

ЦЫГАНКОВА О. Н., ЛАЗИЧ Ю. В.
TSYGANKOVA O. N., LAZICH Yu. V.

ЭКВАЙРИНГ – ВЗАИМОВЫГОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО БАНКА И МАЛОГО БИЗНЕСА

ACQUIRING – MUTUALLY BENEFICIAL COOPERATION BETWEEN BANKS AND SMALL BUSINESSES

***Аннотация.** Технический прогресс и развитие товарно-денежных отношений стали предпосылками появления банковских карт. Первоначально карты использовались только для обналичивания денежных средств. Со временем их функционал был расширен, картами стали рассчитываться в торговых точках. Процесс приема карт к оплате называется эквайрингом. В статье рассматриваются актуальные вопросы использования услуги эквайринга предприятиями малого бизнеса.*

***Ключевые слова:** эквайринг, платежные карты, малый бизнес, розничный бизнес, торговля, банк.*

***Summary.** Technical progress and the development of commodity-money relations have become prerequisites for the emergence of bank cards. Initially, cards were used only for cash withdrawals. Over time, their functionality was expanded, people started paying with cards in retail outlets. The process of accepting cards for payment is called acquiring. The article deals with topical issues of the use of acquiring services by small businesses.*

***Keywords:** acquiring, payment cards, small business, retail business, trade, bank.*

В современном мире расчеты между покупателем и продавцом уже невозможно представить без возможности оплаты товаров и услуг банковскими картами. Пока безналичный расчет не стал повсеместным, эквайринг (от англ. acquire – приобретать, получать) – прием к оплате платежных карт в качестве средства оплаты товара, работ, услуг – не рассматривался как серьезное конкурентное преимущество среди предпринимателей. Но рост оборота виртуальных денег заставил их пересмотреть свое отношение к данному новшеству. Сейчас количество клиентов, готовых платить только картой, ежегодно возрастает на 10%. Это означает, что все больше потребителей регулярно оплачивают картой товары и услуги в повседневной жизни и ожидают, что смогут делать это не только в крупных федеральных сетях, но и приобретая услуги и товары в сфере малого бизнеса. Отказываясь от услу-

ги эквайринга, торговое предприятие теряет эту аудиторию. Многие клиенты ввиду сложной экономической ситуации в стране хотят расплачиваться кредитными картами, а снятие наличных денежных средств с «кредитки» подразумевает удержание определенной комиссии банка. Кроме того, за оплату банковской картой многие банки сегодня начисляют определенные бонусы или «cash back», которые выгодны покупателю, поэтому наличие терминала для оплаты картой в торговой точке для клиентов становится очень важным и при прочих равных условиях может являться определяющим для покупки того или иного товара.

В крупных торговых предприятиях России осуществление расчетов с помощью банковской карты стало обязательным с 2014 г. Так, Федеральным законом от 5 мая 2014 г. № 112-ФЗ была дополнена ст. 16.1 в Законе Российской Федерации № 2300-1

«О защите прав потребителей», обязывающая торговые предприятия обеспечивать возможность оплаты товаров (работ, услуг) путем использования банковских карт. Однако, согласно абз. 2 п. 1 ст. 16.1 Закона Российской Федерации № 2300-1 «О защите прав потребителей» данная обязанность не распространяется на субъекты предпринимательской деятельности, выручка от реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) без учета НДС или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) которых за предшествующий календарный год не превышает предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для микропредприятий [1]. Так, в настоящее время предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий календарный год без учета НДС для микропредприятий установлены в размере 120 млн. рублей [2]. Таким образом, стремясь к развитию безналичного мира, государство обязало лишь крупные торговые точки принимать к оплате банковские карты. Микробизнес принимает решение об использовании эквайринга самостоятельно.

Масштабы и характер использования платежных карт обоснованно рассматриваются в качестве одного из важнейших индикаторов уровня развития рыночной экономики страны. Тем не менее, многие владельцы микробизнеса в России еще не оценили по достоинству преимущества приема к оплате банковских карт. Перечислим некоторые из причин, по которым представители малого бизнеса отказываются от установки POS-терминала (электронного программно-технического устройства для приема к оплате платежных карт) в своих торгово-сервисных точках:

– у предпринимателя имеются задолженности по налоговым платежам и сборам, в связи с чем он не может открыть в банке расчетный счет, на который должна перечисляться выручка от покупок с использованием банковских карт;

– предприниматель не желает, чтобы банк-эквайер (кредитная организация,

которая обеспечивает автоматизированные точки для приема к оплате платежных пластиковых карт) имел информацию об обороте денежных средств в его предприятии;

– предприниматель выплачивает заработную плату сотрудникам «в конверте», поэтому ему необходимы наличные;

– предприниматель боится, что данные о реальных оборотах его бизнеса попадут в налоговую инспекцию [4].

