

ОБРАТНАЯ СТОРОНА КРЕДИТКИ

НА ФОНЕ УСИЛИВАЮЩЕГОСЯ СНИЖЕНИЯ ПРОДАЖ В СЕКТОРЕ ПОТРЕБКРЕДИТОВАНИЯ ДАЛЬНЕЙШИЙ РОСТ РЫНКА ЗАИМСТВОВАНИЙ ФИЗЛИЦ БАНКИ СВЯЗЫВАЮТ С РАЗВИТИЕМ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ИПОТЕКИ И КАРТОЧНЫХ КРЕДИТНЫХ ПРОДУКТОВ. ПРИЧЕМ В СЕГМЕНТЕ КРЕДИТОК ПО МЕРЕ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НЕМАЛУЮ РОЛЬ БУДУТ ИГРАТЬ ТЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, КОТОРЫЕ БАНК СМОЖЕТ ПРЕДЛОЖИТЬ КЛИЕНТУ. ОДИН ИЗ ТАКИХ СЕРВИСОВ — CASH BACK — ВОЗВРАТ ЧАСТИ ПОТРАЧЕННЫХ ЧЕРЕЗ КАРТУ СРЕДСТВ.

ОКСАНА АСТАФЬЕВА

ИНОГДА ОНИ ВОЗВРАЩАЮТСЯ Первые пластиковые карты с cash back в России появились шесть-семь лет назад. Но если даже в начале прошлого года возврат клиенту части потраченных при оплате картой средств воспринимался как некое специфическое и необычное предложение, сейчас сервис есть уже практически у каждого ориентированного на розничный рынок банка. Как правило, cash back устанавливается на кредитные карты. Процент возврата составляет 0,5–1,5% в зависимости от категории карты (держатели Visa Classic и Mastercard Standard получают процент чуть ниже, владельцы золотых карточек обеих платежных систем — выше). В бонусных категориях, а это, как правило, автозаправочные станции, крупные торговые сети, авиакомпании и рестораны, процент возврата раза в два выше и тоже зависит от вида карты. Часто банки предусматривают лимит возвращаемой суммы или устанавливают минимальную сумму покупки, начиная с которой действует cash back. Большинство банков устанавливают cash back на весь период пользования картой, другие пробуют сервис пока в качестве разовых акций и активно экспериментируют с условиями. Стоимость обслуживания карты с cash back если и выше, чем в случае стандартной кредитки, то совсем незначительно.

Опыт первопроходцев и рост числа банков-последователей подтверждают: cash back выгоден и тем, и другим. ВТБ 24 одним из первых вывел услугу на рынок. В 2010 году банк предложил клиентам альтернативу традиционной кредитке — карту «Мои условия». Держателям карт на счет возвращаются от 0,5 до 1% с каждой покупки и 3–5% за покупки в бонусной категории. В прошлом году каждый десятый клиент банка выбирал именно такую карту. Число пользователей на данный момент превысило 125 тыс. В Пермском крае «Мои условия» используют 1,5 тыс. клиентов банка, в первом квартале этого года выдано уже более 500 карт, и к концу года банк планирует довести выдачу до 2,5 тыс. «Самое главное преимущество, которое дают такие карты, — это повышение транзакционной активности клиента, — поясняет управляющий пермским филиалом



ЗАТРАТЫ НА ВНЕДРЕНИЕ И СОПРОВОЖДЕНИЕ СЕРВИСА, ПО ОЦЕНКЕ БОЛЬШИНСТВА БАНКОВ, НЕВЕЛИКИ

ВТБ 24 Светлана Щеголева. — Когда человек заинтересован в возврате части потраченных средств, он старается не обналичивать деньги, а расплачиваться картой. Нам это выгодно, а расплачиваться картой. Нам это выгодно, так как мы получаем больше остатков на счетах, соответственно, можем использовать эти деньги при кредитовании других клиентов и получать с них доход. И мы готовы за эту возможность платить».

Впрочем, затраты на внедрение и сопровождение сервиса, по оценке большинства банков, невелики. Точные суммы банкиры не называют, но отмечают, что технологически организовать cash back сравнительно несложно. Основные затраты, которые несет банк, это непосредственно выплата вознаграждения. Общая сумма cash back ВТБ 24 по итогам прошлого года составила 180 млн руб., примерно

5% от общей массы пришлось на Пермский край. В зависимости от своей покупательской активности клиент в среднем ежемесячно может вернуть себе от 200 до 1500 руб. «Этот сервис выгоден банку, — уверен начальник отдела развития кредитных карт банка «Хоум Кредит» Тимур Гагкуев. — Затраты на возврат наличных клиента частично покрываются за счет комиссии за интерчендж (комиссия, кото-

ЕСЛИ РАНЬШЕ КАРТАМИ С НЕСТАНДАРТНЫМИ УСЛОВИЯМИ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ОСНОВНОМ ПРОДВИНУТЫЕ КЛИЕНТЫ, СКЛОННЫЕ РАЗБИРАТЬСЯ В ТОНКОСТЯХ СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЙ, ТО СЕЙЧАС СЕРВИС ОСВАИВАЮТ ДАЖЕ САМЫЕ КОНСЕРВАТИВНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ

