

ФИНАНСЫ

Насколько готовы банки к кредитованию малого бизнеса **13** | Кто контролирует рынок микрокредитования **14** | Что еще можно получить по банковской карте **15** | Что ожидает страховой рынок после 2012 года **16**

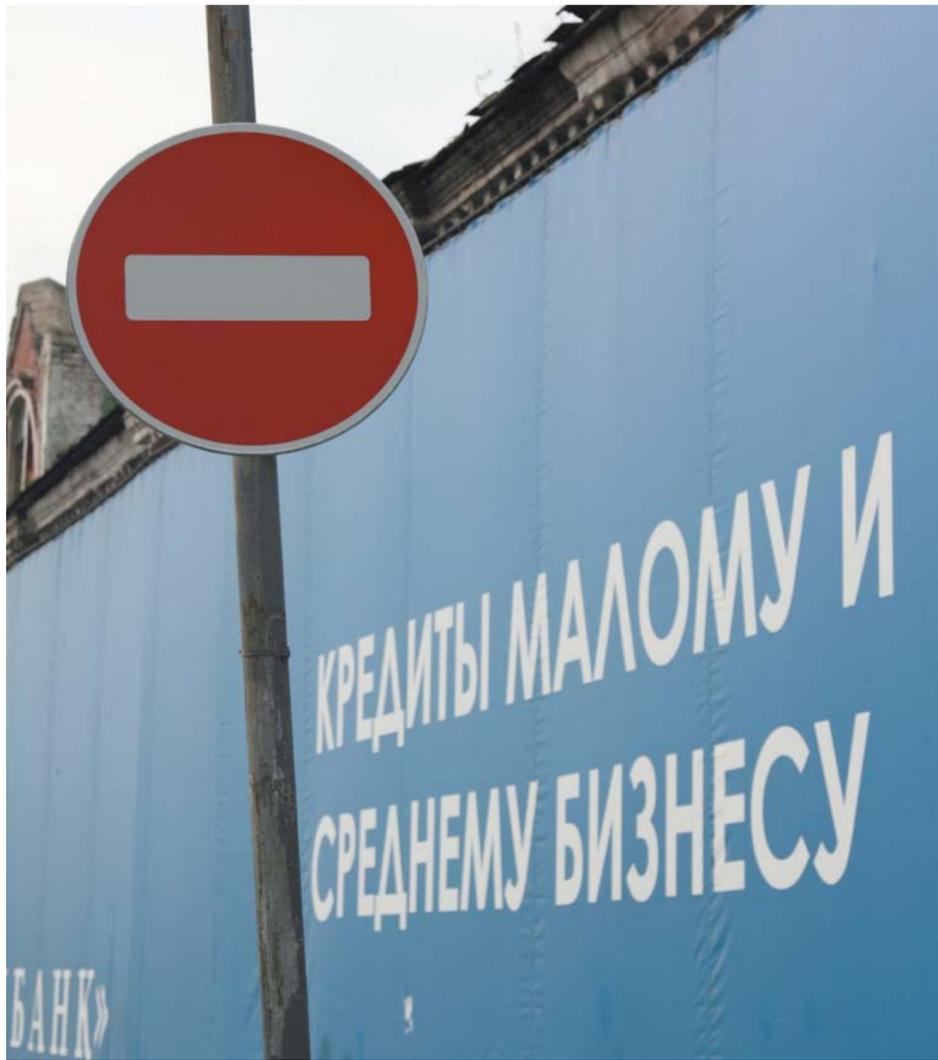


В 2010 году почти все ведущие банки региона сделали ставки на развитие сегмента малого бизнеса, увеличение его доли в своем портфеле, создание специальных программ и бонусов для представителей этого сектора. Однако пока взаимоотношения между банкирами и предпринимателями простыми не назовешь. Бизнес не устраивают ставки и большой объем требуемых документов, а банки — отсутствие прозрачности и дисциплины у потенциальных заемщиков.

Банки идут за малым

ИТОГИ

О том, что кредитование малого бизнеса станет ключевым трендом 2010-2011 годов, объявили сразу несколько руководителей банков как на федеральном уровне, так и на региональном. Как пояснил на конференции «Российский банковский бизнес: жизнь в новой реальности» президент Альфа-Банка Петр Авен, сейчас происходит смена подхода к деньгам. «Основная причина всех наших трудностей, на мой взгляд, заключается в том, что последние годы мы жили в парадигме потребления. Это выразилось в росте потребительского спроса, в своеобразной моде на гламур и роскошную жизнь. Реальные доходы населения росли и направлялись на быстрое потребление. Сейчас нам необходимо переходить к инвестиционному спросу на деньги, развивать инвестиционные проекты бизнеса», — заявил господин Авен. По его словам, ставку логичнее всего делать на малый и средний бизнес, который способен вырасти гораздо быстрее, так как недооценен и более мобилен. «Кроме того, при кредитовании малого бизнеса банк может диверсифицировать собственные кредитные риски, вкладывая сразу в несколько секторов экономики», — уточнил глава Альфа-Банка. Свою оценку перспективам роста объемов кредитования в сегменте малого бизнеса обсудили представители банков Свердловской области и Союза предприятий малого и среднего бизнеса региона, собравшиеся в Екатеринбург на деловой завтрак, организованный издательским домом «Коммерсантъ-Урал» и информационным агентством «Интерфакс-Урал». В первую очередь, банкиры отметили, что малый и средний бизнес по определению является приоритетным и целевым направлением деятельности местных банков. «Работать с местным клиентом, у которого весь бизнес, пусть и небольшой, сосредоточен здесь, копить и разбираться с ним детально — это наша задача, наш сегмент, а не федеральных банков, которые ориентированы на массовый сегмент, и, как правило, унифицируют свои продукты. Сама жизнь и особенности рынка вносят вот эти вот



Несмотря на громкие планы, кредитование малого бизнеса пока сталкивается с рядом препятствий. ФОТО МАКСИМА КИМЕРЛИНГА

коррективы и в продуктовой ряд, и в саму направленность бизнеса», — отмечает начальник отдела корпоративного бизнеса банка «Кольцо-Урала» Даниил Абрамов. С ним соглашается и начальник управления клиентских отношений Уралприватбанка Татьяна Веденина: «Малый бизнес — это изначально наш сегмент. С нашими ограничениями по сумме кредита мы просто не можем кредитовать крупные

предприятия». Все участники делового завтрака заявили, что готовы сотрудничать и кредитовать малые предприятия, но пока не видят интереса со стороны предпринимателей. Однако президент НП «Союз предприятий малого и среднего бизнеса» Анатолий Филиппенков заявил, что банки удовлетворяют потребности лишь 5% малых предприятий. «Да, сейчас ситуация меняется:

за счет активного вмешательства государства, программ поддержки банки пошли навстречу и стали снижать ставки, делать кредиты доступнее. Но это даст прибавку еще не более трех процентов. Банкам нужно менять подходы к заемщикам, выдавать кредиты быстрее, не требовать такую кучу документов. Ну и ставки, конечно, пока до сих пор недоступны для предпринимателей», — отмечает

господин Филиппенков. По его мнению, предприниматели иногда просто не могут выполнить все требования банков к отчетности, показателям прибыли. Бизнесмен не устраивает и скорость принятия решений банками. «Поймите, бизнесмену деньги нужны срочно, сейчас, для оборота, для выполнения контракта, и он готов иногда платить высокие проценты. Но ваша система очень мед-

ленная. Ее нужно упростить», — считает Анатолий Филиппенков. Банкиры в свою очередь указывают, что готовы работать с предпринимателями, но кредитование малого бизнеса требует создания больших резервов в соответствии с требованием нормативов ЦБ, а кредитование предприятий на этапе стартапа практически нереально, поскольку такие риски невозможно оценить. «Банки готовы работать с предпринимателями, даже готовы не придираться к их отчетности. Но вы предоставьте банку реальный честный бизнес-план, где показана вся прибыль, весь проект обоснован. Но нет, таких заемщиков единицы... О чем мы тогда говорим?» — заявил председатель правления банка «Нейва» Олег Антонов. А упрек в высоких ставках прокомментировал глава Екатеринбургского филиала ВТБ24 Сергей Кульпин: «Ставка состоит из нескольких параметров: средняя ставка по депозитному портфелю (10% годовых), плюс плата за риск — для малого и среднего бизнеса это 4%, далее идет наша маржа — 3%. Таким образом, кредит не может стоить меньше 17%, это эффективная ставка со всеми комиссиями и прочим. Так что дешевле кредиты быть не могут, и ваши требования к банкам необоснованны». Впрочем, в ходе дискуссии участники делового завтрака нашли перспективный вариант взаимодействия. Банкиры предложили предпринимателям работать в сегменте государственных закупок. «Есть отличная тема — госзакупки. Банки готовы прокредитовать малые предприятия, участвующие в аукционах, но не на этапе заявки, а когда уже выигран конкурс. Поэтому вам нужно на государственном уровне добиваться поддержки участия малых предприятий в конкурсах, пусть фонды поддержки выделяют вам средства для залогов», — предложил заместитель председателя правления банка «Резерв» Илья Херсонцев. Анатолий Филиппенков заметил, что поднимет этот вопрос на правительственном уровне, так как «госзакупки — это почти 5 млрд рублей — колоссальные деньги».

