

Владимир **Крупнов**, директор компании «НоваКард»

Рынок пластиковых карт развивают сами потребители

Наша компания – одна из крупнейших в России и Восточной Европе по производству пластиковых карт всех видов. Начиная с выпуска 1 млн. карт в год, мы достигли уровня производства такого же количества за день (более 500 млн. карт в год). Среди наших клиентов – Сбербанк, Банк Русский Стандарт, Citibank, Home Credit&Finance Bank, МТС, БиЛайн, Мегафон, IKEA, Лукойл, Аэрофлот и другие крупные российские и международные банки и компании



В 90-е гг. рост рынка шел в основном за счет развития банковского сектора. С появлением операторов сотовой связи он начал стремительно расширяться. Сейчас на российском рынке карт мало компаний, которые реально работают по мировым стандартам: кроме «НоваКард», существуют лишь два сертифицированных поставщика карт международных платежных систем *Visa* и *MasterCard*. Однако конкуренция в этом секторе становится все жестче – в том числе и за счет появления зарубежных инвесторов. Россия уже представляет интерес для таких мировых лидеров как *Gemalto* и *Oberthur Card Systems*.

Полагаю, что текущий год будет прогрессивным в плане сотрудничества с банками. Последние дозрели до перемен, и, реагируя на дина-

мичное развитие рынка, станут в большей степени доверять отечественным поставщикам пластиковых карт. По моим оценкам, в 2007 г. будет выпущено столько же карт, сколько за предыдущие несколько лет – более 60 млн. Это начало взрывного роста рынка. Перспектива легко просматривается в сравнении с западом. Если в России сейчас на двух человек приходится всего одна банковская карта, то в Америке – в десять раз больше.

Рынок будет расти потому, что банки и розничные сети все больше внимания уделяют удержанию уже имеющихся клиентов, так как понимают, что рынок идет к насыщению, и очень скоро проблема лояльности каждого конкретного клиента станет одной из важнейших. Важным фактором развития рынка пластиковых

карт является осознание банками потребности внедрения CRM-систем (систем управления взаимоотношениями с клиентами) и эффективного управления рисками. Эффективная работа на розничном рынке возможна лишь при условии, что вы собираете информацию о своих клиентах, сегментируете клиентскую базу, умеете делать адресные предложения и гибко управляете рисками.

Использование карт на базе технологии EMV дает банку возможность собрать максимум информации о клиенте. Сейчас в России все большее количество банков принимает участие в EMV-проектах, так как именно стандарт EMV дает возможность для построения эффективной системы взаимоотношений между банками и клиентами.