конфликты неизбежно станут следствием или проявлением общесистемного кризиса, но не его причиной.

Чтобы постепенно снижать интенсивность конфликтов в налоговой и бюджетной сфере, необходимо перейти от «экспериментальной» к «нормативно-правовой» основе бюджетного федерализма, что должно быть зафиксировано в соответствующих нормативно-правовых актах.

В то же время, формализация и оптимизация межбюджетных отношений, и их включение в жесткие правовые рамки не должны опережать более общий процесс эволюции российского федерализма и преодоление экономического кризиса. В противном случае федеральный центр может потерять возможность компромисса с региональными властями. Теперь, когда становится все больше и больше политической и, особенно, экономической нестабильности, такая поспешность может препятствовать сглаживанию конфликтов по перераспределению потенциально истощенных ресурсов национальной бюджетной системы.

1. Айдарханов М. Основы экономической теории. Учебник. М.: Фолиант. 2017. 432 с.
2. Бойко Мария Азы экономики. Учебник. М.: Книга по Требованию. 2015. 472 с.
3. Борисов Е. Ф., Петров А. А., Березкина Т. Е. Экономика. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. 2020. 272 с.
4. Васильев В. П., Холоденко Ю. А. Экономика. Учебник и практикум. М.: Юрайт. 2020. 298 с.
5. Глухов В., Балашова Е. Экономика и менеджмент в инфокоммуникациях. СПб.: Питер. 2012. 272 с.

Солуянов А.А.

Современная классификация пластиковых карт и новые тренды

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-12-2020-305

idsp: ljjournal-12-2020-305

Аннотация

В статье дается классификация пластиковых карт, применяемых мировым сообществом на сегодняшний день. Анализируются плюсы, минусы и выгоды использования пластиковых карт. Обозначены новые тренды в мире пластиковых карт, дается оценка и прогноз использования того или иного инструмента, представленного пластиковой картой.

Ключевые слова: пластиковая карта, платежная система, банковская карта, страховые карты, клубные карты, рекламные карты, телефонные карты, заправочные (топливные) карты, идентификационные карты (карты доступа), скретч-карты, дисконтные карты, бонусные карты, транспортные карты, кобрендинговые карты, кобейджинговые карты.

Abstract

The article provides a classification of plastic cards recognized by the world community nowadays. Advantages, disadvantages and benefits of using plastic cards are analyzed. New trends in the world of plastic cards are outlined, an assessment and forecast of the use of one or another instrument represented by a plastic card is given.

Keywords: plastic card, payment system, bank card, insurance cards, club cards, advertising cards, telephone cards, fuel cards, identification cards (access cards), scratch cards, discount cards, bonus cards, transport cards, co-branding cards, co-badging cards.

На сегодняшний день существует множество пластиковых карт и их градаций. Самое простое деление карт представляется в виде деления их по видам использования, а также по материалу, из которого они изготовлены, что, в свою очередь, определяет их физические свойства. Давайте сначала рассмотрим деление пластиковых карт по видам их использования.

Банковские карты

Самый распространенный и используемый вид пластиковых карточек – это **банковские карты**. Банковские карты используются для проведения платежей в безналичной форме за услуги и/или за товары, получения наличных в банкоматах в пределах лимитов, определенных: владельцами банкоматов; системой, которой принадлежит выпущенная карта; остатках на счете, привязанном к карте или в соответствии с иными соглашениями, условиями и договорами, подписанными с банком-эмитентом карты. Банковские карты могут использоваться практически в любой точке земного шара для осуществления платежей как с использованием карты физически, так и через указание реквизитов карты онлайн, например в интернет-магазинах, или использования мобильного телефона, куда предварительно были закачаны данные карты. Более того, можно проводить оплату и в офлайн-режиме с последующим списанием денежных средств. В более редких случаях, банковские карты могут использоваться для идентификации человека. Самые распространенные случаи, когда на входе в банк устройством-автоматом запрашивается банковская карта человека, на основе которой человек идентифицируется в качестве клиента/потенциального клиента с дальнейшим распределением к нужному сотруднику и электронной очередью. Еще возможный случай, чтобы войти в отделение банка в нерабочие часы офиса, где установлены банкоматы, требуется вставить карту в считывающее устройство на входе для разблокировки входной двери.

При этом, банковские карты также можно подразделить на **дебетовые карты** и на **кредитные карты**. В случае с дебетовой картой, клиент может распоряжаться средствами в рамках лимита остатка по его банковскому счету, привязанному к дебетовой карте. В некоторых случаях банк в рамках дополнительного соглашения может предоставлять клиенту разрешенный овердрафт по дебетовой карте, на условиях и в сроки, обозначенные в подписанном дополнительном соглашении клиента с банком. Кроме того, по дебетовой карте может возникать неразрешенный овердрафт, связанный с курсовой разницей, когда оплата по карте за товары и/или услуги проводилась в валюте отличной от валюты счета. Для более простого понимания сущности дебетовой карты, можно привести простой пример. Если оплачиваемая сумма превышает остаток на карточном счете клиента, и нет дополнительных соглашений с банком по овердрафту, платеж не сможет быть осуществлен, т.к. у клиента недостаточно собственных средств на счету и счет не может уходить «в минус».