Сергей Антонов

ТОП-50 банков по размеру капитала в УрФО по итогам 9 месяцев 2010 года

Место	БАНК	Активы, млн рублей	Собственный капитал, млн рублей
1	Ханты-Мансийский банк	167 801,4	21 633,2
2	Уральский банк Реконструкции и развития	70 617,2	4 966,8
3	СКБ-банк	64 908,1	6 610,3
4	Запсибкомбанк	56 501,0	5 445,5
5	Меткомбанк	50 465,8	6 448,8
6	Сургутнефтегазбанк	38 334,5	4 388,5
7	Челиндбанк	24 811,5	5 127,9
8	Челябинвестбанк	22 277,8	3 059,5
9	КредитУралбанк	21 078,2	3 812,3
10	Свердловский губернский банк	16 367,7	928,5
11	Кольцо Урала	16 302,3	1 416,8
12	Уралтрансбанк	15 858,5	1 711,8
13	Углеметбанк	13 561,5	551,9
14	Банк24.ру	9 885,8	585,5
15	Монетный дом	9 221,0	988,1
16	Снежинский	7 890,2	1 130,1
17	ВУЗ-банк	7 835,8	491,1
18	Екатеринбург	7 444,2	563,7
19	Югра	5 622,8	969,1
20	Уралфинпромбанк	5 294,3	697,5
21	Сибирьгазбанк	4 976,5	597,1
22	Северная касса	4 293,2	-1 025,7
23	Сибнефтебанк	3 778,1	881,6
24	Сиббизнесбанк	3 764,0	952,5
25	Тюменгазпромбанк	2 804,1	421,9
26	Ермак	2 777,6	589,8
27	Ураллига	2 575,5	449,4
28	Новыйсбербанк	2 370,0	416,9
29	Стройлесбанк	2 355,2	1 189,2
30	Уралпромбанк	2 570,8	423,0
31	Акхобанк	2 332,8	423,8
32	Тагилбанк	2 283,2	347,0
33	Уралприватбанк	2 082,3	221,0
34	Резерв	1 786,4	186,5
35	Нейва	1 781,0	166,1
36	Уралфинанс	1 680,6	136,1
37	Сберинвестбанк	1 466,0	202,6
38	УИК-банк	1 313,6	88,7
39	Приобье	1 303,4	201,7
40	Пурпе	1 161,2	223,4
41	Уральский межрегиональный банк	1 079,7	599,6
42	Приполярный	1 043,6	354,8
43	Первоуральскбанк	913,3	140,3
44	Сургутский ЦКБ	727,3	215,5
45	Курган	581,9	195,1
46	Кетовский	578,5	107,2
47	Плато-банк	402,5	58,4
48	Дружба	361,9	136,9
49	Надежность	334,6	107,7
50	Челябкомзембанк	272,4	169,9

Источник - Рейтинг ЦЗА Интерфакс

СТЕНОГРАММА



ОЛЕГ АНТОНОВ, председатель правления банка «Нейва»: — У нас малым бизнесом, по существу, никто не занимался. Под малым бизнесом я понимаю те компании, которые раз открыли счет, чтобы налоги заплатить — и все, больше не появлялись в банке. Нужно учитывать интересы таких клиентов и приводить их в банк, тем самым наращивать собственную базу. Таким клиентам интересно одно — быстро превратить

свои наличные деньги в безналичные и проводить расчеты. Ниша для регионального банка адекватная, доходность выше, чем по кредитам. Конечно, есть прозрачные операции и непрозрачные. На самом деле, операция тех людей, которые сидят на вмененном налоге на прибыль, абсолютно прозрачны. Этот человек заплатил свои 6%, и он абсолютно спокоен. Но на эту нишу никто не претендует.

ДАНИИЛ АБРАМОВ, начальник отдела корпоративного бизнеса банка «Кольцо Урала»: — Не нужно упрекать банки в слишком высоких ставках по кредитам для малого и среднего бизнеса. Наши 18% годовых по кредиту — это около 1,5% в месяц. Для коммерсантов это просто смешно, они в среднем на каждой сделке зарабатывают по 3-4%. У нас рентабельность торговой точки ниже 50% не бывает, рентабельность произ-



водства, например, кухонной мебели ниже 50% также не опускается.



ТАТЬЯНА ВЕДЕНИНА, начальник управления клиентских отношений Уралприватбанка: — Банкам интересно работать с предприятиями малого бизнеса. У каждого банка своя ниша клиентов. Если малое предприятие готово получить кредит, и при этом согласно показать банку всю информацию о себе, то оно по-



лучит кредит. Да, мы пока не можем кредитовать предприятия на старте, но уверяю вас, что сейчас все банки ломают голову над тем, как бы провести оценку таких компаний.

СЕРГЕЙ КУЛЬПИН, управляющий Екатеринбургским филиалом банка ВТБ24: — Когда мы первый раз показываем клиенту наши требования к пакету документов, он удивляется. Но когда по-

существу начинаем разговор, то оказывается, что эти документы у заемщика есть. Благодаря тщательной подготовке процент просрочки удается минимизировать. В кризис мы не афишировали активные продажи кредитов малому бизнесу, потому как в кризис именно эта категория больше всех пострадала. Крупные предприятия выжило государство, у средних был сформирован достаточный запас прочности, а вот малые пострадали больше всех. Сейчас у нас отвлечь по отношению к этим

клиентам. Например, кредиты до 2 млн рублей можно получить в течение двух дней без залога.

АНАТОЛИЙ ФИЛИППЕНКОВ, Президент НП «Союз малого и среднего бизнеса Свердловской области»: — Малый бизнес после кризиса уходит в тень, поэтому не может выполнить требование банков и



показать прибыль. Хотя мы видим, что банки подкололи средства и начинают обращать на нас внимание. Но этого недостаточно. Сейчас доля малого бизнеса в структуре ВВП Свердловской области уже около 30%, он дает столько же, сколько оборонный комплекс, например. А банки пока не готовы работать с малыми предприятиями, с ними же нужно с каждым возиться... Гораздо проще дать кредит крупному заводу и не переживать, чем копаться с бумагами десятка мелких предпринимателей.

ИЛЬЯ ХЕРСОНЦЕВ, заместитель председателя правления банка «Резерв»: — Кредиты малому бизнесу дешевыми быть не могут. Сумма маленькая, а людей для его выдачи требуется очень много: нужно вести счет, проводить кассовые операции,

просчитывать риски каждого. Соответственно, за каждым кредитом стоит масса людей, которые все это считают, отслеживают, отчитываются и так далее. Грубо говоря, если вы выдаете 100 млн рублей 100 мелким заемщикам, вам необходимо около 12 человек персонала, тогда как если эту сумму выдать крупной компании — не больше 3-4 человек. Отсюда высокая себестоимость денег для малых предприятий.

Кооперативное вмешательство

перспектива

Сворачивание банками ряда программ и ужесточение кредитной политики привело к резкому увеличению спроса на микрокредиты. По итогам 2009 года объем рынка микро- и экспресс-кредитования на Среднем Урале достиг 5,5 млрд рублей, по итогам этого года эксперты обещают рост еще на 20-50%. Пока в сегменте работают специализированные кооперативы. Крупным финансовым учреждениям микрокредиты не слишком интересны, но в наступающем году ситуация может резко измениться.

Мелкие деньги

Впервые опыт микрокредитования был использован профессором экономики из Бангладеша Мухаммедом Юнусом, который в 1976 году основал банк Grameen, специализировавшийся на выдаче микрокредитов бедным бангладешцам. С 1976 года этот банк уже выдал более 4 млн кредитов на общую сумму около \$5 млрд. Для обеспечения возврата кредитов банк применил систему круговой поруки: среди кредиторов образовывались неформальные группы, члены которых поручались за товарищей и поддерживали друг друга. В настоящее время, по данным Мирового банка, в мире насчитывается около 7 тыс. микрофинансовых организаций, обслуживающих порядка 16 млн человек. В рамках этого вида финансовой деятельности физическому лицу предоставляются небольшие суммы (как правило, до 300% месячного дохода) на короткий срок. Инструмент предназначен для клиентов, имеющих низкий и средний уровень дохода, или же не имеющих доступа к традиционным кредитным программам. В России чаще всего микрокредит — это потребительский займ на сумму до 100 тыс. рублей (наиболее популярный уровень — 15-20 тыс. рублей), выданный сроком от 6 до 18 месяцев. Однако в России этот сегмент до недавнего времени был представлен слабо. Отдельной статистики Центробанка по выданным микрокредитам вообще не велось. По оценкам участников рынка, за 2009 год объем таких займов составил в УрФО порядка 15,48 млрд рублей. Большая часть из этой суммы пришлось на

Тюменскую (6,13 млрд рублей) и Свердловскую (5,4 млрд рублей) области. Итоги 2010 года пока не подведены, но по оценкам экспертов, рост составил не менее 20%. По мнению заместителя председателя Уральского банковского союза Евгения Болотина, причиной такого бурного роста стали последствия кризиса, когда банки ужесточили требования к заемщикам, часть которых оказалась просто отрезана от доступа к кредитным ресурсам. «Эти люди не пошли в банки за привычными кредитами, а начали искать им альтернативу: либо получали небольшие короткие займы в тех же банковских структурах, либо получали займы в кредитно-потребительских кооперативах», — отметил господин Болотин.

Небанковский масштаб

Между тем пока банки не проявляют излишней активности на рынке микрокредитования, отдавая эту нишу небанковским структурам. Микрокредитованием в Свердловской области занимается около десятка банков, причем в шести из них установленный минимальный порог 5 тыс. рублей. Более низкие суммы характерны для предложения специфическим категориям заемщиков: например, в Банке24.ру лимит в 1 тыс. рублей установлен для студентов. По словам опрошенных «Ъ-Финансы» представителей банковского сообщества, банки пока не готовы существенно наращивать свои портфели за счет микрокредитования физлиц в отличие от аналогичной услуги для сегмента малого и среднего бизнеса. «Банки, настроенные на долгосроч-



На рынке микрокредитов лидирующие позиции пока у небанковских организаций. ФОТО ОЛЕГА ХАРСЕВА

ное сотрудничество с малым бизнесом, могут достаточно эффективно прогнозировать риски в микрокредитовании. Мы намерены увеличивать долю таких кредитов в своем портфеле. Конечно, для микробизнеса в России характерен высокий уровень рисков: бюрократических, правовых и макроэкономических. Однако, он, по сравнению с крупным бизнесом, обладает большей мобильностью, адаптивностью к изменениям рынка, что позволило ему относительно неплохо пережить кризис», — считает начальник департамента малого и среднего бизнеса ОАО «ВУЗ-банк» Дмитрий Попов. Банкиры объясняют, что развивать микрокредитование как отдельный продукт не планируют, так как относят его все же к традиционному экспресс-кредитованию, где требуются документы, подтверждающие доходы заемщика. «Единственное, к чему готовы банки — это разрабатывать в рамках существующей линейки экспресс-кредитов предложения, похожие на микрокредиты. Например, займы до 5 тыс. рублей сроком на 1 месяц и по ставкам до 15% в месяц», — указал один из уральских банкиров, попросивший не называть его имени. При этом, отмечают участники рынка, на рынке микрокредитования действует огромное количество небанковских организаций, готовых работать по программам микрокредитования. По данным Национальной ассоциации участников микрофинансового рынка (НАУМИР), в России на начало 2010 года работало примерно 2,5 тысячи подобных небанковских институтов микрофинансирования. Примерно на три четверти

