

FRANK RG

Бизнес-карты для малого бизнеса 2025

Что бизнес хочет от бизнес-карт?

DEMO

Июль 2025

Команда проекта

Уважаемые коллеги!

В 2025 году команда Frank RG провела исследование рынка бизнес-карт для малого бизнеса. Основной целью исследования стало изучение потребностей и ожиданий малого бизнеса от бизнес-карт. Работая над проектом, мы стремились выявить ключевые аспекты, которые влияют на опыт взаимодействия представителей микро- и малого бизнеса с продуктом.

В основу нашего проекта легли: кабинетное исследование, экспертные интервью с руководителями банков, клиентские интервью с представителями МСБ, онлайн-опрос пользователей бизнес-карт из сегмента МСБ, mystery shopping, а также расчет стоимости обслуживания бизнес-карт на основе тарифов и анализ выгоды, получаемой клиентами по программам лояльности.

Надеемся, что данный отчет будет вам интересен и поможет адаптироваться к динамично меняющемуся рынку.

Команда проекта



Дмитрий Новоченко
Старший проектный лидер



Юсуф Байбурин
Старший аналитик



Марина Восковская
Ведущий аналитик



Алия Сафина
Ведущий аналитик



Оксана Гончаренко
Ведущий UX-аналитик



Анна Масюк
Младший аналитик

Мы поместили ИП и представителей микро- и малого бизнеса в центр нашего исследования, в котором использовали следующие инструменты



Desk research.

Российский и зарубежный опыт в области использования бизнес-карт



Голос клиента.

Результаты глубинных интервью и онлайн-опроса представителей микро- и малого бизнеса по вопросу использования бизнес-карт



Мнения экспертов.

Мнения руководителей, занимающихся развитием карточных продуктов в сегменте МСБ



Стоимость и тарифы.

Подсчет стоимости использования бизнес-карт для разных сегментов МСБ, анализ их выгоды по программам лояльности



Клиентский опыт.

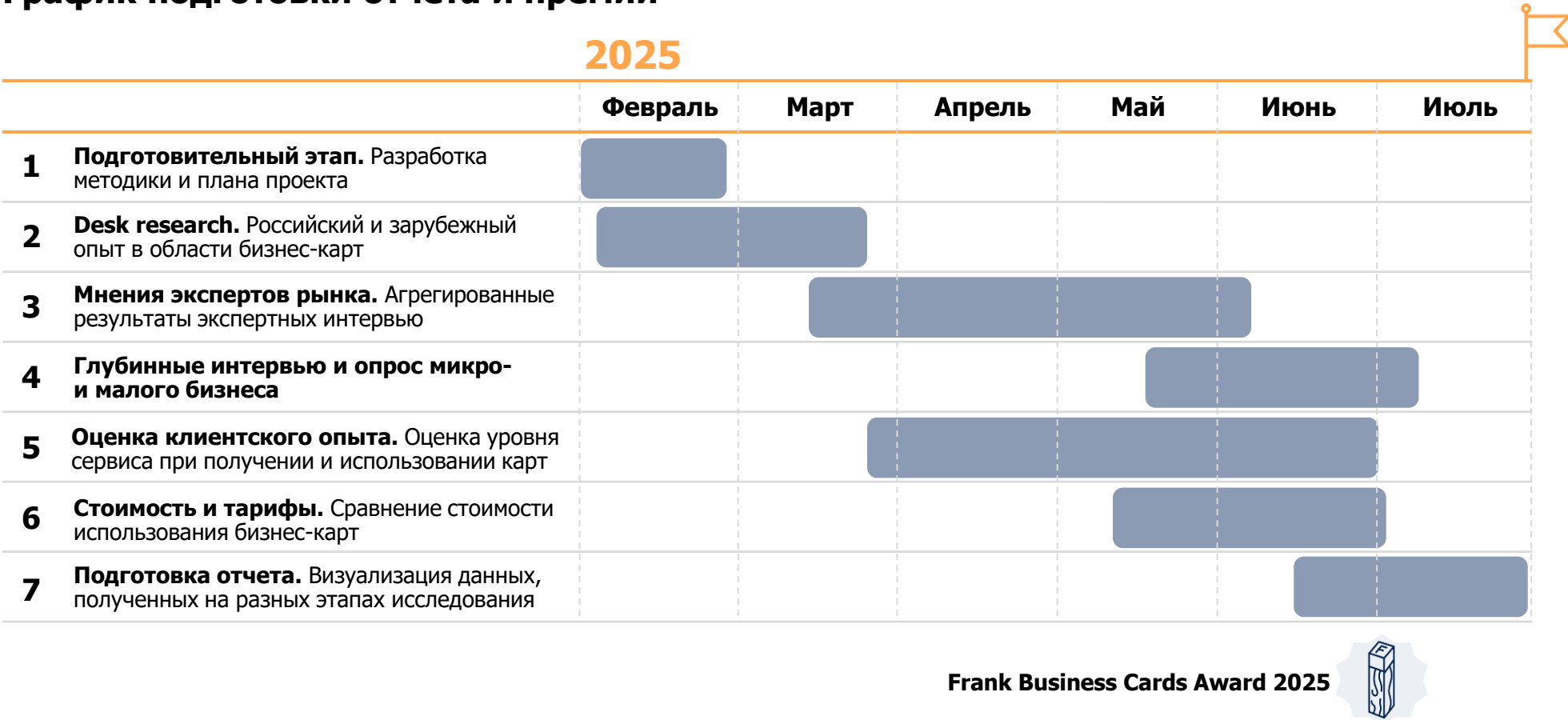
Оценка удобства выпуска бизнес-карт в интернет-банке и мобильном приложении для бизнеса



Функциональность ДБО.

Анализ наполнения интернет-банков и мобильных приложений функциями для взаимодействия с бизнес-картами

График подготовки отчета и премии



Содержание

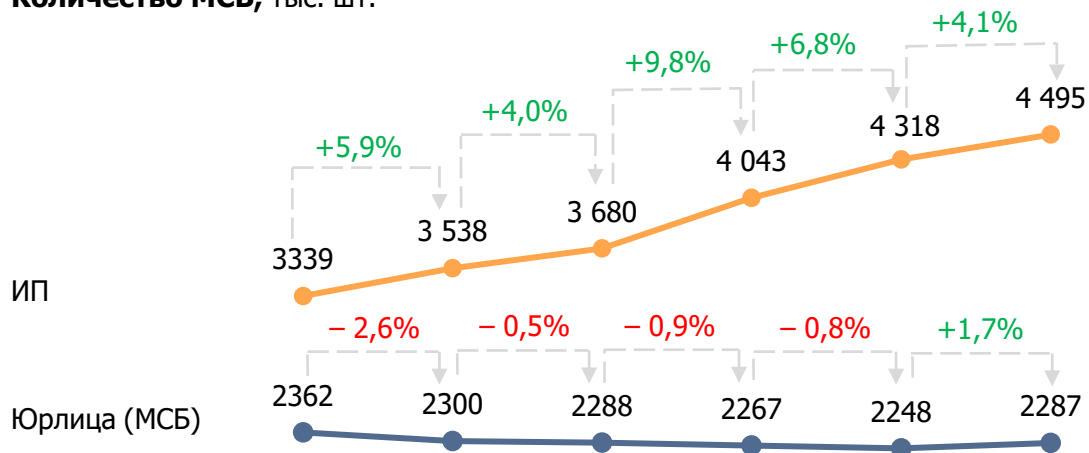
1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)

- 2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
- 3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
- 4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
- 5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
- 6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
- 7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
- 8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
- 9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

Σ Всего **454 стр.** в
полной версии отчета

Несмотря на нестабильность и высокие ставки, в последние годы малый бизнес активно рос

Количество МСБ, тыс. шт.

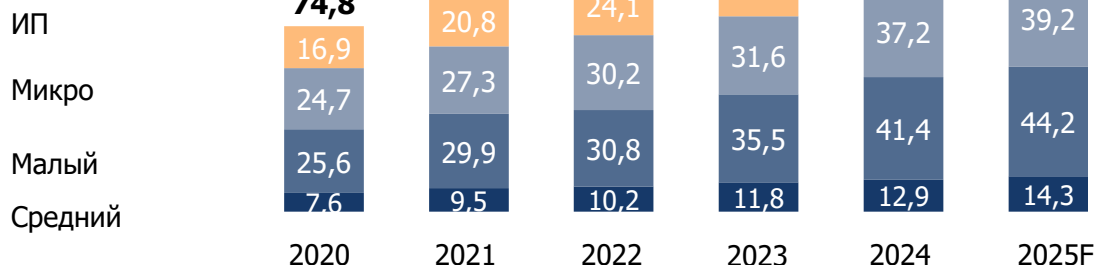


За последние годы наблюдается планомерный прирост количества компаний сектора МСБ (ИП и юрлица): с 2020 года их количество выросло на **19%**.

Основным драйвером роста являются ИП: их количество ежегодно растет на **4-10%**, в то время как количество юрлиц уменьшается.

Инфляция в РФ

Выручка МСБ, трлн руб.



Обороты МСБ тоже показывают стабильный ежегодный прирост: с 2020 года общий объем выручки увеличился на **81%**.

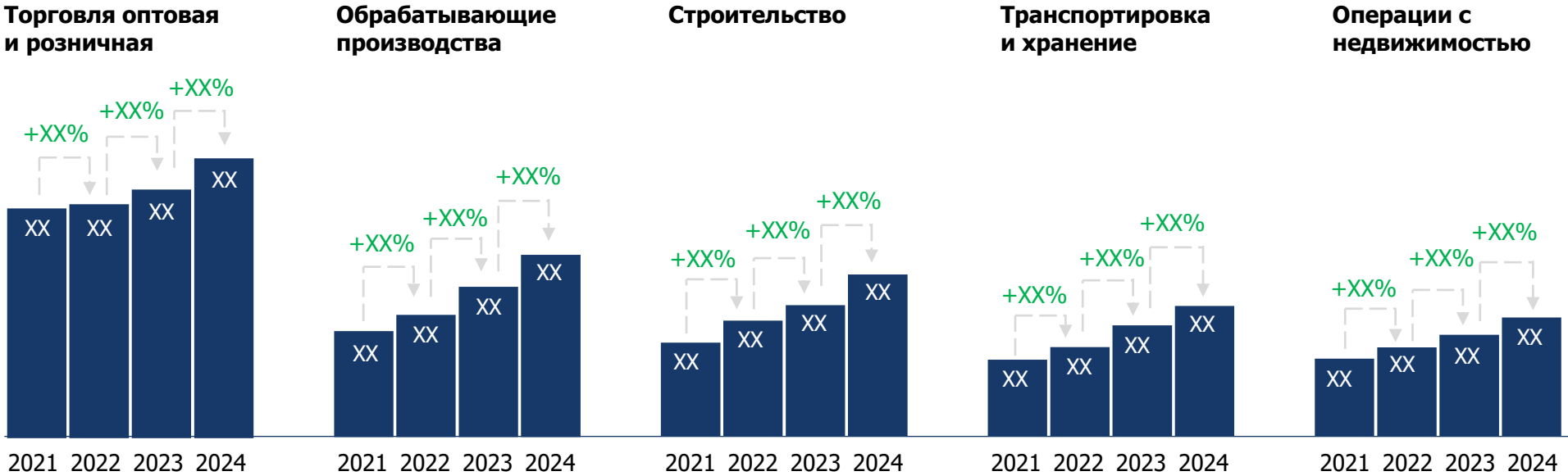
Ежегодно, кроме 2022 г., рост сегмента МСБ превышает годовую инфляцию, что говорит о реальном росте бизнеса, а не просто о номинальном увеличении выручки за счет роста цен.

Наибольший рост наблюдался по результатам 2024 г. (+17,2%), в т.ч. рост выручки ИП составил **20,6%**, микробизнеса — **17,7%**, малого бизнеса — **16,6%**, среднего — **9,3%**.

Рост наблюдался по всем основным отраслям

За последние несколько лет все ключевые отрасли в сегменте МСБ показывают стабильный ежегодный прирост. С 2021 по 2024 год обрабатывающие производства, строительство, транспортировка и хранение, показали прирост около **XX%** за 3 года.

Оборот МСБ (в т.ч. ИП) в разрезе ТОП-5 ключевых секторов с 2021 г. по 2024 г., трлн руб.



Отрасли, показавшие наибольший и наименьший* прирост по обороту с 2021 г. по 2024 г.

- +XXX%** – деятельность в области искусства и организации развлечений

+XXX% – производство прочих транспортных средств и оборудования
- +XXX%** – деятельность почтовой связи и курьерская деятельность

+XXX% – производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов
- XX%** – добыча угля

– X% – производство кокса и нефтепродуктов

* Здесь представлены единственные 2 отрасли с отрицательным приростом.
Источник: Росстат, ЕМИСС, Frank RG, 2025

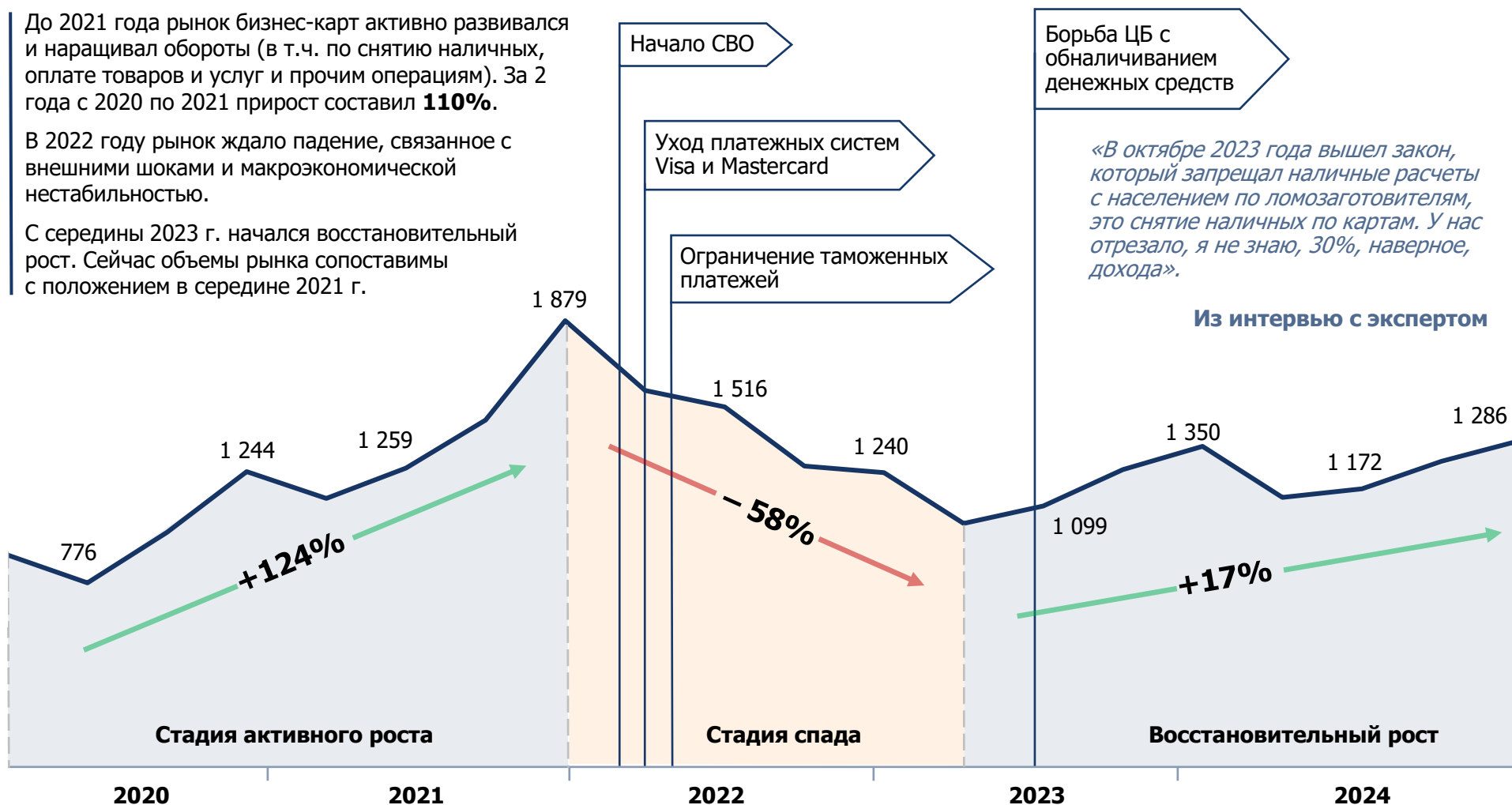
События последних лет оказывали большое влияние на рынок бизнес-карт

Динамика объема операций по бизнес-картам, млрд руб./квартал

До 2021 года рынок бизнес-карт активно развивался и наращивал обороты (в т.ч. по снятию наличных, оплате товаров и услуг и прочим операциям). За 2 года с 2020 по 2021 прирост составил **110%**.

В 2022 году рынок ждало падение, связанное с внешними шоками и макроэкономической нестабильностью.

С середины 2023 г. начался восстановительный рост. Сейчас объемы рынка сопоставимы с положением в середине 2021 г.



