

НОВЫЕ КНИГИ

В. В. Радаев

Раздайте карты, господа!¹

Рецензия на книгу: Гусева А. 2012. *Карты в руки. Зарождение рынка банковских карт в постсоветской России*. М.: Изд. дом ВШЭ (серия «Социальная теория»).



РАДАЕВ Вадим Валерьевич — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической социологии, первый проректор ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: radaev@hse.ru



Когда мы познакомились с Алей Гусевой, автором книги, о которой пойдёт речь, в далёком, как теперь кажется, 1998 г., и она рассказала о том, что проводит исследование рынка кредитных карт в России, я подумал: «Какие странные темы всё-таки иногда выбирают американцы! Вокруг столько бурлящих котлов, а здесь даже и объекта толком нет. Ведь рынок пластиковых карт в России практически отсутствует, а кредитных карт просто кот наплакал. Что здесь изучать?». Добавлю, что именно в этот год моя первая личная банковская карта превратилась в мусор после банкротства Инкомбанка, ранее вручившего её мне, как держателю счёта, после многозначительной недельной проверки.

Однако, по здравому размышлению и по мере развития этого исследовательского проекта, за которым я имел возможность наблюдать лишь вполглаза, моё первоначально скептическое мнение изменилось на диаметрально противоположное. И замысел исследования действительно оказался вполне перспективным. Речь шла о рынке, который зарождался буквально на наших глазах, и исследователю выпадал редкий шанс проследить его формирование фактически с нуля. Сегодня, по истечении многих лет, приходится лишь сожалеть о том, что многими такими возможностями экономисты и социологи в своё время так и не воспользовались. Например, чрезвычайно интересно было бы проследить волнообразное вхождение в нашу жизнь сотовых телефонов, показать, как с возникновением нового рынка меняется процесс социальной коммуникации. И очень жаль, что эта возможность была упущена. А вот Аля Гусева своего шанса не упустила. И вот сегодня перед нами весьма обстоятельное исследование того, как в родном Отечестве происходило формирование этого нового специфического рынка — пластиковых карт. Добавим, что оно опирается на интервью и архивные данные, собранные в России в два этапа: в 1998–1999 гг. и в 2003–2005 гг. Сама же книга посвящена особенностям формирования российского рынка и тому, как эволюционировали институциональные механизмы, обеспечивающие его развитие.

При редактировании перевода пришлось столкнуться с некоторыми сложностями, одна из которых была связана с названием книги. Дословно её название — «Into the Red» — переводится так: «Входя в красную зону». Это выражение имеет два значения — политический и бухгалтерский. Политическая коннотация более очевидна, она указывает на проникновение

¹ Русский перевод книги готовится к изданию. *Источник*: Guseva A. 2008. *Into the Red: the Birth of the Credit Card Market in Postcommunist Russia*. Stanford: Stanford University Press.

рынка в Россию и другие постсоциалистические страны (в бывшую «красную зону»). С бухгалтерской терминологией знакомы далеко не все, поэтому следует пояснить, что под «красной зоной» понимается появление непогашенной задолженности. В итоге название было заменено на более понятное и менее депрессивное: «Карты в руки».

Итак, в чем же заключается проблема? Приступая к созданию данного рынка, банки и финансовые организации в любой стране должны справиться с двумя источниками напряжения — неопределённостью в отношении кредитоспособности потенциальных держателей карт и комплементарностью, связанной с необходимостью одновременно увеличивать число держателей банковских карт и количество торговых предприятий, принимающих эти карты к оплате. Особенно сложным оказывается старт данного рынка, когда необходимо разорвать замкнутый круг малого числа держателей карт и малого количества устройств по их приёму.

Автор книги начинает свою историю с опыта США, где число держателей карт увеличили путём «ковровых бомбардировок», буквально раздавая эти карты миллионами населению прямо на улицах, а возникшую проблему неопределённости решали путём введения скоринговых моделей, позволяющих рассчитывать вероятность дефолта по кредиту, и путём создания кредитных бюро, производящих предварительную оценку кредитоспособности потенциального обладателя карты. Это позволило сформировать эффективный рынок, хотя последующие финансовые кризисы показали не слишком высокую надёжность этих систем.

Развитие российского рынка банковских карт происходило отнюдь не по импортированной схеме, демонстрируя зависимость от советского прошлого и в то же время удивительную изобретательность его участников. Всё началось в конце 1980-х с небольшого количества карт для высокопоставленных политических деятелей. Стали также выпускать карты для тщательно отбираемых клиентов из высокодоходных категорий, уже имеющих счета в банке-эмитенте. Этот элитарный подход решал проблему неопределённости через использование тесной сетевой связи с клиентом, но явно не способствовал увеличению числа держателей карт и созданию сколь-либо массового рынка. Требовались другие сетевые и организационные механизмы.

