

Грязнов Сергей Александрович

канд. пед. наук, доцент, декан

ФКОУ ВО «Самарский юридический институт ФСИН России»

г. Самара, Самарская область

СПЕЦИФИКА КРЕДИТНЫХ КАРТ С КЭШБЕКОМ

***Аннотация:** кредитные карты с кэшбэком популярны среди потребителей благодаря возможности возврата части потраченных средств, но, как и любой финансовый инструмент, они имеют свои особенности. Кэшбэк способен менять финансовое поведение потребителей, компенсируя «дискомфорт от платежа», однако владельцы кредитных карт с кэшбэком не только чаще совершают покупки, но и могут увеличивать свою задолженность. Статья посвящена рассмотрению преимуществ и недостатков оформления кредитных карт с кэшбеком.*

***Ключевые слова:** кэшбек, возврат денег, банковский инструмент, финансовая грамотность, лояльность потребителей, изменение потребительских привычек.*

Потребительские компании часто используют программы стимулирования покупки своей продукции – это скидки, бонусы или балльные системы, которые затем позволяют пользователям частично оплачивать свои покупки. Такие программы часто используются авиакомпаниями, отелями, кафе, розничными магазинами и банками, которые предлагают пользователю возврат денег, если он оплатил покупку кредитной картой.

Кэшбэк – это частичный возврат денег за покупку на карту покупателя в виде небольшого процента от ее стоимости. В отличие от накопительных бонусов, миль или баллов, которые можно потратить, купив определенные товары (услуги) продавцов, кэшбэк – это реальные деньги, которые пользователь может использовать по своему усмотрению [1].

Программы возврата денег повышают лояльность потребителей к продавцам и банкам, поощряя более активные покупки по картам, что увеличивает до-

ходы продавцов и банков, выплачивающих комиссионные. Инициаторы программ кэшбэка делают ставку именно на то, что рост потребительских расходов превысит затраты на кэшбэк. Однако пользователи кредитных карт с кэшбеком могут увеличить не только свои покупки, но и свой долг банку.

В целом, использование кредитной карты оправдано в следующих случаях: непредвиденные обстоятельства (например, срочный ремонт автомобиля или неотложная медицинская помощь), защита покупки и расширенные гарантии (многие кредитные карты предлагают дополнительную защиту покупки и расширенные условия гарантии), путешествия (часто билеты на самолет, отели оплачиваются кредитными картами);

Однако существуют ситуации, когда от использования кредитной карты лучше отказаться. Во-первых, в ситуации необдуманных (спонтанных) покупок. Эмоциональные и импульсивные расходы могут привести к тому, что на момент оплаты не окажется необходимой суммы, что, в свою очередь, может обернуться дополнительными процентами за пользование кредитом. Еще одна проблема – это отсутствие контроля над личными финансами. Если погашение задолженности происходит нерегулярно или наблюдается постоянное превышение лимита, это может свидетельствовать о том, что возникли сложности с финансовой дисциплиной. Также стоит обратить внимание на процентные ставки. Иногда кредитная карта – это удобно, но если она с высокой процентной ставкой, то ее использование может оказаться слишком дорогим.

Как сказано выше, кэшбэк – это своего рода скидка после покупки, которую клиент получает не сразу, а после того, как транзакция была обработана банком. Основной принцип получения кэшбека: клиент совершает покупку с использованием кредитной карты; после обработки платежа банком на счет клиента возвращается небольшая часть потраченной суммы; размер этого вознаграждения может варьироваться в зависимости от условий, предложенных конкретным банковским учреждением. Клиентам это выгодно, однако стоит помнить, что не все покупки участвуют в программе кэшбэка, условия могут

меняться, поэтому важно регулярно знакомиться с актуальными правилами банка.

Среди объективных преимуществ данного инструмента можно назвать: повышается мотивация к активному использованию; определенная экономия на покупках; дополнительные акции и бонусы; возможность снятия наличных без комиссии в определенных банкоматах; удобство оформления; гибкие условия оплаты (возможность оплаты покупок в рассрочку или отсрочка платежа на определенный срок); доступ к эксклюзивным предложениям (сотрудничество банков с торговыми партнерами дает право на специальные предложения и скидки). Таким образом, кредитная карта с кэшбэком может быть полезной.

