



DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2021.4.14>

UDC 336.741.225(470)
LBC 65.262.3

Submitted: 09.08.2021
Accepted: 29.09.2021

CONSUMER LENDING INSTRUMENTS IN THE CONTEXT OF COVID-19

Olga M. Korobeynikova

Volgograd State Technical University, Volgograd, Russian Federation

Dmitry A. Korobeynikov

Volgograd State Agrarian University, Volgograd, Russian Federation

Lyudmila I. Stefanovich

Belarusian State University, Minsk, Belarus

Abstract. The purpose of the article is to assess the use of consumer lending tools in the context of COVID-19 restrictions and predict the development directions of digital credit innovations in the consumer segment. It has been established that digital innovation in consumer lending is proceeding at a high rate, digital ecosystems, platforms and services are being formed. The qualitative side of the changes is characterized by the creation of new and modernization of traditional lending instruments produced by traditional banks and non-banking organizations. The COVID-19 pandemic has accelerated the scaling of digital technologies in lending. It was revealed that the following became widespread in the Russian market: payment by instalments, card lending, annuity target and non-target loans. Analysis of the dynamics of the consumer lending market showed that: the POS lending market in Russia is stagnating; the most popular way of consumer lending is by instalments; credit cards with instalment options are not widespread; the most innovative products are instalment plans secured by funds in electronic wallets. The development of two promising consumer lending instruments is predicted: the provision of instalments through marketplaces and digital ecosystems, which have the greatest potential for consumer lending and stimulating retail sales; card consumer lending, characterized by the replacement of the material form of instruments with virtual cards in the context of the COVID-19 pandemic.

Key words: loans, consumer lending, digital ecosystems, marketplace, instalments, credit cards, COVID-19.

Citation. Korobeynikova O.M., Korobeynikov D.A., Stefanovich L.I. Consumer Lending Instruments in the Context of COVID-19. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika* [Journal of Volgograd State University Economics], 2021, vol. 23, no. 4, pp. 180-191. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2021.4.14>

УДК 336.741.225(470)
ББК 65.262.3

Дата поступления статьи: 09.08.2021
Дата принятия статьи: 29.09.2021

ИНСТРУМЕНТЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ COVID-19

Ольга Михайловна Коробейникова

Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Дмитрий Александрович Коробейников

Волгоградский государственный аграрный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Людмила Иосифовна Стефанович

Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Цель статьи – оценить использование инструментов потребительского кредитования в условиях ограничений COVID-19 и спрогнозировать направления развития цифровых кредитных инноваций в потребительском сегменте. Установлено, что цифровая инноватизация в потребительском кредитовании растет быстрыми темпами, формируются цифровые экосистемы, платформы и сервисы. Качественная сторона изменений характеризуется созданием новых и модернизацией традиционных инструментов кредитования, продуцентами которых выступают традиционные банки и небанковские организации. Пандемия COVID-19 ускорила масштабирование цифровых технологий в кредитовании. Выявлено, что на российском рынке получили распространение: рассрочка платежа, карточное кредитование, аннуитетные целевые и нецелевые кредиты. Анализ динамики рынка потребительского кредитования показал, что: рынок POS-кредитования в России стагнирует; наиболее популярным способом потребительского кредитования является рассрочка; кредитные карты с опциями рассрочек не получили широкого распространения; наиболее инновационными продуктами являются рассрочки, обеспеченные средствами на электронных кошельках. Спрогнозировано развитие двух перспективных инструментов потребительского кредитования: предоставление рассрочек через маркетплейсы и цифровые экосистемы, которые обладают наибольшим потенциалом для потребительского кредитования и стимулирования продаж в ритейле; карточное потребительское кредитование, характеризуемое в условиях пандемии COVID-19 замещением материальной формы инструментов виртуальными картами.

Ключевые слова: кредит, потребительское кредитование, цифровые экосистемы, маркетплейс, рассрочка, кредитные карты, COVID-19.

Цитирование. Коробейникова О. М., Коробейников Д. А., Стефанович Л. И. Инструменты потребительского кредитования в условиях COVID-19 // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2021. – Т. 23, № 4. – С. 180–191. – DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2021.4.14>

Введение

В разные периоды истории изменения, происходящие в финансах, носили то эволюционный, то революционный характер и чаще всего были обусловлены целенаправленным воздействием внешних регулирующих сил. Текущие трансформации в сегменте потребительского кредитования происходят революционно, с невиданной ранее динамикой. Рынок потребительского кредитования структурно изменяется: формируются цифровые экосистемы, в состав которых входят платформы и сервисы, объединяющие традиционных и непрофильных участников рынка. Экосистемные участники выстраивают принципиально новые, гибридные, формы взаимоотношений по правилам, диктуемым экосистемой. Экосистемы становятся не только монополистами, но и «государством в государстве», что сопряжено с неопределенной совокупностью новых рисков. Несмотря на то что в России нет собственных бигтехов, которые обеспечивали бы глобальный эффект масштаба в национальной экономике, влияние формирующихся экосистем становится все более ощутимым.

Качественная сторона изменений в потребительском кредитовании характеризует-

ся созданием новых и модернизацией традиционных инструментов кредитования, продуцентами которых выступают не только традиционные банки, но и небанковские организации. Услуги потребительского кредитования становятся все более клиентоориентированными. Движение суженной стоимости по каналам платежных систем происходит с мгновенной скоростью в режиме реального времени, что усиливает лояльность заемщиков и вуалирует процедурные аспекты получения и использования потребительского кредита. Дезактуализируется материальная сущность инструмента кредитования (он становится виртуальным) для заемщика и осознается им не как инструмент, а как процесс. Цифровые технологии в кредитовании вытесняют из сознания заемщиков ощущение физического присутствия денег, что неизбежно приводит к утрате контроля за кредитным потреблением.