В такой ситуации поистине ключевую роль в продвижении банковских карт сыграли зарплатные проекты, основанные на массовом выпуске карт для работников крупных предприятий. В самом деле, договорившись с крупной организацией, банк избавлялся от мучительной и трудоёмкой работы по привлечению физических лиц, им теперь принудительно заводили банковские счета с последующим перечислением на них заработанных средств. И главное: банку не надо было беспокоиться о тщательности проверок каждого нового клиента и ломать голову по поводу того, обнаружится ли должник по указанному им ранее адресу, ибо он уже привязан к организации-партнёру.

Впрочем, обеспеченная таким образом массовость не привела к надлежащему эффекту, или — точнее — не обеспечила полной победы, поскольку подавляющая часть навязанных работникам зарплатных карт использовалась лишь для снятия денег, а не для платёжных операций. Вдобавок львиная доля выпущенных карт были не кредитными, а дебетовыми. Даже к началу 2012 г., несколько лет спустя после издания книги на английском языке, по данным Центрального банка России, из более чем 200 млн выпущенных банковских карт три четверти по-прежнему составляли расчётные карты (без овердрафта), связанные преимущественно с обслуживанием зарплатных проектов. Что же касается кредитных карт, то, например, в 2008–2012 гг. их число выросло в 1,7 раза, но при этом в общем количестве карт их доля даже уменьшилась — с 8,6 до 7,5%. А вначале 2000-х число кредитных карт было и вовсе минимальным, поэтому в это время в ход была пущена третья стратегия — зашли со стороны розничных продавцов, обеспечив чуть ли не мгновенную выдачу карт в рамках потребительского кредитования

при покупке предметов длительного пользования. Это ещё более расширило круг клиентов, которые стали втягиваться в платёжные операции, однако банки вновь вернулись к проблеме неопределённости, грозящей массовыми дефолтами и отложенными платежами. Кредитные же бюро, которые призваны решать подобные проблемы, развивались очень медленно. В результате из одной «красной» зоны советского прошлого мы рисковали попасть в другую «красную» зону, связанную с возрастающими задолженностями населения, всё более увлекаемого бурными потоками консюмеризма. И пусть на момент написания книги российский рынок сильно отставал от американского, где потребитель уже имел на руках в среднем четыре карты на человека против 0,4 карты у российского потребителя, необходимость формальной институционализации эффективной кредитной отчётности уже и тогда встала в полный рост.

К настоящему времени исследуемый в книге объект вполне сформировался, и даже известные своим консерватизмом российские старушки приучились обращаться с пластиковыми картами, на которые перечисляется их заслуженная пенсия. А молодёжь, похоже, уже вполне искренне не понимает, как их предки могли обходиться без таких карт. Тем не менее рынок ещё крайне далёк от развитого состояния, о чём красноречиво свидетельствуют некоторые цифры. Так, в начале 2012 г. почти 90% денежного потока, проходящего через банкоматы, являлось простым снятием денег со счетов, и лишь 10% было сопряжено с платежами, хотя, по данным Центрального банка России, по числу операций платежи достигли почти 40%. По-прежнему даже на рынке недвижимости и авторынке, где покупатели расплачиваются весьма солидными суммами, основная часть покупок совершается за наличные деньги. И даже при покупке бытовой техники и электроники в сетевых магазинах, по данным ведущей профильной ассоциации РАТЭК, к безналичным платежам прибегают лишь 20–25% клиентов, а используют при этом банковские карты и того меньше.

Кстати, использование карт в качестве платежного средства пока не слишком популярно даже среди передового отряда активных интернет-пользователей. По данным компании PricewaterhouseCoopers, проведенной в 2009 г. онлайн-исследование в городах-миллионниках, 80% респондентов когда-либо совершали покупку в интернет-магазине, но только 20% из них использовали для оплаты своих покупок кредитные карты, в то время как почти половина прибегали к системе интернет-платежей.

Итак, большинство обладателей пластиковых карт по-прежнему используют их как средство получения наличных денег, а не как средство платежа. Ситуация, конечно, меняется, но не так быстро, как хотелось бы банковским и торговым структурам. Заинтересованность банков в расширении этого вида безналичного оборота понятна: они хотят контролировать возрастающую часть денежных потоков. Но в этом кровно заинтересованы и торговые сети, которые недовольны существованием множества мелких фирм, оперирующих почти исключительно наличными платежами.