В случае с **кредитной картой** банк изначально предоставляет кредит на определенных условиях клиенту. Расплачиваясь такой картой, клиент не тратит, как правило, собственные средства, а осуществляет платежи за счет средств банка, за которые в будущем расплачивается с банком. Во многих случаях, при этом, банки не запрещают держать собственные средства на кредитной карте. Например, если у клиента на счету лежат собственные средства в размере +\$100, а платеж требуется осуществить платеж на сумму равную \$150, то в этом случае банк проведет платеж и на балансе отразится задолженность в размере -\$50. Зачастую банки предоставляют клиенту отсрочку платежа, которая называется «грейс период» (grace period) – это тот период, в течение которого клиент может погасить образовавшуюся задолженность по кредитной карте без уплаты процентов банку за пользование денежными средствами.

Дальнейшее деление банковских карт будет происходить по их принадлежности к платежной системе независимо от банка-эмитента самой карты, т.к. такое деление по

банку, выпустившему карты, является очевидным. На текущий момент самыми популярными платежными системами банковских карт в мире являются Visa, MasterCard, American Express. В рамках выпускаемых ими карт происходит деление по классам карт: карты стандартного уровня (Standard), среднего уровня (Gold, Silver) и привилегированного уровня (Platinum и выше). В зависимости от выбранного уровня различаются условия обслуживания карт (наличие неснижаемого остатка, проведение операций на определенную сумму в месяц, поступление денежных средств в течение месяца и т.д.), лимиты по картам, стоимость обслуживания и дополнительные услуги и привилегии (международная медицинская страховка, консьерж-сервис, выделенная телефонная линия и т.д.).

В отдельную категорию относят **электронные карточки**. Такие банковские карты предназначены только для электронного применения, ими можно оплачивать товары и услуги онлайн или же в торговых точках при наличии специальных терминалов. То есть применение данных карт носит ограниченный характер, а в некоторых случаях бывают ограничения на применение таких карт, связанные с территорией их использования (например, только в одной стране, где выпущена карта). Кроме этого, с электронных банковских карт допускается снятие наличных денежных средств в банкоматах. Такие карты есть у многих платежных систем: у Visa электронные карты называются Electron, у MasterCard – это карты Maestro. Визуально отличить электронную карту от кредитной или дебетовой просто, т.к. данные на ней (ФИО держателя, срок действия карты) не эмбосированы (выпуклые символы на ощупь), а просто напечатаны (нанесены) на поверхности карты.

В рамках банковских пластиковых карт следует также различать **кобрендинговые** и **кобейджинговые** пластиковые карты.

Кобрендинговая карта – это пластиковая банковская карта, выпускаемая банком совместно с компанией-партнером для целей повышения лояльности клиента, привязывания клиента к своей сети и банку, а также предоставления клиенту скидок и бонусов.

По компаниями-партнерам, с которыми банки выпускают кобрендинговые карты, на сегодняшний день различают четыре типа карт: а) банк и крупный сетевой ритейлер, б) банк и АЗС, в) банк и авиакомпания, г) банк и поставщик мобильных услуг связи.

Карта может выпускаться как кредитная, так и дебетовая в зависимости от программы и условий обслуживания. Клиент, пользуясь картой и выполняя определенные условия программы, накапливает на отдельном счету кобрендинговой карты либо бонусы, либо мили (кобренд с авиакомпанией), которые может впоследствии конвертировать в реальные денежные единицы и/или оплачивать баллами напрямую полностью или частично товары и услуги как у любого продавца, так и в строго оговоренных местах или компании-партнера (это зависит от условия продукта). Иногда банки, чтобы стимулировать выпуск кредитных кобрендинговых карт, могут предлагать клиентам более выгодные процентные ставки в рамках пакета обслуживания таких карт.

Кобейджинговые карты – это банковские пластиковые карты, объединяющие в себе несколько платежных систем. Хорошим примером кобейджинговой карты будет являться карта двух платежных систем «Мир» и «Union Pay». Карты системы «Мир» принимаются к оплате в основном на территории Российской Федерации, а также по информации самой системы «в Республике Армения, Южной Осетии, Беларуси, Кыргызстане, Казахстане, Таджикистане, Узбекистане и Турции» [13]. Там, где карты «Мир» не принимаются к оплате можно будет производить расчеты с использованием «Union Pay» в рамках кобейджинговой банковской карты.