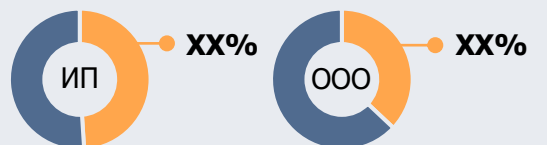
На основе опроса мы составили портрет таких клиентов

В качестве объекта исследования мы рассматривали компании, которые пользуются бизнес-картами для оплаты расходов бизнеса, - это был основной критерий выборки.

XX

Среднее количество банков, в которых у компании открыты расчетные счета

Доля расходов по бизнес-картам от расходов по всем платежным инструментам, %



XX

— среднее количество платежных и инструментов на компанию. Самые популярные – платежные поручения и бизнес-карты

Распределение компаний по типам бизнес-карт, %



Компании, использующие бизнес-карты

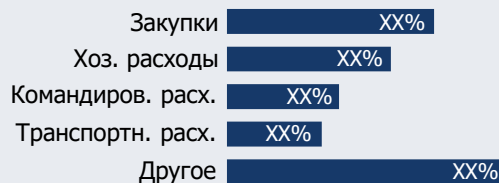
Распределение компаний по типам бизнес-карт, %



XX%

- доля компаний, которые выпускали бизнес-карты самостоятельно в ДБО (мобильное приложение/интернет-банк)

Распределение объема транзакций по бизнес-картам по категориям, %



XX%

Доля компаний, которые используют бизнес-карты несколько раз в неделю или чаще - каждый день

+ еще **26** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
- 2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)**
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

Методология экспертных интервью

В апреле 2025 года аналитики Frank RG провели 7 глубинных интервью с представителями банковского сектора.



Цели экспертных интервью

- Собрать качественные экспертные оценки текущего состояния и перспектив развития рынка бизнес-карт;
- Выявить ключевые вызовы, продуктовые тренды и практики банков в работе с клиентами МСБ.



Структура интервью

24 вопроса в 5 блоках

- Рынок бизнес-карт
- Продуктовое предложение
- Клиенты
- Конкурентная ситуация
- Исследование

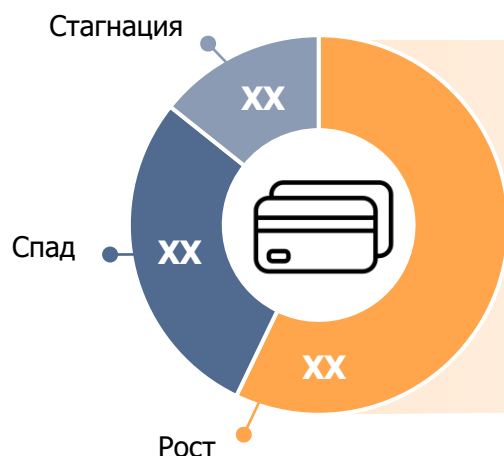
Благодарим за участие экспертов:



Банки видят потенциал для дальнейшего развития рынка бизнес-карт

Эксперты по-разному оценивают динамику развития рынка бизнес-карт, однако большинство игроков говорят об активном росте. При этом рост рынка еще не достиг критической точки, и на ближайшем горизонте прогнозируются еще большее проникновение бизнес-карт в сектор МСБ и увеличение оборотов по ним.

Текущее состояние рынка бизнес-карт, ответы экспертов



Внутренние драйверы рынка: B2B-расчеты, гибкость тарифной политики, развитие дистанционного управления, автоматизация отчетности и создание условий для формирования клиентского интереса, а также программы лояльности, которые разрабатываются вокруг потребностей клиентов.

Клиентские драйверы: развитие культуры безналичных расчетов и онлайн-технологий, рост осведомленности о возможностях бизнес-карты.

Текущая экономическая ситуация приводит к тому, что бизнес работает 24/7, это вынуждает банки работать в том же темпе для удовлетворения потребностей их клиентов.

«Динамика эмиссии карт не вышла на допандемийный уровень, на тот уровень, когда были лучшие времена для предпринимательства и выпуска карт, она положительная, но не такая быстрая как была. Еще отдельно следим за тем, как карты выпускают и пользуются по динамике оплаты товаров и услуг. Тяжело выкинуть оттуда все инфляционные и конъюнктурные изменения. Но даже с выбросом этих факторов количество операций, оборотов по картам растет и растет значимо, это для нас положительный фактор, за которым следим.

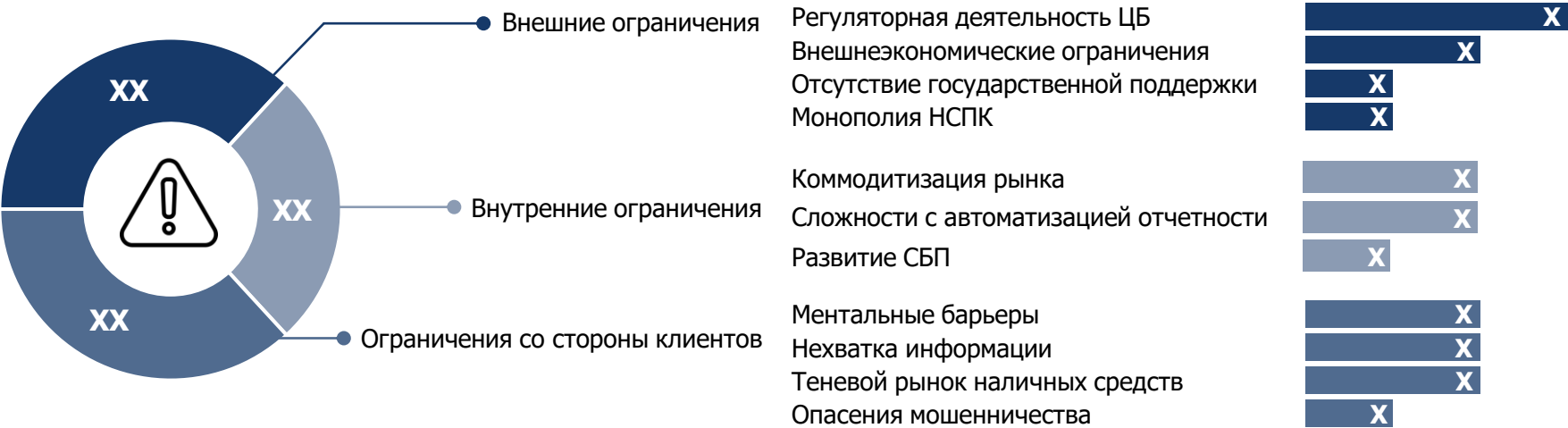
Три вещи: эмиссия, обороты и операции, штуки растут. Так, мы оцениваем положительно, рынок растущий».

Из интервью с экспертом

Основным препятствием для развития рынка бизнес-карт эксперты называют деятельность регулятора

Совокупность внешних экономическо-политических ограничений и внутрибанковских сложностей препятствует развитию рынка. Отдельной категорией трудностей являются барьеры со стороны клиентов. Деятельность банков должна выстраиваться таким образом, чтобы были учтены потребности всех участников рынка.

Факторы, препятствующие развитию рынка бизнес-карт в России, ответы экспертов



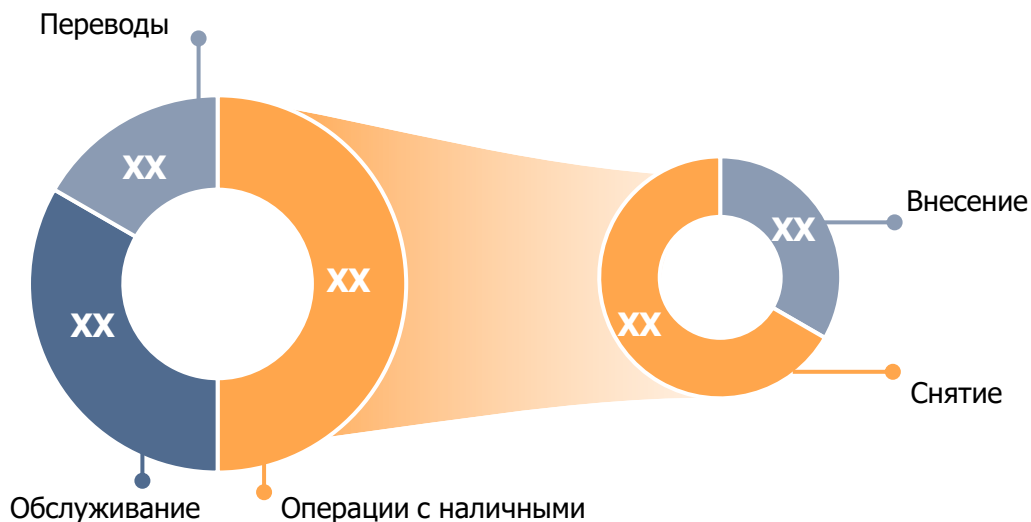
«Здесь ключевой момент – регулятор. Регулятор очень жестко смотрит на все операции по картам, потому что их, скажем так, сложно отлавливать в моменте. У нас в 2023 г., точнее с 2022 г. идет ожесточенная политика Центрального банка по закручиванию кеш-операций. Если посмотреть статистику рынка, то объемы проводимых по картам кеш-операций не растут. То есть год к году мы стоим на месте. При том, что у нас портфель растет, в целом на рынке объем операций растет, но кеш стоит, потому что ЦБ закрутил требования к банкам, у всех установлены лимиты и месячные, и дневные, и суточные, и так далее, и очень жесткие светофоры ввели: знай своего клиента в зависимости от уровня клиента: красный, желтый, зеленый. Банк просто ограничивает часть операций».

Из интервью с экспертом

Основным способом заработка для банков является интерчейндж

Бизнес-карта является высокомаржинальным продуктом. Причем существуют вариации способов заработка: комиссии за обслуживание, снятие, внесение и т.д., межбанковские вознаграждения, остатки на карточных счетах.

Комиссии, на которых зарабатывает банк, ответы экспертов



Интерчейндж –
ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК



Комиссии –
за обслуживание и переводы



Остатки на счете

«Мы зарабатываем, как и все остальные банки, во-первых, комиссиях за обслуживание корпоративной карты - за снятие и внесение. У нас корпоративная карта инструмент еще и для внесения денежных средств, что является одной из функций корпоративной карты в принципе. Второе, на чем мы зарабатываем, это межбанковское вознаграждение. То есть в этом и суть всего карточного бизнеса. И остатки на счетах карты тоже немаловажная вещь».

Из интервью с экспертом

+ еще **10** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
- 3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)**
4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

Клиентские интервью. Методология

В рамках клиентских интервью аналитики Frank RG пообщались с представителями сегмента МСБ и индивидуальными предпринимателями по поводу их опыта использования бизнес-карт.

В интервью приняли участие представители трех сегментов:

- 1) 10 респондентов – руководители компаний, использующих бизнес-карты для оплаты расходов бизнеса;
- 2) 10 респондентов – сотрудники компаний, которые сами лично используют бизнес-карты для оплаты расходов бизнеса;
- 3) 10 респондентов – руководители компаний, не использующих бизнес-карты для оплаты расходов бизнеса.



Количество проведенных интервью: 30



Участники интервью: генеральные директора или собственники бизнеса, финансовые директора или руководители отделов, бухгалтера компаний; сотрудники компаний, использующие бизнес-карты



География: все регионы РФ



Формат интервью: глубинные полуструктурированные интервью продолжительностью 20-60 минут

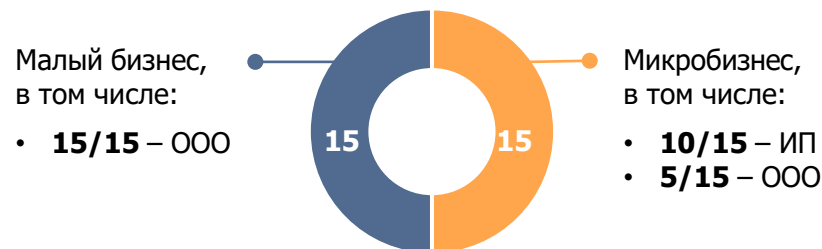


Возраст компаний: не более 1 компании моложе 1 года, остальные - от 1 года и старше



Сроки проведения интервью: март 2025 г.

Распределение выборки в разрезе размера бизнеса* и организационно-правовой формы, кол-во респондентов



Перечень тем, затронутых в интервью:

1. Профили клиентов, использующих и не использующих бизнес-карты;
2. Платежное поведение клиентов (в т.ч. используемые платежные инструменты, категории расходов)
3. Опыт использования бизнес-карт (в т.ч. типы используемых карт, цели выпуска, причины и особенности использования бизнес-карт);
4. Отношение к бизнес-картам: преимущества, недостатки и потенциальные риски.

* Сегментация осуществлялась на основе законодательства РФ: микробизнес – оборот до 120 млн. руб. в год, кол-во сотрудников до 15 чел.; малый бизнес – оборот от 120 до 800 млн руб. в год, кол-во сотрудников 16-100 чел.; средний бизнес – оборот от 800 млн до 2 млрд руб. в год, кол-во сотрудников – от 101 до 250 чел.

Источник: Frank RG, клиентские интервью, 2025 г.

Портрет участников интервью

Распределение выборки в разрезе сфер ведения бизнеса, кол-во респондентов

	Малый бизнес	Микробизнес
Услуги для бизнеса	1 компания	5 компаний
Туризм	—	3 компании
Строительство	1 компания	2 компании
Производство	4 компании	1 компания
Торговля	3 компании	1 компания
Аренда недвижимости	1 компания	1 компания
Полиграфические услуги	—	1 компания
Салон красоты	—	1 компания
Инженерные работы	2 компании	—
IT, программное обеспечение	1 компания	—
Логистика и грузоперевозки	1 компания	—
Медицина	1 компания	—

Распределение выборки в разрезе количества сотрудников, кол-во респондентов

	Малый бизнес	Микробизнес
Без сотрудников	—	4 компании
2-5 чел.	3 компании	4 компании
6-20 чел.	2 компании	7 компаний
21-50 чел.	7 компаний	—
Более 50 чел.	3 компании	—

Распределение выборки в зависимости от ролей, кол-во респондентов

	Малый бизнес	Микробизнес
Руководитель	8 человек	12 человек
Сотрудник	7 человек	3 человека

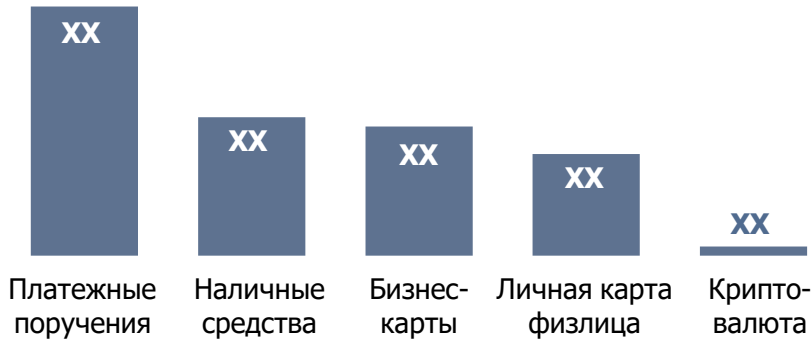
При проведении интервью мы пообщались с представителями разных сфер бизнеса. В основном это были компании, задействованные в сфере услуг (как B2C, так и B2B).

Самые популярные сферы деятельности – услуги для бизнеса (6/30), производство (5/30), торговля (4/30), туризм (3/30), строительство (3/30).

Чаще всего для оплаты бизнес-расходов используются платежные поручения

XX/30 клиентов, с которыми мы пообщались в рамках клиентских интервью, используют для оплаты бизнес-расходов платежные поручения. Следующими по популярности инструментами после платежных поручений являются наличные денежные средства (**XX/30** респондентов) и бизнес-карты (**XX/30**).

Платежные инструменты, которые используют компании для оплаты бизнес-расходов, кол-во респондентов



Наличные средства, личные карты сотрудников и собственников бизнеса преимущественно используются в срочном порядке, когда нет доступа к другим платежным инструментам.

Бизнес-карты являются платежным инструментом, используемым в конкретных выборочных ситуациях и закрывающим определенные запросы клиентов (например, покупки на маркетплейсах).

Криптовалюта использовалась одним участником интервью для оплаты крупных покупок за рубежом.

Распределение платежных инструментов по типам расходов, для которых они использовались, доля респондентов, использующих платежный инструмент

 Платежные поручения	 Наличные средства	 Бизнес-карты	 Личная карта физлица	 Криптовалюта
- Расчеты с контрагентами (XX/XX); - Офисные расходы (XX/XX); - Оплата налогов (XX/XX); - Командировочные расходы (XX/XX).	- В крайних случаях, когда нет доступа к другим инструментами (XX/XX); - Непредвиденные офисные расходы (XX/XX); - Для крупных покупок (XX/XX).	- Офисные расходы (XX/XX); - Повседневные бизнес-расходы (XX/XX); - Командировочные расходы (XX/XX); - Покупка расходных материалов (XX/XX); - Покупки на маркетплейсах (XX/XX).	- Непредвиденные офисные расходы (XX/XX); - Нет доступа к другим платежным инструментами (XX/XX); - Представительские расходы (XX/XX); - Оплата аренды (XX/XX).	Для крупных покупок (XX/XX).