В кризисных условиях кредит наилучшим образом проявил свои сущность и функции. Пандемия COVID-19 и ограничения негативно повлияли на все сферы экономической деятельности. Не стало исключением потребительское кредитование. С одной стороны, сузился потребительский спрос на кредитные продукты из-за снижения занятости

и уровня доходов, ограничились потенциальные предложения товаров и услуг, финансируемых за счет кредита. С другой стороны, рост бедности вызвал дополнительный спрос на мелкие кредиты для неотложных нужд тех потребителей, кто не имеет «подушки безопасности».

Вовлеченность в потребительское кредитование широкого круга кредиторов и заемщиков стала возможна благодаря применению на практике цифровых технологий: открытых интерфейсов, блокчейна, роботизации, нейротехнологий, анализа больших данных и др. По общему мнению практиков, пандемия COVID-19 существенно ускорила масштабирование цифровых технологий в кредитовании, которые в текущих условиях оцениваются как главный источник экономического роста при ограниченности иных резервов развития. Согласно прогнозу International Data Corporation (IDC), к 2024 г. при выдаче 75 % потребительских кредитов и кредитов малому бизнесу будут использоваться результаты скоринга и обработки кредитной заявки, проведенные с помощью искусственного интеллекта [Global Payment ...].

В разработку современной теории потребительского кредитования большой вклад внесли [Jagtiani et al., 2021; Masiukiewicz et al., 2019]. Однако чаще внимание ученых привлекают практические аспекты кредитования и его связь с другими экономическими направлениями (банковское дело, маркетинг, финансовый менеджмент и др.) и социальными науками (социология, психология и др.). Решение отдельных практических вопросов потребительского кредитования с точки зрения банковской практики рассматривается в работах: [Буркальцева и др., 2019; Коваленко, 2009; Коробов и др., 2010; Коробов, 2015; Семнюта и др., 2011; 2013] и др., с точки зрения цифровых инноваций – в работах: [Ковалев и др., 2018; Свиридов и др., 2019а; 2019б; Adner, 2006; Bech et al., 2007; Komarova Loureiro et al., 2015; Valverde et al., 2020]; с точки зрения макроэкономики – в работах: [Elmqvist et al., 2019; Jacobides et al., 2018]; с точки зрения территориальных и операционных сегментов: [Анализ рынка ... , 2019; Коробейников, 2014; Crouhy et al., 2021;

Concessional Lending ... , 2016]. Однако остается нерешенной проблема увеличивающегося разрыва между классическими теориями кредита, теоретическими исследованиями форм, функций, методов, механизмов, инструментов потребительского кредитования и современным практическим опытом их переложения на цифровую реальность с учетом влияния внешнего фона пандемических ограничений.

Таким образом, трансформационный характер происходящих изменений обуславливает внимание к проблеме потребительского кредитования и эффективного использования инновационных инструментов в условиях влияния пандемии.

Объектом исследования являются традиционные и цифровые инструменты потребительского кредитования. Цель работы – оценить их использование в условиях ограничений COVID-19 и спрогнозировать направления развития цифровых кредитных инноваций в потребительском сегменте.

Данные и методы исследования

Для достижения цели исследования использованы данные Росстата и Банка России об объемах кредитов, выданных физическим лицам, о количестве кредитных организаций-эмитентов карт, о количестве и типах картонных инструментов, эмитированных российскими финансовыми организациями, информация отчета компании Retail Banking Research «Global Payment Cards Data and Forecasts to 2025». Для оценки эмпирических данных использованы статистические и аналитические методы обработки данных.

Результаты исследования

По данным Объединенного кредитного бюро России за первый квартал 2021 г. российские банки выдали 4 млн ед. кредитов, что на 6 % больше, чем за первый квартал 2020 года. В том числе в марте 2021 г. российскими банками был предоставлен исторический максимум нецелевых потребительских кредитов (кредитов наличными) – 1,57 млн ед., что на 23 % больше, чем в феврале 2021 г. и на 12 % больше, чем в марте 2020 года.

Сведения Банка России по объемам выданных физическим лицам кредитов (табл. 1) в динамике за десять лет показывают стабильный рост в 4 раза, что является следствием совокупности макроэкономических факторов и изменений в потребительском поведении населения. Отрицательные колебания объемных показателей кредитования обусловлены негативным влиянием санкционного сворачивания кредитного предложения (2014–2015 гг.), а также пандемическими ограничениями (локдаун, падение деловой активности и сокращение доходов населения в 2020 г.). Суммарно просадки показателей на обоих временных отрезках оказываются равнозначными, но если отрицательное влияние внешних санкций было компенсировано уже в 2019 г., то негативное влияние пандемии (как мы полагаем) будет сохраняться в течение 2021 года, а компенсация будет более пролонгированной.

На фоне сокращения объемов выданных кредитов в 2020 г. сохраняются высокие (относительно среднероссийских доходов населения) средние размеры одного кредита. Так, по данным 4 000 кредиторов, передающих сведения в Национальное бюро кредитных историй, в апреле 2021 г. средний размер выданных потребительских кредитов составил 301,7 тыс. руб., в мае 2021 г. – 294,5 тыс. рублей. По сравнению с маем 2020 г. средний размер потребительского кредита вырос на 43,6 % (в мае 2020 г. он составлял 205,0 тыс.

руб.). В мае 2021 г. самый большой средний размер выданных потребительских кредитов был ожидаемо отмечен в Москве (577,2 тыс. руб.), при этом за месяц его снижение в регионе составило 3,8 %. Лидерами по месячному сокращению этого показателя стали Приморский край (–10,3 %) и Волгоградская область (–6,4 %) [В мае ... , 2021].