Обычно кобейджинговые карты работают следующим образом:

1. Карта и ее счета обслуживаются в двух процессинговых центрах одновременно;
2. При осуществлении платежа клиента, если платежная система не обслуживается на данной территории либо не работает по техническим причинам, то запрос будет направлен в ту систему, которая поддерживается и/или на данный момент функционирует;
3. Когда обе системы поддерживаются как на территории страны, так и в самом торгово-сервисном предприятии, а также платежные системы технически исправно работают на момент совершения платежа клиента, карта будет выбирать ту систему для проведения платежа, которая взимает наименьшую комиссию.

Кобейджинговые проекты могут быть выгодны для локальных платежных систем, так как за счет кобейджинга такие локальные системы могут увеличить зону распространения и узнаваемости бренда, и привлечь больше клиентов из-за возможности пользования своей платежной системой.

Страховые карты

Следующий вид пластиковых карт – это **страховые карты**. Страховые карты представляет собой пластиковую карту с указанием страховой компании, застрахованного лица, даты действия полиса и т.д., обычно со штрих-кодом или чипом (микросхемой), где записывается указанная выше, а также любая дополнительная информация (программа страхования, индивидуальные данные страхователя, данные о действиях страхового случая, иные правила и т.д.). Страховые карты могут дополнительно предоставлять определенные скидки их держателю в сети контролируемых компаний эмитента, а также гарантировать его обслуживание в них. Помимо того, что страховые пластиковые карты является более долговечными хранителями информации и более отвечают современным реалиям развития технологий и бизнеса, они еще являются удобным средством для владельца, т.к. отпадает необходимость носить с собой бумажный страховой полис. Достаточно лишь взять с собой и положить в кошелек пластиковую карту со всеми данными.

В рамках страховых карт также возможно деление на категории по уровню обслуживания и набору предоставляемых услуг.

Клубные карты

Клубная карты – это пластиковая карта, удостоверяющая принадлежность ее держателя к какому-либо клубу, элитному ресторану, фитнес-центру и т.д., т.е. месту или заведению, объединяющих людей по интересу. Клубные карты предоставляют ее владельцам ряд льгот и привилегий. Такие привилегии начинаются от предоставления скидки, заканчивая предоставлением различных услуг бесплатно (парковочное место, массаж и т.д.). Многие престижные клубы предоставляют беспрепятственный проход без очереди: бесплатно можно пройти самому и провести определенное количество гостей. Казино, для привлечения состоятельных клиентов и получения новых, могут предоставлять бесплатные алкогольные напитки и, даже, обеды и номера в гостиницах при казино.

Нередко клубные карты также делятся по классам (уровням), которые определяют статус клиента. В зависимости от заведения, высокий статус клиента отображается на клубной карте (например, VIP клиент), чтобы клиент гордился своим статусом в системе, а остальные клиенты стремились получить более высокий статус. В иных случаях, высокий статус может не отображаться нигде, чтобы не обижать других членов клуба. Многие клубы ведут собственную базу клиентов и их гостей, таким образом, клубные пластиковые карты могут иметь связь с базой клуба (ФИО, номер карты, фото, номер автомобиля, сопровождаемые гости, дата и время посещения, сколько денежных средств потрачено, предпочтения клиента и т.п.).

Как любая пластиковая карта, клубная карта обычно должна иметь какой-либо вид ее персонализации – принадлежности тому или иному клиенту. Это может быть эмбоссирование данных, использование магнитной полосы или чипа с записанной информацией, нанесение фото и/или подписи клиента, а также иная информация, отражающая принадлежность карты к клубу и клиенту.

Рекламные карты

Рекламные карты – это пластиковые карты с нанесенной на них информацией, используемые компаниями в рекламных целях. На рекламные пластиковые карты можно нанести помимо рекламы, полезную для клиента информацию: расписание электричек, карту метро, календарь и т.п. Рекламные карты используются для привлечения к себе больше внимания, нежели стандартные рекламные материалы компании. Сегодня тяжело уже кого-то удивить стандартной рекламной продукцией, поэтому рекламные карты используют как форма «косвенной» рекламы – подход в рекламе, ориентированный на психологию человека, на его подсознание и, порой, природное любопытство. Плюс каждому человеку хочется чувствовать свою индивидуальность и привлекать внимание других людей. Так, если у вас собой есть красивая пластиковая карта и еще на нее нанесены запоминающие слова и аббревиатуры (например, Privilege, VIP и т.п.), то у других людей возникает вопрос, откуда у вас такая карта, как ее можно получить, что она дает и т.д. Получается, что клубная карта – это элемент косвенной рекламы, которые человек готов носить с собой и пользоваться, а также демонстрировать его другим, а стоимость такого средства рекламы сопоставимо со стоимостью печатной рекламы в журнале.