В связи с этим приведём ещё один актуальный пример. В 2010 г. в рамках Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ по заказу Ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники РАТЭК мы реализовали проект по изучению интернет-торговли бытовой техникой и электроникой². В том числе мы обследовали «ценовое дно» рынка, проанализировав сайты сотни интернет-магазинов, которые выставляли на тот момент минимальные цены на рынке. Все эти фирмы использовали преимущественно наличные платежи, совершавшиеся при курьерской доставке товара. А услугу платежей с помощью банковских карт предлагали покупателям лишь 4% таких операторов. И дело не только в экономии издержек, сопряжённых с применением безналичных платежей. Использование неучтённого («чёрного») нала для многих операторов превратилось в побочный (и весьма выгодный) бизнес, который продолжает существовать, несмотря на все ограничения и попытки государства подавить теневую экономику. Так что не случайно ведущие

² См.: Радаев В. В. и др. 2010. Особенности и тенденции развития интернет-торговли (на примере рынка бытовой техники и электроники). Серия «Аналитика ЛЭСИ». 6. М.: Изд. дом ВШЭ. URL: <http://www.hse.ru/mag/analytics/2010--6.html>

торговые компании предлагают расширять зону безналичных платежей, ибо они рассчитывают выдвинуть с рынка этих мелких (и зачастую не слишком добросовестных) конкурентов. Например, совсем недавно, в 2011 г., было выдвинуто предложение о полном запрещении приёма наличных платежей интернет-магазинами. Ввиду своей чрезмерной радикальности и противоречия Гражданскому кодексу это предложение не получило поддержки. Но разговоры о том, что операторов розничной торговли следует обязать принимать к оплате (наряду с наличными деньгами) пластиковые карты, в том числе с использованием переносных POS-терминалов, ведутся весьма настойчиво.

Причины относительно медленного (или не столь быстрого, как хотелось бы) развития рынка безналичных платежей множественны и разнородны. Среди них в первую очередь упоминают неразвитость платежной инфраструктуры. Ещё одна важная причина видится в сохраняющемся недоверии населения. Это и недоверие к платёжным системам, подогреваемое постоянными известиями о стремительно распространяющихся практиках фишинга и разнообразных формах мошенничества с картами, а риски оказаться в числе жертв мошенников в России, похоже, растут быстрее самого рынка, при том что банки пока не в состоянии обеспечить держателям карт должный уровень безопасности. Но, на наш взгляд, более важно сохраняющееся недоверие ко многим торговым операторам, которые, что греха таить, далеко не всегда надёжны. Исследования ГФК-Русь показали, что уровень недоверия к продавцу товара в России примерно в два раза выше, чем недоверие к финансовым институтам, хранящим денежные средства.

Добавим к этому причины, о которых говорят куда менее охотно: коммерческий интерес банков-эмитентов и платежных систем, завышающих уровень межбанковской комиссии и торговой уступки (обычная стоимость эквайринга, то есть размер платежей за обслуживание безналичных платежей, в России даже для крупных торговых сетей составляет в 2012 г. 1,4–1,5% стоимости продаж, а в регионах и в отношении некрупных компаний она может достигать до 4%). Включим в причины неразвитости и относительную непрозрачность для рынка деятельности платёжных систем с необъяснимо длительными периодами зачисления платежей. Зачастую, чтобы вернуть деньги при отказе от покупки (например, при возврате авиабилета, купленного онлайн), приходится ждать целый месяц. Всё это не может не тормозить развитие рынка.

Актуальность данной проблемы очевидна для многих ведущих игроков. И ещё очень многое предстоит сделать для того, чтобы выстроить соответствующие институциональные механизмы. Необходимо введение стандартов обслуживания; нужно завоёвывать потребителя, постоянно разъясняя ему удобство безналичных платежей, привлекая его скидками и иными выгодными предложениями; не лишним будет и ужесточение наказания за мошеннические операции. Многие решения, как заведено в России, ассоциируются с вмешательством государства, которое должно что-то запретить и кого-то обязать. И государство постепенно активизируется. В частности, в июне 2011 г. президентом России был подписан Федеральный закон «О национальной платёжной системе», в котором определены общие требования к деятельности её операторов. Таким образом, в ближайшее время следует ожидать более стремительного, чем раньше, развития событий.

Однако, чтобы лучше понимать суть происходящих событий, крайне важно обратиться к истории, тем более что речь идёт буквально о вчерашнем дне, многое из которого перенесено в день сегодняшний. Именно в этом и окажет неоценимую помощь книга А. Гусевой. Рекомендую ее российскому читателю, мы очень рассчитываем на то, что она будет интересна отнюдь не только специалистам в финансовой сфере, поскольку в ней вскрываются более общие основы формирования нового рынка, возникающего из сложного сплетения технологий, сетевых связей и институциональных устройств. Специалистам же она должна помочь выработать необходимые рецепты, которые обеспечат столь желательный быстрый рост рынка пластиковых карт и при этом позволят избежать серьёзных потрясений и катаклизмов.