В России потребительские кредиты предоставляются несколькими способами:

- POS-кредиты, из которых основную долю составляют кредиты-рассрочки вида «0–0–Х» (где 0 % первоначального взноса, 0 руб. переплаты за Х месяцев рассрочки);

- рассрочки микрофинансовых организаций с безбумажным оформлением в сегментах розницы, не покрытых POS-кредитам (с небольшими оборотами);

- специализированные карты рассрочки (например, действующие проекты «Халва» Совкомбанка, «Свобода» Хоум Кредит энд Финанс Банк, завершенные проекты «Совесть» Совкомбанка, «Вместо Денег» Альфа-Банка);

- кредитные карты российских банков (например, банков Тинькофф, Русский Стандарт), где есть опции покупок в рассрочку у партнеров, но потребителю их нужно либо подключать по каждому партнеру, либо оформлять отдельно после покупки;

- сервис экосистемы СБЕР «Покупай со Сбербанком», который предлагает рассрочки без переплат (аналог POS-кредита, целевое

Таблица 1. Динамика кредитов, выданных физическим лицам в Российской Федерации

Table 1. Dynamics of loans to individuals in the Russian Federation

Годы	Объем выданных кредитов, млрд руб.	Абсолютное годовое изменение объема выданных кредитов, млрд руб.	Цепной темп прироста объема выданных кредитов, %
2010	3 649,1	–	–
2011	5 438,7	1 789,6	49,04
2012	7 226,4	1 787,7	32,87
2013	8 778,2	1 551,8	21,47
2014	8 629,7	–148,5	–1,69
2015	5 861,4	–2 768,3	–32,08
2016	7 210,3	1 348,9	23,01
2017	9 233,7	2 023,4	28,06
2018	15 002,4	5 768,7	62,25
2019	17 650,7	2 648,3	17,65
2020	14 570,0	–3 080,7	–17,45

Примечание. Составлено по: [Показатели деятельности ..., 2021].

онлайн- и офлайн-кредитование для существующих клиентов);

- сервис рассрочки для электронного кошелька VK Pay (предлагают экосистема Mail.ru Group совместно с Хоум Кредит энд Финанс Банк), которым можно воспользоваться в онлайн-магазинах «Связной», AliExpress и у других партнеров.

Наиболее популярным способом потребительского кредитования для потребителей в российских условиях является рассрочка в силу ряда причин:

- обязательства по кредитным картам для потребителей являются сложными и непрозрачными;

- аннуитетные кредитные продукты включают в себя обязательные страховые платежи, что удорожает эти продукты и делает их менее привлекательными;

- рассрочки с аннуитетными ежемесячными платежами являются более простыми и прозрачными по сравнению с другими инструментами;

- при рассрочке для потребителя не возникает переплаты (или в ряде случаев указанной в явном виде переплаты).

Вместе с тем для банков рассрочка чаще всего является низкомаржинальной или неприбыльной по ряду причин. Невысокий размер комиссий от магазина-партнера не позволяет банкам получить доходность, сравнимую с кредитными картами при сопоставимых сроках кредитования. При уменьшении срока рассрочки продукт становится выгоднее банку, но менее привлекательным для клиента, а при увеличении срока – более привлекателен для клиента, но менее прибылен для банка. Размер комиссии, которую магазин платит банку за предоставление последним рассрочки по карте, технически нельзя установить для отдельных групп товаров, он может только зависеть от типа карты, суммы покупки, времени и места. В результате комиссия получается одинаковая для высоко- и низкомаржинальных товаров. Кроме того, для стимулирования продаж вместо выплаты комиссии банку за рассрочку продавец мог бы потратить деньги на продвижение в интернете (покупку лида) или на предоставление скидки самому клиенту. Кроме того, на российском рынке сложилась практика, по которой

крупные торговые сети не платят, а получают с банков комиссию за выдачу банками POS-кредитов в своих магазинах.

Предпочтения российских частных заемщиков в целом соответствуют мировому опыту. Особенности моделей рассрочек в зарубежных странах состоят в следующем:

- предоставление кредита продавцом либо банками по кредитным картам (Турция, Израиль, Бразилия). Используется *close-loop model* (модель замкнутого контура), когда кредитор выступает банком-эквайером и банком-эмитентом, а продавец использует рассрочку как инструмент *upsell*. Например, в Турции рассрочки являются главным драйвером рынка кредитных карт, 98 % держателей которых используют покупки в рассрочку;

- финансирование продаж за счет POS-кредитов (Западная Европа, США). POS-кредиты онлайн выдают платформы KLARNA, Affirm, Afterpay и др., которые в основном финансируют интернет-продажи на платной или бесплатной для клиента основе [P2P ...];

- выпуск ведущими банками карт рассрочки (Беларусь, Казахстан). Оплата в рассрочку в этих странах, как и в России, популярна. Именно из Беларуси была перенесена модель и торговая марка карты «Халва».

По мнению авторов, в России возможны два основных направления развития потребительских кредитных инноваций:

1. Потребительское кредитование путем предоставления рассрочек через маркетплейсы. Последние выступают элементом цифровых экосистем, которые в последнее время демонстрируют активное развитие на базе ядра – крупнейшей финансовой организации (например, СБЕР, Тинькофф, ВТБ и др.) или телекоммуникационного провайдера (Яндекс, МТС и др.). Экосистемы объединяют платформы потребительского кредитования, а также агрегаторы-маркетплейсы. Возможности экосистемы представляют интерес для всех участников финансового рынка – для крупных ритейлеров, финансовых компаний, маркетплейса, банков, потребителей-заемщиков.

По данным Мастеркард, в России в период пандемии число онлайн-магазинов, в которых пользователи стали совершать покупки, увеличилось примерно на треть (29 %), а

доля электронной коммерции возросла с 5 % до 14 %. Если в 2019 г. россияне в среднем совершали покупки на трех онлайн-маркетплейсах, то в 2020 г. – уже на четырех [Мультинаправленность ...].

Маркетплейсы обладают самым большим потенциалом для популяризации рассрочек, которые, в свою очередь, выступают эффективным инструментом для стимулирования продаж в ритейле. Ритейлеры должны иметь возможность гибко назначать размеры комиссий на отдельные товары, а банки – устанавливать сроки рассрочек, соответствующие размеру комиссий. Эти сроки будут видны еще при выборе товара как в офлайне (покупателям и продавцам в магазине), так и в онлайн (покупателям). Если у потребителя есть карта с кредитным лимитом, по которой можно покупать в рассрочку, то продавец в магазине может предложить более дорогой или более маржинальный товар в рассрочку на больший срок.

Предложенный подход можно реализовать через единую платформу – маркетплейс, на котором продавцы и банки могут определять условия для взаимодействия:

– маркетплейс может осуществлять большой объем работ по координации и взаимодействию продавцов и банков-эмитентов при предоставлении рассрочки, устанавливая базовые правила;

– очень крупные маркетплейсы могут выпускать карты собственного бренда, чтобы иметь большее влияние на установление условий рассрочки. Это можно реализовать несколькими способами: обычный кобренд; *white label* продукт (например, карта интернет-ритейлера «Озон», карта «Кукуруза» интернет-ритейлера «Евросеть» с подключаемой кредитной линией банка); *white label* кредитование виртуального кошелька по схеме VK Pay; покупка собственного банка для предоставления рассрочки и стимулирования продаж на маркетплейсы.

Маркетплейс является экосистемной платформой. Опыт создания финансовых маркетплейсов есть во многих странах [Ramdani, 2020]. Финансовые маркетплейсы можно считать альтернативой цифровым сервисам банков, поскольку они позволяют потребителю делать выбор на основе сравнения услуг не-

скольких кредитных организаций. Маркетплейс предназначен, с одной стороны, обеспечить равный доступ пользователей услуг к финансовому рынку, с другой – сформировать предпосылки для развития конкурентной среды и оптимизации финансовых сервисов. Потребительское кредитование является услугой как финансовых, так и нефинансовых маркетплейсов. С 2017 г. Банк России совместно с участниками финансового рынка осуществляет проект «Маркетплейс» – электронный канал дистанционной розничной дистрибуции финансовых продуктов (услуг) и регистрации финансовых сделок. Вместе с тем в России до сих пор актуальна проблема обеспечения равного доступа пользователей услуг к финансовому рынку. Способствуют этому объективные факторы – территориальная протяженность страны, слабая развитость интернет-сетей и труднодоступность большинства территорий [Трансформация ... , 2020]. В связи с этим ожидается, что финансовый маркетплейс улучшит финансовую доступность за счет устранения географических ограничений. Проблема несовершенной конкурентной среды и оптимизации финансовых сервисов на российском рынке также до сих пор окончательно не решена. Этому есть объективные исторические объяснения – доминирование государственных финансовых корпораций и консерватизм финансового законодательства. Преодолеть указанные ограничения можно благодаря маркетплейсам, которые дают пользователям дистанционный доступ к финансовым услугам в режиме 24/7 и широкую линейку финансовых продуктов. Продуктовый ассортимент маркетплейса включает банковские вклады, государственные и корпоративные облигации, паи паевых инвестиционных фондов, страховые продукты (обязательного и добровольного страхования), ипотечные кредиты и прочие финансовые продукты.

Маркетплейс Банка России функционирует по принципу Plug and Play и объединяет следующих участников:

– электронные платформы – площадки, на которых взаимодействуют финансовые организации и клиенты для заключения сделок;

– поставщики финансовых продуктов и услуг – банки, другие кредитные организации,

страховые компании, управляющие компании паевых инвестиционных фондов, эмитенты корпоративных и государственных облигаций;

– регистратор финансовых транзакций – основной элемент доверенной среды, реестр хранения юридически значимой информации по блокчейн-сделкам, совершенным на платформах;

– витрины-агрегаторы – интернет-ресурсы и мобильные приложения, предоставляющие клиенту сравнительную информацию о параметрах финансового продукта (срок, процентная ставка, рейтинг и т. д.) посредством систематизации и визуализации его характеристик;

– боты – автоматизированные консультанты по финансовым продуктам и услугам при заключении и исполнении сделок.

Маркетплейс Банка России в перспективе будет встроен в цифровые экосистемы благодаря использованию цифровых технологий стандартных открытых интерфейсов (Open API), Системы быстрых платежей (СБП), биометрии и др. Совместное использование инфраструктуры маркетплейса, платформы для удаленной биометрической идентификации, системы быстрых платежей позволит перевести розничные кредитные услуги в цифровую среду и повысить уровень их доступности для потребителей. Маркетплейс работает через витрины-агрегаторы популярных у российских потребителей платформ взаимодействия между потребителем и продавцом услуги («Банки.ру», «Сравни.ру»). Перечень финансовых услуг расширяется, в состав операторов финансовых платформ включены Мосбиржа и «ВТБ Регистратор», на базе которых будут предлагаться вклады и облигации, а также депозитарий «Инфинитум», который продает паи паевых инвестиционных фондов. Таким образом, маркетплейс Банка России позволяет кредитным организациям получить новых клиентов и повысить конкуренцию на финансовом рынке.

2. Карточное потребительское кредитование. Кредитные карты являются традиционным инструментом потребительского кредитования не только в России, но и в мире.

Согласно данным отчета компании Retail Banking Research «Global Payment Cards Data and Forecasts to 2025» («Мировой рынок пла-

тежных карт и прогноз до 2025 года»), в 2019 г. в мире количество торгово-сервисных организаций, принимающих платежи по картам, достигло 74,5 млн ед. (годовой рост составил 4 %). Рост обусловлен государственными инициативами, например, в Индии количество торговых точек, принимающих карты, выросло на 959 тыс. ед. (или на 40 %) в основном благодаря государственному стимулированию деятельности банков по эквайринговому обслуживанию сфер торговли и розничных услуг. Компания Retail Banking Research прогнозирует дальнейший глобальный рост числа торгово-сервисных организаций, принимающих карты до 95,9 млн на конец 2025 г., в основном за счет государственных инициатив по продвижению безналичных платежей [Global Payment ...].