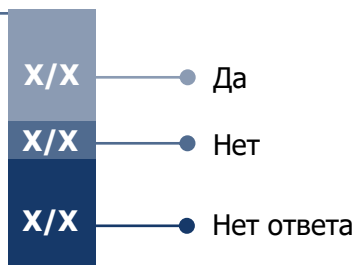
XX из XX компаний, использующих бизнес-карты, контролируют их использование

XX/XX компаний контролируют использование бизнес-карт, в т.ч. с помощью установки лимитов, предоставления чеков сотрудниками. Руководители, которые специально не отслеживают расходы по бизнес-картам и не контролируют их использование, поделились, что либо используют бизнес-карты сами, либо передают их/выпускают на тех сотрудников, которым доверяют.

Установлен ли в компании лимит на операции, доля респондентов



Хватает ли сотрудникам установленного лимита, доля респондентов



Лимиты, которые устанавливают руководители для сотрудников, использующих бизнес-карты:

- 800 тыс. – 1 млн руб. / месяц (**X/XX**);
- 100-300 тыс. руб. / месяц (**X/XX**);
- 5 тыс. руб. / неделя (**X/XX**);
- 5 тыс. руб. / сутки (**X/XX**).

«Лимиты у нас установлены какие-то сугубо формальные, типа 50 тысяч рублей или 100 тысяч рублей в день, но это так, на случай экстренного мошенничества, но в общем не особо контролируем»

Из интервью с клиентами

В случаях, когда установленных по бизнес-карте лимитов не хватает, сотрудники:

- используют личную карту или наличные,
- обращаются в бухгалтерию,
- ждут обновления лимита (следующего месяца).

«У нас лимит трат по бизнес-карте – до 1 млн руб., потому что мы картой пользуемся активно. Чаще всего расходует на офис и какие-то срочные комплектующие. Она как бы палочка-выручалочка у нас.

Иногда бывает такое, что сотрудники за месяц используют весь лимит. Если он превышен, обычно приходится ждать следующего месяца, чтобы пополнить, потому что в компании есть определенный процесс, из-за чего нельзя просто в любое время взять и пополнить бизнес-карту. Если закончились деньги, мы ждем, когда закончится этот месяц, чтобы пополнить ее заново».

Из интервью с клиентами

+ еще **13** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
- 4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)**
5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

Методика и участники клиентского опроса

Методика и участники клиентского опроса



Дата проведения опроса: 16-27 мая 2025 г.



Количество полностью заполненных анкет: 300.



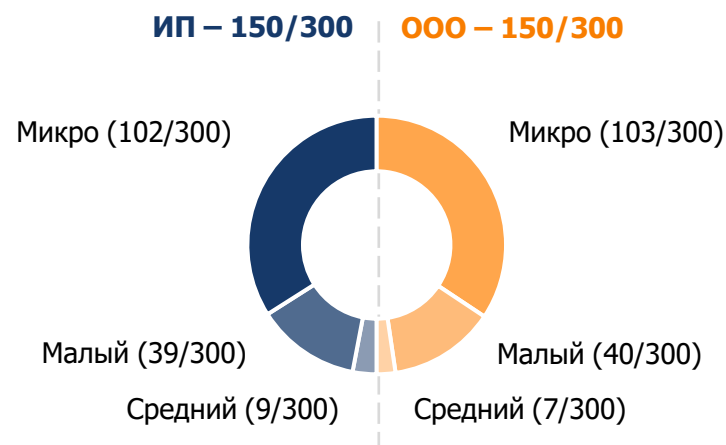
География: все регионы РФ.



Формат опроса: онлайн-опрос.

Опрос был проведен с помощью онлайн-панели OMI.
Опрос проводился по единой анкете и методике
(одинаковые вопросы, одинаковые критерии выборки).

Сегменты МСБ*, % ответов



Географическое распределение, % ответов



Перечень тем, затронутых в опросе:

1. Профиль клиента;
2. Платежное поведение клиента, в т.ч. сумма расходов, категории трат и используемые платежные инструменты;
3. Опыт использования бизнес-карт, в т.ч. количество, тип бизнес-карт и т.д.;
4. Отношение к бизнес-картам, в т.ч. оценка уровня безопасности использования бизнес-карт, необходимости дополнительных сервисов и т.д.

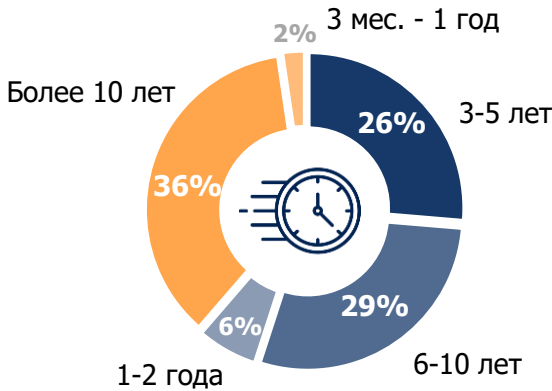


Должности респондентов, которые проходили опрос: генеральный директор, финансовый директор, коммерческий директор, главный бухгалтер/бухгалтер, собственник бизнеса, ИП и другие руководящие должности

* Сегментация осуществлялась на основе законодательства РФ: микробизнес – оборот до 120 млн. руб. в год, кол-во сотрудников до 15 чел.; малый бизнес – оборот от 120 до 800 млн руб. в год, кол-во сотрудников 16-100 чел.; средний бизнес – оборот от 800 млн до 2 млрд руб. в год, кол-во сотрудников – от 101 до 250 чел.
Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса клиентов, 2025 г.

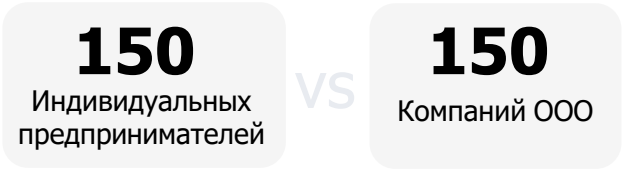
Характеристики выборки

Распределение компаний по сроку ведения бизнеса, % ответов

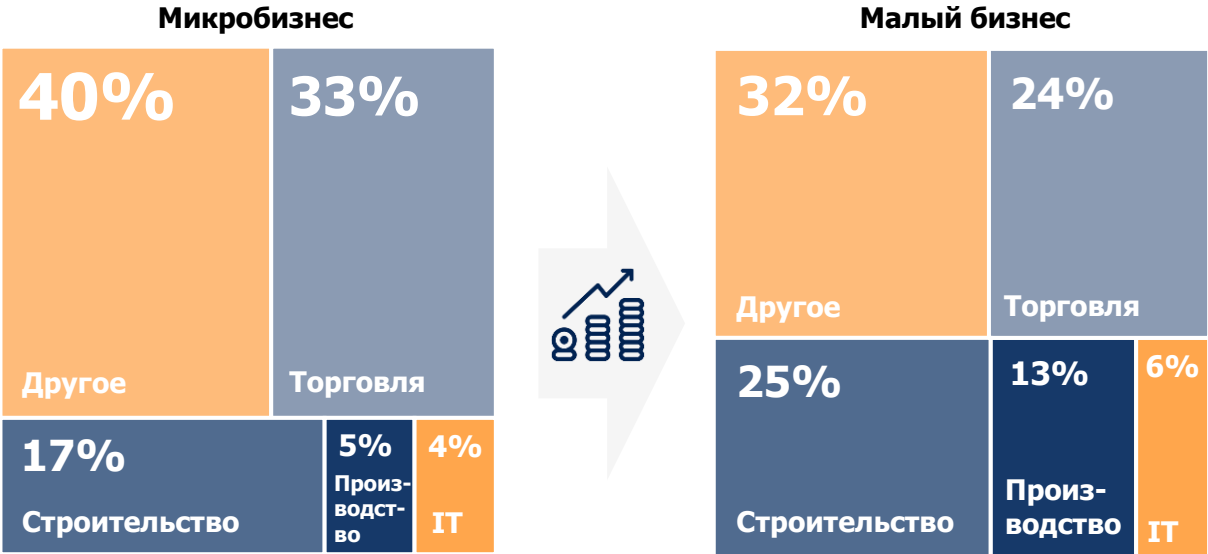


В своем исследовании мы сфокусировались на более зрелых компаниях с устойчивым финансовым положением, которые существуют на рынке 3+ лет. Преобладающее большинство компаний ведут свою деятельность более 10-ти лет.

Распределение по организационно-правовой форме, кол-во ответов



Распределение компаний по сферам деятельности, % ответов



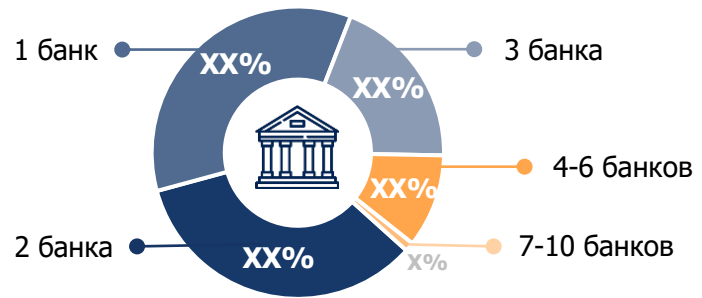
Структура выборки по сферам деятельности репрезентативна и соответствует генеральной совокупности: преобладающая доля респондентов задействована в сфере торговли (~30% по всей выборке), 20% от всей выборки – в сфере строительства, 8% – в сфере производства.

На данных из опроса также наблюдается тренд, характерный для генеральной совокупности: с увеличением масштаба бизнеса доля компаний, задействованных в торговле (33% микробизнеса vs 24% малого бизнеса), смещается в пользу строительства (17% микробизнес vs 25% малого бизнеса) и производства (5% микробизнес vs 13% малого бизнеса).

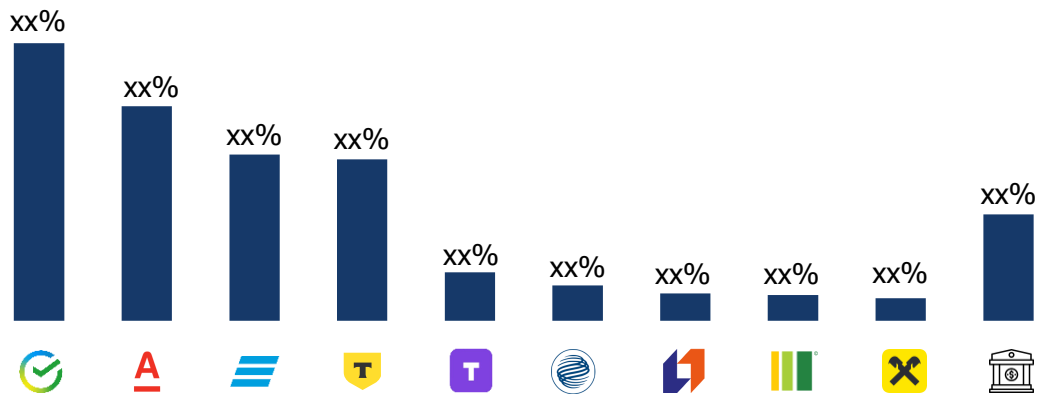
В среднем у компаний открыты счета в 2,2 банках

Количество открытых расчетных счетов на компанию варьируется от 1 до 10 банков и в среднем составляет **XX** счета. При этом с ростом бизнеса среднее количество счетов также растет (**XX** счет для микробизнеса vs **XX** счетов для малого бизнеса).

Кол-во банков, в которых у компаний открыты расчетные счета, % компаний



Банки, в которых открыты расчетные счета для бизнеса, % компаний



Пересечение клиентских баз ТОП-7 самых популярных банков, доля клиентов с более 1 счетом

	А	ВТБ	Сбербанк	Альфа-Банк	Сбербанк	Т-Банк	Т
А		XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
ВТБ	XX%		XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Сбербанк	XX%	XX%		XX%	XX%	XX%	XX%
Альфа-Банк	XX%	XX%	XX%		XX%	XX%	XX%
Сбербанк	XX%	XX%	XX%	XX%		XX%	XX%
Т-Банк	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%		XX%
Т	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%	

У **XX%** компаний открыто более одного расчетного счета, в т.ч. у **XX%** более 2-х расчетных счетов. Среднее количество открытых счетов растет с увеличением размера бизнеса, т.к. с помощью новых счетов более крупные компании стараются диверсифицировать риски.

Самые популярные комбинации банков, в которых у одного клиента открыты расчетные счета, – Сбербанк & Альфа-Банк (**XX%** тех, у кого открыто более 1 счета), Сбербанк & Т-Банк (**XX%** тех, у кого открыто более 1 счета) и Альфа-Банк & Т-Банк (**XX%**).

Основные причины, по которым клиенты заводят несколько счетов, – дополнительный счет на случай блокировки или временного ограничения основного счета (**XX%**), прием платежей из разных каналов (**XX%**).

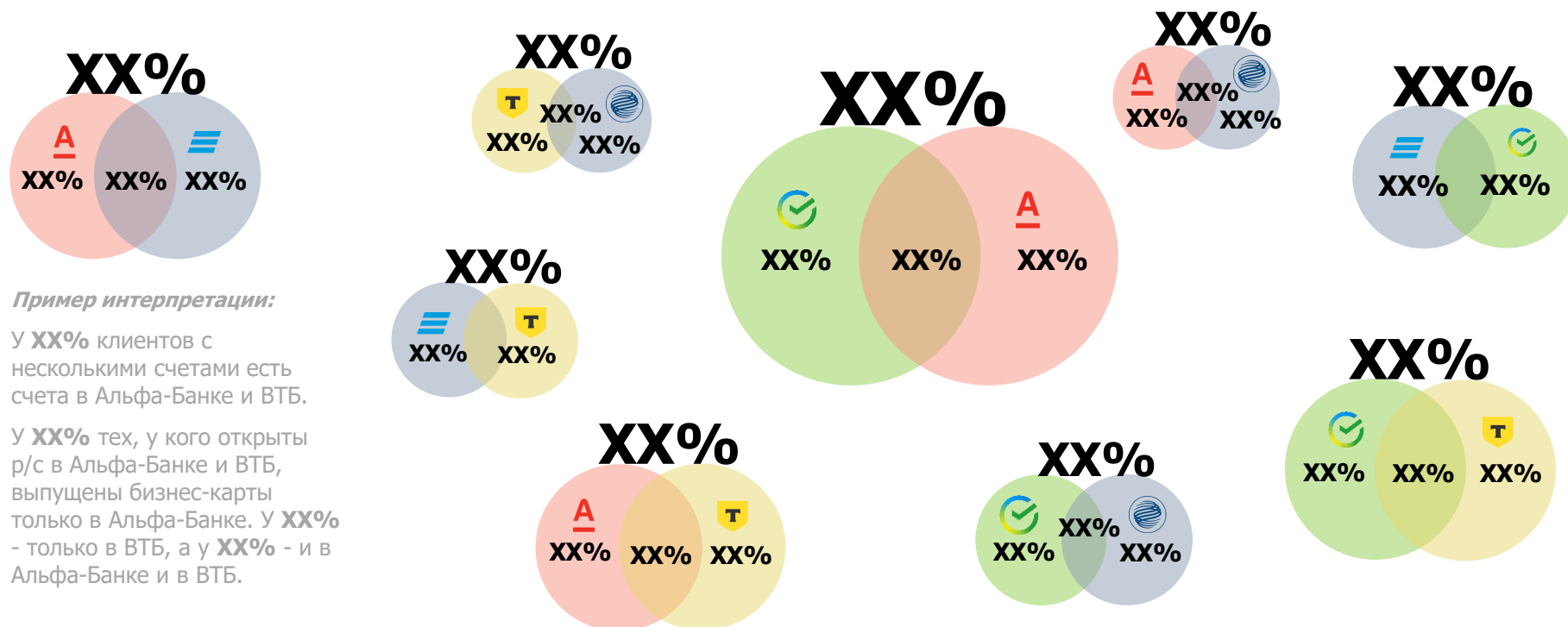
* Другие банки, где доля ответов <5%

XX% клиентов с несколькими счетами имеют бизнес-карты во всех банках, где у них открыты расчетные счета

XX% клиентов сегмента МСБ используют более одного расчетного счета, что приводит к пересечению клиентских баз банков. В результате обостряется конкуренция за то, бизнес-картами какого банка будет пользоваться компания.

