

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

Издержки торговых компаний по поддержанию систем наличных и безналичных платежей

Даты проведения: май — сентябрь 2012 г.

Коллектив Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) реализовал проект на тему «Издержки торговых компаний по поддержанию систем наличных и безналичных платежей».

Исполнители: д. э. н. В. В. Радаев (руководитель проекта), к. с. н. З. В. Котельникова, М. Е. Маркин, Е. А. Назарбаева, Н. В. Прокопова.

Исследование выполнено по заказу Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ).

Постановка проблемы

В настоящее время активно обсуждаются меры по стимулированию безналичного денежного оборота в России. Одним из существенных препятствий для расширения карточных платежей помимо неразвитости инфраструктуры и недоверия потребителей считается сравнительно высокая ставка торговой уступки за проведение безналичных транзакций в торговых и сервисных организациях (особенно в сегменте малого и среднего бизнеса). Действительно ли данная ставка столь высока, и какие факторы влияют на её формирование? С какими дополнительными проблемами сталкиваются торговые компании в связи с обслуживанием безналичных платежей? Какие рекомендации могут быть предложены для решения этих проблем? Чтобы ответить на все эти вопросы, было проведено специальное исследование.

Цель исследования

Целью исследования является изучение величины издержек продовольственных и непродовольственных торговых компаний, связанных с поддержанием систем наличных и безналичных платежей (применительно к банковским картам разных типов).

Задачи исследования

1. Анализ ставок торговой уступки на рынках ЕС (по материалам исследований Европейского центрального банка и других финансово-кредитных учреждений ЕС).
2. Сравнительный анализ величины ставки торговой уступки в торговых компаниях, оперирующих на рынках России.
3. Исследование величины издержек по поддержанию бизнес-операций по приёму наличных и безналичных платежей.
4. Изучение барьеров, препятствующих проникновению безналичных платежей на российский рынок розничной торговли.

5. Выработка рекомендаций по стимулированию безналичных транзакций на российском рынке розничной торговли.

Объект и предмет исследования

Основным объектом исследования выступают продовольственные и непродовольственные торговые компании разного размера, работающие на российском рынке розничной торговли.

Предмет исследования: сравнительный анализ издержек торговых компаний по поддержанию систем наличных и безналичных платежей в розничной торговле, а также основных проблем, возникающих у торговых компаний в связи с обслуживанием безналичных платежей.

Основные методы сбора данных

Сбор данных производился на основе стандартизованного опроса экспертов из числа сотрудников розничных компаний, отвечающих за финансовые вопросы. Собираемые данные концентрировались вокруг следующих основных параметров:

- общие сведения о торговой компании;
- общие сведения об эквайере и используемых платёжных системах;
- техническое обеспечение эквайринга;
- количественное соотношение наличных и безналичных платежей;
- сравнительная стоимость обслуживания наличного и безналичного оборота, её дифференциация в зависимости от типа платёжных средств, размера компании, основных товарных категорий и других факторов;
- ретроспективные, текущие и прожективные оценки влияния изменения ставок торговой уступки на величину торгового оборота.

В ряде случаев, помимо заполнения стандартизованной анкеты, с представителем торговой компании, отвечающим за соответствующую сферу деятельности, проводилось дополнительное интервью с целью получения более подробных объяснений и комментариев по основным вопросам исследования. Функциями интервью с представителями торговых компаний являлись более детальное раскрытие основных проблем, препятствующих развитию безналичных транзакций в торговых предприятиях, и выработка конкретных рекомендаций по возможным способам решения этих проблем.

При создании инструментария были учтены замечания представителей Министерства финансов РФ, Центрального банка РФ и Федеральной антимонопольной службы России.

Формирование выборки и её основные параметры

Перечень компаний и контакты их представителей были предоставлены ведущими деловыми ассоциациями. В исследовании приняли участие представители следующих организаций:

- Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ);
- Ассоциация торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК);
- Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ);
- Союз независимых сетей России (СНСР);
- Объединение работодателей малого и среднего бизнеса «ОПОРА».

АКОРТ и РАТЭК обеспечили представительство федеральных торговых сетей, СНСР — региональных торговых сетей, «ОПОРА» — малых и средних торговых предприятий, АКИТ — интернет-магазинов.

Дополнительно были опрошены 15 региональных малых и средних компаний, не являющихся членами указанных ассоциаций. Сбор данных в этой части исследования производился Аналитическим центром Юрия Левады.

Всего в июле — августе 2012 г. были опрошены 42 компании, из них 50% представляют Москву (как правило, являются федеральными торговыми сетями) и 50% — регионы. По своему размеру отнесены к малым 16 опрошенных компаний (38%), к средним — 8 компаний (19%) и к крупным — 18 компаний (43%). Малые компании выделены на основе официальных критериев¹. Крупные и средние компании разделялись на основе сочетания нескольких признаков: количество магазинов, численность занятых и объем годовой чистой выручки.

Опрошенные компании работают в следующих товарных секторах:

- продукты питания (15 компаний);
- бытовая техника и электроника (15 компаний);
- товары для дома (15 компаний);
- одежда, спортивные товары (6 компаний);
- другие категории (11 компаний)².

Среди опрошенных компаний шесть интернет-магазинов (в основном это средние по размеру предприятия), остальные имеют оффлайновые торговые объекты, из них 10 компаний принимают безналичные платежи через Интернет, то есть работают одновременно оффлайн и онлайн. По результатам опроса была сформирована специальная база данных. Анализ данных осуществлялся с помощью статистического пакета SPSS+.

Дополнительно были записаны 13 интервью с финансистами опрашиваемых розничных компаний.

Результаты исследования

По результатам исследования опубликован аналитический отчет (см.: Радаев В.В. и др. 2012. Издержки торговых компаний по поддержанию систем наличных и безналичных платежей: аналитический отчет. Серия «Аналитика ЛЭСИ». Вып. 11. М.: Изд. дом ВШЭ. URL: <http://www.hse.ru/mag/analytics/archive.html>).

¹ Использованы положения Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ.

² Некоторые компании работают одновременно в нескольких секторах.