Очевидно, что некоторые из вышеуказанных причин связаны со стремлением предпринимателей вести свой бизнес в тени от государства. Западные эксперты считают, что большинству владельцев малых предприятий в России присущ тактический тип мышления. Их цель – получить максимальную прибыль здесь и сейчас, зачастую пренебрегая обязательствами по соблюдению трудового и налогового законодательства. Банкам, безусловно, проще работать с партнерами, демонстрирующими стратегический образ мышления, цель которых – вести честный бизнес, включая уплату налогов. Но и с «тактиками» можно вести конструктивный диалог, например, развенчивая мифы о высокой стоимости услуги, апеллируя к упущенной выгоде и внося предложения, оптимизирующие затраты на эквайринг.

В рамках опроса исследовательского центра ГФК-Русь, проведенного по заказу представителей платежной системы VISA среди российских предпринимателей в январе 2018 г., были определены основные факторы, влияющие на внедрение в практику приема к оплате платежных карт (таблица 1).

Как показывает исследование, основные стимулы малого предпринимательства к тому, чтобы принимать банковские карты к оплате, – это спрос со стороны потребителей, а также «приемлемая» стоимость услуги эквайринга и оперативное решение технических вопросов. Кроме того, результаты исследования опровергли мнение, сложившееся в сообществе банкиров: основной фактор, мешающий популярности эквайринга, его высокая стоимость. В действительности, затраты на оборудование оказались на 11-м месте по значимости, а банковская ко-

миссия – на 4-м. Больше, чем стоимость терминала, предпринимателей смущают возможные технические проблемы, связанные с пользованием услугой: этот барьер отметили почти четверть опрошенных. Здесь, вероятно, также можно говорить об уровне доверия к банковской системе в целом – предприниматели боятся, что по каким-либо техническим причинам выручка от реализации их товаров и услуг может не поступить на счет. Также около трети рес-

пондентов сослались на отсутствие спроса на прием карт со стороны потребителей и удобство расчета наличными. Можно предположить, что истинная причина такого мнения респондентов – низкая финансовая грамотность и бессознательное отторжение современных технологий. Поэтому очень важно уделять особое внимание повышению финансовой грамотности предпринимателей и населения в целом со стороны участников финансового рынка и государства.

Таблица 1

Основные факторы, влияющие на внедрение эквайринга, с точки зрения представителей малого бизнеса (доля ответивших в %) [3]

Барьеры		Стимулы	
Наличными удобнее	31%	Если услугу будут требовать клиенты / покупатели	45%
Клиенты не ощущают потребности в этой услуге	29%	Приемлемый размер комиссии	29%
Боимся технических проблем	23%	Хорошая и своевременная техническая поддержка	26%
Слишком большая комиссия	16%	Приемлемая стоимость терминала	21%
Необходим хороший доступ в интернет	10%	Если этой услугой будут пользоваться наши конкуренты	18%
Использование этой услуги не характерно для нашего сегмента	10%	Если кто-то детально объяснит преимущества этой услуги и научит ею пользоваться	16%
Наш банк не предлагал подключить эту услугу	8%	Если наш банк предложит подключить эту услугу	14%
Эта услуга слишком сложная	8%	Возможность предоставления банком такого вида оборудования (беспроводных терминалов)	11%
Проблемы со связью или Интернетом	6%	Улучшение качества Интернета или связи	8%
Боимся мошенников	5%	Если у нас появится интернет-магазин или сайт	4%
Слишком высокая стоимость терминала	4%	Улучшение в торговой точке качества интернета или связи для того, чтобы терминал работал без сбоев	4%
У нашего банка нет такого оборудования или он не может предоставить его в нужном для нас количестве	3%	Если мы будем уверены в том, что эта услуга работает хорошо и все платежи через Интернет-эквайринг будут доходить на наш счет	4%
У нашей компании нет интернет-магазина	2%		

Основываясь на проведенном исследовании, можно сделать вывод, что, предлагая услугу торгового эквайринга микро-предприятию, сотрудники банка могут апеллировать следующими доводами, признаваемыми самими предпринимателями:

- принимать к оплате карты требуют потребители;
- эквайринг уже используют конкуренты;
- эквайринг необходим для поддержания имиджа серьезного бизнеса.

Также можно выделить следующие преимущества использования эквайринга в торговой сети помимо приема наличных средств:

- расширение клиентской базы за счет привлечения держателей банковских карт;
- обеспечение большей безопасности расчетов (отсутствие фальшивых банкнот, ошибок при выдаче сдачи);
- сокращение рисков мошенничества со стороны продавцов;
- увеличение торгового оборота (держатели карт не ограничены количеством наличных денежных средств и поэтому легче решаются на незапланированные покупки, в том числе с использованием кредитных карт);
- увеличение скорости обслуживания покупателей в торговой точке;
- сокращение расходов на инкассацию наличных денежных средств;
- снижение языкового барьера при расчетах с иностранными гражданами, не владеющими русским языком;

– увеличение оборотов по расчетному счету, что делает бизнес более прозрачным для банков и повышает уровень доверия к предприятию при рассмотрении заявки на кредитование.