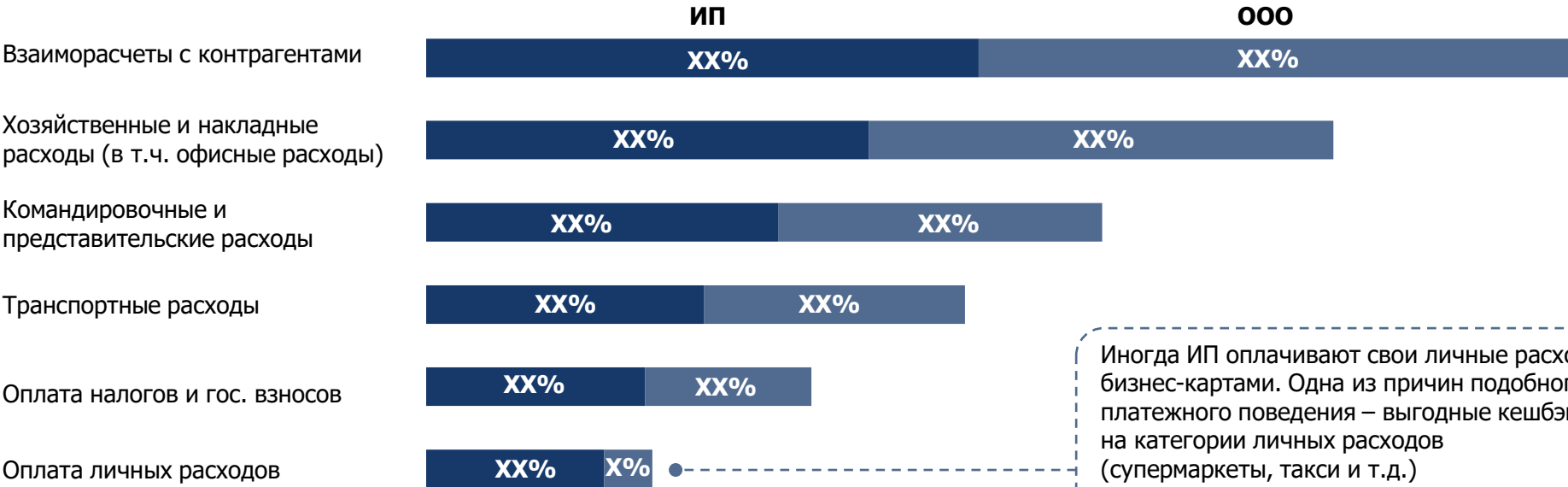
XX% клиентов открывают бизнес-карты сразу во всех банках, в которых у них открыты расчетные счета, чаще всего это происходит на этапе открытия расчетного счета в банке. Однако абсолютное большинство клиентов выбирают для себя 1-2 банка, где выпускают карты. Зачастую предпочтения смещаются в сторону карт с более выгодными программами лояльности или в пользу тех банков, где у клиентов основные обороты по счету.

Пересечение клиентских баз (доля от всех клиентов с несколькими счетами, %) и **потребительские предпочтения в выборе бизнес-карт** (распределение выпущенных бизнес-карт между 2-мя банками, %)



Наибольшие расходы по бизнес-картам приходятся на взаиморасчеты с контрагентами и офисные расходы

Распределение трат по бизнес-картам по категориям, средний % от оборота по бизнес-карте



Иногда ИП оплачивают свои личные расходы бизнес-картами. Одна из причин подобного платежного поведения – выгодные кешбэки на категории личных расходов (супермаркеты, такси и т.д.)

Самые популярные категории трат среди тех, кто оплачивает личные расходы бизнес-картами, % ответов

- XX% – транспорт (такси, бензин и т.д.);
- XX% – кафе и рестораны;
- XX% – супермаркеты и товары для дома;
- XX% – путешествия (авиабилеты, отели);
- XX% – одежда и обувь.

Наибольшие расходы по бизнес-картам приходятся как и у ИП (XX%), так и у ООО (XX%) на взаиморасчеты с контрагентами. К этой категории трат относятся закупки сырья, оплата услуг для бизнеса (коммуникационные услуги, логистика и т.д.) и прочие операции. Остальные траты примерно равномерно распределяются между хозяйственными и накладными расходами, командировочными и представительскими расходами, и транспортными расходами.

Также респонденты отметили, что часть оборота по бизнес-картам приходится на снятие наличных. Показатель варьируется от 0 до 90% всех трат, в среднем составляет XX% у ИП и XX% у ООО.

+ еще **10** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
- 5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)**
6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

Функционал ДБО для взаимодействия с бизнес-картами. Методика

Важной составляющей клиентского опыта клиентов МСБ является не только выпуск бизнес-карты, но и управление ею в разных digital-каналах банка. В рамках данного раздела проекта мы провели анализ функциональности ДБО для взаимодействия клиента с картой. Обзор личных кабинетов представлен в [Приложении 1](#).

Исследуемые банки:



Профиль клиента:

Наполнение раздела «Бизнес-карты» в digital-каналах отличается в зависимости от роли сотрудника и его полномочий (доступ с правом подписи или без него). При этом наиболее расширенный функционал у ЕИО с правом подписи, поэтому оцениваться будет он.



Руководитель организации (ЕИО)

Размер компании – малый бизнес
Форма собственности – ООО
Доступ в ДБО – с правом подписи

Исследуемые digital-каналы:

- Интернет-банк для бизнеса (раздел «Бизнес-карты» и страницы с выпущенными картами)
- Мобильное приложение для бизнеса (раздел «Бизнес-карты» и страницы с выпущенными картами)

Основной фокус внимания в данной части исследования будет направлен на раздел «Бизнес-карты» в интернет-банке/мобильном приложении и страницы с отдельными уже выпущенными картами.

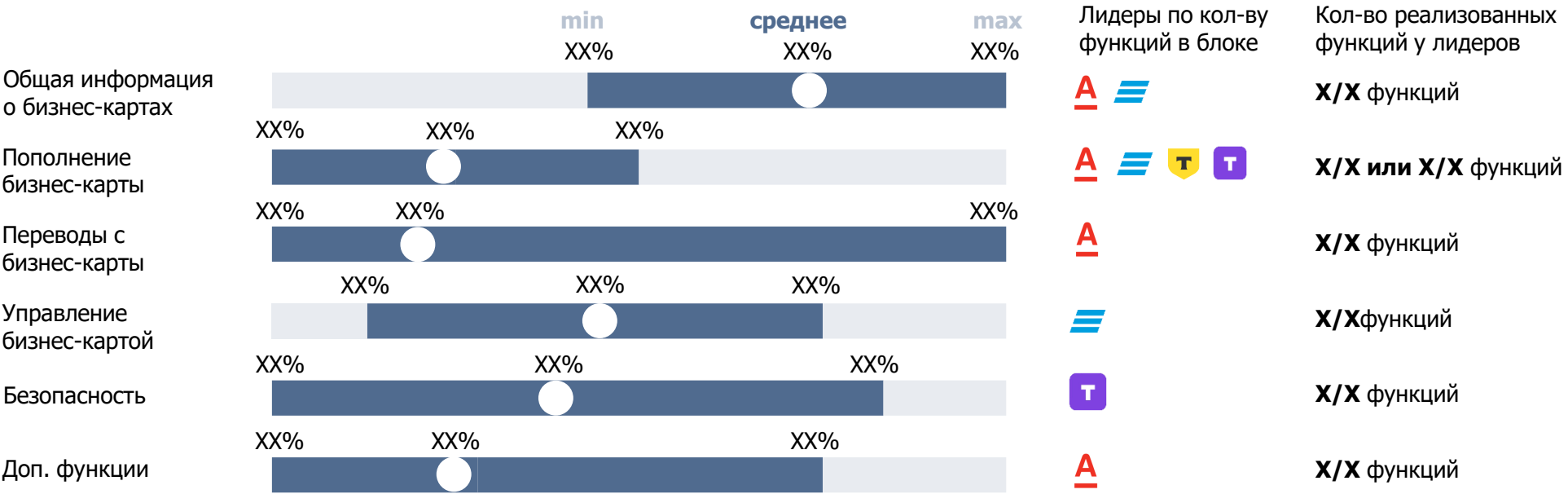
Все функции разделены на несколько блоков:

- Общая информация о выпущенных картах (в т.ч. баланс счета, история транзакций, реквизиты карты и т.д.);
- Управление картой (в т.ч. возможность изменить ПИН-код, закрыть карту, подключить смс-информирование и др.);
- Пополнение карты (в т.ч. пополнение с основного р/с, с карты физлица, автопополнение и др.);
- Переводы с карты (в т.ч. переводы на карты физлиц, на р/с);
- Управление безопасностью (возможность установить лимиты на покупки, ограничение категорий трат и т.д.);
- Дополнительные функции (кешбэк, возможность подключить дополнительные подписки и другие уникальные фишки).

Функционал для взаимодействия с бизнес-картами в интернет-банках для МСБ реализован в среднем на XX%

В среднем, по оценке Frank RG, наполненность разделов для взаимодействия с бизнес-картами в интернет-банках составляет XX%. При этом в зависимости от банка она варьируется от XX% до XX%, что говорит о значительном потенциале для развития ДБО.

Реализация функционала интернет-банков в разбивке по блокам функций, % функций из блока, реализованных банками



Наибольшее количество функций банки реализовали для просмотра общей информации о бизнес-картах (в т.ч. баланс карты, реквизиты, история операций и т.д.), в среднем функции этого блока реализованы на **XX%**.

Второй по наполненности блок функций – «Управление бизнес-картами». Однако он реализован в среднем на **XX%**, т.е. меньше половины функций реализованы у исследуемых банков, что говорит о низком уровне автоматизации.

У некоторых банков мобильные приложения наполнены бóльшим количеством функций для работы с бизнес-картами по сравнению с интернет-банками

Несмотря на то, что в среднем мобильные банки менее наполнены функционалом в разделе с бизнес-картами, у некоторых игроков рынка наблюдается обратный тренд – количество функций в мобильных приложениях больше, чем в интернет-банках. Это характерно для **XX из XX** исследуемых банков – ВТБ, ПСБ, Т-банк и Точка.

Количество функций для взаимодействия с бизнес-картами в разрезе каналов, шт.



Уникальные функции, которые есть только в мобильных приложениях

Снятие и внесение наличных средств по QR-коду в банкомате

Пополнение бизнес-карты со счета в другом банке (через СБП)

Добавление бизнес-карты в MirPay

Добавить в Mir Pay

Посмотреть

Сменить н

Добавить в MirPay

Карточный счёт

Снять и внести по QR-коду

«Гигиенический минимум» функций для взаимодействия с бизнес-картами в ДБО

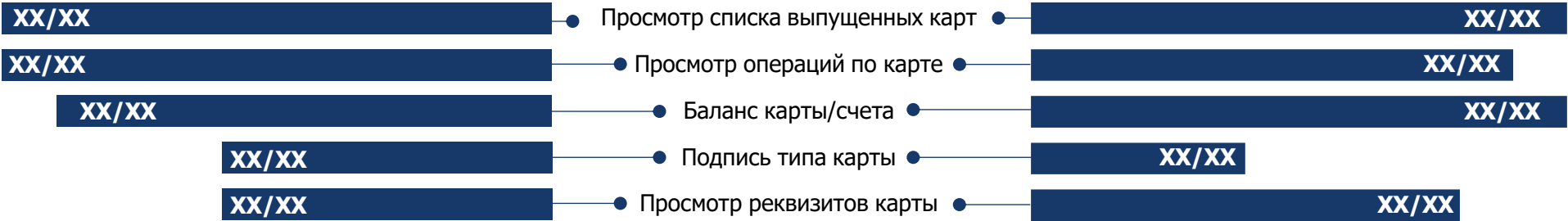
Среди всех функций мы выделили те, которые уже реализовали большинство рассматриваемых банков. Самые популярные функции – просмотр баланса карты/карточного счета, история операций по карте, закрытие и блокировка бизнес-карт, установка лимитов расходов по картам.

Стандартные функции для взаимодействия с бизнес-картами в ДБО, доля банков, реализовавших функции

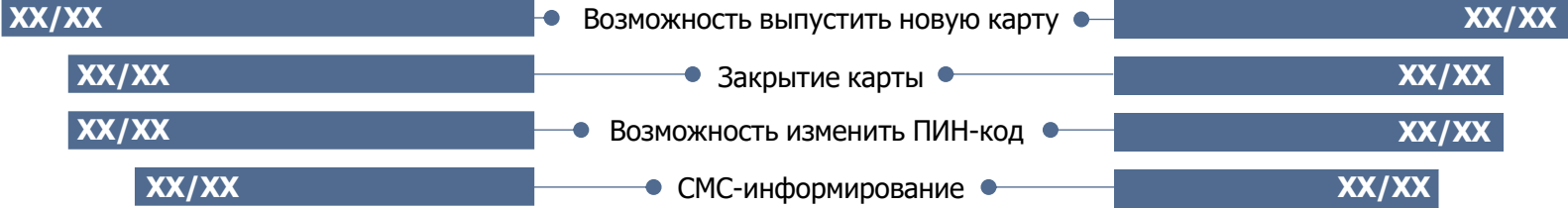
Интернет-банки

Мобильные банки

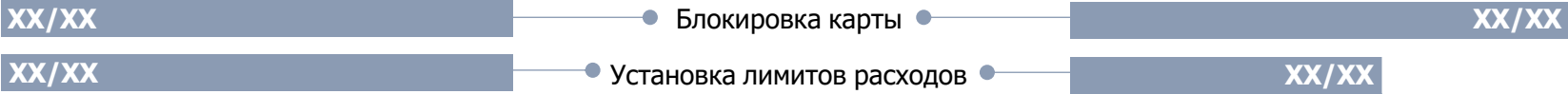
Общая информация



Управление картой



Безопасность



+ еще **8** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
- 6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)**
7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

Mystery shopping. Методология (1/2)

В рамках исследования мы оценивали клиентский путь при открытии бизнес-карт в интернет-банке и мобильном приложении. Для этого был использован комплексный анализ, который позволил глубже понять, как интерфейс и процесс обслуживания влияют на общий клиентский опыт.

Задача: Оценить общий уровень удовлетворенности и определить слабые зоны в процессе открытия бизнес-карты в каждом исследуемом банке, а также влияние интерфейса на восприятие сервиса.

Используемые методы оценки:



Mystery Shopping в цифровых каналах

- Интернет-банк (десктопная версия браузера)
- Мобильное приложение на платформе Android

Метод показывает реальный процесс оформления бизнес-карты в цифровых каналах и выявляет фактические проблемы на пути пользователя.



Оценка интерфейса по **UX-метрикам**.

Метод объясняет, почему эти проблемы возникают при взаимодействии с интерфейсом в процессе оформления бизнес-карты.

Эти методы исследования дополнили друг друга и помогли оценить разные составляющие клиентского опыта. Совмещение методов **Mystery Shopping** и **UX-оценки** позволили получить как субъективную, так и объективную картину пользовательского взаимодействия при открытии бизнес-карты.

Mystery shopping. Методология (2/2)

Мы проходили сценарии во всех банках по единому клиентскому пути, чтобы сравнить по одинаковым параметрам удобство, скорость и прозрачность процесса, а также отсутствие технических проблем. Использовали одинаковые данные для подачи заявки во всех исследуемых банках. Сценарии отличались для каждого цифрового канала, отражая особенности пользовательского поведения.

Сценарий 1



Интернет-банк (десктопная версия)

Оформление пластиковой бизнес-карты на сотрудника, не имеющего доступа к Интернет-банку, от имени руководителя организации

Сценарий 1 был разделен на две части клиентского пути, каждый из которых оценивался отдельно.

1. Первая часть исследования клиентского опыта включала оценку клиентского пути только в цифровом канале. Оценивались удобство заполнения, скорость подтверждения, отображение и доступность бизнес-карты в личном кабинете и качество чата-поддержки. Для теста был выбран самый сложный сценарий – ручное заполнение анкеты, что позволило выявить больше проблем и точек неудобства.

2. Вторая часть включала физическое получение пластиковой бизнес-карты. Оценивались срок готовности и качество обслуживания при доставке карты курьером или при получении карты в отделении банка.

Сценарий 2



Мобильное приложение (Android)

Оформление виртуальной бизнес-карты руководителем организации на свое имя

Сценарий 2 состоял из одной части клиентского пути.

1. Исследование клиентского опыта включало оценку клиентского пути только в цифровом канале. Оценивались удобство заполнения, скорость подтверждения, отображение и доступность виртуальной бизнес-карты в личном кабинете мобильного банка. А также качество работы и помощи чата-поддержки.

Метрики оценки удобства клиентского пути (1/4)

Объектом исследования в данной части проекта является клиентский путь при открытии новой бизнес-карты через интернет-банк и мобильный банк. Весь процесс поделен на 5 этапов (4 в мобильном банке), каждый из которых оценивается на основе UX-метрик и метрик качества обслуживания (методика mystery shopping). Каждой метрике присвоена определенная степень важности*, на основе которой рассчитывается рейтинг банков.

Описание метрик, используемых для оценки клиентского пути, и их степень важности

1. Поиск услуги в интерфейсе ДБО		
1.1. Количество шагов до стартовой точки открытия карты	Число ключевых последовательных действий (шагов), необходимых для перехода к разделу карт и началу оформления заявки	★ ★ ★
1.2. Время на поиск стартовой точки открытия карты	Время, затраченное пользователем на поиск и переход к первому этапу подачи заявки	★ ★ ★
1.3. Наличие технических проблем	Ошибки, сбои или некорректная работа интерфейса, мешающие поиску и началу открытия бизнес-карты	★ ★ ★
1.4. Привычность структуры меню	Насколько логично и знакомо расположен раздел/кнопки для быстрого поиска услуги	★ ★
1.5. Видимость ключевых разделов	Насколько хорошо заметен и легко доступен основной раздел, кнопка начала процесса оформления заявки	★ ★
1.6. Наличие поисковой строки	Наличие на главном экране поисковой строки, позволяющей самостоятельно вводить запрос для быстрого поиска нужного раздела	★ ★
2. Выбор бизнес-карты, ознакомление с продуктом		
2.1. Количество шагов по разделу	Число ключевых последовательных действий (шагов), которые пользователь совершил в рамках данного этапа	★ ★
2.2. Время прохождения раздела	Время, затраченное пользователем на выполнение всех действий внутри данного раздела до перехода к следующему этапу оформления	★ ★ ★
2.3. Наличие технических проблем	Ошибки, сбои или некорректная работа интерфейса, возникающие на данном этапе и мешающие дальнейшим действиям	★ ★ ★

* Степени важности метрик: ★ ★ ★ - очень важно, ★ ★ - важно, ★ - менее важно
Источник: Frank RG, mystery shopping, 2025 г.

