

МИР КАРТОЧЕК

информационно-аналитический журнал

062007

Москва — один из ведущих центров мировой торговли

Зарплатные проекты как источник эмиссии кредитных карточек



American Express
История компании

с. 32

Банковские карты: эффективный бизнес

Практическая конференция для практикующих специалистов

Москва, 15–16 августа 2007 г., Президент-Отель

Организаторы:



Ассоциация
региональных
банков России
(Ассоциация Россия)

Финанс
Медиа

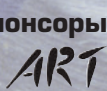
Компания «Финанс Медиа»

Генеральный спонсор:

Visa International



Спонсоры:



global payments
Russia



Дельта-Системы
DELTA-SYSTEMS

NISSA | DIGISPACE

Официальный маркетинговый
партнер:



Главный информационный
спонсор: ПЛАС

ЖУРНАЛ

Генеральный информационный
спонсор:



Информационная
поддержка:

БАНКОВСКИЕ
ТЕХНОЛОГИИ

МИРКАРТОЧЕК

БАНКОВСКОЕ
ДЕЛО

Аналитический
банковский



Розничный бизнес в 2007 г. остается для российских банков приоритетным направлением развития, а банковские карты становятся важнейшим инструментом в системе массового обслуживания. В августе 2006 г. более 200 представителей карточного бизнеса — банков и платежных систем, государственных органов и компаний-поставщиков, ведущие консультанты и аналитики рынка — обменивались опытом и обсуждали самые актуальные проблемы в ходе первой Международной конференции «Банковские карты: эффективный бизнес». Основным направлением второй конференции станут банковские карты как инструмент розничного бизнеса банка. Конференция «Банковские карты: эффективный бизнес» — это не презентационное мероприятие, а обобщение опыта и знаний лучших специалистов, уникальная возможность в полной мере оценить ситуацию на рынке, познакомиться с уже реализованными в России и за рубежом проектами, с достижениями, планами и проблемами коллег.



Развитие кредитного сегмента карточного рынка имеет значение не только для участников карточного бизнеса: внедрение карточных технологий в различных областях и секторах хозяйственных комплексов дает макроэкономический эффект. Наиболее явно он проявляется на рынке потребительского кредитования. Карточки с кредитной функциональностью являются для держателей удобным средством доступа к заемным средствам. Обслуживание торгово-сервисными компаниями таких карточек способствует увеличению их объемов продаж и прибыли. Кредитным учреждениям использование карточек позволяет контролировать расходование средств заемщиками и своевременность погашения задолженностей. В целом, развитие кредитного сегмента карточного рынка означает и развитие рынка потребительского кредитования.

В странах с развитым кредитным сегментом карточного рынка отчетливо видна роль карточных технологий в становлении и развитии предпринимательства и компаний малого бизнеса. Для предпринимателей и владельцев небольших фирм кредитные карточки являются не только инструментами оплаты продовольственных товаров или бытовой электроники, но и средством покупки в кредит товаров и услуг, необходимых для поддержания и развития бизнеса.

В последние годы специалисты и аналитики в экономически развитых странах все больше внимания уделяют именно макроэкономическому аспекту развития карточного рынка, справедливо полагая, что влияние карточных технологий на ключевые параметры хозяйственных комплексов будет увеличиваться. Что же касается российского рынка, его кредитный сегмент находится в стадии своего развития, поэтому здесь воздействие карточных технологий на макроэкономические агрегаты пока не заметно. Однако по мере развития их влияние соответственно будет увеличиваться.

Одним из источников массовой эмиссии кредитных карточек являются зарплатные проекты. Это тенденция прошлого года и тенденция года нынешнего. О технологии работы с данным каналом привлечения клиентов читайте в этом номере.

Ирина Квателадзе
Главный редактор