Согласно данным Федеральной налоговой службы, в России зарегистрировано более 6 млн. субъектов малого и среднего предпринимательства. Из них 95% относятся к микропредприятиям, годовая выручка которых не превышает 120 млн. рублей. Если говорить об эквайринге с позиции привлечения новых партнеров банком, то целесообразно сфокусироваться на таких сегментах рынка как розничная торговля и сфера услуг, включая услуги общественного питания. По разным оценкам, микропредприятий подобного рода, еще не перешедших к приему платежных карт и в этом нуждающихся, в современной России от 900 тыс. до 1,7 млн. [4].

Приведем примеры целевых партнеров банка-эквайера из числа микропредприятий (таблица 2).

Таблица 2

Характеристика целевых партнеров банка-эквайера из числа микропредприятий

Магазин у дома	Автомойка / Автосервис	Общественное питание
Частный предприниматель Расположен в регионах Торговая площадь около 20 кв.м В ассортименте продукты питания первой необходимости и спиртные напитки Продажи около 600000 руб. / месяц Ограниченный прием карт (терминал достают по просьбе покупателя)	Микропредприятие г. Москва или Московская область Режим работы: 24/7 Площадь около 100 кв.м Шиномонтаж / Автомойка и прочие услуги по уходу за автомобилем Продажи около 600000-900000 руб. / месяц Карты не принимаются	Частный предприниматель Железнодорожный вокзал, г. Москва Площадь около 10 кв.м Продажа фастфуда и алкоголя Продажи около 180000-300000 руб. / месяц Карты не принимаются Предпочтение наличным

Рассчитаем прогнозируемый дополнительный доход данных предприятий при установке терминала для приема банковских карт к оплате (таблица 3).

Следует учитывать, что в данном примере подразумевается, что торговый сервисное предприятие берет расходы по приобретению POS-терминала на себя. На самом деле, во многих крупных банках в на-

стоящее время эквайринговое оборудование предоставляется в пользование безвозмездно, однако комиссия за эквайринг при этом будет варьироваться от 2% до 3,5%. Размеры комиссионных банка зависят непосредственно от торгового оборота предприятия и количества установленных в нем терминалов, и чем больше оборот на один терминал, тем меньше комиссия. Стоит также отме-

тять, что, как правило, банк-эквайер берет на себя не только расходы по приобретению, установке, обновлению программного

обеспечения терминалов и осуществления расчетов по ним, но и своевременный ремонт и замену оборудования.

Таблица 3

Пример финансовой модели «затраты vs. выгода»

Показатели	Магазин у дома	Автомойка / Автосервис	Общественное питание
Продажи, руб. / месяц	600000	900000	300000
Плановая доля карт в продажах	30%	20%	30%
Увеличение продаж в связи с началом приема карт +20%, руб.	120000	180000	60000
Плановый объем продаж по картам, руб.	216000	216000	108000
Затраты на терминал, руб. (CAPEX)	24000		
Комиссия за эквайринг (ОРЕХ)	1,6% (3456 руб.)	1,8% (3888 руб.)	1,3% (1404 руб.)
Доход в месяц при марже 10% от дополнительных продаж минус комиссия за эквайринг, руб.	9000	14400	4800
Срок окупаемости (CAPEX), мес.	2,6	1,7	5
Дополнительный доход за 12 месяцев, руб.	84000	150000	36000

Таким образом, торговый эквайринг оказывается взаимовыгодной деятельностью для торговых предприятий и банков. Банк получает возможность расширить свой бизнес, получить дополнительный доход в виде комиссии по эквайрингу (при верно рассчитанном тарифе), предоставить своим клиентам возможность пользоваться картами в торговой сети, а микропредприятие – дополнительную прибыль.

Литература

1. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 04.06.2018) «О защите прав потребителей». Консультант плюс [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 01.08.2018).

2. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значе-

ниях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства». Консультант плюс [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196415/#dst100005 (дата обращения: 01.08.2018).

3. Отношение предприятий малого бизнеса к приему платежных карт. Результаты исследования Международного института Маркетинговых и Социальных Исследований ГФК-Русь. Ассоциация банков России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.asros.ru> (дата обращения: 01.08.2018).

4. Сивков В.С. Малый бизнес в контексте эквайринга // Банковское дело. – 2018. – № 8 [Электронный ресурс]. – URL: <http://bankdelo.ru/magazine/pub/697> (дата обращения: 01.08.2018).