Метрики оценки удобства клиентского пути (2/4)

2.4. Видимость и читаемость ключевых характеристик	Насколько заметны и легко воспринимаются ключевые свойства услуги. Отсутствие лишнего текста и перегруженности раздела	★ ★
2.5. Базовый набор стандартных параметров	Количество ключевых параметров, необходимых пользователю для принятия решения об оформлении карты (условия, тарифы, обслуживание и пр.)	★ ★ ★
2.6. Количество страниц (экранов) этапа выбора карты	Число отдельных страниц (экранов), через которые проходит пользователь при выборе карты перед оформлением заявки	★
3. Оформление заявки		
3.1. Количество шагов ключевых действий	Число ключевых последовательных действий (шагов), которые пользователь совершил в рамках данного этапа. Поля ввода и элементы с выбором не включаются в расчет	★ ★
3.2. Время оформления заявки от стартовой точки этапа оформления до ее отправки в банк	Длительность процесса от начала этапа подачи заявки до ее отправки в банк, включая время, затраченное на заполнение анкеты с данными держателя карты	★ ★ ★
3.3. Качество общения с чат-поддержкой	Оценка вежливости, компетентности, скорости реакции ответов операторов чата-поддержки в процессе оформления карты.	★ ★
3.4. Эффективность взаимодействия с чатом поддержки	Результат успешного решения запроса, связанного с оформлением бизнес-карты через чат-поддержки	★ ★ ★
3.5. Наличие технических проблем	Ошибки, сбои или некорректная работа интерфейса, препятствующие оформлению заявки открытия бизнес-карты	★ ★ ★
3.6. Количество полей, заполненных вручную	Число полей ввода, которые пользователь заполняет самостоятельно вручную (без автозаполнения) в анкете с данными держателя карты	★ ★ ★
3.7. Наличие функции возврата на предыдущий шаг*	Возможность легко вернуться на предыдущий этап оформления.	★ ★
3.8. Автозаполнение данных системой*	Автоматическое заполнение полей ввода данными из системы банка	★ ★

*UX-метрики, которые оценивались только в мобильном банке.
Источник: Frank RG, mystery shopping, 2025 г.

Метрики оценки удобства клиентского пути (3/4)

3.9. Разделение формы анкеты на логические блоки	Наличие разделения формы анкеты на смысловые блоки (например, личные данные, паспортные данные, контактная информация), упрощающие восприятие и заполнение	★
3.10. Наличие подсказок при заполнении полей ввода	Наличие вспомогательных подсказок или инструкций для каждого поля ввода, упрощающие процесс заполнения анкеты	★ ★
3.11. Проверка ввода данных с подсветкой ошибок	Наличие автоматической проверки введенных данных и визуального выделения ошибок для своевременного их исправления	★ ★
3.12. Автосохранение данных при возврате на шаг/этап назад.	наличие функции автоматического сохранения введенной информации при переходе назад на предыдущий шаг или этап оформления заявки	★ ★
3.13. Количество страниц (экранов) оформления заявки	Число отдельных страниц (экранов), через которые проходит пользователь на всем этапе оформления заявки на открытие бизнес-карты	★
3.14. Наличие навигационной ленты этапов	Наличие в интерфейсе навигационной ленты, отображающей количество этапов, текущий этап и статус его прохождения, что помогает пользователю ориентироваться в процессе подачи заявки	★
4. Подтверждение и выпуск бизнес-карты		
4.1. Количество шагов от нажатия кнопки 'Отправить/подписать' до успешного ввода СМС-кода	Число действий, которые пользователь совершает после нажатия кнопки «Отправить/подписать» до успешного ввода одноразового СМС-кода для подтверждения заявки	★ ★
4.2. Время от нажатия кнопки 'Отправить/подписать' до получения подтверждения успешной отправки заявки	Промежуток времени от нажатия пользователем кнопки «Отправить/подписать» до появления визуального подтверждения успешной отправки заявки.	★ ★
4.3. Время отображения бизнес-карты в интернет-банке после отправки СМС-кода	Интервал времени от ввода СМС-кода до появления бизнес-карты в личном кабинете интернет-банка	★ ★
4.4. Всплывающее окно (уведомление) об успешности отправки заявки	Наличие всплывающего окна или другого визуального элемента, подтверждающего, успешную отправки заявки в банк.	★

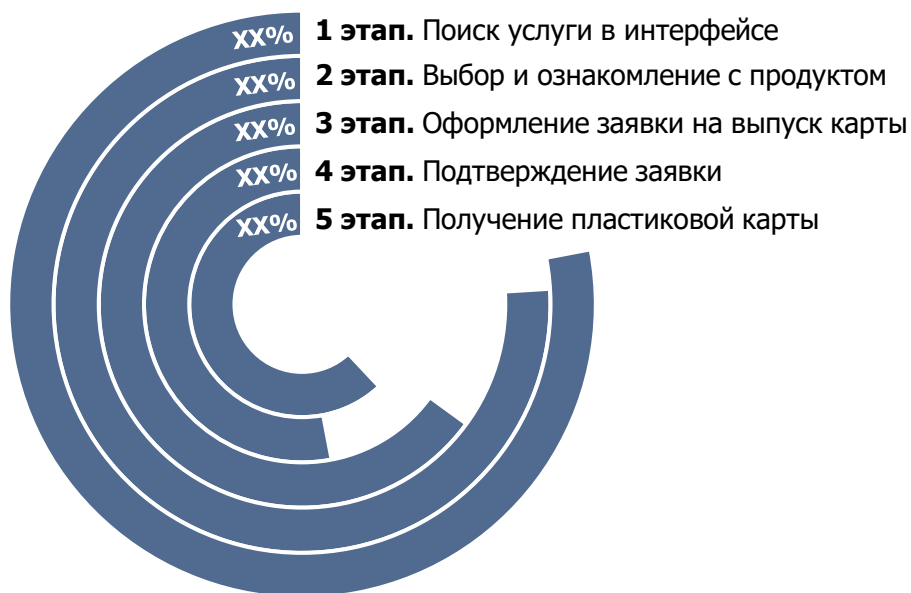
Метрики оценки удобства клиентского пути (4/4)

4.5. Доступность и понятность информации о сроках выпуска пластиковой бизнес-карты	Отображение и видимость информации о сроках изготовления пластиковой бизнес-карты	★ ★
5. Получение пластиковой бизнес-карты [для сценария через интернет-банк]		
5.1. Время изготовления пластиковой бизнес-карты	Период от подачи заявки до фактической готовности пластиковой бизнес-карты (до получения уведомления о готовности)	★ ★ ★
5.2.Предварительное согласование/подтверждение даты и времени получения карты	Наличие звонка от банка или курьера для подтверждения удобной даты и времени получения пластиковой бизнес-карты	★ ★
5.3. Время фактического получения пластиковой бизнес-карты	Период времени от получения уведомления о готовности карты до момента фактического получения пластиковой бизнес-карты в руки пользователя	★ ★ ★
5.4. Проверены ли документы, удостоверяющие личность при выдаче пластиковой бизнес-карты	Факт проверки паспорта или другого документа при вручении пластиковой бизнес-карты пользователю	★ ★ ★
5.5. Вежливость и корректность общения сотрудника банка (курьера)	Оценка вежливости и тактичности сотрудника при взаимодействии с клиентом в процессе выдачи пластиковой бизнес-карты	★
5.6. Качество общения с чатом поддержки	Оценка вежливости, компетентности, скорости реакции ответов операторов чата-поддержки в процессе получения и активации бизнес-карты	★ ★
5.7. Эффективность взаимодействия с чатом поддержки	Результат успешного решения запроса, связанного с получением и активацией бизнес-карты через чат-поддержки	★ ★
5.8. Ошибка при активации карты в интернет-банке (Сотрудником банка/самостоятельно)	Возникновения ошибок или проблем при активации карты как сотрудником банка, так и пользователем самостоятельно в интернет-банке	★ ★ ★

В среднем удобство открытия бизнес-карты в интернет-банке можно оценить в X%

При оценке клиентского пути в интернет-банке общий уровень удобства процесса в среднем по рынку составляет XX%. Наименее проблемными этапами оказались поиск точки входа в сценарий (поиск раздела с функционалом для выпуска бизнес-карт) и выбор карты/ознакомление с продуктом.

Удобство различных этапов клиентского пути в интернет-банке, % от идеального сценария



Оценка строилась на основе замеров времени прохождения этапов, количестве шагов, наличии технических проблем и UX-метрик (удобство навигации, отображение статусов, доступность информации о продукте и др.).
Критерии оценки – [\[стр. 39\]](#).

Банки-лидеры на каждом этапе клиентского пути

1 этап. Поиск услуги в интерфейсе ДБО



Лидеры выделяются наличием поисковой строки, что дает возможность оперативно и самостоятельно находить услугу. А также привычным расположением ключевых разделов интерфейса.

2 этап. Выбор и ознакомление с продуктом



Лидеры выделяются наличием максимального количества базовых характеристик бизнес-карты, а также кратким изложением общей информации на странице выбора карты.

3 этап. Оформление заявки на выпуск карты



Лидеры выделяются минимальными требованиями к заполнению заявки на открытие бизнес-карты, простотой анкеты с минимальным количеством полей ввода и отсутствием технических проблем.

4 этап. Подтверждение заявки



Лидеры выделяются отображением и ясностью статуса в интерфейсе о готовности пластиковой бизнес-карты и мгновенным ее отображением в интернет-банке после одобрения заявки для отслеживания доступности.

5 этап. Получение пластиковой карты



Лидеры выделяются своевременным подтверждением о готовности карты и предварительным согласованием даты и времени ее получения.

Пользовательский опыт в цифровых каналах процесса открытия бизнес-карты

Клиенты **хотят быстро и без лишних усилий оформить бизнес-карту** — без сложных форм, большого количества действий (шагов) и ожидания долгой загрузки страниц, а также мгновенное отображение и доступность виртуальной карты для пользования.

Банк	Интернет-банк (Сценарий 1)				Мобильный банк (Сценарий 2)		
	Общее количество шагов оформления заявки	Общее время оформления заявки	Время доступности виртуальной карты в личном кабинете	Время изготовления и получения пластика	Общее время оформления заявки	Общее количество шагов оформления заявки	Время доступности виртуальной карты в личном кабинете
 Альфа-Банк	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 ВТБ	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 Газпромбанк	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 МТС	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 ПСБ	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 Сбербанк	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 Т-Банк	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 Точка	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 УБРиР	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.
 Уралсиб	XX	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX мин.	XX	XX мин.

Процесс открытия бизнес-карты в интернет-банке



Банк XXX



Клиентский опыт: оформление бизнес-карты. Банк XXX

Мы проанализировали каждый ключевой этап процесса по отдельности в интернет-банке и визуализировали путь клиента.

Этапы	Поиск услуги		Выбор карты	Оформление заявки	Подтверждение и выпуск	
Действия						
	Поиск ключевого раздела	Поиск стартовой точки сценария	Изучение информации и выбор типа.	Выбор формата бизнес-карты и заполнение анкеты с данными.	Подписание sms-кодом заявки.	Отображение/доступность виртуальной карты в интернет-банке
	[Стр. 48]	[Стр. 48]	[Стр. 49]	[Стр. 50]	[Стр. 51]	[Стр. 53]
Время	XX сек.		XX мин. XX сек.	XX мин. XX сек.	XX сек.	XX мин. / XX часов
Шаги	XX		XX	XX	XX	
Эмоции						
Результат			Большая форма выбора карты (3 стр.).	Много полей ручного ввода для заполнения в анкете.	Карта становится доступна для пользования в интернет-банке после получения пластика на руки.	

☺ - Положительное восприятие, ☹ - Нейтральное восприятие, ☹ - Отрицательное восприятие
* Общее время рассчитывалось без учета подэтапа «Отображение виртуальной карты в интернет-банке после подтверждения заявки», только процесс подачи заявки через цифровой канал.
Источник: Frank RG, mystery shopping, 2025 г.

Клиентский путь: оформление бизнес-карты. Банк XXX

Поиск услуги



XX шага



X сек.

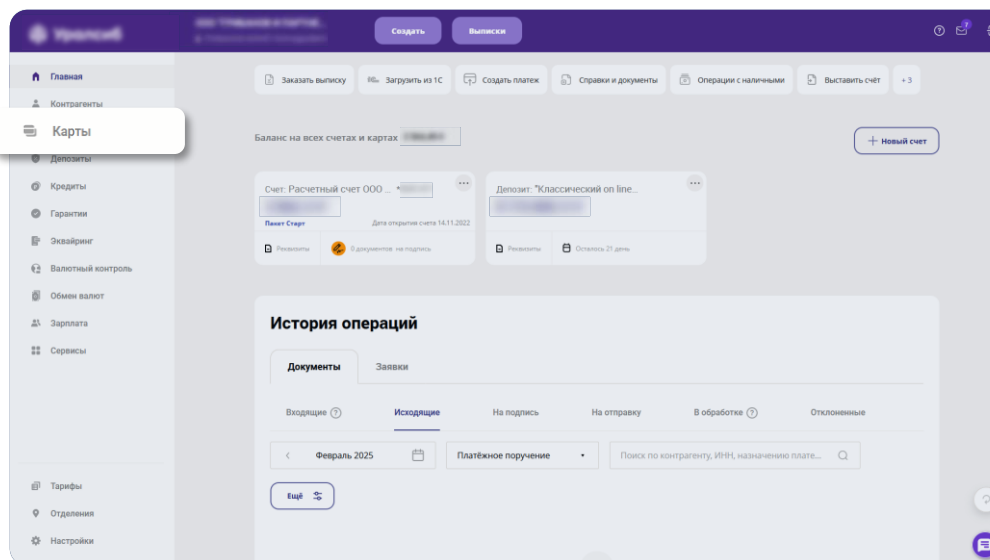
Выбор карты

Оформление заявки

Подтверждение и выпуск

Для начала оформления бизнес-карты был выбран раздел «**Карты**» в боковом меню на главной странице личного кабинета.

1

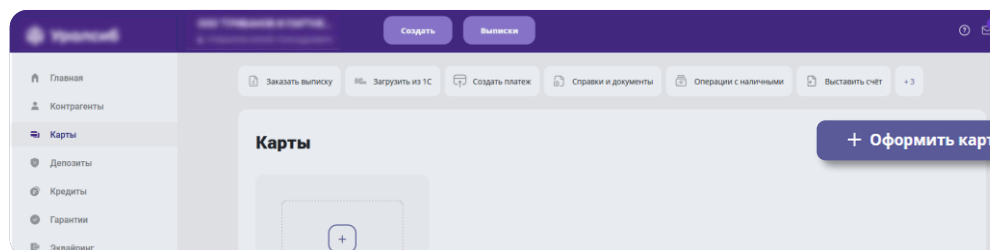


Раздел «**Карты**» размещен в первом уровне главного бокового меню на видном месте и имеет привычное расположение, что обеспечивает быстрый поиск.

Не реализована **поисковая строка** для быстрого поиска продукта.

Кнопка «**Оформить карту**» выделена акцентом и удобно расположена, что обеспечивает ее заметность и быстрый поиск.

Сформировать заявку на выпуск бизнес-карты на сотрудника можно только с учетной записи **руководителя**.



2

После перехода на страницу раздела была нажата кнопка «**Оформить карту**», что стало **стартовой точкой** в процессе оформления бизнес-карты.