Телефонные карты

Телефонные карты – это пластиковые карты, используемые для оплаты телефонных разговоров в телефонах-автоматах (таксофонах). Следует отметить, что пластик для выпуска телефонных карт был наиболее широко распространен, но история знает случаи выпуска телефонных карт из картона и даже небольшие тиражи керамических карт.

На сегодняшний день использование телефонных карт не очень распространено в связи с повсеместным замещением таксофонов мобильными средствами связи, но пластиковые телефонные карты пользуются большой популярностью у коллекционеров. Даже в современном мире появился термин «телефонкартия», характеризующий собой процесс коллекционирования телефонных карт. Коллекционеры телефонных карт даже разделяются по направлениям коллекционирования карт, содержащих различные изображения или по тематике серий: животные, герои мультфильмов, виды транспорта, города, памятники, спорт и т.д.

Коллекционирование телефонных пластиковых карт делится не только по тематикам выпущенных карт, но и по видам пластиковых карт: магнитные, чиповые, оптические и т.д. Наиболее распространёнными телефонными пластиковыми картами являются магнитные карты (Великобритания, Италия), но бывают их разновидности «магнитно-механические» (Япония) карты, существенный недостаток которых, было их размагничивание. Их популярность обуславливалась невысокой ценой выпуска таких карт.

Чиповые телефонные карты или их еще называют смарт-картами – наиболее защищенные карты, в том числе от перепрограммирования, но более дорогие в производстве. Такие карты имеют в себе микропроцессоры различных видов, но реализованы карты такого вида по единой технологии, например сим-карты в мобильных телефонах являются разновидностью технологии использованной в чиповой телефонной карте.

Оптические (лазерные) телефонные карты встречались гораздо реже других, т.к. производство карт и таксофонов для использования таких карт было дорогостоящим, что обуславливалось процессом производства. На карту на специальную дорожку для

считывания наносилась информация из специального порошка, а в таксофоне должно было быть установлено специальное опτικο-лазерное устройство-считыватель.

В дальнейшем для удешевления процесса выпуска и использования телефонных карт стали использовать карты со стираемым скретч-полем, где записывался секретный пин-код, который надо было ввести в таксофоне для осуществления звонка (скретч-карты более подробно рассмотрены в данной статье ниже). В России наибольшую популярность получили индуктивные телефонные карты, которые также использовались по времени дольше всех. В основу индуктивной пластиковой телефонной карты заложен процесс (принцип) размыкания индуктивного поля карты. Такие карты легко ломались, повреждались, а также легко подделывались и постепенно были выведены из обращения.

Заправочные (топливные) пластиковые карты

Заправочные (топливные) карты – это пластиковые карты, предназначенные для расчета на заправочных станциях за потребляемые горюче-смазочные материалы (далее – ГСМ). Обычно оформляются и используются юридическими лицами.

Топливные карты схожи с банковскими картами, но ими не являются. В некоторых случаях могут быть совмещены с ними. По способу хранения информации могут иметь микрочип, штрих-код или магнитную полосу. В качестве баланса на карте могут учитываться как литры топлива, так и денежная сумма. Учет в литрах позволяет пренебречь ростом цены на топливо, а денежные карты обычно используют, когда требуется закупать различные виды топлива. У топливных карт могут быть установлены лимиты: владелец карты устанавливает денежный или литровый лимит на определенный период времени. Если же лимит не установлен, то объем запрашиваемого топлива будет ограничен лишь суммой денежных средств доступных на счету топливной карты.

Заправочные (топливные) карты также подразделяются на **монобрендовые (однобрендовые)** и **мультибрендовые**. Монобрендовые топливные карты эмитируются конкретной сетью АЗС и используются только в пределах такой сети. Мультибрендовые карты позволяют запрашиваться на различных сетях АЗС, входящих в программу и поддерживающиеся топливной картой.

Порой топливные карты позволяют приобретать не только топливо, но и сопутствующие товары в магазинах на АЗС. Но можно и ограничить топливные карты по приобретаемому топливу и региону обслуживания. Топливные карты позволяют юридическим лицам контролировать расходы на топливо (время и место заправки, количество приобретаемого топлива и его вид, стоимость и т.д.), снизить злоупотребления со стороны водителей организации, обеспечивает возврат НДС (расходы на ГСМ могут быть включены в расчет себестоимости продукции).

Как отмечалось выше, топливные карты наиболее популярны у юридических лиц и используются для упрощения учета расходов за ГСМ и возврата НДС, в то время как физическим лицам наиболее интересны скидки, предоставляемые по топливным картам и/или начисляемые бонусы за заправки и приобретение товаров в магазинах на АЗС.

Идентификационные пластиковые карты (карты доступа)

Идентификационные карты (карты доступа) – это карты, которые подтверждают и удостоверяют личность владельца карты в электронных системах. В такие карты обычно вшиваются электронные ключи или метки, которые идентифицируются в системе, принимают запросы от считывающих их устройств и при ответе на запрос отвечают уникальным ключом, содержащим набор символов в определенном сочетании.

