая важная предпосылка как определенный уровень культуры пользования пластиковыми картами для безналичных расчетов, у клиентов-держателей карт отсутствовал навык расплачиваться за покупки с использованием карты. Так, вполне распространенной была ситуация, когда держатель зарплатной карточки обналичивал через банкомат зачисленную на карту зарплату, а потом шел в магазин, где была возможность оплатить покупки карточкой, и расплачивался наличными.

Но не только «карточная культура» клиентов была низкой — культура организации пластикового бизнеса в самих банках тоже была невысокой. Клиент, пришедший получить карточку, частенько вместо четких, отлаженных действий сотрудника банка, мог наблюдать за стойкой паническую суету операционистки, которую недавно перевели из бухгалтерии на обслуживание карточек. Из одной папки ей нужно было достать бланк заявления на выпуск карты, из другой — бланк договора на выпуск и обслуживание карточки, из третьей — например, бланк поручения на зачисление на карту рублевой зарплаты, из четвертой — заявление на конвертацию рублевых денежных средств в валюту (если карточка была валютной) и т. д. Все эти бумаги клиенту нужно было заполнить самостоятельно и без ошибок. В магазине, принимающем карты к оплате, клиента тоже порой ждали неприятности. Например, из-за помех на телефонной линии, могла отсутствовать связь POS-терминала



с центром авторизации, так что разрешение на совершение платежа получить было невозможно по техническим причинам (хотя деньги на карточном счете в банке были). Или другая вполне распространенная ситуация, — кассир, который принимал у клиента карту для оплаты товара, элементарно не умел обращаться с POS-терминалом или импринтером, в результате минутная операция оплаты карточкой могла отнять у всех вольных и невольных участников процедуры — держателя карты, кассира, других покупателей, стоящих в очереди к кассе — неопределенное количество времени.

Несмотря на все перечисленные сложности, банковские платежные карты с момента их появления в России получали все большее распространение. Российские банки нашли простой и правильный путь к их массовому распространению — зарплатные проекты. Суть зарплатных проектов проста — между банком и предприятием заключается договор, согласно которому банк открывает работникам предприятия специальные карточные счета, выдает им банковские карты, а предприятие перечисляет в банк зарплату своих работников (для зачисления на открытые карточные счета). В результате банк получал в свое распоряжение остатки на карточных счетах, которые в случае крупных предприятий становились существенным дополнительным источником ресурсов, а предприятие экономило на упрощении процедуры выдачи зарплаты, уменьшении расходов на кассовых работников и ряд других преимуществ (в зависимости от типа зарплатного проекта). Разумеется, банк брал на себя обязательство организовать выдачу наличных по картам. Способов выдачи наличных могло быть несколько — установка банкомата на территории предприятия (для крупных предприятий), организация выдачи наличных по картам в дни выдачи зарплаты (выезд на предприятие сотрудников банка с импринтерами и слипами — для малых и средних предприятий), выдача наличных в помещении банка (если предприятие и банк находились рядом).

Карты, выданные в рамках зарплатных проектов, конечно, в основном использовались для обналичивания и первые годы мало способствовали расширению сферы безналичных расчетов. Тем не менее, сам факт, что на руках у населения находилось все больше банковских карточек, оказывал определенное давление на рынок, способствовал расширению сети обслуживающих карты магазинов, ресторанов, пунктов выдачи наличных.

Большие возможности для реализации многофункциональных зарплатных проектов давали карты с микропроцессором, которые в середине 90-х годов XX в. получили в России широкое распространение. С помощью чиповых карт на крупном предприятии уже в середине 90-х годов XX в. возможно было реализовать локальные платежные системы. И такие локальные платежные системы действительно были созданы на промышленных предприятиях, особенно на Урале, в Сибири и других