Клиентский путь: оформление бизнес-карты. Банк XXX

Поиск услуги

Выбор карты

 X шага  X м. X сек.*

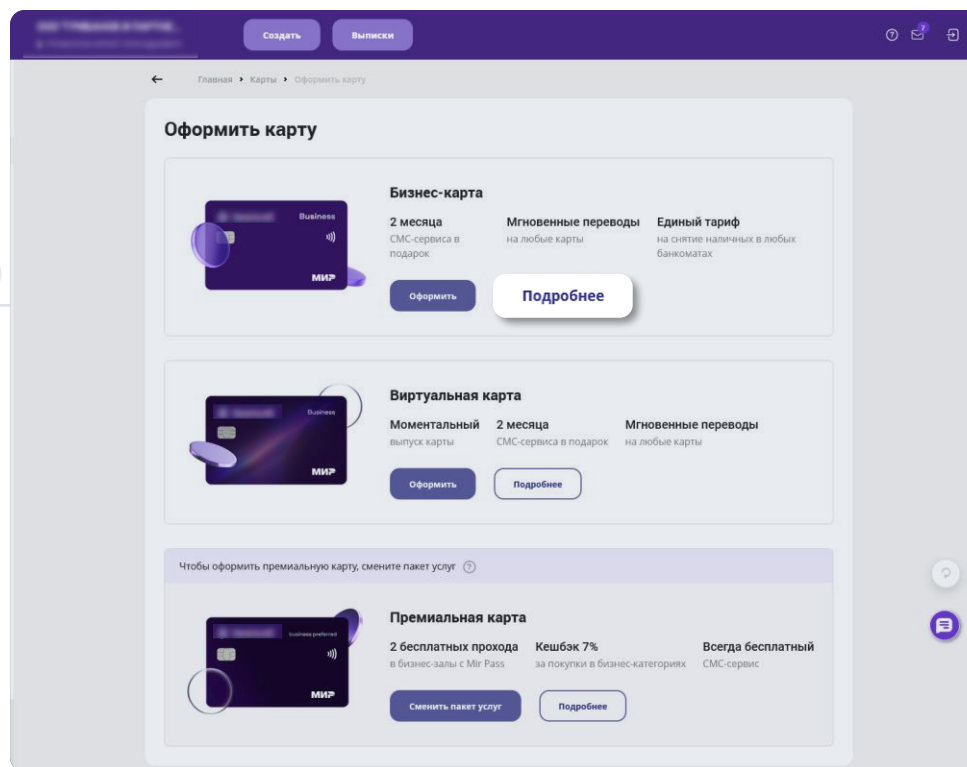
Оформление заявки

Подтверждение и выпуск

Для получения более подробной информации об условиях бизнес-карты был выполнен переход на соответствующую страницу через нажатие кнопки «Подробнее».

1

На этой странице недостаточно информации об условиях: все условия обслуживания скрыты внутри карты.



Наличие ключевых информационных характеристик:

- ✓ Стоимость выпуска бизнес-карты
- ✓ Стоимость обслуживания бизнес-карты
- ✓ Условия работы с наличными средствами
- ✓ Размер и условия начисления комиссии
- ✓ Платежная система
- ✗ Программа и условия кэшбека
- ✓ Установленные лимиты на операции



Клиентский путь: оформление бизнес-карты. Банк XXX

Поиск услуги

Выбор карты

Оформление заявки



X шаг*



X м. X сек.**

Подтверждение и выпуск

Для открытия бизнес-карты открывают новый карточный счет.

Форма анкеты разделена на логические блоки для удобства заполнения.

После завершения заполнения заявки подтверждаем выпуск бизнес-карты нажатием кнопки «Оформить карту».

1

Заявление на открытие счета и выпуск бизнес-карты

Держатель карты

На кого оформляется карта *
Выберите держателя бизнес-карты

Доверенный номер телефона *
+7 (900) XXX-XX-XX

Имя и фамилия держателя на латинице *
Имя и фамилия держателя на латинице *

Наименование организации на латинице *
НЕТ
Неверный формат поля "Наименование организации на латинице"

Счет

Для использования бизнес-карты будет открыт карточный счет

Выберите карточный счет *

КПП:

Уважаемый Клиент! Сообщаем, что будет открыт счет для совершения операций с использованием бизнес-карт в RUB

Офис получения

Выберите офис
Выберите

Обычно выпуск и доставка занимает 2-3 дня, иногда — до 10. Виртуальная карта выпускается моментально

СМС-Сервис
2 мес. бесплатно, далее 75 руб./мес.

Кого информировать *
☐ Владелец счёта ☐ Держатель карты

Номер телефона *
+7 (900) XXX-XX-XX

☐ Соглашаюсь на обработку персональных данных *

☐ Прошу открыть счет для совершения операций с использованием бизнес-карт на основании данного Заявления, направленного в электронной форме и подписанного аналогом собственноручной подписи. Присоединяюсь к Правилам комплексного обслуживания в части Условий выпуска и обслуживания бизнес-карт в соответствии с настоящим Заявлением в электронной форме. С Условиями выпуска и обслуживания бизнес-карт, а также Тарифами Банка ознакомлен и согласен. *

☐ Подтверждаю актуальность сведений и документов, предоставленных в Банк ранее. Подтверждаю актуальность сведений и документов, предоставленных в Банк ранее. Ознакомьтесь со сведениями *

Если сведения устарели - отправьте в Банк письмо «Внесение изменений» и приложите документы для подтверждения

Оформить карту Отмена

Форма заявки реализована на одной странице, что уменьшает целевые действия.

Здесь же можно ознакомиться со сроками изготовления бизнес-карты.

Форма анкеты



Поля ввода

XX/XX***



Время заполнения X м. X сек.



Время загрузки X сек.

* Шаги рассчитаны без учета заполнения полей ввода в анкете. Только шаги целевого действия.

** Время зафиксировано с учетом ручного заполнения полей ввода данных нового держателя карты, автоматической проверки данных системой.

*** Общее количество полей/ поля ввода, заполненные пользователем вручную.

Источник: Frank RG, mystery shopping, 2025 г.



Клиентский путь: оформление бизнес-карты. Банк XXX

Поиск услуги

Выбор карты

Оформление заявки

Подтверждение и выпуск



X шаг



XX сек.*

1

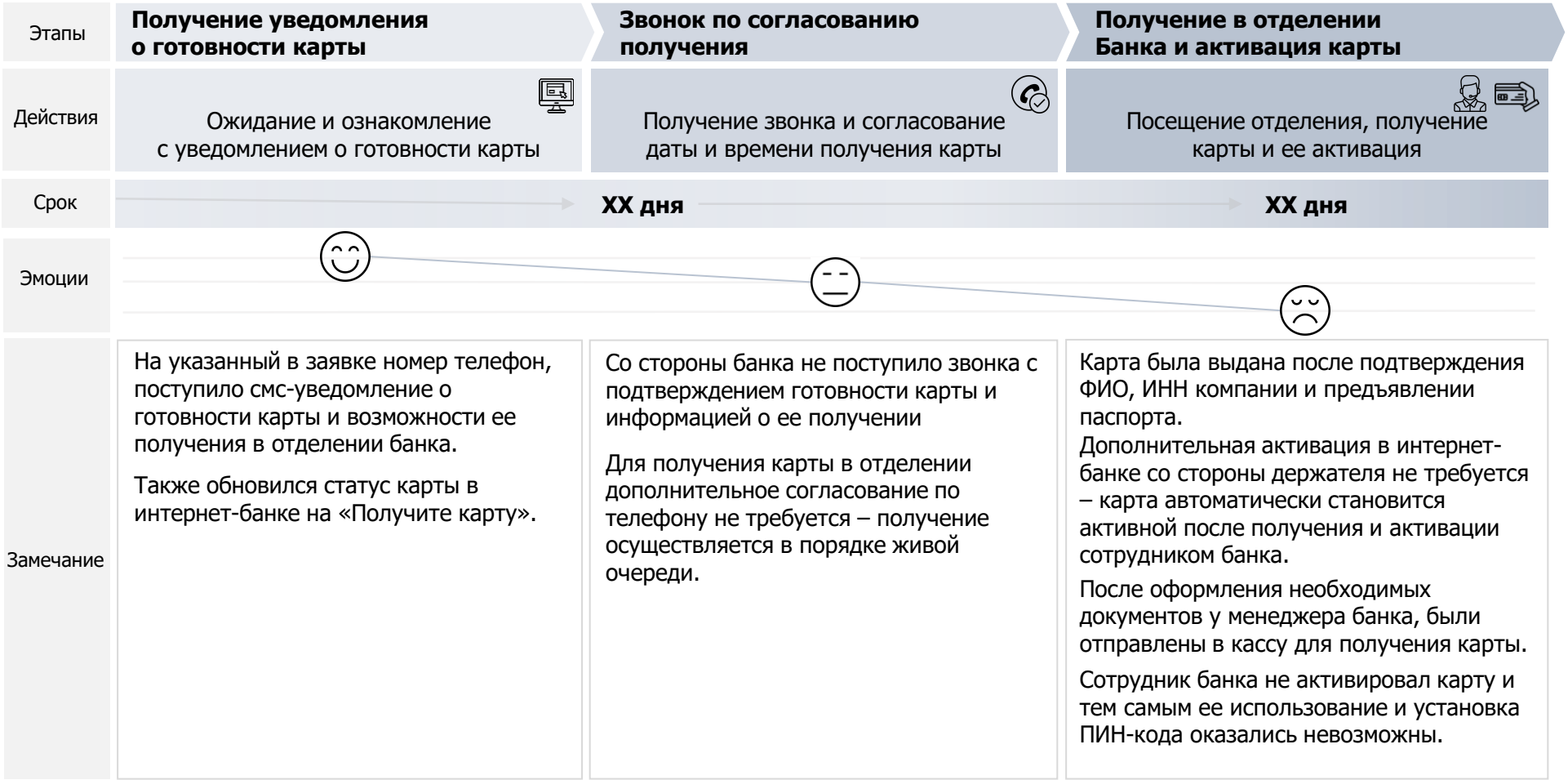
Для начала процесса выпуска бизнес-карты получаем **СМС-код** на указанный в заявке номер телефона и вводим его в появившееся окно, тем самым подтверждаем операцию на выпуск бизнес-карты.

Держатель	Иванов Иван Иванович
Тип карты	Бизнес-карта
Платежная система	МИР
Услуги	СМС-сервис
Офис получения	г. Москва, ул. Ленина, д. 10



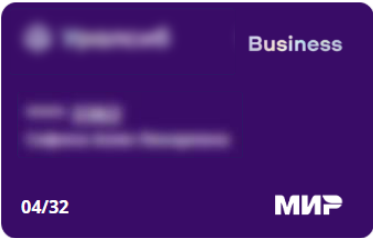
Клиентский путь: получение пластиковой бизнес-карты. Банк ХХХ

Во второй части клиентского опыта мы визуализировали путь клиента при физическом получении бизнес-карты. Получить пластиковую бизнес-карту может только сотрудник — держатель карты в отделении банка.



Клиентский путь: активация бизнес-карты. Банк XXX

Бизнес-карта



Получите карту

Пополнить

ⓧ Закрыть карту

Статусы заявки изменяются в интернет-банке по факту изменения этапов обработки. Смс-уведомление приходит только при готовности карты на номер телефона, указанный в заявке при оформлении.

После получения бизнес-карты информация о статусе в заявке **не обновилась** и осталась в статусе «Карта в офисе», что создало ощущение незавершенности процесса.

После получения карты в отделении банка, статус «Получить карту» не изменился и карта не была активирована сотрудником офиса. **Обратились в службу поддержки.**

Активация бизнес-карты возможна только после получения пластиковой карты на руки сотрудником офиса при получении. Самостоятельная активация карты не требуется.



Процесс открытия бизнес-карты в мобильном банке

Банк XXX



Клиентский путь: оформление бизнес-карты. Банк ХХХ

Мы проанализировали каждый ключевой этап процесса в мобильном банке по отдельности и визуализировали путь клиента. Виртуальная бизнес-карта не была выпущена по причине технической ошибки работы обновленной версии мобильного приложения.

Этапы	Поиск услуги		Выбор карты	Оформление заявки	Подтверждение и активация	
Действия	Поиск ключевого раздела [Стр. 57]	Поиск стартовой точки сценария [Стр. 57]	Изучение информации и выбор типа [Стр. 58]	Выбор формата бизнес-карты и заполнение анкеты с данными [Стр. 59]	Подтверждение sms-кодом [Стр. 59]	Отображение и доступность виртуальной карты в личном кабинете.
Время	XX сек.		XX сек.	XX сек.		
Шаги	XX		XX	XX		
Эмоции						
Результат				⊖ Есть поля необходимые заполнить вручную.	⊖ Техническая ошибка при отправке заявки. Не активна ключевая кнопка действия.	



Клиентский путь: оформление бизнес-карты. Банк XXX

Поиск услуги



X шага

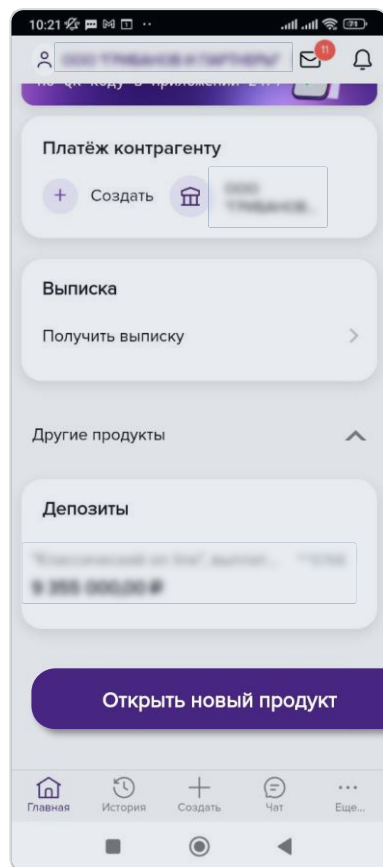


X сек.

Выбор карты

Оформление заявки

Подтверждение и выпуск

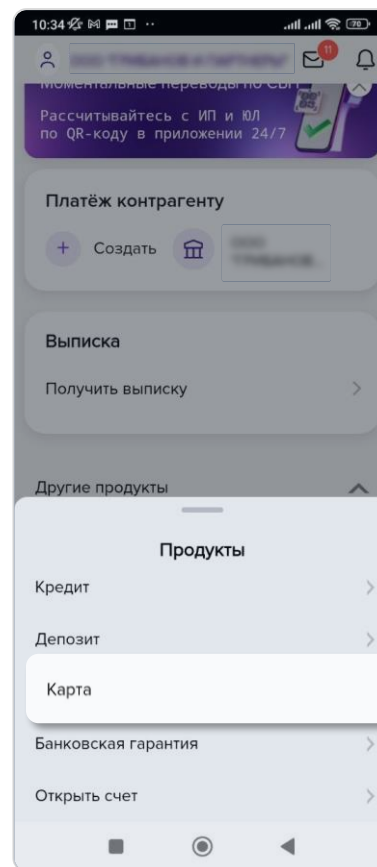


Поиск в мобильном банке не реализован.

Кнопка «**Открыть новый продукт**» размещена в нижней части главного экрана на видном месте и имеет привычную понятную функциональность, что обеспечило быстрый поиск.

1

Для начала оформления бизнес-карты была нажата кнопка «**Открыть новый продукт**» в нижней части главного экрана.



2

В всплывающем списке продуктов был выбран раздел «**Карты**», что стало **стартовой точкой** в процессе оформления бизнес-карты в мобильном банке.



Клиентский путь: оформление бизнес-карты. Банк XXX

Поиск услуги

Выбор карты



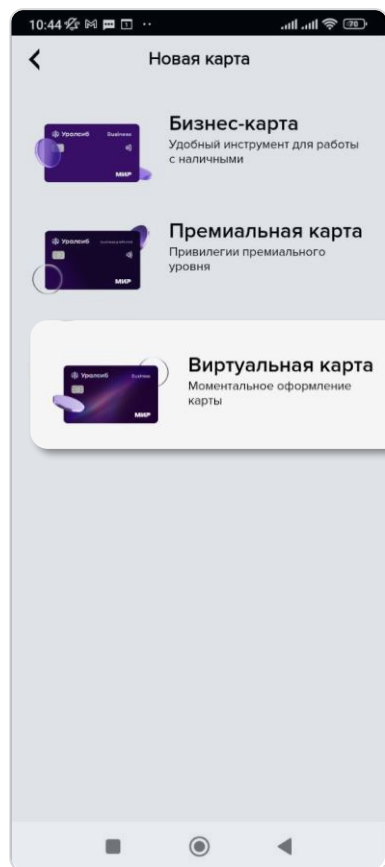
X шага



X сек.*

Оформление заявки

Подтверждение и выпуск

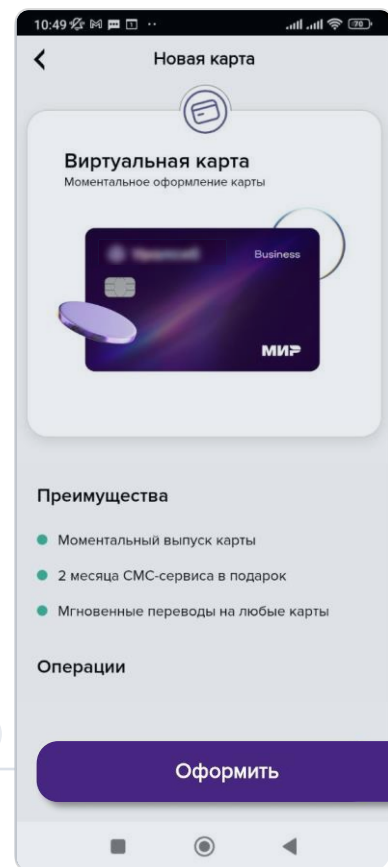


1

Далее следует выбрать подходящую карту и перейти к ее подробной информации, нажав на соответствующую **карточку**.

После изучения условий по карте подтверждаем действие нажатием кнопки «**Оформить**».

2



Хорошая читаемость текста (размер шрифта, контраст, структура) не затрудняет восприятие информации.