их массу составляют кредитные кооперативы, а остальные называют себя микрофинансовыми организациями. Общий объем кредитного портфеля этих структур оценивается в 22,7 млрд рублей. В Свердловской области услуги по предоставлению займов предлагают около 40 таких компаний. Требования к заемщикам у большинства кооперативов стандартные: паспорт и справка о доходах. Но возможны варианты: представители нескольких компаний обслуживают только пенсионеров. В одном из Кредитно-потребительских кооперативов граждан (КПКГ) сообщили, что займ выдается только членом кооператива, а стать им можно лишь по рекомендации действующего пайщика. При отсутствии справки о доходах в нескольких КПКГ («Содействие», «Русская финансовая компания», «Союз Кредит») было сразу предложено оформить в качестве залога недвижимость. Ставки по кредитам в разных КПКГ варьируются в зависимости от суммы и срока. Средневзвешенная ставка при займе в 15 тыс. рублей сроком на 1 год составляет 0,2% в день (73% в год). «Это подозрительно высокая ставка, которую, в соответствии с нашим законом, можно назвать кабальной. Ведь подобные организации привлекают средства пайщиков под 24% годовых, а кредитуют под 73%. Это ростовщичество, и его можно рассматривать как признак финансовой пирамиды», — считает генеральный директор ИК «Ява-управление финансами» Константин Селянин. А по мнению Дмитрия Попова, для подобных рискованных займов ставки вполне адекват-

ные. «Процентная ставка — это всегда предмет взаимной договоренности и взаимного согласия обеих сторон. Сам факт завышенных ставок, с одной стороны, может свидетельствовать о недостаточном предложении со стороны банков и микрофинансовых организаций. А с другой стороны — о недостаточной информированности самих клиентов по поводу доступных возможностей кредитования», — считает он. Господин Попов отмечает, что популярность микрокредитов по таким ставкам обусловлена льготными условиями выдачи денег. С ним согласен Евгений Болотин: «Очевидно, что сегодня заемщик не желает собирать для банка ради кредита в 8 тыс. рублей целый ворох бумаг. Он боится любых контактов с официальными структурами, которые требуют полную информацию о человеке. Заемщик может знать, что у него плохая кредитная история и серая зарплата, поэтому он просто не получит деньги в банке. Поэтому он идет в такие структуры, пусть даже под слишком высокие проценты». Эксперты сходятся во мнении, что в 2011 году на рынке микрокредитования может случиться бум. В силу вступит закон «О микрофинансовой деятельности», подписанный президентом России Дмитрием Медведевым 2 июля этого года. Документ определяет правовое положение микрофинансирования, регулирует взаимоотношения и правовой статус организаций, работающих на этом рынке. Таким образом, деятельность микрокредитных организаций получит правовой статус и новый толчок в развитии.

Мария Поздеева

«Мы никогда не навязываем клиенту свои услуги»

В 2010 году многие банки заявили о своем интересе к сектору малого и среднего бизнеса, а также к инвестиционному кредитованию. По словам экспертов, именно этот сегмент в кризис сокращался больше всего, поэтому теперь имеет наибольшие перспективы для роста. Однако реализация таких стратегий потребует от кредитных организаций активного развития корпоративного сегмента. О том, как этот сегмент развивает Альфа-Банк в Екатеринбурге, рассказал вице-президент, директор по корпоративному бизнесу в регионе **Вадим ПЕРМИНОВ**.



Вадим ПЕРМИНОВ, вице-президент, Директор по Корпоративному бизнесу в регионе

— Сейчас многие банки, в том числе и на федеральном уровне, объявили о том, что делают ставку на работу с юридическими лицами: активизируют программы по кредитованию малого и среднего бизнеса, снижают ставки, либерализуют условия, активно рекламируют услуги по расчетно-кассовому обслуживанию. Вы уже почувствовали эту тенденцию?

— Если сравнивать с концом 2008 года, 2009-м — то сейчас, конечно, очевидно оживление кредитования в корпоративном сегменте, хотя все системные проблемы до конца еще не решены. В данный момент кредитование активно развивается, что касается инвестиционной составляющей, то тот уровень, который был до кризиса, пока не достигнут. Мы его ожидаем, так как в кризис многие компании свернули свои инвестпрограммы, а сейчас самое подходящее время для их возобновления и развития.

— Вы уже готовы расширять свою сеть офисов, ориентированных на работу именно с корпоративным сегментом?

— В Екатеринбурге 2 года назад у нашего банка была всего лишь одна точка обслуживания корпоративных клиентов. Сегодня их уже 10. Благодаря чему мы стали заметно ближе

и доступнее как к потенциальным, так и к действующим клиентам. Если говорить о Свердловской области в целом, то мы открыли дополнительно еще 6 офисов.

В следующем году, мы рассчитываем, что расширение сети продолжится. Любопытно отметить, что по количеству офисов, обслуживающих корпоративных клиентов екатеринбургский филиал Альфа-Банка занимает первое место в региональной сети.

— Что нового Альфа-Банк готов предложить своим корпоративным клиентам?

— Начну с того, что исторически Альфа-Банк был сфокусирован на работу с крупными клиентами, прежде всего, на кредитовании. Последние годы этот тренд существенно меняется. Мы активно сотрудничаем с самым различным сегментом: от крупных отраслевых клиентов, до частных предпринимателей. И наша амбициозная задача — это сделать Альфа-Банк расчетным банком номер один, банком первого выбора. Технологически мы к этому уже готовы.

В подтверждение этому озвучу ряд примеров уже реализованных проектов расчетного бизнеса. Проект «ГОЭЛРО» — это проект, связанный с проведением расчетов на оптовом рынке электроэнергии. Все участники этого рынка сейчас проводят расчеты через Альфа-Банк — это десятки тысяч платежей и миллиардные обороты в день. Очевидно, что без высокотехнологичной, а главное, надежной работы расчетной системы банка организовать бесперебойный процесс было бы невозможно. Кроме того, у нас есть совместный проект с Российским союзом автостраховщиков по взаимному урегулированию убытков. Это тоже расчетный продукт, направленный на работу одновременно со множеством участников и предполагает одновременно же проведение огромного количества операций.

Для клиентов нашего банка с начала этого года у нас введены дополнительные пакеты услуг в рамках расчетного обслуживания, учитывающие все

аспекты деятельности предприятия. Если клиент только начинает свою предпринимательскую деятельность — мы предлагаем пакет услуг «Базовый» с минимальной абонентской платой. Для крупных организаций, которые проводят сотни платежей, предназначен пакет услуг «Активный». Стоимость одного платежного поручения составляет всего 7 рублей. На сегодня, насколько мне известно, это самая низкая цена в регионе.

Также обращу Ваше внимание на продукты семейства кэш-менеджмент. Это оптимизация функций управления денежными потоками и управление остатками в системе «Альфа-Клиент On-line». Вообще, это отдельные индивидуальные решения для каждого клиента. Такие услуги предназначены не только для крупных предприятий — и небольшие компании с их помощью могут оптимизировать свои денежные потоки. Мои ежедневные встречи с клиентами показывают, что они вызывают большой интерес у предпринимателей, которые хотят использовать их на благо своего бизнеса.

— А какие продукты сейчас наиболее востребованы у клиентов корпоративного блока? Эти клиенты приходят за кредитами или за чем-то другим?

— Для массового клиента (чаще это торговые предприятия, предприятия сферы услуг) наиболее популярны продукты, связанные с расчетно-кассовым обслуживанием и операциями с наличными деньгами. Крупные предприятия, напротив, прежде всего, заинтересованы в кредитных программах. Для них развитие — одно из самых важных направлений. Многие компании выбирают для себя обслуживающий банк, который предоставляет им возможности для кредитования. Но если кредитование юридических лиц предоставляют почти все банки, то качественное сервисное и кассовое обслуживание пока способны дать своим клиентам немногие.

— А насколько тяжело вообще работать с

корпоративными клиентами, ведь зачастую в нашей стране, чтобы получить крупного клиента, нужны личные связи, знакомства?

— Первоочередным является именно качество продукта, а не личные отношения. Если банк может предложить более интересные комплексные продукты, то после уже можно выстроить и личные отношения. Проблема перехода клиентов из одного банка в другой — это не проблема личного знакомства и связей, а проблема именно качества предложений. В нашем банке, на мой взгляд, продукты качественные, поэтому и продвигать их можно удачно.

— Вы лично как часто встречаетесь с представителями потенциальных клиентов?

— У меня получается 3-4 встречи в день. Кроме того зачастую приходится проводить и организовывать для клиентов презентации и конференции для того, чтобы рассказать и объяснить им преимущества тех или иных продуктов банка. Нередко мы приглашаем сотрудников продуктового подразделения из Москвы или устраиваем видеоконференции по определенным продуктам, чтобы как на мастер-классах рассказать клиентам о преимуществах новых продуктов, сделать расчеты именно по примерам наших клиентов. Это важно, и мы это делаем.

— Но каждый продукт разный, а у банка все равно есть некий стандарт, набор услуг в пакете, который он предлагает. И если клиенту он не подходит, то клиент теряется?

— Общаясь с клиентом, менеджер выявляет его потребности и пытается подобрать максимальное количество необходимых продуктов. В том числе, и как частному лицу. Если клиент заинтересован определенным набором, то он его и приобретает. Спектр продуктов банка достаточно широк. Но для каждого клиента составляется определенный набор продуктов. Иными словами, мы предлагаем индивидуальный набор, составленный конкретно под каждого клиента.

— Сейчас очень популярны пакетные продажи, например, клиент покупает одну услугу, а ему бонусом по льготной цене навязывается другая? Как вы относитесь к таким методам продаж?

— Мы никогда не навязываем клиенту свои услуги. Если ему понравился один продукт, то мы не будем предлагать дополнительно другую услугу, которая клиенту не нужна. Но если мы видим, что клиент может достичь повышения эффективности от использования двух продуктов, то, безусловно, мы на это ему укажем. В любом случае это будет выбор клиента. Мы, будучи универсальным банком, стараемся быть востребованы во всем. Меняемся и движемся навстречу клиенту.

Например, при приобретении банка «Северная касса» мы увидели, что Интернет-банк Альфа-Банка до этого был несовершенен. В итоге мы провели ряд доработок, активно его улучшили и добились того, что клиенты остались довольны. Или другой пример — мы видим, что клиенты нуждаются в новых услугах — мы их оперативно создаем. В итоге, нашими основными преимуществами становится широкая линейка банковских продуктов и гибкий подход к каждому сегменту клиентов.

Но самое основное — это то, что при всех преимуществах наши продукты построены, в первую очередь, на современных IT-технологиях и высококачественном сервисе. Ну и давайте не будем забывать об отличном качестве обслуживания. Ведь любой для нас является самым ценным клиентом, для которого мы сделаем все максимально быстро и предложим лучшие комплексные решения для бизнеса.