Тем не менее необходимо помнить о ряде нюансов. Условия, предлагаемые банками, не всегда прозрачны, что может привести к недоразумениям и дополнительным комиссиям. Так, некоторые банки автоматически подключают платные услуги, что приводит к неожиданным списаниям средств. Общение с представителями банка также может стать проблемой. Некоторые клиенты жалуются на отсутствие информации или на агрессивное поведение представителей банка в случае просрочки платежа.

Однако самая главная проблема кредитных карт с кэшбеком заключается в изменении потребительских привычек, что вызывает рост общего объема трат. При пользовании кредитной картой с кэшбеком происходит увеличение расходов на 20–30%, следовательно, общая экономия от кэшбэка нивелируется из-за увеличенных трат. Также следует учитывать, что цены в партнерских магазинах как правило выше, в итоге покупка обходится дороже, даже с учетом кэшбека. Кроме того, многие бонусы имеют срок действия и если не использовать их вовремя, они «сгорят» или условия акций могут поменяться, и то, что было выгодно в текущем месяце, в следующем может стать не таким привлекательным.

Чтобы извлечь и максимизировать выгоду, некоторые пользователи применяют карту определенного банка целенаправленно для получения бонусов. Например, карта периодически пополняется на сумму стоимости товара, затем клиент производит оплату покупки. Таким образом, банковский продукт ис-

пользуется только для разовых точечных сделок. Такой принцип работы карт с кэшбэком кредитной организации не выгоден, поэтому банки указывают в договоре, что в случае выявления злоупотреблений, они вправе лишить клиента начисленных бонусов. Например, такое ограничение имеет карта с кэшбэком от Альфа-Банка. Этот продукт выгодно использовать для оплаты заправок на АЗС (10%) и счетов в ресторанах (5%). Однако в программе привилегий указано, что действие карты может быть приостановлено, если клиент начнет расходовать средства только там, где есть повышенный бонус. Кроме того, некоторые кредитные организации оставляют за собой право менять условия договора в части начисления кэшбека. Банк самостоятельно без учета интересов клиентов может изменить категории товаров (услуг) с наиболее высоким процентом выплаты кэшбека.

Таким образом, выбор кредитной карты с кэшбэком – сложная задача, учитывая разнообразие рыночных предложений. Первое, на что стоит обратить внимание, это условия начисления кэшбэка. В некоторых картах кэшбэк предоставляется на все покупки без исключения, в других – только на определенные категории товаров или услуг. Также важно узнать о максимальных суммах, которые можно заработать и условиях их вывода или использования. Второе – это анализ собственных покупательских привычек, потому что расходы – ключевой элемент в выборе карты. Например, для тех, кто часто путешествует, лучше всего подойдет карта с кэшбэком на авиабилеты или отели. Если же большая часть расходов приходится на продукты питания, стоит выбрать карту с бонусами в супермаркетах. В-третьих, необходимо проанализировать и другие функции карты: стоимость обслуживания, лимиты, ставки по кредиту. Так, многим известно, что можно использовать начисленный кэшбэк для оплаты минимального платежа по кредиту, что позволит сэкономить на процентах.

После того как карта оформлена рекомендуется тщательно следить за расходами несколько месяцев. Это поможет понять, насколько выгодной оказалась кредитная карта и стоит ли корректировать стратегию ее использования.

Персонализация опыта – это путь, который позволяет банкам выделять свои кредитные карты среди схожих лимитов, процентных ставок и кэшбеков [3]. Сегодня конкуренция выходит за пределы цены – банки больше не конкурируют ставкой или сроками грейс-периодов (льготный период уплаты процентов по кредиту), а ведут борьбу за комфорт, сервис, удобство для клиента – в этом видится ключ к решению задачи по наращиванию рыночной доли или удержанию клиентской базы.

Список литературы

1. Кудревич В.В. Выгоды от банковского сервиса «кэшбэк» / В.В. Кудревич, Е.О. Тымуш // Вектор экономики. – 2020. – №5 (47). – С. 64. – EDN JSVAYE.
2. Куликова М.А. Кредитование при помощи кредитных карт: преимущества и недостатки / М.А. Куликова // Теория и практика функционирования финансовой и денежно-кредитной системы России: сборник статей международной научно-практической конференции (шестнадцатое заседание) (Воронеж, 10 декабря 2020 года). – Воронеж: Научная книга, 2022. – С. 118–124. – EDN BFJHZY.
3. Тороновская Т. Кредитные карты: конкуренция выходит за пределы цены / Т. Тороновская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://frankrg.com/news/kreditnye-karty-konkurenciya-vykhodit-za-predely-tseny> (дата обращения: 07.11.2024).