Зачастую на карты доступа наносят информацию о владельце: ФИО, данные о сотруднике (должность, подразделение, адрес места работы и т.д.), дату окончания срока действия пропуска и дату выдачи, фотографию владельца, табельный номер и

иные служебные отметки. В некоторых случаях на пластиковые карты доступа не наносят никакой информации, что связано с дополнительными мерами безопасности: при утере карты, нашедший ее не сможет незаконно воспользоваться найденной картой, т.к. не будет знать, где это карта может сработать.

В связи с большим количеством сфер применения идентификационных карт, данный сегмент карт находится на подъеме и в активном развитии на сегодняшний день. Существуют множество делений карт доступа в зависимости от признака. Основное деление приходится на **контактные** и **бесконтактные карты**. Считается, что контактные карты доступа более защищены с точки зрения безопасности, а также требуют регулярной замены в связи с истечением их срока действия. Примером и аналогом контактной карты может служить банковская карта.

При этом бесконтактные карты доступа более удобны при ежедневном использовании, не требуется физически вставлять карту в считыватель, чтение происходит с расстояния (можно не вынимать из кошелька, кармана и т.п.), большой срок действия и хорошая защита от воздействий окружающей среды.

Карты доступа также подразделяются по технологиям идентификации в соответствии с тем, какие идентификационные технологии используются: карты с магнитной полосой, карты с нанесенным на них штрих-кодом, смарт-карты, мультитехнологичные карты доступа с возможностью биометрической идентификации, RFID-карты.

Одной из наиболее распространенной технологией, используемой в картах доступа, является RFID-технология (Radio Frequency Identification) или же технология радиочастотной идентификации, где данные записываются и считываются с транспондеров RFID-меток посредством радиосигналов. При этом, RFID-карты подразделяют в зависимости от источников питания на **активные** (имеют собственный встроенный источник питания) и **пассивные** (собственного источника питания нет, работают от импульсов электрического тока считывателя (ридера) [8], иногда в данную градацию включают **полуактивные** и **полупассивные** карты. Кроме этого, карты доступа подразделяются по типу памяти: а) карты только для считывания информации; б) однократная запись – многократное считывание; в) возможна запись и чтение с карты одновременно. Помимо вышеназванных делений карт доступа выделяют множество категорий, по которым можно подразделять карты: механизмы работы, используемые стандарты, частота работы и т.д., но мы не будем их рассматривать в рамках данной статьи.

Скретч-карты экспресс оплаты

Скретч-карта – это пластиковая (иногда картонная) карта с нанесенной на одну из ее сторон полосу с защитным стирающимся слоем (наносится специальным порошком, краской, скретч-наклейкой или скретч-фольгой), под которым содержится какая-либо секретная информация: код, комбинация цифр и/или символов, изображение и т.д. Иными словами, скретч-картой является карта с наличием на ней информации, скрытой под защитным слоем, который надо стереть, чтобы получить доступ к вышеназванной информации.

Сфера применения скретч-карт сегодня очень широкая. Скретч-карты используют в банковской сфере в рамках интернет-банка для проведения операций с использованием пин-кодов. Стоит отметить, что такое использование скретч-карт банками сходит постепенно на нет, заменяется использованием и рассылкой sms и/или push-уведомлений на мобильный телефон. Кроме этого, скретч-карты используются для проведения лотерей и призовых розыгрышей, повышения лояльности клиентов и предоставления им скидки и/или подарков большими сетями-ритейлерами, оплаты парковки, при предоставлении услуг связи: интернет, мобильная связь, телевидение, ip-телефония и т.д.

Дисконтные пластиковые карты

Дисконтные карты – это пластиковые карты, предоставляющие ее держателям скидки, в первую очередь, в сфере предприятий обслуживания, супер- и гипермаркетов и т.п. Иногда **дисконтные** карты называют **бонусными** картами, но не стоит путать эти два понятия, даже если карта может объединять в себе дисконтное и бонусное составляющие. В случае с дисконтной картой ее держателю предоставляется скидка в определенном размере на всю сумму покупки или на какой-то конкретный сегмент продукции или услуг предприятия торговли. Бонусные карты – не предоставляют скидку фиксированного размера, как в случае с дисконтными картами, а накапливают определенную сумму или процент от покупки клиента, отражают накопленные баллы (которые могут быть эквиваленты национальной валюте, например, российские рубли) на счету бонусной карты и позволяют при дальнейших покупках в этой же точке или сети часть суммы чека или всю сумму списывать с бонусной карты. В данной связи еще выделяют такое понятие, как «накопительная» карта. Несмотря на то, что многие ошибочно называют бонусные карты накопительными (баллы копятся на карте), все же термин «накопительные карты» больше относится к дисконтным картам, где эмитент карты ведет учет накопления сумм потраченных с использованием данной карты. Впоследствии, по достижению определенной суммы трат, увеличивается процент предоставляемой скидки клиенту по дисконтной карте.