А Альфа-Банк

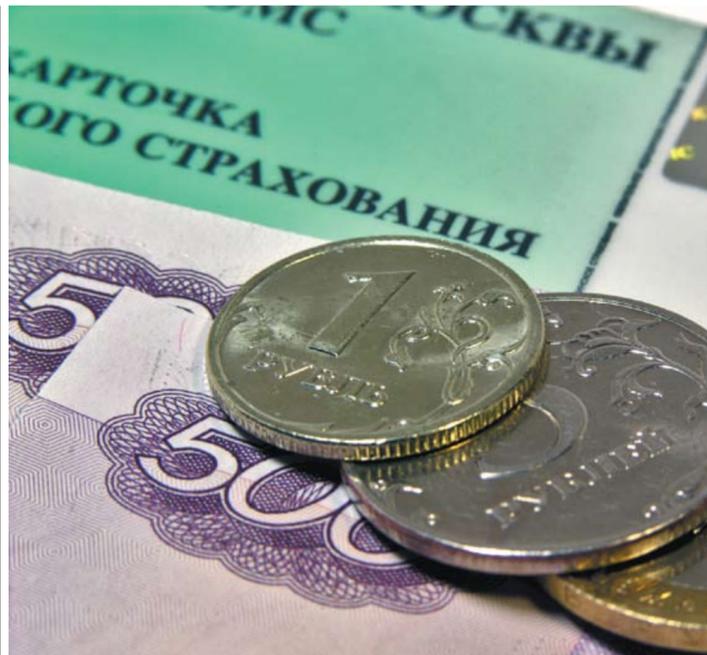
Страховые расплаты

перспектива

В апреле 2010 года был принят закон, который увеличивает минимальный размер уставного капитала страховых компаний практически в четыре раза — с 30 млн рублей до 120 млн рублей. Это требование вступает в силу с 1 января 2012 года, однако уральские страховщики уже опасаются, что из-за жесткой политики государства к 2015 году страховой рынок сократится в разы, при этом региональные компании будут либо поглощены крупными федеральными сетями с иностранными акционерами, либо вынуждены уйти с рынка.

Требование к увеличению уставного капитала страховых компаний Федеральной служба страхового надзора (Росстрахнадзор) начала предъявлять еще в 2009 году. По замыслу Росстрахнадзора, это повысит стабильность рынка: крупные компании более щепетильны в вопросах страховых выплат, и у службы к ним меньше претензий. В настоящий момент минимальный размер уставного капитала для страховых компаний составляет 30 млн рублей, для перестраховочных — два раза выше. При обсуждении нового размера уставного капитала назывались цифры в 90, 180 и 120 млн рублей. В итоге в апреле Росстрахнадзору удалось пролоббировать увеличение до 120 млн рублей с января 2012. Это норма обеспокоила представителей страховых компаний Свердловской области, которые обсудили проблему на круглом столе, организованном ИД «Коммерсантъ» и агентством «Интерфакс-Урал» в Екатеринбурге. Главный тезис, предложенный ведущим встречи, исполнителем директором «Интерфакс-Урал» Денисом Болиховым для обсуждения, звучал так: новые требования к размеру уставного

капитала страховых компаний приведет к существенному сокращению участников рынка. «Многие страховщики не смогут справиться с условием законодателя. Из-за этого мы уже видим большое количество сделок по слиянию компаний либо их уход с рынка. В будущем этот процесс продолжится», — считает руководитель председателя координационного совета Союза страховщиков «Белый соболю» Александр Злыгостев. По его словам, наиболее проблемным вопросом об увеличении капитала станет для региональных компаний, которые к тому же почувствуют усиление конкуренции на рынке. «Мы отмечаем, что федеральные компании также стремятся наращивать свои объемы, а потому все активнее выходят в регионы. В этой связи, на мой взгляд, наиболее логичной будет тенденция закрепления региональных страховщиков в каких-то узких нишах — либо же ухода с рынка», — заявил господин Злыгостев. По оценкам директора СК «Северная казна» Александра Меренкова, к 2015 году на всем российском рынке останется не больше 100 компаний. «Государство заняло



Страховщики ожидают пятикратного сокращения количества участников рынка. ФОТО ОЛЕГА ХАРСЕВА

жесткую позицию: требовать от компаний повышения капитализации и плано-

во сокращать число участников рынка. Так их проще контролировать. Арифметика про-

стая: сейчас на рынке России 700 компаний, в этом году прогнозируется уход еще

около 100 компаний, в 2011-м, по оценкам экспертов и Росстрахнадзора, уйдут еще 300 компаний. Если пересмотр размеров минимального капитала произойдет снова, каждый год будут выбывать по 100 компаний», — пояснил он. Эти цифры показали участникам круглого стола чересчур пессимистичными. «Не могут 100 компаний обеспечить весь рынок России. Просто физически этого не сделать», — возразил Александр Злыгостев. Однако, по словам директора филиала ООО «Росгосстрах» по Свердловской области Вадима Каточикова, по данным статистики, около 90% страховых сборов в России обеспечивают компании из топ-30. «Так что вполне возможен такой сценарий, более того, он объективно необходим. Вы вспомните 1994 год, когда порог входа на страховой рынок составлял \$20 тыс. и на наш рынок заходили сомнительные игроки. У кого-то цель была повернуть темные схемы, кто-то просто хотел приобщиться к бюджетным деньгам. Сейчас им ставят барьеры, и они уходят, но уходят те, кто не хочет работать по правилам, это нормально», — отметил господин Каточиков.

С ним согласилась и директор екатеринбургского филиала «Военно-страховой компании» Татьяна Абзалутдинова, по мнению которой для дальнейшего развития рынка необходимо не только объединение игроков, но и слияние с крупными иностранными компаниями, так как иностранцы способны дать отечественным компаниям уникальные технологии. Участники круглого стола отметили, что приход иностранных компаний как раз и мог послужить поводом для государства увеличивать капитализацию участников российского страхового рынка. «Я вижу логику в действиях государства только с точки зрения подготовки к вступлению в ВТО. Как только Россия вступит в эту организацию, иностранные компании, которые в разы превосходят по масштабам наших крупных игроков, смогут открыть здесь свои филиалы напрямую. И это грозит нам тем, что мы потеряем свой рынок. Чтобы составить конкуренцию таким монстрам, нужно повышать капитализацию местных игроков, для этого нужно расчистить им рынок», — считает Александр Меренков. Он подчеркнул, что не против прихода ино-

странных компаний, так как это увеличит конкуренцию и даст новый толчок в развитии отрасли в целом. С ним согласен и Вадим Каточиков: «Я всеми руками за приход иностранных компаний, тем более что большая их часть уже здесь. Через российские юридические лица они уже вышли на рынок». Зато резко против прихода иностранного капитала выступили представители региональных страховщиков. По мнению первого заместителя генерального директора ЗАО «Экспресс-гарант» Елены Смирнягиной, приход на Урал страховых компаний с иностранным капиталом противоречит безопасности государства. Компромиссный вариант предложила Татьяна Абзалутдинова, которая считает нужным донести до государства необходимость более детальной проработки вопроса об иностранной экспансии. «Не нужно запрещать иностранцам выходить на наш рынок, но делать это надо дозированно, смотреть, кто выходит и как это отразится на состоянии рынка. Мы никак не должны потерять собственный национальный рынок, как это произошло в Восточной Европе», — подытожила госпожа Абзалутдинова. **Сергей Антонов**

СТЕНОГРАММА



МАКСИМ КИСЕЛЕВ, директор Екатеринбургского филиала САО «Ингосстрах»: — Если государство сохранит прежние темпы роста требований к размеру уставного капитала страховых компаний, то вполне реально, что к 2015 году на всем отечественном рынке останется всего 100 компаний. Причем, по моим убеждениям, эти 100 компаний вполне могут закрыть потребности рынка.

АЛЕКСАНДР ЗЛЫГОСТЕВ, руководитель отделения Всероссийского союза страховщиков по УрФО: — На рынке продолжается концентрация капитала страховых компаний, этот процесс уже давно запущен и в ближайшее время продолжится. Весь вопрос в том, какими темпами будет идти этот процесс. На сегодняшний день существующие законы и разрабатываемые законопроекты указывают на то, что государство намерено ускорить этот процесс.

АЛЕКСАНДР МЕРЕНКОВ, генеральный директор СК «Северная казна»: — Принцип сегодняшней работы очень простой. Все зависит от того, какие правила игры существуют на рынке. И тут тоже могут быть два варианта: либо ты сам эти правила устанавливаешь, либо ты играешь по тем правилам, которые тебе установили. Учитывая, что к установлению правил игры нас даже близко не подпустили, то бизнесу остается только приспособливаться. К первому пункту правил — относительно увеличения уставного капитала я уже готов, по поводу второго — ужесточение требований к страховщикам, работающим на рынке обязательных видов страхования, я пока думаю.

ЕЛЕНА СМИРНЯГИНА, первый заместитель генерального директора САО «Экспресс-гарант»: — В этом году благодаря всем природным катаклизмам руководство страны обратило внимание на страховой рынок. Этого не было никогда, и это повышенное внимание оправдано. Нужно детально проработать вопрос с допуском иностранных компаний. Мне кажется, государство не должно глубоко запускать на страховой рынок западных страховщиков. Например, на Урале находится весь оборонный комплекс, и даже с точки зрения безопасности допустить сюда иностранных игроков невозможно.

ВАДИМ КАТОЧИКОВ, директор СК «Росгосстрах-Урал»: — Государство осознанно консолидирует рынок, и в страховании должны работать игроки с капиталом. Что такое \$1 млн, необходимый чтобы открыть компанию, сегодня? Сейчас некоторые машины стоят по \$500 тыс. Понятно, у государства есть заинтересованность, чтобы на рынок страхования пришли люди ответственными, ответственными они могут быть только через деньги. Нужно, чтобы не только добрые глаза и слова были у страховщика, но и капитал за душой. Поэтому государство сейчас и увеличивает капитализацию компаний, в том числе насильно.

ТАТЬЯНА АБЗАЛУТДИНОВА, директор Екатеринбургского филиала СК «Военно-страховой компании»: — Если говорить о рынке России и Европы, то это просто несопоставимые вещи. Уровень капитализации всех российских компаний вместе взятых — это уровень капитализации одной только американской компании AIG. Возможность распоряжаться таким капиталом — это возможности по формированию резервов, управление обязательствами и прочее. Приход иностранцев — это источник развития для нас. Но этот приход должен быть продуман.

ИЛЬЯ ЗАХАРОВ, директор Екатеринбургского филиала СК «Альфа-Страхование»: — На самом деле не имеет значения, сколько компаний останется в конечном итоге на рынке — 300 или 500. Год назад было 1000 компаний, и конкуренция была ниже, а рентабельность бизнеса выше. Сейчас стало 700 компаний, но конкуренция выросла в разы.

СТРАХОВОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
ЭКСПРЕСС ГАРАНТ

Новогоднее КАСКО

В подарок 13-ый месяц

САО «Экспресс Гарант» (ОАО). Лицензия С № 2512 66 от 30.04.2008 г., выдана ФССН.
Подробная информация по телефонам: 375-89-33, 370-33-33, 229-56-61, 263-62-63, 220-95-75

Белый Дом на Шевелева-Пананина

Урал Строй Инвест
Дома для жизни

Просто хороший дом:

- Тихий центр
- Дом как объект искусства: дизайн-проект — от известного архитектурного бюро BERNKONI Architectsurbau
- Улучшенная планировка
- Собственный паркинг
- Консьерж
- Домофон
- Бесплатные лифты
- Благоустроенный двор
- Детская спортивная площадка
- 2 Тенисных корта
- Этажность здания 10
- Окончание строительства 4 кв. 2011

от **53 500** руб./кв.м

www.us-invest.ru

ул. Ленина, 5л, офис 101
офисный центр «Самолет»
тел.: 215-90-10(50)
сот.: 8-902-262-96-58
тел./факс: 215-90-99

Коммерческий Банк **КОЛЬЦО УРАЛА**
Средствозащитный фонд директоров
лицензия ООО «Кольцо Урала»

С проектной декларацией можно ознакомиться на сайте www.us-invest.ru. Деньги привлекает ЗАО «УралСтройИнвест»

страхование законодательство

Топ-50 страховщиков по сборам по итогам девяти месяцев 2010 года

Место	Место по итогам девяти месяцев 2009 года	Название	Рег. №	Город	Взносы (тыс. руб.)	Изменение за год (%)	Доля взносов (%)					
							Страхование жизни	Личное страхование	Страхование имущества	Страхование ответственности	Обязательное страхование	ОСАГО
1	1	РОСГОССТРАХ (ГРУППА КОМПАНИЙ)	—	Москва	59514075	20,8	3,0	7,947,1	2,1	39,9	35,7	
2	3	СОГАЗ	1208	Москва	40338622	26,1	0,0	38,9	54,0	5,2	1,9	1,7
3	2	ИНГОССТРАХ	928	Москва	31305047	-9,0	0,0	13,6	64,6	7,2	14,6	14,5
4	4	РЕСО-ГАРАНТИЯ	1209	Москва	26801326	19,5	0,1	18,6	54,9	2,5	23,9	23,9
5	7	ВОЕННО-СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ	621	Москва	18461794	27,2	0,0	18,8	57,2	6,0	18,0	13,8
6	6	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ	2239	Москва	16227305	4,2	0,0	24,3	59,7	4,1	11,9	11,4
7	5	РОСНО	290	Москва	15527067	-5,9	0,0	42,6	38,5	4,3	14,6	14,6
8	12	СОГЛАСИЕ	1307	Москва	10880126	60,5	0,0	14,7	66,4	3,8	15,0	15,0
9	9	ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	1284	Москва	8711506	6,3	0,0	24,4	62,7	2,0	10,9	10,9
10	11	КАПИТАЛ СТРАХОВАНИЕ	1298	Когалым	7874056	16,0	0,0	23,0	69,4	5,8	1,7	1,7
11	8	УРАЛСИБ	983	Москва	7842770	-18,3	0,0	19,8	52,4	2,7	25,1	24,9
12	10	ЖАСО	263	Москва	7718796	10,4	0,0	76,5	15,7	0,7	7,2	5,4
13	15	МАКС	1427	Москва	7589890	17,8	0,0	25,6	32,6	2,4	39,4	18,3
14	162	СТРАХОВАЯ ГРУППА МСК	461	Москва	6965336	3077,1	0,0	9,8	62,6	3,3	24,3	24,3
15	14	СПАСКИЕ ВОРОТА	2992	Москва	6442907	-3,2	0,0	6,4	33,6	4,8	55,2	55,0
16	18	ЮГОРИЯ	3211	Ханты-Мансийск	5218206	11,0	0,0	17,6	55,5	3,9	22,9	22,9
17	13	ЦЮРИХ	1083	Москва	5084148	-23,8	0,0	3,6	71,4	3,5	21,4	21,4
18	20	ДЖЕНЕРАЛИ ПФФ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	3609	Москва	4493762	19,2	17,2	82,8	0,0	0,0	0,0	0,0
19	29	РОСТРА	3647	Москва	4381336	79,0	0,0	17,9	57,0	6,0	19,1	17,3
20	23	ТРАНСЕФТЬ	1864	Москва	4139061	38,8	0,0	54,3	41,3	3,1	1,3	1,3
21	26	ВТБ СТРАХОВАНИЕ	3398	Москва	4088312	52,4	0,0	43,1	52,0	3,6	1,3	1,3
22	21	ЭНЕРГОГАРАНТ	1834	Москва	3552247	-1,0	0,0	31,4	53,2	2,8	12,6	12,6
23	22	ГУТА-СТРАХОВАНИЕ	1820	Москва	3361281	7,4	0,0	10,7	61,3	6,4	21,5	21,4
24	25	ПРОГРЕСС-ГАРАНТ	2786	Москва	3150114	17,4	0,0	27,7	62,8	2,9	6,7	6,7
25	30	СУРГУТНЕФТЕГАЗ	3127	Сургут	3129936	32,5	0,0	49,9	38,5	4,9	6,6	6,4
26	24	АЛИКО	3256	Москва	2984487	10,6	72,6	27,4	0,0	0,0	0,0	0,0
27	28	ОРАНТА	3028	Москва	2318455	-6,6	0,0	18,4	64,2	1,6	15,8	15,8
28	27	РУССКИЙ СТРАХОВОЙ ЦЕНТР	159	Москва	2277491	-11,3	0,0	16,3	63,5	19,7	0,5	0,4
29	19	РОССИЯ	2	Москва	2198410	-46,7	0,0	23,3	40,7	7,1	28,9	28,9
30	32	ИННОГАРАНТ	3455	Москва	2013420	-2,0	0,0	34,1	34,1	6,1	25,7	25,7
31	78	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ-ЖИЗНЬ	3447	Москва	1935438	208,5	98,9	1,10,0	0,0	0,0	0,0	0,0
32	31	НАЦИОНАЛЬНАЯ СТРАХОВАЯ ГРУППА	1826	Долгопрудный	1932225	-8,0	0,0	17,5	65,3	2,8	14,3	14,3
33	48	СОЦИУМ	3261	Москва	1913962	96,5	0,0	13,3	84,7	2,0	0,0	0,0
34	36	МЕГАРУСС-Д	2877	Москва	1835053	19,0	0,0	17,0	51,0	12,0	20,1	18,7
35	66	АВИВА	3991	Москва	1711478	142,1	2,6	97,4	0,0	0,0	0,0	0,0
36	42	РЕСПЕКТ-ПОЛИС	3492	Химки	1619940	39,4	0,0	19,0	38,2	42,9	0,0	0,0
37	33	ПЕРВАЯ СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ	3487	Москва	1605000	-14,2	0,0	20,3	53,3	5,9	20,5	20,5
38	38	НАСКО ТАТАРСТАН	3116	Казань	1543821	18,9	0,0	3,7	77,7	1,3	17,2	14,9
39	39	ЧАРТИС	3947	Москва	1513052	21,2	0,0	10,2	75,6	11,4	2,7	2,7
40	35	ЭРГО РУСЬ	177	Санкт-Петербург	1436453	-9,7	0,0	11,5	53,9	27,4	7,2	7,2
41	82	РУССКИЙ СТАНДАРТ СТРАХОВАНИЕ	3748	Москва	1305048	125,0	87,6	12,4	0,0	0,0	0,0	0,0
42	41	РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ СК	1517	Москва	1297717	7,6	0,0	12,0	27,1	1,2	59,7	59,6
43	93	ДЖЕНЕРАЛИ ПФФ ОБЩЕЕ СТРАХОВАНИЕ	3507	Москва	1266084	147,2	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
44	65	РСТК	1852	Химки	1247288	75,8	0,0	11,5	35,5	20,6	32,4	30,1
45	43	ЧУЛПАН	1216	Альметьевск	1169199	2,3	0,0	71,1	16,3	2,2	10,5	10,5
46	44	АЛЪЯНС	2294	Москва	1114250	-0,3	3,7	0,1	70,1	26,0	0,0	0,0
47	74	КОМПАНИОН	3301	Самара	1110290	67,7	0,0	25,9	63,7	0,2	10,2	10,2
48	61	ГЕФЕСТ	1641	Москва	1072917	39,6	0,0	5,4	83,0	9,6	2,0	2,0
49	71	СИВ ЛАЙФ	4105	Москва	1061507	55,7	73,3	26,7	0,0	0,0	0,0	0,0
50	52	СО ПОМОЩЬ	3834	Санкт-Петербург	1029416	18,1	0,0	1,949,4	48,7	0,0	0,0	0,0

По данным Федеральной службы страхового надзора. — нет данных или корректный расчет невозможен.

БЕЗ ПАНИКИ!
Второй все равно бесплатно...

При покупке одного коктейля, второй вы получаете в подарок!
Каждые четверг, пятницу и субботу с 18-00 до закрытия

Акция действует с 25 ноября 18-00 до 31 декабря 24-00
Екатеринбург, Ленина, 5, (343) 377 19 58 | Доставка блюд: 201 11 13

Канкума LATINO BAR

СК Екатеринбург: точная настройка на потребности страхователей



Уральский рынок страхования, несмотря на негативное влияние кризиса, остается привлекательным куском пирога и для крупнейших федеральных компаний, и для региональных игроков. Победителями в сегодняшней борьбе за клиента становятся те страховые компании, которые предлагают новое качество страховых продуктов и лучший сервис, — уверен Александр ХРОМАКОВ, советник генерального директора СК Екатеринбург.

Важную роль играет и такой критерий, как соотношение уставного капитала страховой компании к принятым ею обязательствам. Принятые обязательства должны соответствовать имеющимся активам.

— СК Екатеринбург — региональная страховая компания. Существует мнение, что грядущие перемены на страховом рынке затронут в первую очередь региональных игроков, им сложнее будет удержаться на рынке, чем крупным федеральным страховщикам. Что более вероятно — слияние или поглощение страховых компаний?

— По какому сценарию будут развиваться события, мы увидим уже в ближайшие годы, пока делать прогнозы еще рано. Но одно могу сказать определенно, если сокращение числа игроков произойдет путем слияния — это окажет позитивное влияние на ситуацию, поскольку будет означать, что, по сути, все страховщики в той или иной форме останутся на рынке, а в целом его капитализация не уменьшится. Логично было бы предположить, что компании будут консолидироваться вокруг тех игроков, у кого шире спектр полученных лицензий. А вот сокращение числа местных компаний за счет поглощений их федералами, нельзя считать позитивным трендом. Уменьшение количества страховщиков из-за череды банкротств будет означать, что законодатели предприняли неудачный шаг. Нужно учесть тот факт, что интересы крупнейших компаний направлены, прежде всего, на самые «шоколадные» участки рынка, а менее перспективные остаются вне зоны их внимания. Это значит, что в Екатеринбурге или других городах-миллионниках, они будут наращивать свое присутствие, а вот небольшие районные центры и поселки останутся «за бортом».

