

Анализ рынка зарплатных проектов

Первушин В.А.¹

¹Первушин Владислав Александрович – магистрант Высшей школы экономики управления и права, кафедра финансов и кредита

vlad.vlad.pervushin@mail.ru

Северный (Арктический) Федеральный Университет им. М.В. Ломоносова, г. Архангельск

Настоящее положение на рынке пластиковых карт в нашей стране отличается от ситуации в других странах. Несмотря на проблемы, все большее число людей приобретает пластиковые карты и становится участниками системы банковских безналичных расчетов, которая развивается и набирает обороты. В данный момент существует большое количество услуг, предоставляемых банками своим клиентам. Одним из наиболее активно распространяющихся видов услуг является «зарплатный проект» [2].

Под «зарплатным проектом» понимается организованная банком система расчетных взаимоотношений: «Банк - организация - сотрудники организации - Банк». Одной из главных задач такой системы является обслуживание расчетов организации и ее сотрудников по заработной плате и другим выплатам социального характера [3].

Сотрудничество банков с организациями говорит, прежде всего, о том, что возможности зарплатных проектов дают преимущество и комфорт не только сотрудникам и организациям, где они работают, но и банкам, которые предоставляют подобную услугу. Именно поэтому эксперты говорят о дальнейших перспективах этого вида банковской деятельности [1].

Согласно данным международного исследовательского центра MARC от 2016 года доли банков на рынке зарплатных проектов распределяются в следующем порядке:

- 1) 49 % доли рынка принадлежит «Сбербанку»;
- 2) 10 % доли рынка принадлежит «ВТБ»;

- 3) 8 % доли рынка принадлежит «Газпромбанку»;
- 4) 4 % доли рынка принадлежит банку «Открытие»;
- 5) 2 % доли рынка принадлежит «Альфа-Банку»;
- 6) 2 % доли рынка принадлежит «Банку Москвы»;
- 7) 1 % доли рынка принадлежит «Райффайзен Банку» [5].

После анализа доли банков на рынке зарплатных проектов, были сделаны следующие выводы:

«Сбербанк» занимает 1 место на рынке зарплатных проектов, его лидирующая позиция обусловлена следующими факторами:

- более крупный объем бизнеса банка, развитая сеть офисов и банкоматов;
- наличием значительного количества бюджетных организаций, исторически обсуживающихся на зарплатном проекте;
- управленческими решениями руководителей коммерческих компаний, на основе принципов необходимости кредитования или исполнения уже существующих кредитных обязательств.

«ВТБ» занимает 2-е место по продажам зарплатных карт на рынке. Выбирая «ВТБ», клиенты руководствуются:

- надежностью банка с государственным участием;
- возможностью предоставления специальных условий как для рядовых сотрудников компании, так и индивидуального обслуживания руководителей и топ-менеджеров, принимающих решение о заключении договора на зарплатный проект;
- специализированными условиями по продуктам банка и комплексными финансовыми услугами в рамках зарплатных карт.

Другие банки, такие как «Газпромбанк», банк «Открытие», «Альфа-Банк», «Банк Москвы» и «Райффайзен Банк» занимают менее значительную долю на рынке зарплатных проектов.

Из ключевых причин можно отметить следующее:

- бизнес-стратегия этих банков, в большей степени нацелена на развитие корпоративного блока, нежели розничного (т.е. работа с компаниями как клиентами, а не физическими лицами);
- меньшая инфраструктура (количество офисов и банкоматная сеть);
- участие в уставном капитале физических лиц и компаний-нерезидентов, что значительно ограничивает их выбор со стороны бюджетных организаций, силовых ведомств, представителей оборонного комплекса и др.;
- отсутствие комплексной линейки продуктов для физических лиц (кредитование, удобный онлайн сервис, программы лояльности, Cash-back и др.);
- отсутствие модели кредитования физических лиц, гибкой к восприятию изменений тенденций рынка с целью сохранения прибыли (риск-менеджмент).

Можно сделать вывод, что Банки, которым принадлежит меньшая доля, нуждаются в усовершенствовании системы зарплатных проектов.

Привлечение на зарплатный проект – это потенциал для будущего кредитования сотрудников многих организаций. Поэтому любой вводимый сервис - это фактически осуществляемая инвестиция с целью привлечения или удержания Клиента. Привлечение зарплатного Клиента на кредитование для банка обходится в 10 раз дешевле обычного, ввиду того, что, как правило, люди кредитуются там, где получают зарплату (удобство подачи документов и списания платежа с зарплатной карты). А с целью стимулирования клиентских активностей достаточно в большей степени использовать sms – информирование или уведомлений онлайн [4].

Согласно данной концепции развития бизнеса предоставляется возможность сформулировать перечень мероприятий, реализация которых позволит уравновесить рынок зарплатных проектов:

- 1) усиление инфраструктурной доступности;

2) приоритетное предложение карт национальной платежной системы «МИР» совместно, по желанию клиента, с европейской платежной системой MasterCard;

3) приоритизация предоставления доступа к онлайн-сервисам с установлением индивидуальных тарифов;

4) предоставление сервиса начисления процентов на остаток по карте;

5) кредитование физических лиц по фиксированной ставке / рефинансирование.

Таким образом, реализация зарплатного проекта позволяет банкам иметь стабильные денежные доходы на карточных счетах, довольно обширную клиентуру и развитую инфраструктуру, позволяющую обслуживать клиентов банка вне офиса.

Зарплатный проект выгоден коммерческому банку, предприятиям и их сотрудникам.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бирюкова, Е. Ю. Зарплатные проекты: преимущества и перспективы / Е. Ю. Бирюкова // Омский научный вестник. № 2 (54). 2013. С. 83-85.
2. Калинина, Ю.В. Банковская стратегия развития пластиковых платежных инструментов: дис. ... д-ра экон. наук. Екатеринбург: АМБ, 2014. 155 с.
3. Саранова, А.О. Зарплатные проекты, как специфическая форма инвестиций банков // Проблемы экономики и менеджмента. № 12 (40). 2014. С.54-59.
4. Тарасова, Т.М. Особенности внедрения зарплатных проектов и карточных кредитных продуктов в коммерческих банках // Научно-методический электронный журнал «Концепт». №4. 2014. С. 1-8.
5. Официальный сайт международного исследовательского центра MARC. URL: <http://www.marc-analytics.ru/> (дата обращения: 03.06.2018).