В зависимости от преследуемых задач торговыми предприятиями дисконтные карты могут быть **персонализированными** или **обезличенными**. В первом случае с персонализированной картой, сети торговли могут узнать, кто и сколько тратит за определенный период времени, какой продукт предпочитает и т.д. В этом случае, можно предлагать персонализированные акции на товары и услуги клиентам, а также клиент лично будет приходить в торговую точку повторно, чтобы получить скидку, получить подарок. Во втором случае, когда дисконтная карта является обезличенной, ее могут передавать третьим лицам (друзьям, коллегам, родственникам и т.д.). В этом случае обезличенная дисконтная карта приносит новых клиентов и новые покупки ее эмитенту.

Такой тип карт (дисконтные и бонусные) привязывают клиента к своей торговой сети, когда клиент, зная, что у него есть скидка или можно накопить и/или потратить баллы, выберет именно сеть карты эмитента, а не конкурента.

В любом случае при использовании карт, встает вопрос безопасности. Безопасность у держателей карт вызывает вопросы, как личными данными будет распоряжаться эмитент карты, будет ли ее передавать третьим лицам, не украдут ли бонусы с карты и т.д. А у эмитентов карт безопасность вызывает вопросы по незлоупотреблению продавцами при выдаче подарков и начислению баллов по картам, аналогично и злоупотребления клиентов, так называемые «умные продавцы», а также будет ли вообще система премирования эффективной, т.к. не только подарки, баллы, бонусы, но и выпуск самих карт стоит денег.

Из недавних примеров злоупотребления бонусными картами можно вспомнить случай с сетью магазинов «Пятерочка». В конце мая 2019 года по бонусным картам «Выручай-карта» магазинов «Пятерочка» была зафиксирована возможность неправомерного зачисления баллов на счет бонусной карты клиентов, что было связано с незащищенностью серверов ритейлера. Так, переведя деньги хакерам (стоимость мошеннических баллов составила 40% от котировки реальных бонусов), вам предоставлялся специально написанный скрипт, который достаточно было скопировать в строку вашего браузера и войти в свой личный кабинет на сайте в программе лояльности. Скрипт отбирал те бонусные карты, которые были выданы, но не привязаны к номеру телефона. Далее скрипт позволял привязать найденную карту к нужному номеру телефона (можно тоже фиктивному номеру) и использовать чужие бонусы через мобильное приложение сети «Пятерочка», тратя баллы на покупки и подарки в магазинах [11].

Транспортные карты

Транспортная карта – это пластиковая карта-проездной, в который встроен чип NFC (Near Field Communication – это технология высокочастотной беспроводной связи малого радиуса действия бесконтактного обмена данными), при помощи которого карту считывают турникеты и терминалы общественного транспорта, валидаторы пополнения карты и смарт-фоны с функцией NFC.

Примером транспортной карты может служить карта «Тройка» и «Стрелка», которые позволяют оплачивать проезд на метро, МЦК, электричке, аэроэкспрессе и услуги городских сервисов [16]. У транспортной карты имеется «электронный кошелек», с помощью которого можно оплачивать поездки, а также на карту можно записать, например, «единый» для проезда на месяц или пользоваться другими тарифами с временными ограничениями (например любое количество поездок в течение 90 минут).

Кроме того существуют банковские транспортные карты – это банковская пластиковая карта (дебетовая или кредитная) с транспортным приложением и дополнительно установленной микросхемой, как на проездной транспортной карте. Это позволяет использовать такую карту как банковскую (осуществлять покупки, платежи и т.д.), а также оплачивать указанной картой проезд [15]. И тут возможны два варианта оплаты поездок в общественном транспорте по банковской транспортной карте в зависимости от банка-эмитента и договора на оказание услуг. Первый вариант, когда деньги за проезд списываются в реальном времени при оплате проезда. В этом случае деньги списываются со счета с предустановленного транспортного «кошелька» карты, а банковские счета карты никак не связаны между собой. Во втором случае, списание за поездки происходит банком в конце расчетного месяца за совершенное общее количество поездок (проходов). В этом случае может отличаться даже стоимость самой поездки, т.к. некоторые банки учитывают поездки по разной стоимости: чем больше поездок совершил, тем стоимость каждой поездки дешевле. Существенным минусом банковской транспортной карты считается лишь то, что ее владельцу потребуется платить банку определенную сумму годового обслуживания карты в зависимости от типа и уровня выбранной карты.