— 2010 год подстегнул всех страховщиков задумать о более качественном урегулировании страховых событий, особенно в массовых сегментах. Какие меры предприняли для этого федеральные и региональные компании?

— Практически все федеральные страховые компании создали единые центры урегулирования убытков и перенесли их в центральные регионы страны — Москву и Подмоскovie. Для

Экономия на КАСКО 50% для аккуратных водителей.

г. Екатеринбург,
ул. Маршала Жукова, 14
359-42-43
Zurich
HelpPoint*

Программа «Оптимальный пакет 50/50»

Заплатите половину стоимости КАСКО, получите защиту от самых серьезных рисков. А если потребуются урегулировать другой случай, просто оплатите вторую половину стоимости. Мы рядом, чтобы помочь.

ZURICH
Because change happenz™

Екатеринбург
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

ООО «СК Екатеринбург», Лиц. С № 0574 66, выдана ФССН 18.06.2010 г.
г. Екатеринбург, ул. Тевритина, д. 34/5
Тел: (343) 251-97-90 (91,92)
info@sket.ru www.sket.ru

Полет по карте

финансовые инструменты

В России динамично развивается рынок кобрендовых карт. Обладатели кобрендовых карт с удовольствием подсчитывают бонусные мили, звонки, рубашки, духи и литры бензина.

Деньги вперед

В России рынок кобрендовых карт (в отличие от мирового, где наблюдается стагнация) бурно развивается даже в кризис. Новые кобренды появляются в основном на базе кредиток. Кобрендовые карты становятся все более востребованными, и их доля в общем объеме выпуска карт неуклонно растет. — подчеркнул член правления Райффайзенбанка, руководитель дирекции обслуживания физических лиц Андрей Степаненко. К примеру, доля кобрендовых карт в общей эмиссии карт Альфа-Банка составляет уже 37%. ВТБ24 запустил в кризис сразу три новые программы (с интернет-магазином Ozon, «Билайн» и «Уральскими авиалиниями»). «Клиенты проявляют все более высокий интерес к кобрендинговым продуктам», — отмечает директор розничного департамента Мастербанка Максим Балабанов. «Позитивное восстановление вынуждает прибегать к партнерским программам, поскольку ключевым фактором становится борьба за постоянный денежный поток... Первые кандидаты на массовые кобрендинговые проекты — сотовые операторы, банки и авиакомпании», — отметил начальник отдела инвестирующей IG East Kommerz Дмитрий Александров. Пока успешных с коммерческой точки зрения кобрендовых проектов в России немного. Во-первых, рынок очень молод. Пока в России из более чем 128,9 млн эмитированных карт на долю кобрендовых приходится чуть больше 1%. На Западе такие карты

занимают более 60% рынка, и все сложнее найти карту «простую». К примеру, в США каждая вторая карта — кобрендовая, в Европе — каждая пятая. Во-вторых, настоящей целью российских проектов является не продвижение брендов, а рост кросс-продаж. «В отличие от западных партнеров, строящих с помощью кобрендинговых партнерств долгосрочные программы лояльности для своих клиентов, российские коллеги зачастую видят в кобрендах только источник дополнительной немедленной прибыли», — замечает руководитель отдела развития бизнеса кредитных карт Ситибанка Петр Карпов. На Западе около 60% кобрендовых проектов приходится на сотрудничество с супермаркетами и торговыми сетями, 10% — с авиакомпаниями, по 5% — на сотовых операторов и автозаправки. Для сравнения: Bank of America предлагает своим клиентам более 400 видов таких карт. Среди них — предложения для учителей, рыбаков, пожарных и филателистов.

Небесная конкуренция

По мнению специалистов, на данный момент самыми перспективными и выгодными для банков являются авиакобренды. Их выгода очевидна: чтобы получить бонусный полет, люди вынуждены долго и много тратить. Таким образом, банк без особых усилий увеличивает обороты, чистую прибыль и продлевает срок проекта. Совместные карты с «Аэрофлотом», «Трансаэро», Austrian Airlines и другими авиаперевозчиками есть у нескольких крупных банков.

Условия у всех разные. Для того чтобы получить премиальный авиабилет Москва — Берлин — Москва по карте Альфа-Банка, нужно накопить 15 тыс. миль. По стандартным картам у банков-партнеров «Аэрофлота» условия одинаковы — одна миля за 30 рублей. Впрочем, получить бонусы можно не только в небе. Так, Ситибанк дает 500 миль за каждую ночь в гостинице-партнере программы. В сентябре приступил к выпуску «небесных» кобрендовых кредиток Русь-банк. Льготный период кредитования — до 50 дней, кредитный лимит — до 300 тыс. рублей. Держатели карт «Русь-банк» — «Трансаэро» могут оплачивать любые покупки и услуги со скидками до 25% более чем в 1 тыс. компаний-партнеров банка. Одновременно накапливаются бонусные баллы, которые можно обменять на бесплатный билет или повышение класса обслуживания. Обладатели карт MasterCard Gold могут провозить бесплатно дополнительные 10 кг багажа. По желанию клиента карты выпускаются в одной из трех валют: рубль, доллар США или евро. Держатели карт имеют возможность управлять своим карточным счетом при помощи системы интернет-банкинга «Частный клиент», подключение к которой осуществляется бесплатно. Чуть ранее Первый Чешско-Российский банк вывел на авиарынок кобрендовую карту с Czech Airlines. Как сообщил президент банка Сергей Свухов, карты выпускаются двух типов — Classic и Gold, счет может быть открыт в рублях, долларах или евро.

Держатель Visa Classic получает 750 приветственных миль при выпуске карты, 375 — за ее обновление и одну — за каждые 50 рублей, потраченные по ней, держатель Visa Gold — 1,5 тыс., 750 и одну милю соответственно. Запустил «в небо» новый кобренд с «Аэрофлотом» и American Express банк «Русский стандарт». Но порой поспешность приводит к маркетинговым промахам. К примеру, Ситибанк некоторое время назад создал с Lufthansa кобренд Miles and More. Затем запустил программу «Аэрофлот-Бонус». В результате большинство клиентов ушло от Lufthansa к «Аэрофлоту»: накопленные мили от немецкой авиакомпании трудно было использовать, поскольку у нее мало рейсов из России.

Модели связей

Набирает мощь сотрудничество банков с телекоммуникационными компаниями. Как правило, кобрендинговый альянс создается между крупным розничным банком и оператором из «большой мобильной тройки». Сейчас сотовые кобренды есть у Сбербанка (МТС, MasterCard), Райффайзенбанка (МТС, Visa), МБПР (МТС, MasterCard), ВТБ24 («Билайн», MasterCard), Ситибанка («МегаФон» и МТС, MasterCard). Держателей карт в первую очередь привлекают простые и понятные схемы расходования бонусов. К примеру, по карте МТС Сбербанка за каждые потраченные 30 рублей на счет участника бонусной программы оператора связи начисляется один балл. 1 тыс. баллов в Москве можно потом обменять на 90 минут разгово-

ров или 300 SMS. Есть и другая модель поощрения. На карту клиента возвращается 10% от суммы платежей, совершенных в счет оплаты услуг «Билайна» с помощью сервиса «Мобильный платеж». Добавим, что сотовые кобрендовые карты, как например «МТС — Райффайзенбанк Visa», могут быть как дебетовыми, так и кредитными. За каждую покупку по этой карте начисляются бонусные баллы, которые в дальнейшем могут быть потрачены клиентом на бесплатные минуты разговора, SMS и другие вознаграждения из каталога программы. В России же пока сотрудничество банков и ритейлеров идет «со скрипом». И хотя на отечественном рынке «живет» большое количество кобрендов с торговыми сетями, ни один из них по-настоящему так и не стал массовым. Наиболее успешно развиваются проекты Ситибанка с финской сетью автозаправок. Например, оригинальный проект в Санкт-Петербурге с финской сетью АЗС Neste запустил Ситибанк. Помимо массы скидок на топливо, услуги и товары магазина Neste обладатель карты получает на свой бонусный счет 1% от всех покупок. Кроме того, карта «Neste» — Ситибанк фактически является универсальной для автолюбителей города на Неве. По ней можно получить скидки у крупнейших автодилеров основных автобрендов, скидки на КАСКО, сервис, покупки автопринадлежностей и многое другое. Добавим, что кобрендовые программы с Neste и «Стокманном» имеют отличительные особенности. Банки продолжают осваивать московскую подземку. Как сообщили в пресс-службе столичного метрополитена, в настоящее время 12 банков предоставляют возможность оплатить проезд в подземке с помощью пластиковой карты. Среди них — «Авангард», Альфа-Банк, Банк Москвы, Московский индустриальный банк, «Открытие», Росбанк, Ситибанк, СМП и Транскре-



Даже в кризис банки увеличивали расширили свой ассортимент кобрендинговых карт ФОТО ВЛАДА ЛОНШАКОВА

ditбанк. Долгое время в России существовали исключительно женские кобренды. Довольно удачно обхаживал прекрасную половину человечества с помощью карты Elle Райффайзенбанк. Ее обладательницы имеют скидки до 30% в SPA-салонах, бутиках, магазинах и массу привлекательных вояжеров путешествий и развлечений. Весьма успешным оказался и проект Альфа-Банка с Cosmopolitan и Visa. В этом году родился проект «Мужской карты». «К нам по отдельности пришли два наших партнера: журнал MAXIM с идеей выпуска их карты и издательский дом Gameland... Так, собственно, и родилась идея «мужской карты», — вспоминает Андрей Кравец, директор программ лояльности и стратегического партнерства блока «Розничный бизнес» Альфа-Банка. «Мужская карта» рассчитана на удовлетворение интересов широкой мужской аудитории. Она выполнена в оригинальном дизайне, имитирующем металлический армейский жетон. По мнению маркетологов, именно женские и мужские проекты Альфа-Банка сегодня

в России наиболее похожи на классический кобренд, когда два бренда действительно взаимодействуют и развиваются, а программа лояльности уходит на второй план. «В ближайшем будущем появятся много life-style кобрендов, а также бонусно-бальные кобренды с сетями АЗС и крупными продуктами ритейлерами», — полагает господин Кравец. «Страховые компании дают прекрасную возможность для кобрендинговых продуктов совместно с автопроизводителями, крупными дилерами и сервисными центрами, сетями медицинских клиник», — добавляет господин Александров. Будут набирать обороты и популярные на Западе ивневые программы — для автолюбителей или клубных болельщиков. «Русский стандарт», например, уже выпустил карту с баскетбольным клубом УНИКС из Казани. К весне следующего года новые масштабные проекты готовит к запуску Ситибанк и Мастербанк. Потенциал кобрендов в России не исчерпан.

