



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ / БАНК»

В ПОИСКАХ ЛОГИКИ

Несколько лет назад мне мой банк прислал предложение взять потребительский кредит размером полмиллиона рублей. Кредит на неотложные нужды мне в тот момент как раз был необходим. Но вовсе не такая крупная сумма. Я обратился к служащей отделения с вопросом: может ли мне кредитное учреждение на таких же условиях предоставить сумму в полтора раза меньшую. И был поражен ответом — для этого банку понадобится несколько дней проверки состояния моих финансов. Вот если бы я захотел взять предложенные 500 тыс. — их бы я мог получить наличными прямо сейчас. Но иная сумма, хоть и меньшая, потребовала дополнительных бюрократических проволочек. Я до сих пор вспоминаю этот случай, пытаюсь найти какое-то логическое объяснение действиям банка. Но ничего оригинального в голову не приходит — по-моему, на мне попросту хотели побольше заработать на процентах по кредиту. В итоге финансовое учреждение, конечно, согласилось на мои условия. Но ведь и я мог дрогнуть — и признаюсь, шевельнулась в голове мысль, а не взять ли все, что предлагают. В конце концов, потратить-то всегда есть на что. Особенно, когда есть возможность получить наличные мгновенно. Клиент после потребительского бума 2000-х пообтерся и стал благоразумнее, кредиты берет осторожнее, понимая, что за все приходится платить. Но банки так просто не сдаются. Обещания наивыгоднейших условий чередуются с картинками красивой жизни, которые могут дать клиенту займы под мизерные проценты. Пару лет назад один крупный банк запустил рекламную кампанию — на щитах висели лозунги «Верните потooooооо». Ударение, вероятно, падало на второй слог, подразумевая, что возвращать кредит можно с отсрочкой. Но мне почему-то всегда хотелось дописать: «...и кровью».

Процент потребителей, которые переоценивают свои силы и в итоге не справляются с финансовой нагрузкой, все еще велик. На мой взгляд, банкам стоит ответственнее подходить к воспитанию финансовой грамотности у населения. Ведь именно им, в конце концов, бумерангом прилетает неспособность клиента критически подойти к своей финансовой состоятельности.



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

СМАРТ-ОПЛАТА ЗАВОЕВЫВАЕТ РЫНОК

ПЛАТЕЖНЫЕ СЕРВИСЫ APPLE PAY И SAMSUNG PAY ПОЯВИЛИСЬ В РОССИИ ОСЕНЬЮ ПРОШЛОГО ГОДА И УЖЕ ОБРЕЛИ ПОПУЛЯРНОСТЬ, В ТОМ ЧИСЛЕ И СРЕДИ ЖИТЕЛЕЙ ПЕТЕРБУРГА. УЧАСТНИКИ РЫНКА ПРОГНОЗИРУЮТ, ЧТО В 2017 ГОДУ КОЛИЧЕСТВО БАНКОВСКИХ КЛИЕНТОВ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ЭТИ ПЛАТЕЖНЫЕ СЕРВИСЫ, МОЖЕТ ВЫРАСТИ ДО 30–40%. АЛЕНА ШЕРЕМЕТЬЕВА

Платежные сервисы Apple Pay и Samsung Pay появились в России осенью 2016 года и быстро обрели популярность. Эксперты констатируют, что доля транзакций, совершаемых с помощью этих бесконтактных платежных сервисов в Петербурге, неуклонно растет.

По словам Дарины Хохлушиной, заместителя директора Северо-Западного регионального центра Райффайзенбанка по розничному бизнесу, среди 1,6 млн клиентов Райффайзенбанка в сервисы Apple Pay и Samsung Pay добавлено более 61 тыс. карт в 2016 году. «Доля клиентов, использующих сервисы, доходила до 8,6% от общего количества клиентов банка. Самым активным был сегмент премиальных клиентов», — отмечает госпожа Хохлушина.

Иван Макаров, пресс-секретарь ВТБ24 по СЗФО, сообщил, что в Петербурге уже свыше 10 тыс. клиентов ВТБ24 скачали соответствующие приложения и подключили свои мобильные устройства к банковским счетам для более удобной оплаты. «Санкт-Петербург демонстрирует очень хорошую динамику и долю в общем российском обороте, поэтому мы считаем рынок одним из целевых и наиболее перспективных для новых технологий», — говорит эксперт.

Как рассказал Олег Прокаев, дивизиональный директор блока «Розничный бизнес» филиала «Санкт-Петербургский» Альфа-банка, клиенты активно пользуются этими платежными сервисами. Причем 10% от общего количества пользователей этих сервисов в Альфа-банке живут в Петербурге.

Антон Сафонов, исполнительный директор по розничным продуктам банка «Открытие», отмечает, что почти 10% всего оборота по бесконтактным платежам банка «Открытие» приходится на платежи через Apple Pay и Samsung Pay и эта доля растет быстрыми темпами.

БЕСКОНТАКТНЫЕ МИЛЛИОНЫ Если поначалу клиенты использовали Apple Pay и Samsung Pay только для небольших транзакций, то сегодня у ряда банков есть примеры крупных платежей.

«Конечно, пока доля платежей с помощью смартфонов существенно меньше, чем доля платежей, которые осуществляются с помощью пластиковых карт, но этот показатель постоянно и весьма динамично растет. Средняя сумма платежа с помощью устройства мобильной связи составляет 1,5 тыс. рублей. Максимальный размер платежа клиента ВТБ24 на сегодня составляет 1,5 млн рублей», — делится данными Иван Макаров.



УДОБСТВО ДАННЫХ СЕРВИСОВ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТО НЕТ НЕОБХОДИМОСТИ ДОСТАВЛЯТЬ КОШЕЛЕК (У МНОГИХ ОН УБРАН В СУМКУ) ИЛИ ОТКАЗЫВАТЬСЯ ОТ ПОКУПКИ, ЕСЛИ ВЫЯСНИЛОСЬ, ЧТО КЛИЕНТ ЗАБЫЛ НАЛИЧНЫЕ ДОМА

По оценкам Олега Прокаева из Альфа-банка, средний чек составляет примерно 1,2 тыс. рублей. «В Петербурге активно используются эти платежные сервисы при оплате услуг и товаров в розничной торговле, в кафе или ресторанах и в метрополитене. Что касается максимальной транзакции, то рекорд нашего клиента — покупка в бутике Tiffany на 1,9 млн рублей», — рассказал господин Прокаев.

Дарина Хохлушина отмечает, что в 2016 году клиенты Райффайзенбанка осуществили транзакции с помощью сервиса Apple Pay и Samsung Pay в 66 странах. «В России активнее всего клиенты платили в Москве. На долю таких транзакций пришлось 60% от их общего количества. На втором месте Санкт-Петербург с долей 14%. Замыкают пятерку Екатеринбург, Краснодар и Нижний Новгород. Чаще всего клиенты платят в супермаркетах и ресторанах. Средний чек равен 1,2 тыс. рублей. Самая дорогостоящая покупка была совершена в московском автосалоне на сумму более 2 млн рублей. Среднемесячный оборот по Apple Pay и Samsung Pay составил около 300 млн рублей», — комментирует госпожа Хохлушина.

УДОБСТВО ДЛЯ ПРОДВИНУТЫХ Совершить покупку с помощью Samsung Pay и Apple Pay можно в любом месте, где есть бесконтактный терминал, поддерживающий технологию NFC («коммуникация ближнего поля»). Для Samsung Pay спектр обслуживающих терминалов еще шире, так как система работает не только с терминалами, поддерживающими бесконтактную оплату. «Секрет в том,

что, кроме NFC, Samsung задействует собственную технологию — MST (от англ. Magnetic Secure Transmission — «магнитная безопасная передача»), что дает возможность оплачивать покупки с помощью смартфона практически на любом терминале, принимающем банковские карты. Смартфоны Samsung, которые совместимы с сервисом Samsung Pay и поддерживают технологию MST, могут создавать магнитное поле, схожее с сигналом магнитной полосы банковской карты. Обычно даже сами продавцы не знают, что такое возможно в их магазинах, но это реально работает», — говорится на официальном сайте Samsung.

По словам участников рынка, бесконтактными платежными сервисами, как правило, пользуются клиенты с высоким уровнем дохода, которые идут в ногу со временем, интересуются технологическими новинками и привыкли совершать большое количество операций по карте. Порогом отсечения также является тот факт, что сервисы работают только на смарт-устройствах, находящихся в верхнем ценовом сегменте.

«Сегодня стандартным потребителем таких платежных сервисов является мужчина 30–40 лет. Но аудитория становится все более и более разнообразной», — говорит Иван Макаров. — Удобство данных сервисов заключается в том, что нет необходимости доставать кошелек (у многих он убран в сумку) или отказываться от покупки, если выяснилось, что клиент забыл кошелек дома. Кроме того, смартфоном удобнее платить в интернете, поскольку не надо вводить реквизиты карты». → 16

ТЕХНОЛОГИИ