Наличие ключевых информационных характеристик:

- ✗ Стоимость выпуска бизнес-карты
- ✗ Стоимость обслуживания бизнес-карты
- ✓ Условия работы с наличными средствами
- ✗ Размер и условия начисления комиссии
- ✓ Платежная система
- ✗ Программа и условия кэшбека
- ✗ Установленные лимиты на операции

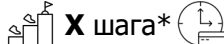


Клиентский путь: оформление бизнес-карты. Банк XXX

Поиск услуги

Выбор карты

Оформление заявки

 X шага*  XX сек.**

Подтверждение и выпуск

1

Для начала оформления заявки необходимо выбрать **держателя карты** из выпадающего списка доступных сотрудников.

Для выбора **держателя** карты реализован выпадающий список сотрудников с правом доступа с последующим **автозаполнением** данных.

Иконка со стрелкой позволяет вернуться на **предыдущий шаг** в процессе оформления карты для проверки или изменения параметров.

2

Виртуальную карту можно оформить как **на себя**, так и **на любого сотрудника с правом подписи**.

Форма заявки реализована на одной странице с функцией выпадающих окон, что уменьшает целевые действия.

* Шаги рассчитаны без учета заполнения полей ввода в заявке. Только шаги целевого действия.

** Время зафиксировано с учетом ручного заполнения полей ввода в заявке, а также предварительной проверки данных.

Источник: Frank RG, mystery shopping, 2025 г.



+ еще **165** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
- 7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)**
8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

Обзор программ лояльности и reward-программ

Банк и название программы	Формат вознаграждения	Лимит выгоды	Механика начисления вознаграждения	Доп. условия для получения выгоды	Подключается программа к бизнес-карте
1. Кешбэк					
 «Кешбэк по бизнес-карте» - ПСБ	Процент от POS-транзакций, начисляемый на р/с	XXXX руб./мес. – в одной категории, XXXX руб./мес. – суммарная макс. выгода	- Раз в квартал происходит выбор 3-х категорий из 6 предложенных - Процент варьируется от XX до XX% в зависимости от категории – для карт «Универсальная карта» - Процент варьируется от XX до XX% в зависимости от категории – для карт «Кредитная карта для бизнеса» - Кешбэк за прошлый месяц автоматически начисляется на счет в течение 15 рабочих дней каждого месяца	Сумма трат по карте – от XX тыс. руб. в месяц	«Универсальная карта» «Кредитная карта для бизнеса»
 Вознаграждение «Cashback» - МТС Банк	Процент от POS-транзакций, начисляемый на р/с	50 000 руб./мес.	Повышенный кешбэк XX% на определенные категории — «Мебель для офиса», «Курьерская доставка»; «Такси»; «Страховые услуги»; «Юридические услуги», и XX% на остальные категории	Сумма трат по карте в супермаркетах – от XX тыс. руб. в месяц	«Виртуальная бизнес-карта» «Бизнес-карта»

Основные индикаторы рынка reward-программ для бизнеса

В среднем каждый банк предлагает по 1-3 бизнес-карты. При этом во всех случаях классические программы поощрения не привязаны к конкретной карте (если банк предлагает более, чем 1 карту), а распространяются либо на всех клиентов банка, либо на клиентов-обладателей любой из представленных в банке бизнес-карт. Премиальные программы лояльности обычно привязаны к конкретным премиальным картам.

Распределение банков в зависимости от количества предлагаемых бизнес-карт

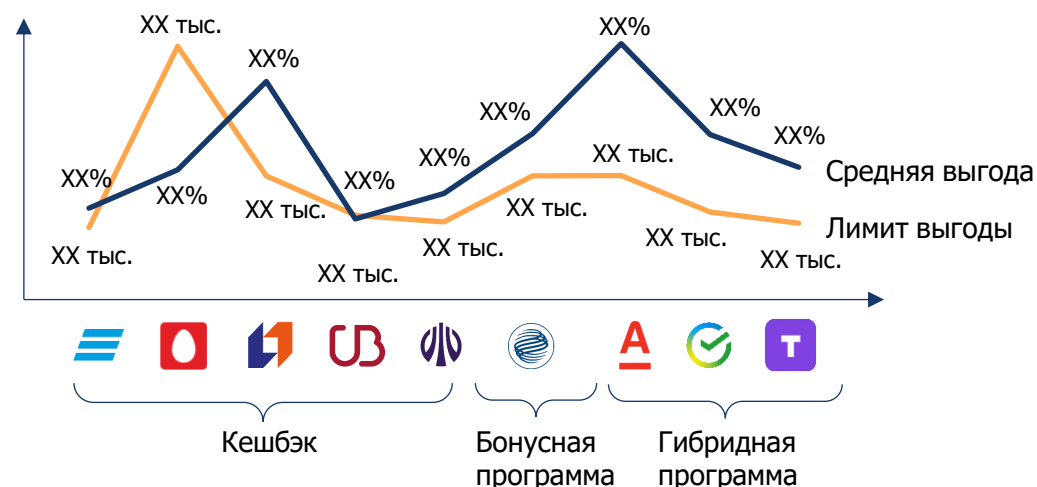


- Банки, которые предлагают 1 бизнес-карту, позиционируют ее как универсальную, которую можно выпустить в двух форматах – на пластиковом носителе или виртуальную.
- В МТС-Банке, ВТБ и ПСБ виртуальную и пластиковую карты позиционируют как два отдельных продукта.
- В ВТБ, ПСБ, Сбербанке и Уралсибе премиальная карта позиционируется как отдельный продукт. А в Альфа-Банке в рамках одного продукта (универсальной карты) можно дополнительно подключить премиальный пакет услуг, чтобы сделать карту премиальной.

Распределение базовых программ в зависимости от их привязки к бизнес-картам, доля программ



Средний лимит начисления вознаграждения* (руб./мес.) и средняя выгода по отношению к расходам по бизнес-карте (%)



* Средний лимит рассчитывается как среднее между разными профилями клиентов (в т.ч. в разрезе действующие/новые клиенты)
Источник: Frank RG, 2025 г.

Расчет выгоды программ лояльности. Методика (1/2)

В рамках расчета выгоды программ лояльности мы разделили всех клиентов на [несколько профилей](#) и рассчитали среднюю чистую выгоду в % к расходам на обслуживание бизнес-карты (в т.ч. смс-информирование и выпуск бизнес-карты для новых клиентов) и стоимость программы лояльности для каждого отдельного сегмента.

Для анализа поведения клиента и расчета потенциальной выгоды мы исходили из предпосылки, что **клиент рационален**, то есть:

1. Клиент стремится получить максимальную выгоду. Например, если кешбэк с первой покупки 100% и максимальное количество бонусов, которые клиент может получить 1000 б., то клиент совершает покупку на 1000+ руб., а не меньше.
2. Клиент ежемесячно выбирает категории кешбэка, если банк предоставляет такую возможность. Он выбирает категории, по которым у него максимальные траты с целью получения максимального кешбэка.
3. Клиент своевременно тратит полученные бонусы/баллы или конвертирует их в рубли, не дожидаясь, пока они сгорят.
4. Если акции/предложения банка и партнеров не актуальны для специфики бизнеса конкретного клиента, то он в них не участвует. Если банковские продукты не нужны клиенту, то он их не подключает.
5. Клиент (в т.ч. ИП) использует бизнес-карту для оплаты только бизнес-расходов.

Общие положения расчета выгоды:

Результатом расчета является выгода, исчисляемая в рублях, с учетом расходов на обслуживание карты (стоимость выпуска, комиссии за обслуживание карт или пакет услуг, смс-информирование).

Показатель чистой выгоды (сумма полученного вознаграждения за вычетом стоимости обслуживания карты) используется для ранжирования карт/программ.

При расчете выгоды мы делаем допущение, что клиент использует бизнес-карту одного банка для трат по всем категориям, в случае, если он обслуживается в нескольких банках.

Для целей расчета предполагается, что размер бизнеса клиента, его платежное поведение и структура трат остаются однородными в течение всего периода и определяются профилем клиента.

Условия программ лояльности актуальны на май 2025 года. При ежемесячном изменении категорий кешбэка выгода рассчитана как средняя за несколько периодов (месяцев).

Для оплаты расходов клиент использует только одну классическую пластиковую бизнес-карту. Расчет стоимости обслуживания осуществляется для этой бизнес-карты.

Расчет выгоды программ лояльности. Методика (2/2)

При сегментации клиентов мы рассматривали срезы по размеру бизнеса (микро, малый), организационно-правовой форме бизнеса (ИП, ООО) и отрасли. Поведенческие особенности клиентов МСБ (обороты, траты по бизнес-картам и т.д.) мы определяли на основе статистических данных и данных из количественного опроса. Для расчета выгоды мы отдельно рассматривали новых и действующих клиентов.

Описание профилей:

1

1. ИП (микро) – сектор торговли
Оборот: до 120 млн руб.
Кол-во сотрудников: до 15 чел.

2

2. ООО (микро) – сектор торговли
Оборот: до 120 млн руб.
Кол-во сотрудников: до 15 чел.

3

3. ООО (малый) – строительство
Оборот: от 120 до 800 млн руб.
Кол-во сотрудников: от 16 до 100 чел.

Структура транзакций по бизнес-картам:

Оплата товаров/услуг, в т.ч.:	36%
Закупки (расчеты с контрагентами)	37%
Транспортные расходы	14%
Командировочные и представительские расходы	18%
Административные и офисные расходы	19%
Другие расходы	12%
Обязательные платежи в пользу гос-ва	18%
Прочие операции (в т.ч. переводы физлицам)	9%
Снятие наличных	37%

Рассчитываемые показатели:

Абсолютная выгода – сумма выигрыша, получаемая в виде кешбэка, бонусов за транзакции по бизнес-картам, исчисляемая в рублях. Для новых клиентов в данный показатель включаются приветственные бонусы.

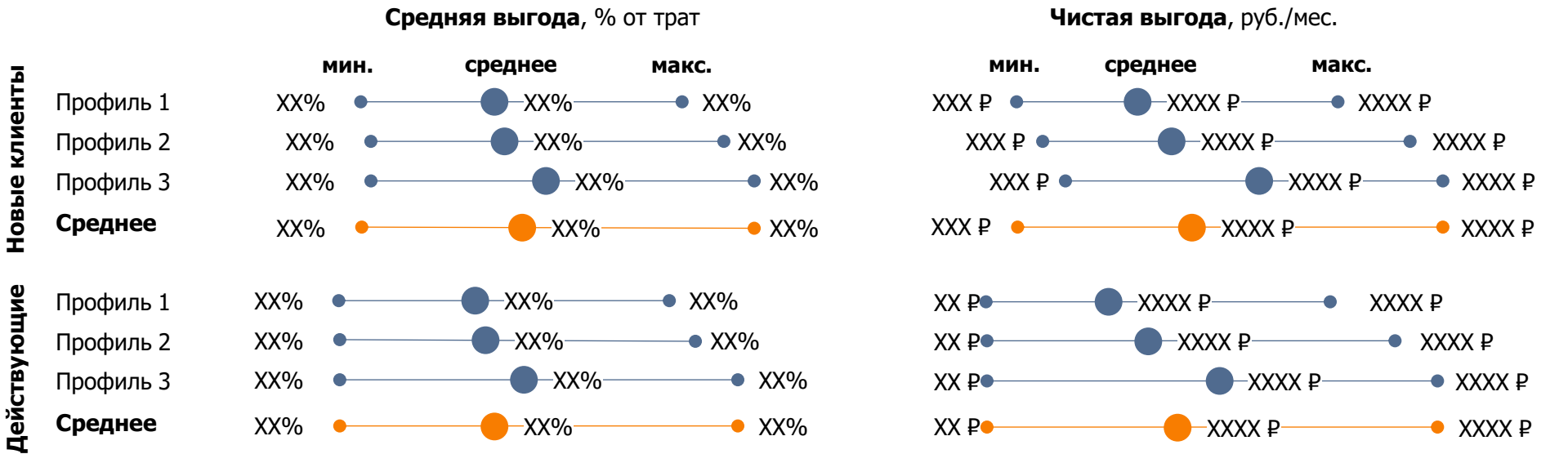
Расходы на использование бизнес-карты – сумма затрат на использование бизнес-карты, в т.ч. стоимость ежемесячного обслуживания, смс-информирование. Для новых клиентов добавляется стоимость выпуска бизнес-карты и наличие льготных периодов обслуживания карты или смс-информирования.

Чистая выгода – разница абсолютной выгоды и расходов на использование бизнес-карт.

Средняя выгода, % от трат по бизнес-картам – отношение чистой выгоды к объему трат по бизнес-карте.

Результаты расчета выгоды для разных профилей клиентов

Средняя выгода (% от трат по бизнес-картам) и чистая выгода (руб./мес.), рассчитанные для разных профилей клиентов по всем исследуемым банкам*



С увеличением размера бизнеса также растет и потенциальная чистая выгода (для ООО: XXXX Р vs XXXX Р). Это связано с увеличением оборотов по бизнес-карте и, как следствие, увеличением получаемого кешбэка и других бонусов. При этом рост объема получаемой выгоды превышает рост стоимости обслуживания бизнес-карт, поэтому растет и чистая выгода.

Сравнивая программы лояльности для новых и действующих клиентов, можно сказать, что наибольшую выгоду получают новые клиенты (для профиля 1: XX% vs XX%; для профиля 2: XX% vs XX%; для профиля 3: XX% vs XX%). Это связано с тем, что с помощью более выгодных условий по реворд-программам банки стремятся привлечь новых клиентов (например, Альфа-Банк, УБРиР и Сбербанк предлагают клиентам приветственные бонусы; Уралсиб предлагает повышенный кешбэк на первые 6 мес. после выпуска бизнес-карты). Также дополнительно снижается стоимость обслуживания бизнес-карт для новых клиентов за счет наличия льготных периодов, что влияет на уменьшение общей стоимости использования бизнес-карты и увеличение чистой выгоды.

* Из выборки банков исключен Т-Банк, т.к. у него не реализованы программы поощрений для клиентов из сегмента МСБ
Источник: Frank RG, 2025 г.

+ еще **16** слайдов в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
- 8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)**
9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

Анализ продуктового предложения на рынке бизнес-карт. Методология

Анализ продуктового предложения на рынке бизнес-карт проведен командой Frank RG в июне 2025 на основании тарифов для дебетовых и кредитных карт для субъектов МСБ, актуальных на май 2025 года.

Параметры для исследования тарифов по бизнес-картам:

- Тарифный план, в рамках которого открывается карта;
- Способ привязки к расчетному счету компании;
- Вид карты (дебетовая, кредитная);
- Тип карты (виртуальная, классическая, премиальная);
- Тип выпуска (мгновенная, именная);
- Количество карт, которое можно выпустить в рамках тарифного плана;
- Условия выпуска карты;
- Условия обслуживания карты;
- Комиссия за снятие наличных с бизнес-карты в банкомате банка;
- Комиссия за перевод средств со счета ИП на свой счет физлица;
- Тарифы за смс-информирование по операциям;
- Акции, бонусы, кешбэк, дополнительные преимущества.

Характеристики базы для анализа



Исследуемые банки:

1. Альфа-Банк
2. ВТБ
3. Газпромбанк
4. МТС Банк
5. ПСБ
6. Сбербанк
7. Т-Банк
8. Точка
9. УБРиР
10. Уралсиб



География – г. Москва



Источник данных – официальные сайты банков, колл-центры банков

Для оценки стоимости обслуживания дебетовых бизнес-карт в банках мы взяли 3 профиля компаний, характерных для микро- и малого бизнеса

В этой части исследования мы оценили стоимость обслуживания бизнес-карт за год в 10 исследуемых банках для трех профилей компаний, наиболее часто встречающихся в микро- и малом бизнесе. Стоимость была рассчитана исходя из основных потребностей каждого профиля. Мы смотрели на параметры за период – 1 год.

Параметры: стоимость выпуска бизнес-карты, обслуживание бизнес-карты, комиссия за снятие средств с карты в банкомате банка, комиссия за переводы со счета ИП на его счет физлица, комиссия за смс-информирование об операциях по карте.