Сергей Артемов

Коммерсантъ

Нас читают в лучших заведениях города

Рестораны, кафе, кофейни	Екатеринбург	Код города 8 (343)
1 ChivasLiveBar	ул. 8 Марта, 8 Б	278-60-70
2 Crepe de Chine, ресторан	ул. К.Либкнехта, 38	278-60-68
3 Dolce Vita, ресторан	ул. Р.Люксембург, 4	365-87-80
4 Emporio Armani Caffè	ул. Луначарского, 139	216-22-17
5 «ИЛ Патио», ресторан	ул. 8 Марта, 8д	377-61-03
6 «ИЛ Патио», ресторан	ул. Московская, 27	371-49-20
7 «ИЛ Патио/123-Кафе»	ул. Хохрякова, 10	344-38-80
8 «Mamma's Big House», кафе	пр. Ленина, 26	371-00-12, 222-19-05
9 «Донна Оливия»	ул. 8 Марта, 41а	222-19-00
10 Old Dublin Irish Pub	ул. Хохрякова, 23	3-765-173
11 The Rosy Jane, английский паб	пр. Ленина, 34	371-06-07
12 Sky café	ул. Малышева, 53	385-07-07
13 «Ватель», ресторан	ул. Антона Валека, 15	365-83-65
14 «Глобус», ресторан	ул. Ленина, 48	358-93-21
15 «Дача», ресторан	пр. Ленина, 20а	379-35-69
16 «Джеймс», ресторан	ул. Мамина-Сибиряка, 58	350-83-74
17 RatsKeller, пивной ресторан	ул. 8 Марта, 8 Б	371-60-91
18 «Ирландский дворик», бар	ул. Малышева, 11	376-35-44
19 «Капитан Флинт», ресторан	Сибирский тракт, 3	254-17-19
20 «Конкиста», латино-бар	пр. Ленина, 5а	377-19-58
21 «КЭФ», ресторан	ул. Московская, 209	212-00-30
22 «Макдоналдс», ресторан	ул. Халтурина, 55	310-37-04, 310-37-05
23 «Мокачино», кофейня	ул. М.-Сибиряка, 56	355-30-46
24 «Пан Сметан», чешский пивной ресторан	ул. Восточная, 82	254-34-61
25 «Планета Суши», ресторан	пр. Ленина, 43	358-94-32
28 «Планета Суши», ресторан	ул. 8 Марта, 8д	377-65-16
29 «Планета Суши», ресторан	ул. Московская, 27	371-59-01
30 «Плейс», ресторан	ул. Ткачей, 9	246-45-45
31 «Порт Стэнли», ресторан	ул. Горького, 10а	355-28-23
32 «Портофино», ресторан	пр. Ленина, 99	382-04-34
33 «Трансильвания», ресторан	ул. Краснофлотцев, 21	372-90-91
34 «Троекуров», ресторация	ул. Малышева, 137	378-81-18
35 «Чайковский», кофейня	пр. Ленина, 48,	350-84-00
36 «Шоко»	ул. Малышева, 74	350-06-60
37 Mio, fashion-café	ул. Малышева, 16	385-02-37, 385-05-05
38 «Визави», клубный дом	ул. Красноуральская, 25г	205-18-99
39 «Прайм Тайм», кафе	Сибирский тр., 12, стр. 22	3-103-555
40 «Ем Сам»	ул. Красноармейская, 1	
41 «Ем Сам»	ул. Ленина, 99	375-86-70
42 «Ем Сам»	ул. Малышева, 27	376-60-66
43 «Эльзас», кафе	ул. Белинского, 7	371-19-71
44 «Парацци», ресторан	пр. Ленина, 25	253-70-80
45 «Парижское кафе», ресторан	ул. Татищева, 77	2-203-703
46 Simple Coffee, кофейня	ул. Малышева, 23	253-75-94
47 Кофейня № 7	ул. 8 Марта, 8б	251-46-62
48 Кофейня № 7	ул. 8 Марта, 10	376-43-44
49 Кофейня № 7	ул. Челюскинцев, 106	353-62-98
50 «Черчилль», виски-бар	ул. Хохрякова, 48, 2-й эт.	350-06-60

РЕАЛЬНОЕ КАСКО

30.000* РУБЛЕЙ

Звоните круглосуточно:
8-800-700-13-30,
8-343-310-13-30

СЕВЕРНАЯ КАЗНА
 страховая компания
www.kazna.com

* Расчеты произведены по продукту «До первого страхового случая» для ТС стоимостью ≥ 921 000 мощностью 288 л.с., только по риску Повреждение (без угона)

финансы ТЕХНОЛОГИИ

Ускорение в сети

интернет-банкинг

Невероятными темпами растет число клиентов российского интернет-банкинга, которому в этом году исполняется десять лет. Массовое распространение интернет-банкинга меняет ландшафт банковской системы.

Предоставление клиентам дистанционных сервисов стало обязательной услугой в банковской деятельности. Интернет-банкинг позволяет управлять средствами на счетах в режиме онлайн и независимо от места нахождения владельца счета, помимо этого данная услуга открывает перед клиентом информационные и инвестиционные возможности и позволяет блокировать счета.

Финансовый супермаркет

Банкиры понимают, что интернет-банкинг — это сегодня как поле чудес: куда ни ткни, что-то вырастет. Понятно почему. Интернет-банкинг выгоден клиенту. «За совершение операций через интернет-банк комиссия ниже, чем за совершение аналогичных операций непосредственно в отделениях банка», — рассказывает замдиректора департамента розничных продуктов Юниаструм Банка Вагн Ншанян. И привлекает для банка: «Интернет-банкинг экономит трудозатраты персонала, сокращает финансовые расходы, вследствие чего позволяет предложить более выгодные тарифы», — поясняет Елена Воронина, советник председателя правления МБРР по розничному блоку и маркетингу.

Очевидно, что массовое распространение интернет-банкинга существенно изменило ландшафт банковской системы. «В Ситибанке более 80% финансовых банковских операций, таких как рублевые переводы на территории РФ, оплата услуг, конвертации, осуществляется через дистанционные каналы обслуживания, в среднем 260 тыс. онлайн-операций в месяц. Но полный уход от традиционного офисного банкинга в ближайшее время невозможен, так как законодательно в настоящее время ряд операций может быть

совершен только при личном обращении в банк», — говорит руководитель подразделения электронного бизнеса Ситибанка Мария Лагутина. Начальник отдела продуктов управления пассивных и комиссионных операций ВТБ24 Елена Дегтева полагает, что будущее российского банковского рынка за финансовыми супермаркетами: «Предпочтительнее все-таки комбинировать услуги. Потому что в Москве и С.-Петербурге люди активно используют интернет. Зато в глубинке большинство людей предпочитает по старинке ходить в офис, потому что морально не готовы к обслуживанию через интернет».

По статистике финансовой группы «Лайф», в высокотехнологичных регионах (Москва, Екатеринбург, Калуга, Нижний Новгород, Челябинск) количество пользователей интернет-банка достигает 30% от общего количества клиентов физических лиц и 100% — клиентов-юридических лиц. В наименее развитых регионах — 1% и 80% соответственно. «В России практически нет банков, за исключением Сбербанка, с избитой сетью офисов, поэтому развитие интернет-банкинга не приведет к сокращению отделений, а скорее позволит более эффективно расти, обслуживая тем же самым количеством отделений большее количество клиентов», — подчеркивает начальник управления развития каналов самообслуживания блока «Розничный бизнес» Альфа-Банка Владимир Урбанский.

По мнению Елены Дегтевой, сегодня на банковском рынке набирают силу две тенденции. Во-первых, многие игроки активно развивают дистанционные каналы для занятых людей, которые ценят свое время. Во-вторых, стремительно расширяется функционал мини-сервисов. Особенно ожесточенная борьба развернулась между банками за перспективный коммуналь-



Все больше банков подключают услугу интернет-банкинга фото владислава лончакова

ный рынок. «С начала года зафиксирован 130%-ный рост платежей за услуги ЖКХ через Citibank Online», — сообщила госпожа Лагутина. «Требования клиента растут. Сейчас ему недостаточно классических функций интернет-банка, например, перебросить средства с одного счета на другой или оплатить коммунальную услугу. Люди хотят большего. Все идет к тому, чтобы 80% ежедневных потребностей клиент мог получить с помощью дистанционных каналов в своем компьютерном «мини-офисе», — добавляет госпожа Дегтева. Владимир Урбанский обращает внимание на новый виток развития мобильного банкинга, связанный с ростом популярности телефонов iPhone (четырёхдиапазонные мультимедийные смартфоны, разработанные Apple). За короткий промежуток времени сразу

несколько банков запустили свои приложения для данной платформы. Правда, большинство приложений позволяют только получать информацию о банке и искать ближайшие банкоматы и отделения. Хотя у крупных банков обычно эти функции совмещены с полноценным мобильным банком, то есть возможность удобно и быстро совершать платежи и операции со своего банковского счета. К примеру, за пару месяцев новый мобильный банкинг Citimobile приобрел около 10 тыс. клиентов.

Онлайн-новости

Новую услугу для держателей банковских карт предложил ВТБ24. Теперь его клиенты могут пополнять баланс «Qwi Кошелька» напрямую со своих банковских счетов. В банкоматах с функцией cash-in есть возможность пополнения как

с банковской карты, так и наличными. Клиенты ВТБ24 могут в любой удобный момент перевести деньги в «кошелек» через систему дистанционно-банковского обслуживания «Телебанк», позволяющую управлять банковскими счетами и картами с помощью интернета, мобильного или стационарного телефона. В начале осени ввели для корпоративных клиентов новую бесплатную услугу «SMS-информирование» банк «Монетный дом» и СМП-банк. Теперь их клиенты в режиме реального времени могут получать информацию о факте входа в систему и произведенных платежах. «Благодаря SMS-информированию повышается уровень контроля и безопасности при работе со счетами», — сообщил зампреда правления СМП-банка Дмитрий Светлов». Согласно опросу, проведен-

ному ИА «Альянс Медиа», на вопрос «Пользуетесь ли вы интернет-банкингом?» 47% респондентов ответили «не знаю, что это такое», 21% — «да, активно», 14% — «нет, но я не против», 12% — «да, иногда», 6% — «нет, принципиально». Большинство российских банков, имея скудный портфель интернет-услуг, методично достраивают современный виртуальный мини-офис. Причем некоторые, например, банки «Океан» и «Тинькофф Кредитные системы» (ТКС), полностью отказались от офисов, другие (Альфа-Банк) эффективно осваивают рынок небанковских услуг. Интересно, что все инноваторы идут к клиенту своей дорогой. Любопытную концепцию разработал интернет-банк «Океан». Он предлагает корпоративным клиентам и частным лицам не только солидную линейку банков-

ских услуг (карты, вклады, кредиты, денежные переводы), но и смежные продукты, например страховой полис и электронный кошелек. Пользователи системы Ocean Online через интернет-терминал «Платеж.RU» могут с помощью электронных денег заказать или оплатить множество полезных услуг, не выходя из дома. Про очереди и неудобных кредитных инспекторов можно забыть. По мнению аналитиков, «Океан» одним из первых в России засталбил пока еще свободную «поляну» между банками, платежными системами и страховщиками. К тому же у банка простой, понятный и дружелюбный интерфейс, что особенно нравится молодым клиентам.

