



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБЕЙ АЛЬФА-БАНКА

«Банки должны выступать переводчиком с языка регулятора на язык, понятный предпринимателю»

ДЕНИС ОСИН

Родился в 1972 году в Москве. В 1999 году окончил Московский государственный университет печати по специализации «бухучет и аудит». В 1995–2006 годах работал в компаниях FMCG-сектора. Занимал позицию регионального менеджера в международных компаниях Kraft Foods, Hochland, Perfetti Van Melle, Schweppes. В июле 2006 года присоединился к команде Альфа-банка. В апреле 2018 года вошел в состав правления Альфа-банка, возглавляет направление «Малый и средний корпоративный бизнес».

аккредитивы. В расчетных продуктах для МСБ Альфа-банк был законодатель мод, мы первыми на рынке запустили коробочные решения по расчетам и кассовому обслуживанию, которые «заточены» под потребности и особенности бизнеса конкретной группы клиентов.

— Есть ли место технологий в работе с МСБ?

— Малый бизнес в принципе требует технологичных решений — чтобы выжить, он обязан быть мобильным и экономным. Малым предприятиям некогда тратить время на поездки в банк, они хотят обслуживаться в онлайн. У нас в сегменте «средний и региональный бизнес» 75% клиентов совершают операции удаленно, а в малом бизнесе — более 80%. Мобильным банком пользуется почти половина клиентов, то есть они в телефоне смотрят остатки, проводят платежи. Примерно 99% платежей проходит в онлайн — это история про то, что бумажные платежки канули в Лету.

— Государство поддерживает МСБ, вы участвуете в этих программах?

— Мы участвуем во всех инициативах государства, направленных на

развитие МСБ. С 2015 года мы являемся аккредитованным банком в рамках программы стимулирования кредитования компаний МСБ, работаем с Минэкономразвития по программе субсидирования и льготной ставки кредитования в приоритетных отраслях. Сейчас на этом рынке происходят изменения, и мы готовим достаточно много предложений от Альфа-банка совместно с государственными органами.

— Поддержка со стороны государства достаточна?

— Конечно, хотелось бы, чтобы этих программ было больше, они были прозрачнее и механизм получения клиентом средств был проще. Процедура достаточно сложная, и клиенты иногда жалуются, упрекая в этом банк, но мы не задаем правила, мы являемся провайдером этих программ. Я рассчитываю, что государство будет и наращивать объемы поддержки, и повышать доступность таких программ. С учетом того что происходит в экономике страны, поддержка малого бизнеса — это правильный фокус.

— Каково малому бизнесу в текущей экономической ситуации?

— Малый бизнес стремительно реагирует на изменения. Меняется политика государства — меняется и рынок, меняется и клиент. Я с большим любопытством наблюдаю сейчас, как малый бизнес трансформируется под новую модель потребления. К примеру, такое явление, как шеринг-экономика (sharing economy — «экономика совместного пользования»), привело к появлению таких сервисов, как каршеринг или служба доставки. Другой пример: с приходом Uber, «Яндекс.Такси», Gett в огромном количестве появились таксисты — индивидуальные предприниматели. А раньше рынок делили таксопарки и частники. Сейчас ИП-таксисты — отдельный сегмент, для которого банки разрабатывают отдельные продукты. Все эти перемены приводят к появлению новых бизнесов, трансформации существующих предприятий. ●

десяти минут и последовательно увеличивать средний размер кредита.

— Но кредитование МСБ — это огромные риски?

— Основной риск — ухудшение финансового состояния заемщика, которое может быть обусловлено как локальными причинами — ошибками в менеджменте, изменениями условий работы контрагентами, ростом конкуренции, так и макроэкономическими факторами, связанными со снижением уровня покупательной способности населения, появлением на рынке крупных монополистов, изменением регулирования. Ситуация с кредитным качеством клиентов МСБ неоднородная: даже сейчас

мы видим большое количество клиентов, которые могут успешно брать заемные средства и за счет своей бизнес-модели эти средства возвращать.

— Есть ли у вас целевые показатели в сегменте МСБ?

— Наша задача в ближайшие три года — рост активной клиентской базы до 700 тыс., доля рынка — не менее 10%.

— А сколько у вас всего клиентов МСБ?

— Сейчас у нас 350 тыс. активных клиентов, до конца года будет 450 тыс.

— И что вы можете им предложить?

— У нас широкая линейка. Классические кредитные продукты, гарантии,