

УДК 336.7

## ***ВЫГОДЫ ОТ БАНКОВСКОГО СЕРВИСА «КЭШБЭК»***

***Кудревич В.В.***

*к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»,  
Севастопольский государственный университет,  
Севастополь, Россия*

***Тымуш Е.О.***

*Студент 2 курса  
Севастопольский государственный университет,  
Севастополь, Россия*

### **Аннотация**

Современное развитие банковской сферы неразрывно связано с предоставлением такой услуги как кэшбэк. С одной стороны, данный новый банковский продукт представляет собой удобный и привлекательный сервис для держателей пластиковых карт. С другой стороны, отдавая определенную комиссию своим клиентам, банк несет неоправданные расходы, что не входит в основную цель деятельности кредитного учреждения. Данные аспекты вызывают интерес к выявлению сущности банковского кэшбэка. Исходя из этого, в статье рассмотрены сущность и особенности предоставления кэшбэка банковскими организациями, выявлены выгоды от получения и предоставления такого вида сервиса.

**Ключевые слова:** кэшбэк, банковская карта, банковская выгода, кредитная организация, банковский сервис

## ***BENEFITS FROM BANK SERVICE "CASHBACK"***

***Kudrevich V.V.***

*PhD in Economics, Associate Professor, Department of Finance and Credit,*

*Sevastopol State University*

*Sevastopol, Russia*

***Tymush E.O.***

*2nd year student*

*Sevastopol State University*

*Sevastopol, Russia*

### **Abstract**

The modern development of the banking sector is inextricably linked with the provision of such services as cashback. This new banking product is a convenient and attractive service for plastic card holders. However, giving a certain commission to its customers, the bank bears unjustified expenses, which is not included in the main objective of the credit institution. These aspects arouse interest in revealing the essence of banking cashback. Based on this, the article considers the nature and features of providing cashback by banking organizations, identifies the benefits of obtaining and providing this type of service.

**Keywords:** cashback, bank card, bank gain, credit institution, banking service

В нынешних конкурентных условиях развития финансовой отрасли коммерческие банки сталкиваются с проблемой привлечения клиентов. Для этого менеджеры предлагают широкий спектр современных сопутствующих услуг и сервисов, примером которых является услуга кэшбэк. Владельцы пластиковых карт

с удовольствием совершают покупки в интернет-магазинах, осуществляют онлайн бронирование отелей, посещают рестораны и места культурного отдыха, расплачиваются картами в рекламируемых сетях, в которых можно получить максимальный кэшбэк. Однако механизм и банковская выгода от предоставления такого вида сервиса до конца не являются ясным, что придает этой теме особую актуальность.

Система «кэшбэк» была придумана в США еще в 80-е годы 20 века, в России она появилась немного позднее — в 2007 году. Сам же термин кэшбэк пришел из Великобритании и США. В переводе с английского «*cashback*» обозначает «деньги назад» или «возврат наличных денег». Раньше данный термин использовался в основном в сфере интернет-торговли в качестве обозначения разновидности бонусной программы для привлечения клиентов и повышения их лояльности. Например, при покупке через интернет-магазин кэшбэк является отсроченной скидкой, которая возвращается клиенту по истечении периода, предназначенного на обмен или возврат, приобретенного товара.

На сегодняшний день банки все чаще, размещая рекламу своих услуг, предлагают дебетовые или кредитные карты с кэшбэком. В погоне за конкурентами цифры становятся наиболее привлекательными — в некоторых случаях клиентам обещают и даже гарантируют вернуть до 20% при покупке определенных товаров или услуг. И уже на данном этапе стоит понимать, что банк с очень высокой вероятностью не выдаст клиенту наличные деньги, а процент будет намного меньше. В основном начисляются бонусы или баллы, которыми можно расплатиться при следующей покупке или в условиях определенной программы. Так, некоторые банки (например, банк ВТБ) предлагают кэшбэк в виде миль. Размер вознаграждения зависит от суммы покупок по карте в месяц, при этом может существовать лимит,

ниже которого мили не начисляются. Таким образом, для накопления суммы, которой возможно воспользоваться в дальнейшем для оплаты билета на каком-то вид транспорта, клиенту банка необходимо совершить покупки на сумму, в стократ превышающую стоимость самого билета. В данной ситуации каждый сам для себя решает, исходя из собственных доходов и привычных ежемесячных расходов, выгодно ли ему подобное предложение или нет.

Также многие кредитные организации в настоящее время предлагают клиентам кэшбэк бонусными рублями, которые можно конвертировать в рубли: 1 бонусный рубль = 1 рубль. Подобное предложение можно встретить в Сбербанке, Альфа-банке, Газпромбанке, Тинькофф Банке, которые предоставляют кэшбэк как в рублях, так и в баллах [7]. При этом банк чаще всего не выдает накопленную сумму клиенту, а открывает бонусный счёт, с которого возможно оплачивать покупки из предлагаемого банком каталога (например, Сбербанк) [2]. И именно в таких дополнительных предложениях скрывается еще одна проблема для потребителя. А заключается она в том, что кэшбэк возвращается на пластиковую карту реальными деньгами, на которые можно приобретать абсолютно любые товары или услуги, но в пределах условий программы.

Одним из условий покупки по карте с кэшбэком часто является приобретение товаров и услуг исключительно у компаний-партнеров. Но чаще всего партнерами банка являются магазины класса люкс, рестораны, аэропорты, сеть АЗС, где продукция предлагается по завышенной цене. В таком механизме выгоду получают все, кроме клиента. Например, магазин, чтобы увеличить количество покупателей, перечисляет процент от покупки банку, в котором была выпущена карта с кэшбэком. То есть при оплате покупки картой банк получает от магазина комиссию за эквайринг. Через определенное время кредитная организация начисляет на счет владельца карты накопившиеся кэшбэк - баллы. В большинстве случаев комиссия от

магазина, где была совершена покупка, и является кэшбэком. В данной ситуации каждая из сторон получила свое вознаграждение. Магазин повысил уровень продаж, банк, не тратя собственные средства, расширил диапазон услуг, которые будут способствовать увеличению лояльности клиента, а сам клиент приобрел дорогой и качественный товар намного дешевле. Однако очень малое число людей задумываются о настоящей выгоде такого предложения прежде, чем попадают на подобные предложения банка.

Ведь на самом деле человек со средним уровнем дохода вряд ли позволит себе, например, вещь за 20000 рублей, когда такая же есть за 10000 рублей, но в другом магазине, не партнере банка. Однако, став счастливым обладателем карты с кэшбэком, владелец карты не будет думать об этом. Именно на подобный ход событий и рассчитывают кредитные организации. Многие люди в погоне за приятным вознаграждением в виде кэшбэка приобретают дорогие товары, порой вовсе и не нужные им, не думая о том, что купив дешевле, они и так сэкономят свои деньги. Таким образом, банк контролирует и формирует у своих клиентов спрос на новые и более дорогие товары, мотивируя их тратить больше, чем сберегать или инвестировать [4].

Помимо этого, кредитная организация с помощью системы кэшбэк может получать ценную информацию о потребительском поведении клиентов, чтобы в дальнейшем создавать интересные предложения для них.

Кредитные организации используют программы лояльности также с целью побуждения своих клиентов чаще совершать безналичные операции по картам. К основным выгодам банка относят рост остатков на счетах клиентов, снижение расходов на обслуживание банкоматов, инкассацию [1], возможность упрощения процедуры выдачи кредитов из-за очевидной кредитной истории клиентов и т.д.

Стоит отметить, что это не все причины, по которым банкам выгодно работать с системой кэшбэк. Чаще всего основные нюансы прописываются в договоре, который кредитная организация заключает с клиентом. Одним из них является лимит на возврат определенной суммы. Абсолютно все банки имеют месячный лимит возвращаемых средств. И в договоре должна обязательно прописываться эта ограниченная сумма, которая варьируется в пределах нескольких тысяч рублей. Суть в том, что чем выше обещанный кэшбэк, тем ниже лимит. Механизм устроен так, чтобы банк вернул клиенту как можно меньше средств. Также в договоре прописывается определенная сумма, которую клиент должен потратить в течение определенного времени, чаще всего месяца. В случае невыполнения этого условия кэшбэк выплачен не будет. К тому же, кэшбэк может аннулироваться, если у клиента имеется просроченная задолженность по кредиту [5,6]. Также в договоре скрывается немаловажная информация о том, что при начислении кэшбэка округление будет осуществляться в меньшую сторону. Такое неприметное действие с цифрами позволяет банкам значительно уменьшить реальные выплаты на несколько процентов. И не стоит забывать про показатель чистой выгоды, то есть разность между суммой кэшбэка, других доходов по карте и расходами на ее обслуживание, например, комиссия за годовое обслуживание и смс-информирование.