Пандемия COVID-19 стимулирует использование бесконтактных платежей вместо наличных, цифровых карт вместо физических пластиковых карт, что, в свою очередь, приведет к росту количества EFTPOS-терминалов (осуществляющих электронный перевод в точке продаж). Согласно отчету «Global Payment Cards Data and Forecasts to 2025» бесконтактные технологии стали более привлекательными в условиях угроз распространения COVID-19, который стимулировал торгово-сервисные предприятия заменить наличные расчеты карточными [Global Payment ...].

В России наблюдается похожая динамика расширения использования карточных инструментов (см. табл. 2).

С 2010 г. в России количество эмитированных карт всех видов выросло в 2,46 раза до 305,6 млн ед., в том числе количество кредитных карт увеличилось с 8,6 млн ед. до 39,1 млн ед., или в 4,55 раза, что указывает на сохраняющуюся привлекательность карточного потребительского кредитования. Доля кредитных карт в общем объеме эмитированных карточных инструментов с 2013 г. остается практически неизменной, находясь в диапазоне 12–13 %. Поскольку подавляющая доля банковских карт находится в обращении у частных потребителей, то эти инструменты активно используются в финансировании розничного оборота и потребительском кредитовании.

Таблица 2. Количество карточных инструментов и их эмитентов в России (на начало года)

Table 2. Number of card instruments and their issuers in Russia (at the beginning of the year)

Годы	Количество кредитных организаций-эмитентов карт, ед.	Количество банковских карт, млн ед.					принадлежащих физическим лицам
		всего	кредитных		расчетных с овердрафтом		
			количество	доля, %	количество	доля, %	
2010	1 058	124,0	8,6	6,94	21,3	17,18	–
2011	1 012	137,8	10,1	7,32	22,5	16,33	–
2012	978	162,9	15,0	9,21	25,8	15,84	–
2013	956	191,5	22,5	11,75	31,8	16,61	–
2014	923	217,5	29,2	13,43	39,5	18,16	–
2015	834	227,7	31,8	13,97	39,7	17,44	216,9
2016	733	243,9	29,5	12,10	37,6	15,42	227,0
2017 *	623	254,8	30,1	11,81	34,2	13,42	242,9
2018	561	271,7	32,2	11,85	–	–	253,2
2019	484	272,6	35,1	12,88	–	–	269,2
2020	442	285,8	37,2	13,02	–	–	269,6
2021	406	305,6	39,1	12,79	–	–	281,8

Примечание. Составлено по: [Статистика ..., 2021]. * – начиная с II квартала 2017 г. данные по количеству расчетных карт с овердрафтом Банком России не выделяются.

В первом квартале 2021 г. был обновлен рекорд по количеству эмитированных банковских карт – их число достигло 307,7 млн ед., из которых активно используются 209,3 млн карт.

В 2020 г. доля граждан России, которые совершали платежи с помощью банковской карты, составила 58 % и исторически впервые превысила долю наличных расчетов. Картами расплачиваются 89 % клиентов интернет-магазинов, 74 % посетителей крупных торговых центров и 71 % покупателей в супермаркетах [ЦБ: больше ...]. В 2020 г. в связи с пандемическими ограничениями стала особенно выраженной тенденция перехода от привычного форм-фактора пластиковых карт к цифровым картам. За 2020 г. более 25 % россиян стали активными пользователями банковских мобильных приложений, что означает активное перераспределение предпочтений потребителей от пластиковых инструментов в пользу виртуальных карт и может перерасти в устойчивый тренд. Все большее значение приобретает форма карточного инструмента кредитования – физическая или виртуальная. Так, например, платежная система Mastercard внедряет проект по продвижению цифровых карт Digital First («Цифра прежде всего»). Это подтверждает популярность и востребованность карточных расчетов в целом и их кредитного сегмента.

Заключение

1. Цифровая инноватизация в потребительском кредитовании происходит очень высокими темпами, рынок потребительского кредитования структурно трансформируется: формируются цифровые экосистемы, в состав которых входят платформы и сервисы, объединяющие традиционных и непрофильных участников рынка. Качественная сторона изменений в потребительском кредитовании характеризуется созданием новых и модернизацией традиционных инструментов кредитования, продуцентами которых выступают не только традиционные банки, но и небанковские организации. Услуги потребительского кредитования становятся все более клиентоориентированными.

Пандемия COVID-19 негативно повлияла на динамику потребительского кредитования: сузился потребительский спрос на кредитные продукты из-за снижения занятости и уровня доходов, ограничились потенциальные предложения товаров и услуг, финансируемых за счет кредита. Пандемия COVID-19 существенно ускорила масштабирование цифровых технологий в кредитовании.

2. Анализ динамики рынка потребительского кредитования показал, что: рынок POS-кредитования в России стагнирует; наиболее

популярным способом потребительского кредитования для потребителей в российских условиях является рассрочка; кредитные карты с опциями рассрочек не распространены из-за сложностей использования; рассрочки, обеспеченные средствами на электронных кошельках, являются новейшими продуктами на российском рынке.

3. Перспективными направлениями инноваций в потребительском кредитовании можно считать: потребительское кредитование путем предоставления рассрочек через маркетплейсы и цифровые экосистемы, которые обладают наибольшим потенциалом для потребительского кредитования и стимулирования продаж в ритейле; карточное потребительское кредитование, характеризующееся замещением материальной формы инструментов виртуальными картами в условиях пандемии COVID-19.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Анализ рынка робототехники в России: проблемы и перспективы развития в условиях цифровизации / А. В. Бабкин [и др.] // Экономика и управление. – 2019. – № 8 (166). – С. 34–44.