Другой пример — ТКС. Этот банк также работает только по удаленным каналам, только он сосредоточился исключительно на двух банковских продуктах: кредитных картах и вкладах. В общем, на сайте банка не заблудишься. По поводу кредиток — налево, по поводу вкладов — направо. Такая стратегия специфична, считают участники рынка, но с выводами не спешат. В Альфа-Банке к концу 2010 года число клиентов должно превысить 1,1 млн человек (к началу года было 730 тыс.). С января Альфа-Банк запустил несколько новых мини-сервисов. Среди них — открытие и пополнение депозитов онлайн, оплата налогов, штрафов ГИБДД и коммунальных услуг, переводы в пользу госучреждений (вузов, детсадов, школ), мобильный банкинг для iPhone, покупка электронного страхового полиса, оплата билетов и многое другое. Существенно расширился список получателей платежей в интернет-банке «Альфа-Клик». Банк последовательно осваивает и смежные сферы. На днях Альфа-Банк и платежная система WebMoney Transfer объявили о запуске нового сервиса. Теперь клиенты банка могут мгновенно пополнять кошелек WebMoney,

переводя деньги со счета в банке, и, наоборот, пополнять банковский счет средствами из электронного кошелька. Комиссия за пополнение кошелька WebMoney через «Альфа-Клик» составляет 1% от суммы перевода, комиссия за вывод денег из платежной системы на банковский счет — 2,8%. Учитывая то, что у Альфа-Банка и «Вымпелком» общие владельцы, можно ожидать и дальнейшего развития партнерами мобильного банкинга. А с середины августа банк и «Аэрофлот» начали онлайн-продажи авиабилетов.

Клиенты Московского банка Сбербанка получили возможность оплатить штрафы ГИБДД в банкоматах и терминалах. Чуть ранее была введена в эксплуатацию новая версия «Сбербанк-Онлайн», в которой изменен интерфейс пользователя и расширен список возможных операций. Московский банк Сбербанка РФ за первое полугодие текущего года увеличил число клиентов, подключенных к системе интернет-обслуживания, до 2,125 млн человек, стартовав с отметки в 230 тыс. человек. В 2008 году, по данным MForum Analytics, прирост оборота рынка интернет-банкинга относительно 2007 года составил в стране 54%, достигнув 20,4 млрд рублей. Аналогичная тенденция наблюдается и в отношении юридических лиц. Например, в Промсвязьбанке количество компаний, подключенных к интернет-системе банковского обслуживания PSB On-Line, превысило в 2009 году 40 тыс. предприятий, увеличившись за год на 21%.

По мнению экспертов MForum Analytics, российская финансовая система в долгосрочной перспективе будет копировать структуру развитых финансовых рынков: доля наличного оборота среди физических лиц будет снижаться, а доля платежей, проведенных через интернет и мобильный банкинг, — расти. **Сергей Артемов**

Связь через банкомат

Операторы связи и банки все чаще реализуют совместные проекты, привязывая карточные счета к мобильным счетам. Как поясняют эксперты, перечисления в пользу сотовых сетей — наиболее крупный и стабильный сегмент рынка платежей.

В начале декабря МТС и банк «Екатеринбург» объявили о внедрении совместной услуги «Автоплатежи». Это первый подобный проект, запущенный оператором в регионах — до сих пор совместная со Сбербанком услуга «Автоплатеж» действовала только в Московской области. По словам представителей МТС, об итогах говорить рано, но «услугой уже воспользовались несколько десятков тысяч пользователей». Суть

нововведения заключается в том, что когда баланс абонента сотового оператора, который также является клиентом банка, опускается ниже 50 рублей, его счет автоматически пополняется с банковской карты на 300 рублей. «В дальнейшем с помощью настроек сумму можно подобрать индивидуально», — рассказала пресс-секретарь МТС-Урал Дарья Вольхина. Предварительно клиент должен заключить договор и предоставить оператору данные своей карты. По словам госпожи Вольхиной, сейчас идут переговоры о внедрении аналогичной услуги с другими региональными банками, в том числе Банком24.ру, Тагилбанком и Уральским банком реконструкции и развития. С федеральными банками переговоры ведет дирекция МТС в Москве. Участники рынка сотовой связи не считают эту

услугу уникальной. В конце ноября 2010 года ОАО «Уралсвязьинформ» (торговая марка Utel) в личном кабинете пользователя (U-кабинет) реализовал сервис «Автопополнение». Причем абонент может применить его для оплаты как мобильной, так и стационарной связи или доступа в интернет. «Для настройки «Автопополнения» требуется регистрация в U-кабинете банковской карты, с которой будет производиться регулярное списание денежных средств. К работе принимаются карты любых банков, но использовать можно только Visa не ниже Classic и MasterCard», — рассказали в пресс-службе оператора. Абоненты ОАО «Вымпелком» (торговая марка «Билайн»), пользующиеся картами Visa, MasterCard Standard, MasterCard Gold, MasterCard Platinum любого российского банка, а также карт Maestro банков-партнеров (Альфа-

Банк, «Русский Стандарт», ВТБ24) также могут «привязать» свою банковскую карту к мобильному счету. Всякий раз, когда мобильный баланс будет опускаться ниже 30 рублей, он будет пополняться с карты. Для абонентов предоплатной системы расчетов сумма пополнения составляет 100 рублей, для постоплатной — в размере месячной задолженности. Общая сумма пополнения — не более 1 тыс. рублей в день. «Мегафон» в течение нескольких лет предоставляет своим абонентам услугу «Пополнение счета банковской картой». «Услуга позволяет пополнить свой счет или счет другого абонента с помощью банковских карт Visa (в том числе электронных), Union Card и MasterCard (кроме электронных карт). Баланс можно пополнять через web-интерфейс системы самообслуживания «Сервис-

Гид», «USSD-запрос» или «SIM-меню». Кроме того, абонент может настроить автоматическое пополнение счета: при снижении баланса до заданного порога произойдет автоматическое списание средств с банковской карты, а на мобильный телефон поступит SMS-уведомление о сумме и времени платежа. Услуга предоставляется бесплатно, а платеж зачисляется на счет без взимания комиссии», — рассказала «Ъ-Финансы» директор по связям с общественностью Уральского филиала ОАО «Мегафон» Людмила Протасова. Для обеспечения безопасности предусмотрена ограничение: единовременный платеж не может превышать 3 тыс. рублей; ежедневный платеж — 10 тыс. рублей. Опрошенные участники банковского рынка уверены, что это направление в ближайшем будущем будет активно развиваться, ведь

на услуги мобильной связи приходится до 50% всех платежей, проходящих через банки. «Многие банки в настоящее время начинают развивать совместные проекты с операторами сотовой связи. Обусловлена данная тенденция жесткой конкуренцией и экономической конъюнктурой. Банки стремятся предложить новые услуги, которые экономят деньги и время клиента, тем самым повышают клиентскую лояльность и привлекательность банковского продукта», — поясняет руководитель направления развития розничного бизнеса ОАО «Банк24.ру» Ксения Власова. По словам финансистов, для банков такое направление интересно тем, что от каждой операции они получают комиссионные платежи за счет оператора и фактически гарантируют себе постоянный денежный поток.

Учитывая, что средний чек за услуги сотовой связи по УрФО составляет 260 рублей, а средняя комиссия банков — около 1%, то при охвате около 100 тыс. клиентов ежемесячная прибыль банка составит порядка 260 тыс. рублей. Однако, как признают эксперты, далеко не все потребители готовы пользоваться новыми технологиями. По данным Банка России, в 2010 году 84,2% россиян, имеющих банковскую карту, предпочли сначала снимать с нее средства в банкомате, а потом расплатиться наличными (в 2009 году эта цифра превышала 88%). «Парадоксально, но развитие такого рода возможностей совершения платежей несколько не снижает уровень спроса на услуги сетей платежных терминалов. Это объясняется двумя причинами: низким уровнем финансовой грамотности

и, как следствие, жестким сегментированием рынка», — считает госпожа Власова. Начальник отдела развития платежных и денежных продуктов Уралприватбанка Сергей Шепкин добавляет, что аудитория владельцев пластиковых карт принципиально отличается от аудитории клиентов, совершающих пополнение баланса наличными. «При этом количество банковских карт на душу населения в России пока еще довольно-таки далеко от существенных значений», — отмечает начальник управления рекламы и PR СКБ-банка Андрей Ермоленко. Тем не менее, эксперты полагают, что в далекой перспективе безналичные платежи смогут существенно повлиять на бизнес платежных терминалов, «завязанный» на оборот наличных средств. По данным сотовых операторов, пока доля безналичных платежей составляет порядка 15%. **Николай Яблонский**

ВЫГОДНО: сумма кредита от 350 тыс. до 2 млн. руб. без залога, за неделю

Срок кредитования 6-12 месяцев

Процентная ставка 24% годовых*

Комиссия за рассмотрение кредитной заявки 2% от суммы кредита**



Кредит «Партнер»

Дополнительный Офис «Агат», ул. 8 марта, д. 194
Дополнительный Офис «Политехнический», ул. Гагарина, д. 33
Дополнительный Офис «Белореченский», ул. Белореченская, д. 12а
Дополнительный Офис «Заводской», ул. Машиностроителей, д. 19
Дополнительный Офис «Морозовский», ул. Сони Морозовой, д. 190
Дополнительный Офис «Набережный», ул. Химиков, д. 3

8 800 100 77 33

(звонок бесплатный, за исключением звонков с мобильного телефона)

www.alfabank.ru

Есть на что опереться!

А Альфа-Банк

* ставка действует до 31.01.2011г.
** Данная комиссия взимается после предоставления кредита. ОАО «Альфа-Банк» — членская организация Банка России и осуществляет банковские операции с 29.01.1998 №1326. реклама