Суммируя все вышесказанное, следует отметить, что существует множество других делений по типам карт, но эти деления в основном отражают, как технически устроена или работает карта: микропроцессорные карты; смарт-карты и электронные кошельки на их основе; карты с микросхемой памяти с последовательным доступом: с защищенной памятью и с незащищенной памятью; бесконтактные интеллектуальные карты и т.д.

Также существует деление пластиковых карт по тому, как они выглядят и из какого материала сделаны. Такие карты могут различаться по цвету, текстуре и фактуре, даже могут быть прозрачными, с цветной магнитной полосой и изготовлены из цветного пластика. Могут быть карты с нанесением различных красок с содержанием золота, серебра, бронзы и т.п., карты с термохромными красками – изображение исчезает при высоких температурах и проявляется вновь при понижении температуры, также работает и в обратном порядке. Карты со свечением в ультрафиолетовых лучах, карты различных форм, карты с голограммой и голографическими эффектами, карты с 3D эффектами (объемные изображения), персонализированные карты с фото, рисунками, логотипами и т.п. Бывают даже пластиковые карты с запахами – на карту возможно нанести практически любой запах с помощью специального ароматизированного лака. Также доступен выпуск карт из разных материалов, а если это пластиковая банковская карта, то можно ее инкрустировать драгоценными камнями и покрыть драгоценными металлами.

Если же вы не хотите платить большие деньги и получить банковскую карту, выпущенную из металла, а не из пластика, то вы можете либо обратиться в кредитную

организацию, которая изначально выпускает металлические банковские карты (пример кобрендинговой карты мировой сети отелей Marriot и American Express, выпущенной из металла: Marriott Bonvoy Brilliant American Express Card) [4], либо вы можете получить индивидуальную металлическую кредитную карту, отправив вашу пластиковую кредитную карту в компанию, которая конвертирует ее в металлическую за определенную плату. Такие компании, как Lion Credit Card [6], Metal-CreditCard.com [7] и Card Ego [21] «модернизируют» вашу пластиковую кредитную или дебетовую карту в металлическую карту с возможностью индивидуального дизайна, используя как недорогие, так и драгоценные металлы, например золото 24 карата. Компании предлагают использовать следующие металлы: хром, серебро, нержавеющей сталь и множество различных сплавов. Если вы готовы потратить больше денег, то можете поработать с дизайнерами карт одной из компаний, чтобы создать свою собственную полностью индивидуальную кастомизированную карту, изготовленную из металла.

Как уже было отмечено выше, в настоящее время вам нет необходимости обращаться к сторонним организациям, чтобы получить металлическую кредитную карту. Следуя за запросами клиентов и требованиям современного рынка, ряд эмитентов теперь предлагает своим клиентам металлические кредитные карты. И они больше не ограничиваются суперэлитными брендами только по приглашениям такими, как карта American Express Centurion. Некоторые из карт, выпущенных из металла, включают следующие карты: Chase Sapphire Preferred и Sapphire Reserve, Capital One Venture, American Express Platinum и Wells Fargo Propel. Во многих случаях, чтобы получить вышеназванную карту, потребуется получить кредит у эмитента, а в иных случаях придется оплатить годовое обслуживание карты. Так, годовая плата по карте из металла American Express Platinum составит 550 долларов США, для Sapphire Reserve – 550 долларов США, при этом есть возможность получить карту Wells Fargo Propel бесплатно без уплаты годового обслуживания [1]. Единственный минус карт из металла, их тяжелее кастомизировать нежели традиционную пластиковую карту. Эмитенты металлических карт не могут воспроизводить весь цветовой спектр и переносить изображения и фото, которые доступны при кастомизации и персонализации пластиковых карт.

Как мы видим, мир пластиковых карт очень обширен, но по прогнозам экспертов в ближайшем будущем нас ждет постепенное сокращение использования и отказ от физического использования пластиковых карт. Так, журнал Forbes предсказывает, что текущий 2020 год является переломным годом отказа от пластиковых карт и приходом супераппов – приложений, которые позволяют проводить платежи, не используя пластиковые карты, например, с использованием мобильного телефона. Отказ от физического использования карт на территории России вполне возможен, так как уже на сегодняшний день такая инфраструктура приема платежей в крупных городах нашей страны полностью реализована и готова. Остальное покажет время.