Буркальцева, Д. Д. Эволюция банковских услуг в контексте трансформации социально-экономических систем / Д. Д. Буркальцева, И. В. Курьянова, А. С. Тюлин // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2019. – № 1 (46). – С. 63–68.

В мае средний размер потребкредитов вновь опустился ниже уровня 300 тысяч рублей, 2021. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: https://plusworld.ru/daily/cat-analytics/v-mae-srednij-razmer-potrebkreditov-vnov-opustilsyanizhe-urovnya-300-tysyach-rublej/?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=pl-s-daily-2062021&spush=a29yb2JlaW5pa292NzdAeWFuZGV4LnJ1 (дата обращения: 01.07.2021). – Загл. с экрана.

Ковалев, М. М. Цифровая трансформация банков / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик // Банкаўскі веснік. – 2018. – № 11. – С. 50–60.

Коваленко, С. Б. Проблемы функционирования небанковских финансово-кредитных институтов в условиях финансового кризиса / С. Б. Коваленко // Банковские услуги. – 2009. – № 12. – С. 17–20.

Коробейников, Д. А. Банковский и кооперативный сельскохозяйственный кредит: механизмы конвергенции / Д. А. Коробейников // Вестник Брянского государственного университета. – 2014. – № 3. – С. 283–288.

Коробов, Ю. И. Развитие банковской системы: модернизация или трансформация? / Ю. И. Коробов // Наука и общество. – 2015. – № 3 (22). – С. 39–41.

Коробов, Ю. И. Парадоксы банковской системы России / Ю. И. Коробов, А. Н. Орлова // Финансы, деньги, инвестиции. – 2010. – № 3. – С. 7–11.

Мультинаправленность – один из основных элементов стратегии Mastercard на ближайшие 10–15 лет, 2021. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://plusworld.ru/daily/platezhnyj-biznes/aleksej-malinovskij-multinapravlennost-odin-iz-osnovnyh-elementov-strategii-mastercard-na-blizhajshie-10-15-let> (дата обращения: 01.07.2021). – Загл. с экрана.

Показатели деятельности кредитных организаций, 2021 // Банк России. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/pdco_sub (дата обращения: 01.07.2021). – Загл. с экрана.

Семенюта, О. Г. Теоретические основы исследования инфраструктуры рынка банковских услуг / О. Г. Семенюта, А. Л. Амичба // Финансовые исследования. – 2011. – № 2 (31). – С. 34–40.

Семенюта, О. Г. Банковский сектор России – основа модернизации отечественной экономики / О. Г. Семенюта, Н. О. Панченко // Финансы и кредит. – 2013. – № 41 (569). – С. 2–7.

Свиридов, О. Ю. Развитие банковских экосистем на основе современных цифровых технологий / О. Ю. Свиридов, Б. С. Бадмаева // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2019а. – № 3. – С. 176–181.

Свиридов, О. Ю. Тенденции развития финтех-экосистемы в российской экономике / О. Ю. Свиридов, И. В. Некрасова // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2019б. – Т. 21, № 4. – С. 197–206. – DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2019.4.19>.

Статистика национальной платежной системы, 2021 // Банк России. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/nps/psrf/#highlight=статистика%7Снациональной%7Сплатежной%7Ссистемы> (дата обращения: 01.07.2021). – Загл. с экрана.

Трансформация розничных финансовых услуг в условиях рыночных шоков / О. М. Коробейникова [и др.] // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2020. – № 4 (60). – С. 15–22.

- ЦБ: больше половины россиян не представляют свою жизнь без расчетов банковской картой, 2021. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://plusworld.ru/daily/cat-analytics/tsb-bolshinstvo-rossiyan-ne-predstavlyayut-svoyu-zhizn-bez-raschetov-ba> (дата обращения: 01.07.2021). – Загл. с экрана.
- Adner, R. Match Your Innovation Strategy to Your Innovation Ecosystem / R. Adner // *Harvard Business Review*. – 2006. – Vol. 84, no. 4. – P. 98–107.
- Bech, M. L. Technology Diffusion Within Central Banking / M. L. Bech, B. Højbjerg // *The Case of Real-Time Gross Settlement International Journal of Central Banking*. – 2007. – Vol. 3, no. 3. – P. 147–181.
- Concessional Lending As a Perspective Tool of Development of Agribusiness / L.V. Popova [et al.] // *European Research Studies*. – 2016. – Vol. XIX, no. 2. – P. 12–20.
- Crouhy, M. The Impact of Fintechs on Financial Intermediation: A Functional Approach / M. Crouhy, D. Galai, Z. Wiener // *The Journal of FinTech*. – 2021. – Vol. 1, no. 1. – P. 2031001. – DOI: 10.1142/S270510992031001X.
- Elmqvist, M. Innovation Theory and the (Re-)foundation of Management: Facing the Unknown Introduction / M. Elmqvist, A. Gawer, P. Le Masson // *European Management Review*. – 2019. – Vol. 31, No. 3. – P. 417–433.
- Global Payment Cards Data and Forecasts to 2025, 2021. URL: <https://www.rbrlondon.com/research/global-cards> (date of access: 01.07.2021). – Title from screen.
- Jacobides, M. Towards a Theory of Ecosystems / M. Jacobides, C. Cennamo, A. Gawer // *Strategic Management Journal*. – 2018. – Vol. 39, no. 8. – P. 2255–2276.
- Jagtiani, J. Fintech Lending and Mortgage Credit Access / J. Jagtiani, L. Lambie-Hanson, T. Lambie-Hanson // *The Journal of FinTech*. – 2021. – Vol. 1, no. 1. – P. 2050004. – DOI: 10.1142/S2705109920500042.
- Komarova Loureiro, Y. Competition Against Common Sense: Insights on Peer-to-Peer Lending As a Tool to Allay Financial Exclusion / Y. Komarova Loureiro, L. Gonzalez // *International Journal of Bank Marketing*. – 2015. – Vol. 33, no. 5. – P. 605–623. – DOI: 10.1108/IJBM-06-2014-0065.
- Masiukiewicz, P. Financial Services on Informal Economy / P. Masiukiewicz, P. Dec // *Economics. Law. State*. – 2019. – Vol. 2, no. 4. – P. 18–31.
- P2P Loans Could Change Global Lending Practices. Oxford Analytica. Expert Briefings-2016, 2021. – Electronic text data. – Mode of access: <https://doi.org/10.1108/OXAN-DB210221> (date of access: 01.07.2021). – Title from screen.
- Ramdani, B. Open Banking: The Emergence of New Digital Business Models / B. Ramdani, B. Rothwell, E. Boukrami // *International Journal of Innovation and Technology Management*. – 2020. – Vol. 17, no. 5. – P. 2050033. – DOI: 10.1142/S0219877020500339.
- Valverde, S. C. Financial Digitalization: Banks, Fintech, Bigtech, and Consumers / S. C. Valverde, F. R. Fernández // *Journal of Financial Management, Markets and Institutions*. – 2020. – Vol. 8, no. 1. – P. 2040001. – DOI: 10.1142/S2282717X20400010.