крупных промышленных регионах России. Работники предприятий с помощью таких карт могли не только получать зарплату в банкоматах, но и безналичным способом рассчитываться за обеды в заводских столовых, за коммунальные услуги и даже в магазинах за товары повседневного быта — когда речь шла о крупном градообразующем предприятии, торговые терминалы часто устанавливались и в магазинах города. Надо сказать, что такая возможность безналичного начисления зарплаты и последующих безналичных расчетов за потребительские товары, была очень востребована в России середины 90-х годов XX в. поскольку обычным явлением в регионах был острый дефицит наличности. Многие крупные предприятия даже были вынуждены пойти на экстраординарные меры — выпуск денежных суррогатов, которые в обиходе назывались «фантиками». Вот этими «фантиками» люди получали зарплату, ими рассчитывались в столовых предприятия за обеды и даже в магазинах за товары. В этой кризисной ситуации, которая по степени «кризисности» была вполне сравнима с послевоенной — будь то в России, Японии или Германии, карты с чипом оказались как нельзя кстати — они помогли вытеснить денежные суррогаты, расширив сферу безналичных расчетов.

Другим важным клиентским сегментом — потенциальными держателями карт в новейшей истории России стали, конечно же, туристы. После того, как бывшие граждане Советского Союза получили возможность выезжать за границу, без особых проблем оформив паспорт в ближайшем ОВИРе, миллионы россиян воспользовались этой возможностью. Естественно, что в этом клиентском сегменте пользовались спросом карточки международных платежных систем. Туристы быстро оценили удобства пользования международной карточкой — возможность снять наличные в валюте страны пребывания (причем, часто по лучшему обменному курсу, чем менять наличные доллары, к примеру), удобство и скидки при расчетах за прокат автомобилей и т. д.

На начальном этапе российские банки выдавали карточки международных платежных систем с большой осмотрительностью и на достаточно жестких условиях. В середине 90-х годов XX в. в тарифах по выдаче и обслуживанию пластиковой карточки международной платежной системы любого банка обязательно присутствовала такая позиция как «страховой депозит» или «гарантийное покрытие». Как известно, страховой депозит — это сумма, размещаемая на отдельном счете клиента (ее размер зависит от платежного лимита по карте), которая не доступна клиенту для расчетов с использованием выданной ему карты и возвращается



клиенту только в случае закрытия карточного счета. Предполагается, что страховой депозит в определенной степени гарантирует банк от овердрафта по специальному карточному счету (СКС)⁸. Фактически же, это были дополнительно привлекаемые банком денежные средства клиента, причем приличного размера и к тому же размещаемые в банке под пониженный процент (под предлогом, что это специальный депозит — страховой). Достаточно высокой (2–3%) была на начальной стадии и комиссия за обслуживание по карте (снятие наличных в чужих банкоматах «каралось» еще большей комиссией). Плата за годовое обслуживание была тоже немаленькой. Так, за Visa Classic, или продукт того же ряда — Master Card Mass, годовая плата была на уровне 40–50 долл. США, а для таких карточных продуктов, считавшихся элитными, как Visa Gold или Master Card Gold — на уровне 100–120 долл. США. Даже за продукты класса Electron порой взималась плата на уровне 10 условных единиц⁹.

Описанная выше ситуация была нормальной на начальном этапе, когда российских банков, выпускающих карты международных платежных систем было немного, а желающих получить их для поездки за границу достаточно. Ситуация стала меняться, когда все больше российских банков получили возможность распространять карты среди своих клиентов на правах агентов.

Очень скоро российские банки — полноправные (*principal member*) члены международных платежных систем открыли для себя новый бизнес — распространение своих карт через банки — агенты. При распространении карт по агентской схеме, банк-агент, заключив специальный договор с банком-эмитентом, получал право распространять среди своих клиентов карточки этого банка. Здесь следует подчеркнуть, что с точки зрения международных платежных систем российский банк-агент не был эмитентом карт, поскольку не имел никаких договоров с платежными системами, не являлся их членом. Более того — платежные системы могли не подозревать о его существовании, поскольку с их точки зрения все выпущенные банком-агентом карты являлись картами банка-эмитента. Что касается позиции Центрального банка РФ, тут ситуация была несколько иная. В соответствии с нормативным документом Банка России¹⁰ банк-агент считался эмитентом карт, если

⁸ Гарантийное покрытие практикуют российские банки и сейчас, но многие уже давно отказались от него, в особенности для стандартных карточных продуктов.