1. John Kiernan. Cool Credit Cards: Best Terms, Designs & Trends. Selected from 1,500+ credit cards for November 2020. / WalletHub, Evolution Finance, October 15, 2020. Режим доступа: <https://wallethub.com/cool-credit-cards>. Дата обращения: 23.11.2020;
2. Юрий Грибанов. Год отказа от пластиковых карт и прихода супераппов: какими российские банки станут в 2020 году. / Финансы и инвестиции Forbes, АО «АС РУС МЕДИА», 09.01.2020. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/390493-god-otkaza-ot-plastikovyyh-kart-i-prihoda-superappov-kakimi-rossiyskie>. Дата обращения: 23.11.2020;
3. Солуянов А.А. Классификация пластиковых карт. / Тенденции развития внешнеэкономических связей в условиях глобализации: Сборник статей / под ред. Н.В. Лукьяновича и В.С. Аكوпова. – М.: МАКС Пресс, 2006;

4. Официальный сайт платежной системы American Express с предложением карты Marriott Bonvoy Brilliant American Express Card. Режим доступа: <https://www.americanexpress.com/us/credit-cards/card/marriott-bonvoy-brilliant/>. Дата обращения: 14.11.2020;
5. Федотова Анна. Что такое топливная карта и как ее использовать / ClubTK.ru, 19.12.2019. Режим доступа: <https://clubtk.ru/chto-takoe-toplivnaya-karta-i-kak-ee-ispolzovat>. Дата обращения: 18.11.2020;
6. Официальный сайт компании Lion Card. Режим доступа: <https://lioncreditcard.com/>. Дата обращения: 19.11.2020;
7. Официальный сайт компании MCC Production Lab. Режим доступа: <https://metal-creditcard.com/>. Дата обращения: 19.11.2020;
8. Карты доступа. Виды и работа. Применение и особенности. / Интернет портал Электросам.Ру, 2020. Режим доступа: <https://electrosam.ru/glavnaja/jelektrotehnika/karty-dostupa/>. Дата обращения: 21.11.2020;
9. Soluyanov A.A. Payment systems and the role of the Central bank of the Russian Federation. / World Applied Sciences Journal 31 (5): 829-832, IDOSI Publications, 2014. Режим доступа: [http://www.idosi.org/wasj/wasj31\(5\)14/22.pdf](http://www.idosi.org/wasj/wasj31(5)14/22.pdf) Дата обращения: 24.11.2020;
10. Как работают скидочные карты магазинов: мифы и правда. / Сетевое издание «Портал Региональное информационное агентство Московской области (РИАМО)», 19.03.2019. Режим доступа: <https://riamo.ru/article/346952/kak-rabotayut-skidochnye-karty-magazinov-mify-i-pravda.xl> Дата обращения: 22.11.2020;
11. «Выручай-карта» от мошенников. / RosInvest.Com, 27.05.2019. Режим доступа: <http://rosinvest.com/page/vyruchaj-karta-ot-moshennikov> Дата обращения: 23.11.2020;
12. Карнаухов В., Безнос О.С. ТЕХНОЛОГИЯ Near Field Communication (NFC). / Современные наукоемкие технологии, № 3, 2014. Режим доступа: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=34148> Дата обращения: 21.11.2020;
13. Кобейджинговые карты Мир / АО «НСПК» - оператор платежной системы «Мир», 2020. Режим доступа: https://mironline.ru/support/list/kobeydzhingovye_karty_mir/ Дата обращения: 20.11.2020;
14. Что такое кобрендовая карта? / Портал Credits.ru, 29.05.2018. Режим доступа: <https://credits.ru/publications/364220/chto-takoe-kobrendovaya-karta/> Дата обращения: 22.11.2020;
15. Что такое транспортная карта? / Портал Credits.ru, 29.05.2018. Режим доступа: <https://credits.ru/publications/364252/chto-takoe-transportnaya-karta/> Дата обращения: 20.11.2020;
16. За проезд передайте: почему выгодно оформлять банковскую "Тройку"? / Управление по связям с общественностью Банка Русский Стандарт, 28.03.2019. Режим доступа: <https://www.rsb.ru/press-center/publications/2019/280319-4/> Дата обращения: 24.11.2020;
17. Драганов В., Клименко А., Фофонов А. Использование дисконтных карт в управлении маркетингом на предприятиях торговли. / Интернет-проект «Корпоративный менеджмент», 2020. Режим доступа: <https://www.cfin.ru/press/practical/2006-09/08.shtml> Дата обращения: 15.11.2020;
18. Mastercard and Visa seek to get the most out of the digital-payments boom. / The Economist, October, 3, 2020. Режим доступа: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2020/10/03/mastercard-and-visa-seek-to-get-the-most-out-of-the-digital-payments-boom> Дата обращения: 17.11.2020;
19. How Visa became the top dog in global finance. / The Economist, March, 21, 2020. Режим доступа: <https://www.economist.com/business/2020/03/21/how-visa-became-the-top-dog-in-global-finance> Дата обращения: 18.11.2020;
20. Adam Nowek. Credit cards in Europe: the perils of plastic. / Expatica Communications B.V., July 31, 2020. Режим доступа: <https://www.expatica.com/about-expatica/> Дата обращения: 23.11.2020;
21. Официальный сайт компании, предлагающей выпуск банковских карт Ego, изготовленных из металла. / Режим доступа: <http://yourownmetalcreditcard.com/>. Дата обращения: 24.11.2020.