REFERENCES

- Babkin A.V., Burkaltseva D.D., Khambazarov Sh.B., Tyulin A.S. Analiz rynka robototekhniki v Rossii: problemy i perspektivy razvitiya v usloviyah cifrovizacii [Analysis of the Robotics Market in Russia: Problems and Prospects of Development in the Conditions of Digitalization]. *Ekonomika i upravlenie* [Economics and Management], 2019, no. 8 (166), pp. 34–44.
- Burkaltseva D.D., Kuryanova I.V., Tyulin A.S. Evolyuciya bankovskih uslug v kontekste transformacii social'no-ekonomicheskikh sistem [The Evolution of Banking Services in the Context of the Transformation of Socio-Economic Systems]. *Nauchnyj vestnik: finansy, banki, investicii* [Scientific Bulletin: Finance, Banks, Investments], 2019, no. 1 (46), pp. 63–68.
- V mae srednij razmer potrebkreditov vnov' opustilsya nizhe urovnya 300 tysyach rublej, 2021 [In May, the Average Size of Consumer Loans Again Fell Below the Level of 300 Thousand Rubles, 2021]. URL: https://plusworld.ru/daily/cat-analytics/v-mae-srednij-razmer-potrebkreditov-vnov-opustilsya-nizhe-urovnya-300-tysyach-rublej/?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=plas-daily-2062021&spush=a29yb2J1aW5pa292NzdAeWFuZGV4LnJ1 (accessed 1 July 2021).
- Kovalev M.M., Golovenchik G.G. Cifrovaya transformaciya bankov [Digital Transformation of Banks]. *Bankayski vesnik* [Banking Bulletin], 2018, no. 11, pp. 50–60.
- Kovalenko S.B. Problemy funkcionirovaniya nebankovskih finansovo-kreditnyh institutov v usloviyah finansovogo krizisa [Problems of Functioning of Non-Bank Financial and Credit Institutions in the Financial Crisis]. *Bankovskie uslugi* [Banking Services], 2009, no. 12, pp. 17–20.
- Korobeynikov D.A. Bankovskij i kooperativnyj sel'skohozyajstvennyj kredit: mekhanizmy konvergencii [Cooperative Agricultural Banking

- and Credit: A Model of Convergence]. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Bryansk State University], 2014, no. 3, pp. 283-288.
- Korobov Yu.I. Razvitie bankovskoj sistemy: modernizaciya ili transformaciya? [Development of the Banking System: Modernization or Transformation?]. *Nauka i obshchestvo* [Science and Society], 2015, no. 3 (22), pp. 39-41.
- Korobov Yu.I., Orlova A.N. Paradoksy bankovskoj sistemy Rossii [Paradoxes of the Russian Banking System]. *Finansy, den'gi, investicii* [Finance, Money, Investment], 2010, no. 3, pp. 7-11.
- Mul'tinapravlennost' – odin iz osnovnykh elementov strategii Mastercard na blizhajshie 10-15 let, 2021* [Multidirection is One of the Main Elements of Mastercard's Strategy for the Next 10–15 Years, 2021]. URL: <https://plusworld.ru/daily/platezhnyj-biznes/aleksej-malinovskij-multinapravlennost-odin-iz-osnovnykh-elementov-strategii-mastercard-na-blizhajshie-10-15-let> (accessed 1 July 2021).
- Pokazateli deyatel'nosti kreditnykh organizacij, 2021 [Performance Indicators of Credit Institutions, 2021]. *Bank Rossii* [The Bank of Russia]. URL: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/pdco_sub (accessed 1 July 2021).
- Semenyuta O.G., Amichba A.L. Teoreticheskie osnovy issledovaniya infrastruktury rynka bankovskikh uslug [Theoretical Bases of Research of Infrastructure of the Market of Banking Services]. *Finansovye issledovaniya* [Financial Study], 2011, no. 2 (31), pp. 34-40.
- Semenyuta O.G., Panchenko N.O. Bankovskij sektor Rossii – osnova modernizacii otechestvennoj ekonomiki [Russian Banking Sector – The Basis of Modernization of the Domestic Economy]. *Finansy i kredit* [Finance and Credit], 2013, no. 4 (569), pp. 2-7.
- Sviridov O.Yu., Badmaeva B.S. Razvitie bankovskikh ekosistem na osnove sovremennykh cifrovyykh tekhnologij [Development of Banking Ecosystems Based on Modern Digital Technologies]. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski* [State and Municipal Administration. Scientific Notes], 2019a, no. 3, pp. 176-181.
- Sviridov O.Yu., Nekrasova I.V. Tendencii razvitiya fintekh-ekosistemy v rossijskoj ekonomike [Development Trends of the Fintech Ecosystem in Russian Economy]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika* [Journal of Volgograd State University. Economics], 2019b, vol. 21, no. 4, pp. 197-206. DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2019.4.19>
- Statistika nacional'noj platezhnoj sistemy, 2021 [National Payment System Statistics, 2021]. *Bank Rossii* [The Bank of Russia]. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/nps/psrf/#highlight=статистика%7Снациональной%7Сплатежной%7Ссистемы> (accessed 1 July 2021).
- Korobeynikova O.M., Morozova I.A., Kozenko Z.N., Dugina T.A. Transformaciya roznichnykh finansovykh uslug v usloviyah rynochnykh shokov [Transformation of Retail Financial Services in the Context of Market shocks]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Seriya: Social'nye nauki* [Bulletin of the Nizhny Novgorod University Named After N.I. Lobachevsky. Series: Social Sciences], 2020, no. 4 (60), pp. 15-22.
- TsB: bol'she poloviny rossiyan ne predstavlyayut svoyu zhizn' bez raschetov bankovskoj kartoj, 2021* [Central Bank: More Than Half of Russians Can't Imagine Their Life Without Paying with a Bank Card, 2021]. URL: <https://plusworld.ru/daily/cat-analytics/tsb-bolshinstvo-rossiyan-ne-predstavlyayut-svoyu-zhizn-bez-raschetov> (accessed 1 July 2021).
- Adner R. Match Your Innovation Strategy to Your Innovation Ecosystem. *Harvard Business Review*, 2006, vol. 84, no. 4, pp. 98-107.
- Bech M.L., Hobijn B. Technology Diffusion Within Central Banking. *The Case of Real-Time Gross Settlement International Journal of Central Banking*, 2007, vol. 3, no. 3, pp. 147-181.
- Popova L.V., Korobeynikov D.A., Korobeynikova O.M., Shaldokhina S.J., Zabaznova D.O. Concessional Lending As a Perspective Tool of Development of Agribusiness. *European Research Studies*, 2016, vol. 19, no. 2, pp. 12-20.
- Crouhy M., Galai D., Wiener Z. The Impact of Fintechs on Financial Intermediation: A Functional Approach. *The Journal of FinTech*, 2021, vol. 1, no. 1, 2031001. DOI: 10.1142/S270510992031001X.
- Elmqvist M., Gawer A., Le Masson P. Innovation Theory and the (Re-)Foundation of Management: Facing the Unknown Introduction. *European Management Review*, 2019, vol. 31, no. 3, pp. 417-433.
- Global Payment Cards Data and Forecasts to 2025, 2021*. URL: <https://www.rbrlondon.com/research/global-cards> (accessed 1 July 2021).
- Jacobides M., Cennamo C., Gawer A. Towards a Theory of Ecosystems. *Strategic Management Journal*, 2018, vol. 39, no. 8, pp. 2255-2276.
- Jagtiani J., Lambie-Hanson L., Lambie-Hanson T. Fintech Lending and Mortgage Credit Access. *The Journal of FinTech*, 2021, vol. 1, no. 1, 2050004. DOI: 10.1142/S2705109920500042.
- Komarova Loureiro Y., Gonzalez L. Competition Against Common Sense: Insights on Peer-to-Peer Lending

- As a Tool to Allay Financial Exclusion. *International Journal of Bank Marketing*, 2015, vol. 33, no. 5, pp. 605-623. DOI: 10.1108/IJBM-06-2014-0065.
- Masiukiewicz P., Dec P. Financial Services on Informal Economy. *Economics. Law. State*, 2019, vol. 2, no. 4, pp. 18-31.
- P2P Loans Could Change Global Lending Practices. Oxford Analytica. Expert Briefings-2016, 2021.* URL: <https://doi.org/10.1108/OXAN-DB210221> (accessed 1 July 2021).
- Ramdani B., Rothwell B., Boukrami E. Open Banking: The Emergence of New Digital Business Models. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 2020, vol. 17, no. 5, 2050033. DOI: 10.1142/S0219877020500339.
- Valverde S.C., Fernández R.F. Financial Digitalization: Banks, Fintech, Bigtech, and Cconsumers. *Journal of Financial Management, Markets and Institutions*, 2020, vol. 8, no. 1, 2040001. DOI: 10.1142/S2282717X20400010.

Information About the Authors

Olga M. Korobeynikova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Volgograd State Technical University, Prosp. Lenina, 28, 400005 Volgograd, Russian Federation, omkor1977@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6506-8087>

Dmitry A. Korobeynikov, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Economic Security, Volgograd State Agrarian University, Prosp. Universitetsky, 26, 400002 Volgograd, Russian Federation, korobeinikov77@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4499-1566>

Lyudmila I. Stefanovich, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Department of Banking Economy, Belarusian State University, Prosp. Nezavisimosti, 4, 220030 Minsk, Belarus, l.stefanovich@tut.by, <https://orcid.org/0000-0001-8811-2194>

Информация об авторах

Ольга Михайловна Коробейникова, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный технический университет, пр. им. Ленина, 28, 400005 г. Волгоград, Российская Федерация, omkor1977@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6506-8087>

Дмитрий Александрович Коробейников, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической безопасности, Волгоградский государственный аграрный университет, просп. Университетский, 26, 400002 г. Волгоград, Российская Федерация, korobeinikov77@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4499-1566>

Людмила Иосифовна Стефанович, доктор экономических наук, профессор кафедры банковской экономики, Белорусский государственный университет, просп. Независимости, 4, 220030 г. Минск, Беларусь, l.stefanovich@tut.by, <https://orcid.org/0000-0001-8811-2194>