⁹ По состоянию на конец 2004 г., стоимость годового обслуживания стандартных карточек Visa Classic MasterCard Mass существенно снизилась и в среднем составляет 20–30 долл. США (в рамках рекламных компаний банков во время туристических сезонов порой и бесплатно), карточки класса Gold стоят в среднем порядка 60–80 долл. США, Electron — 5 долл. США или бесплатно.

¹⁰ Положение ЦБ РФ от 9 апреля 1998 г. № 23-П «Положение о порядке эмиссии кредитными организациями банковских карт и осуществления расчетов по операциям, совершаемым с их использованием» (в настоящее время не действует) // Вестник Банка России. 1998. № 23. 15 апр.

в банке-агенте открывались и велись карточные счета клиентов. Поскольку некоторые банки — полноправные члены международных систем предоставляли своим агентам такую возможность, а некоторые — нет, то именно в соответствии с этим критерием Банк России и определял, является банк-агент эмитентом или нет.

Перед клиентами банки-агенты, как правило, не афишировали свою посредническую роль. Клиентам всегда объявлялось, что банк эмитирует международные карточки, даже если на самом деле банк-агент всего лишь принимал наличные от клиентов и перечислял их в банк-эмитент на специальные карточные счета. В любом случае — велись карточные счета у агента, или у эмитента — все расчеты между банками по операциям с выданными карточками производились через корреспондентские счета, открытые в банке-эмитенте (таких счетов могло быть несколько — расчетный рублевый, расчетный валютный, специальный корсчет со страховым депозитом).

В процессе развития агентского бизнеса некоторые банки пошли на создание специальных партнерских программ (например, программа «Альянс» Мост-Банка). В этом случае банки-агенты получили возможность выпускать карты нейтрального дизайна, содержащего наименование программы, и с указанием с названия банка-агента.

Следует отметить, что на определенном этапе бурное развитие агентских схем в России стало вызывать беспокойство у Visa. Данная платежная система стала вести планомерную целенаправленную работу по выявлению таких неофициальных «эмитентов» и приданию им официального статуса в рамках своей платежной системы. Связано это было с двумя важными факторами. Во-первых, законное беспокойство у Visa вызывал рост числа неофициальных участников платежной системы, которые активно пользовались престижным международным брендом и фактически ничего не платили за это. И, во-вторых, что тоже было существенно, этот рост «банков-неплательщиков» привел к реальному снижению уровня сервиса держателей карточек. И вот, примерно со второй половине 90-х годов у банков-эмитентов появились программы, позволявшие банкам-агентам вступать в международные платежные системы на правах ассоциированных членов при спонсорстве полноправных членов. Агентские же схемы (по крайней мере по линии Visa) фактически сошли на нет.

К 2005 г., в итоге более чем десятилетнего развития карточного бизнеса в российских банках, во-первых, существенно снизились тарифы



на получение и обслуживание всех видов карт (показателен хотя бы пример с картами класса Electron — в рамках зарплатных проектов, да и не только, они давно уже выдаются бесплатно). Во-вторых — расширился продуктовый ряд (в этом ряду появились и заняли прочное место полноценные кредитные карты — «кредитки» — в некотором роде, заветная мечта советского обывателя). В-третьих, расширилась сфера применения карточек — банки стали выпускать карты в рамках так называемых кобрендинговых или совместных с не банковскими компаниями программ — сетями торговых магазинов, авиакомпаниями, ресторанами. И, в-четвертых, сам карточный бизнес в российских банках по уровню своей организации стал более унифицированным, эффективным и дружественным по отношению к держателю карты и даже к «клиентам с улицы», а бурное развитие потребительского кредитования привело к тому, что во многих крупных магазинах банки стали размещать небольшие офисы, в которых покупателям магазина кредитная карта оформляется и выдается в течении пятнадцати-двадцати минут.