1



Микробизнес

ИП без сотрудников

Розничная торговля (47.91 ОКВЭД)

- Нет сотрудников в штате
- Количество бизнес-карт – **1 шт.**
- Снятие наличных с бизнес-карты в банкомате банка за раз – **207 651** руб./мес.
- Переводит со счета ИП себе на карту физлица за раз – **50 510** руб./мес.
- Оплата товаров и услуг – **202 039** руб./мес.
- Другие операции – **101 019** руб./мес.
- Смс-информирование об операциях по бизнес-карте **подключено**

2



Микробизнес

ООО №1 - оптовая торговля

Оптовая торговля
неспециализированная (46.90 ОКВЭД)

- Количество человек в штате **14**
- Количество бизнес-карт – **1 шт.**
- Снятие наличных с бизнес-карты в банкомате банка за раз – **251 148** руб./мес.
- Оплата товаров и услуг – **244 360** руб./мес.
- Другие операции – **183 270** руб./мес.
- Смс-информирование об операциях по бизнес-карте **подключено**

3



Малый бизнес

ООО №2 - строительство

Строительство жилых и нежилых
зданий (41.20 ОКВЭД)

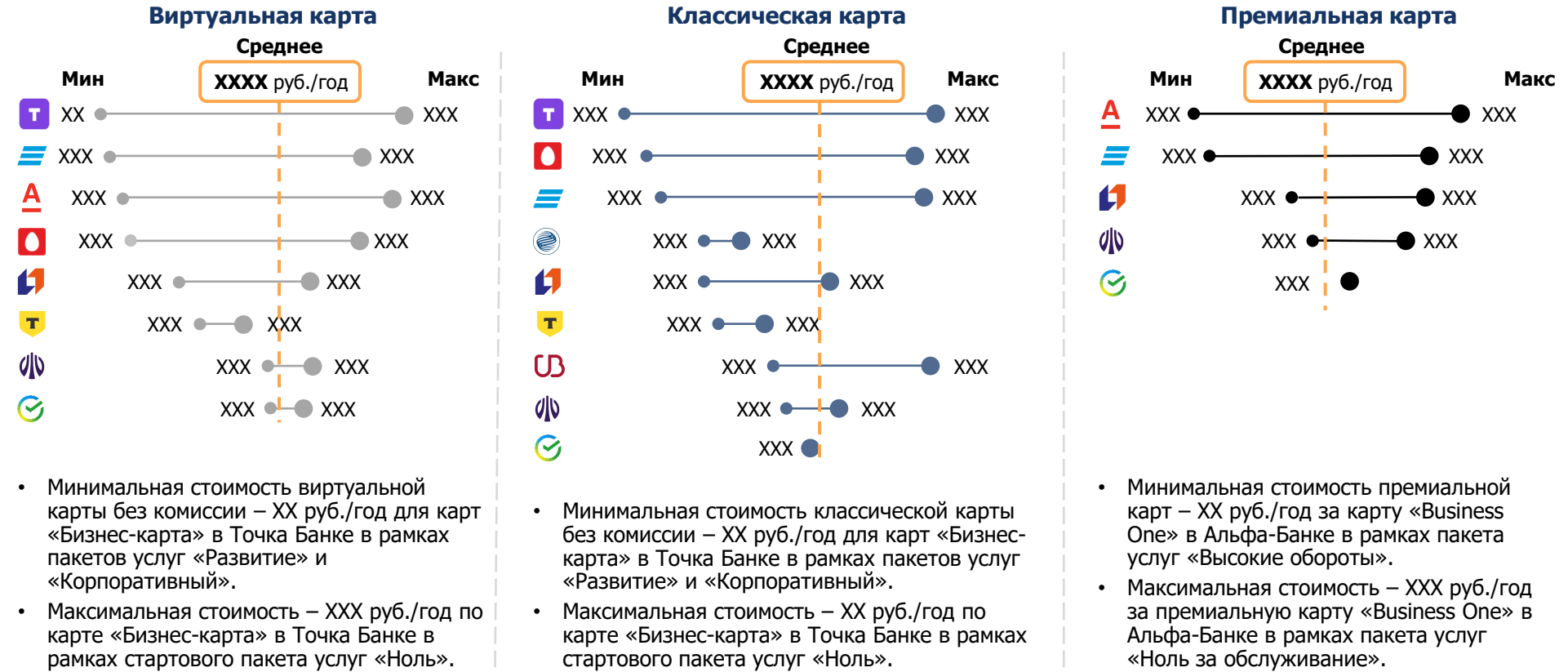
- Количество человек в штате **86**
- Количество бизнес-карт – **2 шт.**
- Снятие наличных с бизнес-карты в банкомате банка за раз – **297 007** руб./мес.
- Оплата товаров и услуг – **288 979** руб./мес.
- Другие операции – **216 734** руб./мес.
- Смс-информирование об операциях по бизнес-карте **подключено**

Общая стоимость обслуживания первой дебетовой бизнес-карты для профиля «ИП без сотрудников» в первый год



Общая стоимость* обслуживания бизнес-карты во всех банках зависит от типа карты и от тарифа РКО, в рамках которого она выпускается. При этом только в Сбербанке все корпоративные карты выпускаются в рамках одного тарифа РКО «Расчетный счет».

Общая стоимость обслуживания 1-й бизнес-карты в первый год для профиля, руб./год



Примечание: при расчете комиссии за единовременное снятие предполагалось, что это первая операция по снятию за месяц (для исключения влияния плавающей комиссии в зависимости от снятых ранее в течение месяца средств).

* Общая стоимость обслуживания = стоимость выпуска 1-й карты + стоимость обслуживания карты в 1-й год + смс-информирование + комиссия за операции (снятие наличных в банкомате банка, перевод со счета ИП на свой счет физлица в банке по тарифу РКО). В расчет включены бесплатные периоды за обслуживание карты и смс-информирование.

Источник: Frank RG, данные о тарифах по дебетовым бизнес-картам получены из открытых источников, май 2025 г.

Продуктовое предложение на рынке дебетовых и кредитных бизнес-карт

Компании в России чаще имеют рублевую дебетовую бизнес-карту платежной системы МИР Business с привязкой к основному счету компании.

Кредитные бизнес-карты не имеют широкого распространения и представлены только в XX из 10 исследуемых банков, при этом только в ПСБ они предоставляются по предодобренному предложению для действующих клиентов банка.

Именные/Мгновенные



- Именные + Мгновенные
- Только Мгновенные

В XX из 10 банков можно выпустить именную и мгновенную (неименную) дебетовую карту. В МТС Банке выпускаются только мгновенные карты.

Кредитные бизнес-карты можно оформить в XX банках.

Тип платежной системы МИР



- Только МИР Business
- МИР Business + МИР Supreme Business
- Только МИР Supreme Business
- МИР Business + МИР Premium Business

Половина из исследуемых банков предлагает клиентам корпоративные карты платежной системы МИР Business. ПСБ, Сбербанк и Банк Уралсиб выпускают одновременно дебетовые бизнес-карты типа МИР Business и МИР Supreme Business. Только ВТБ выпускает одновременно корпоративные карты типа МИР Business и МИР Premium Business.

Кредитные бизнес-карты выпускают банки следующего типа: Альфа-Банк, ВТБ, Сбербанк – МИР Business и ПСБ – только МИР Supreme Business.

Привязка к счету



- Только к основному счету
- Только к отдельному счету
- К основному + к отдельному счету

XX банков привязывают бизнес-карту к основному расчетному счету компании. ВТБ, УБРиР, Банк Уралсиб выпускают корпоративные карты только с отдельным карточным счетом.

ПСБ и Газпромбанк предоставляют клиенту права выбора по привязке бизнес-карты: к счету компании, к отдельному счету.

Кредитные бизнес-карты – отдельный карточный счет.

Сравнение продуктового предложения 10 банков по дебетовым и кредитным бизнес-картам

Предложение банков по бизнес-картам		Количество предложений по картам								Платежная система МИР			Альтернативный выпуск карты			Привязка к счету компании		Количество карт	Типы бонусов и вознаграждений по картам в программе лояльности				Доставка карты* курьером
		Всего	Именные	Мгновенные	Локальные	Виртуальные	Классические	Золотые	Премиальные	Business	Premium Business	Supreme Business	Платежный стикер	Платежное кольцо	Металлические	Отдельный карточный счет	Карта к основному счету	Максимальное количество выпущенных карт на компанию, шт.	Cashback	Бонусный Cashback	Доп. преимущества (скидки, страховка, пр.)		
	Дебетовые	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	не ограничено	X	X	X			
	Кредитные	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	не ограничено	X	X	-			
	Дебетовые	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	не ограничено	X	X	X	X		
	Кредитные	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	не ограничено	X	X	X	X		
	Дебетовые	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	не ограничено	X	X	X	X		
	Кредитные	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	-	-		

В исследуемых банках все бизнес-карты независимо от типа (дебетовая/кредитная) выпускаются платежной системой МИР и только в рублях.

В Газпромбанке возможен выпуск дебетовых бизнес-карт именных на выбор с привязкой к расчетному счету компании или к отдельному карточному счету, а мгновенные карты выпускаются только с привязкой к отдельному карточному счету.

* Услуга доставка карты указана для г. Москва
Источник: Frank RG, анализ продуктового предложения по бизнес-картам, май 2025 г.

Продуктовое предложение дебетовых бизнес-карт в банках России

1. Профиль 1. ИП без сотрудников – микробизнес
2. Профиль 2. ООО №1 – микробизнес
3. Профиль 3. ООО №2 – малый бизнес

ИП. Альфа-Банк. Дебетовая карта «Business One»

Альфа Банк

МИР Supreme Business – виртуальная карта



Тип карты:

- Именная
- Мгновенная



Бонусный Cashback: Программа лояльности «Альфа-Выгодно для бизнеса» баллами до 10%.



Дополнительные преимущества: Для бизнес-карт в пакетах услуг «Быстрое развитие», «Активные расчеты» с подпиской «Премиум» за 699 рублей в мес. – консьерж-сервис, бесплатно – 6 проходов в бизнес-залы в год, 2 трансфера в год, страхование путешественников (лимит – 150 тыс. евро); пакет бесплатных переводов на счета юридических лиц на сумму 1 млн рублей в месяц через платежные поручения. С подпиской «Сотрудник» за 1 999 рублей в месяц – выпуск неограниченного количества карт с бесплатным обслуживанием в рамках тех же паркетов услуг и пакет бесплатных переводов на счета юридических лиц на сумму 3 млн рублей в месяц через платежные поручения.

Тариф	Простой	Ноль за обслуживание	Быстрое развитие	Активные расчеты	Высокие обороты
Выпуск 1-й карты	Без комиссии				
Стоимость обслуживания 1-й карты в первый год	0 Р – первые 3 мес., 199 Р/мес. – с 4 мес.		0 Р – первые 12 мес., 199 Р/мес. – с 13 мес.		Без комиссии
Смс-информирование	0 Р – первые 3 мес., 99 Р/мес. – с 4 мес.				
Снятие наличных с карты в банкоматах банка за раз 207 651 Р/мес.	0% – до 500 000 Р	3,3% (мин 129 Р)	0% – до 100 000 Р; 2,1% – до 1 млн Р	0% – до 200 000 Р; 2% (мин 179 Р) – до 2 млн Р	0% – до 400 000 Р; 1,9% – до 2 млн Р
Переводы со счета ИП себе на счет ФЛ внутри банка за раз 50 510 Р/мес.	0% – до 2 млн Р с р/с	0% – до 100 000 Р с р/с	0% – до 300 000 Р с р/с	0% – до 500 000 Р с р/с	0% – до 600 000 Р с р/с

В Альфа-Банке есть несколько особенностей:

- Установлен лимит на снятие наличных в банкоматах банка с бизнес-карты на всех тарифах РКО 300 000 Р/сутки и 2 млн Р/мес. для пакетов услуг «Простой, «Ноль за обслуживание», «Быстрое развитие», 5 млн Р/мес. для пакетов услуг «Активные расчеты», «Высокие обороты».
- На любом тарифе РКО есть возможность перевода средств с бизнес-карты на карту банка с комиссией 1,5% (мин 99 Р).

← [Вернуться к общей таблице](#)



Микробизнес

Примечание: указаны некоторые параметры карт для профиля 1 бизнеса по состоянию на май 2025. Актуальная информация по тарифам в excel-файле Приложения. Источник: Frank RG, данные о тарифах по дебетовым бизнес-картам получены из открытых источников, май 2025 г.

+ еще **91** слайд в разделе
в полной версии отчета

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
 2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
 3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
 4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
 5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
 6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
 7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
 8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
 - 9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)**
- Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

По результатам исследования был сформирован рейтинг бизнес-карт, который был представлен на премии «Frank Business Cards Award 2025»

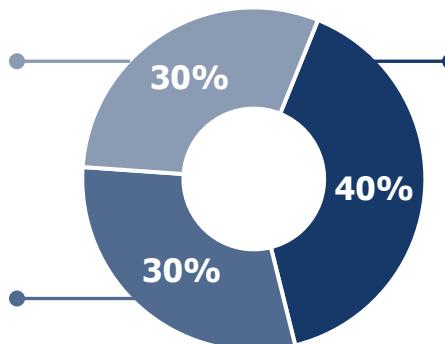
В основу интегрального рейтинга легли результаты исследования клиентского пути при выпуске бизнес-карт в интернет- и мобильных банках (**40%**), анализ функциональности ДБО для взаимодействия с бизнес-картами (**30%**), анализ стоимости обслуживания бизнес-карт и выгоды, получаемой по программам лояльности (**30%**).

Анализ функциональности ДБО для взаимодействия с бизнес-картами, в т.ч.:

- **50%** оценки – функциональность интернет-банка;
- **50%** оценки – функциональность мобильного приложения.

Анализ стоимости обслуживания бизнес-карт и выгоды по программам лояльности, в т.ч.:

- **66%** оценки – стоимость выпуска и обслуживания карт (тарифы);
- **33%** оценки – выгода по программам лояльности.



Исследование клиентского опыта при выпуске бизнес-карт на основе методик Mystery shopping и UX-оценки, в т.ч.:

- **50%** оценки – выпуск пластиковой бизнес-карты в интернет-банке;
- **50%** оценки – выпуск виртуальной бизнес-карты в мобильном приложении.

Исследуемые банки:

Альфа Банк**ВТБ****ГАЗПРОМБАНК****МТС БАНК****ПСБ****СБЕР БАНК****Т БАНК****ТОЧКА****Уральский Банк
реконструкции и развития****Уралсиб**

Победитель в интегральном рейтинге

Банк	Номинация	Описание методики
	Лучшая дебетовая бизнес-карта для малого бизнеса	Интегральная оценка учитывает: • Результаты исследования клиентского пути при выпуске бизнес-карт в интернет- и мобильных банках; • Анализ функциональности ДБО (интернет-банки и мобильные приложения) для взаимодействия с бизнес-картами; • Результаты расчетов стоимости выпуска и обслуживания бизнес-карт для разных профилей клиентов; • Анализ выгоды, получаемой разными профилями клиентов по программам лояльности. Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку по сумме баллов во всех категориях.

Победители в отдельных номинациях (1/2)

Банк	Номинация	Описание методики
	Лучший клиентский опыт при оформлении бизнес-карты в интернет-банке	Оценка учитывает результаты исследования клиентского пути при выпуске пластиковой бизнес-карты в интернет-банке, в т.ч.: • Удобство пользовательского пути в соответствии с UX-стандартами; • Кол-во шагов и время, затраченные на выпуск и получение бизнес-карты; • Наличие болевых точек в процессе. Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку по сумме баллов.
	Лучший клиентский опыт при оформлении бизнес-карты в мобильном банке	Оценка учитывает результаты исследования клиентского пути при выпуске виртуальной бизнес-карты в мобильном банке, в т.ч.: • Удобство пользовательского пути в соответствии с UX-стандартами; • Кол-во шагов и время, затраченные на выпуск бизнес-карты; • Наличие болевых точек в процессе. Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку по сумме баллов.
	Самый функциональный интернет-банк для управления бизнес-картой	Оценка учитывает результаты анализа функциональности интернет-банка для взаимодействия с бизнес-картами. Победителем номинации стал банк с наибольшим количеством функций, отранжированных по важности.

Победители в отдельных номинациях (2/2)

Банк	Номинация	Описание методики
	Самый функциональный мобильный банк для управления бизнес-картой	Оценка учитывает результаты анализа функциональности мобильного приложения для взаимодействия с бизнес-картами. Победителем номинации стал банк с наибольшим количеством функций, отранжированных по важности.
Точка	Высокая лояльность пользователей бизнес-карт	Оценка учитывает средний уровень удовлетворенности пользователей бизнес-карт (метрика CSI). Она рассчитывалась на основе данных, собранных с помощью онлайн-опроса клиентов банков. Победителем номинации стал банк, получивший наивысшую оценку.
Точка	Самая выгодная бизнес-карта для малого бизнеса	Оценка учитывает результаты расчетов стоимости выпуска и обслуживания бизнес-карт для разных профилей клиентов на основе тарифов. Победителем номинации стал банк с наименьшей средней стоимостью обслуживания по всем профилям клиентов.
	Лучшая программа лояльности по бизнес-карте	Оценка учитывает результаты расчетов выгоды, получаемой разными профилями клиентов по программам лояльности при совершении транзакций по бизнес-картам. Победителем номинации стал банк с наибольшей средней выгодой по всем профилям клиентов.

Содержание

1. Рынок бизнес-карт в РФ и за рубежом [\[30 стр.\]](#)
2. Результаты экспертных интервью с руководителями банков [\[14 стр.\]](#)
3. Результаты глубинных интервью с представителями малого бизнеса [\[17 стр.\]](#)
4. Результаты онлайн-опроса клиентов [\[15 стр.\]](#)
5. Функциональность ДБО [\[12 стр.\]](#)
6. Mystery shopping [\[188 стр.\]](#)
7. Программы лояльности по бизнес-картам [\[21 стр.\]](#)
8. Тарифы на бизнес-карты [\[98 стр.\]](#)
9. Frank Business Cards Award 2025 [\[4 стр.\]](#)

Приложение 1. Обзор раздела с бизнес-картами в ЛК [\[39 стр.\]](#)

+ еще **39** слайдов в разделе
в полной версии отчета



FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский пр-т,
37, офис 517

+7 (495) 280 7051
info@frankrg.com

www.frankrg.com