На рис. 1 представлен рейтинг получаемой выгоды клиента от использования пластиковых карт с кэшбэком разных кредитных организаций [3].

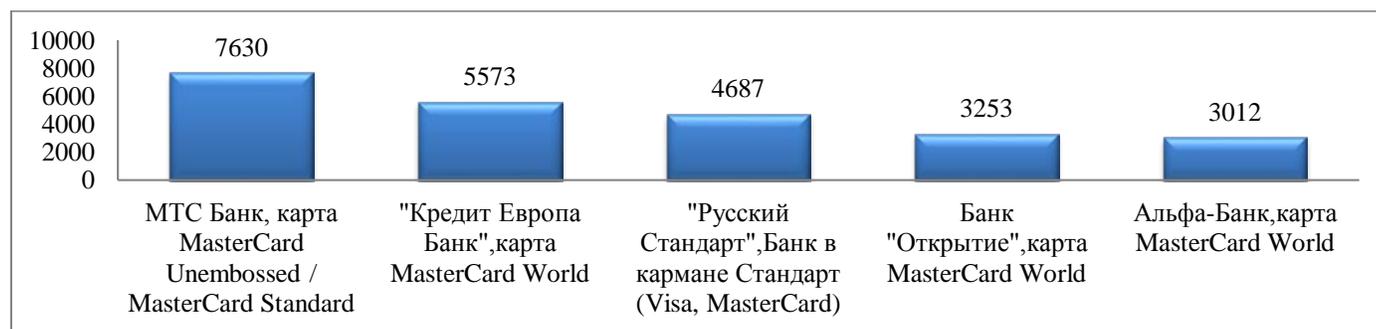


Рис.1.- Рейтинг кредитных организаций по выгоде клиентов от получения кэшбэка в год, руб.  
Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Исходя из диаграммы на рис. 1, можно сделать вывод, что программы лояльности хорошо известных и разрекламированных банков могут оказаться менее выгодными для определенного сегмента пользователей, чем программы лояльности малоизвестных банков.

В заключение стоит сказать, что увеличение востребованности безналичных средств, рост активности клиентов влияет на экономические показатели банка. Кредитная организация подключает систему кэшбэк и параллельно предлагает клиентам воспользоваться дополнительными платными услугами. Затем пользователи той или иной услуги ежегодно платят абонентскую плату, за счет которой доходы банка постоянно увеличиваются. Клиенты, увлекающиеся программами лояльности, становятся зависимыми, они безрассудно тратят большое количество денег, затем берут кредиты и обрекают себя на статус постоянного должника, тем самым увеличивая доходы банка.

### **Библиографический список:**

1. Грошева Н. Карт с кэшбэком все больше, процент все выше. В чем подвох? [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://www.bfm.ru/news/395520> (дата обращения: 31.03.2020).
2. Официальный сайт банка ВТБ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://www.vtb.ru/> (дата обращения: 31.03.2020).
3. Официальный сайт «РБК». [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://www.rbc.ru/> (дата обращения: 31.03.2020).
4. Пахунов К. Пощупать границы лояльности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://expert.ru/expert/2019/43/poschupat-granitsyi-loyalnosti/> (дата обращения: 01.04.2020).

5. Тарасов Д. Как не прогореть на бонусах и кэшбэках. [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://frankrg.com/288> (дата обращения: 31.03.2020).
6. Как работает система кэшбэк по банковским картам и в чем подвох ? [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: [http://kapital-rus.ru/articles/article/kak\\_rabotaet\\_sistema\\_keshbek\\_po\\_bankovskim\\_kartam\\_i\\_v\\_chem\\_podvoh/](http://kapital-rus.ru/articles/article/kak_rabotaet_sistema_keshbek_po_bankovskim_kartam_i_v_chem_podvoh/) (дата обращения: 31.03.2020).
7. Чернышова Е. Крупные банки начали заменять рубли на бонусы при кешбэке. [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://www.msn.com/ru-ru> (дата обращения: 31.03.2020).

*Оригинальность 95%*