

нпа национальная
платёжная
ассоциация

2019



VII НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАТЁЖНЫЙ ФОРУМ РОССИИ
ПЛАТЁЖНЫЙ ЛАНДШАФТ 2024

ИТОГОВЫЙ ОТЧЁТ

ЧАСТЬ III
ПЛАТФОРМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БАНКОВ:
РОЗНИЧНЫЕ РЕШЕНИЯ

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ ФОРУМА 2019

- Алексей Войлуков, Вице-Президент Ассоциации банков России
- Виктор Достов, Председатель Совета Ассоциации участников рынка электронных денег и денежных переводов, главный научный сотрудник СПбГУ
- Андрей Емелин, Председатель Национального совета финансового рынка
- Кирилл Косминский, Исполнительный директор Ассоциации операторов инвестиционных платформ
- Алексей Малиновский, Президент Ассоциации участников Мастеркард
- Алексей Маслов, Со-председатель Комитета по платежным системам Ассоциации банков России, Председатель Группы пользователей SWIFT в России
- Эльман Мехтиев, Президент СРО «НАПКА» / Председатель Совета СРО «МиР»
- Мария Михайлова, Исполнительный директор Национальной платежной ассоциации
- Роман Прохоров, Председатель Правления АФИ
- Павел Самиев, Председатель комитета ОПОРЫ РОССИИ по финансовым рынкам, заместитель Директора Ассоциации развития финансовой грамотности, Генеральный директор аналитического агентства БизнесДром
- Роман Чернов, Исполнительный директор РОССВИФТ



ФОРУМ ПОДДЕРЖАЛИ



КРАТКИЕ ИТОГИ

19 ноября 2019 года состоялся VII Национальный платежный форум, который собрал на своей площадке свыше 500 представителей платежной индустрии: регуляторов, платежных систем, кредитных организаций, операторов связи, ИТ-компаний, профильных вузов и научных организаций.

Особенностью Форума стало вхождение в Программный комитет мероприятия руководителей всех ведущих профильных профессиональных объединений. Деятельность Программного комитета не ограничилась формальной работой с повесткой. В ходе Форума были представлены первые практические результаты кооперации ассоциаций – Единый календарь мероприятий, скоординированный, как с точки зрения тематического наполнения, так и календарных дат. Вся деловая повестка платежной индустрии и финансового рынка в целом – представлена в едином календаре мероприятий профессиональных объединений участников рынка. Также в рамках Форума впервые в истории состоялась сессия стратегического планирования, в рамках которой руководители ассоциаций рассказали о своем видении основных направлений развития рынка и обозначили для представителей платежного сообщества те ключевые направления, которыми они планируют заниматься в следующем году.

Национальный платежный форум объединил на своей площадке сразу несколько мероприятий, обеспечивая более насыщенную и разнообразную деловую повестку и эффективный нетворкинг: V форум мобильных бесконтактных технологий NFC. Live и Первую Национальную конференцию P2P финансирования.

В ходе деловой программы Форума обсуждались наиболее острые вопросы платежного рынка: конкуренция и механизмы ее регулирования, ценообразование на платежные услуги и ценовое регулирование, основные направления, связанные с управлением лояльностью клиентов в условиях цифровизации платежных услуг. Большой интерес участников вызвала Отраслевая дискуссия, в рамках которой участники рынка обсуждали содержание понятия «национальная платежная инфраструктура», а также будущее платежных инструментов. Также в ходе мероприятия был представлен ряд новых платежных сервисов и ИТ-решений для их реализации.

VII Национальный платежный форум в очередной раз подтвердил свой статус единственной в России некоммерческой площадки экспертного диалога всех тех, кто представляет платёжную индустрию в России и определяет направления ее развития. Задача Форума - выступать одним из инструментов, помогающих формировать общий контекст путем организации публичного диалога между участниками рынка, рынком и регулятором в этом году была реализована в наиболее полной мере.

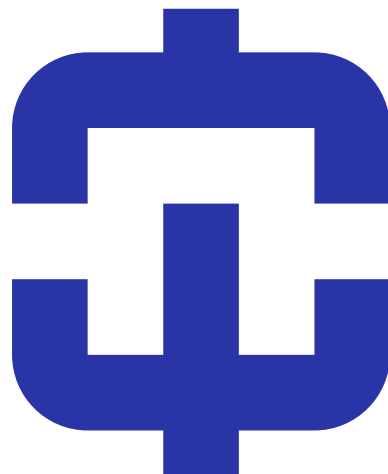
ПРОГРАММА ФОРУМА 2019

09.30	ТОРЖЕСТВЕННОЕ ОТКРЫТИЕ ФОРУМА
09.50	СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЕ И НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ. ФОРМИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВОМ РЕГУЛЯТОРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ КАК ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЙ пленарное заседание Модератор: Эльман Мехтиев, Президент СРО «НАПКА» / Председатель Совета СРО «МиР» Спикеры: Владимир Таможников, Банк России, Олег Перестенко, Банк России, Ольга Сергеева, ФАС России, Владимир Комлев, НСПК
11.20	ИНТЕРВЬЮ ЭЛЬМАНА МЕХТИЕВА С ИНВЕСТОРОМ: ЭКОСИСТЕМЫ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ Алексей Голубович, Arbat Capital Group
12.20	АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ОТРАСЛЕВОЙ ДИСКУССИИ В ПЛАНАХ РАБОТЫ ПРОФИЛЬНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ 2020 Сессия стратегического планирования Модераторы: Алексей Маслов, ПС JCB, Олег Тишаков, НСПК - со-председатели Комитета по платежным системам Ассоциации «Россия» Задачи и направления развития финансовой доступности. Практический результат эффективного диалога регулятора с рынком на примере сервиса «Наличные с покупкой» Юрий Божор, Банк России Стратегические направления развития НПС глазами отраслевого сообщества Формируем План отраслевой работы 2020 Участники: Антон Арнаутов, Финтех Лаб; Елена Барабанова, Представитель России в группах SWIFT, Банк ВТБ; Алексей Войлуков, Ассоциация «Россия»; Виктор Достов, Ассоциации участников рынка электронных денег и денежных переводов; Николай Дош, Ассоциация участников МастерКард; Андрей Емелин, НСФР; Андрей Лисицын, РСПП; Мария Михайлова, Национальная платежная ассоциация; Роман Прохоров, Ассоциация «Финансовые инновации»; Павел Самиев, ОПОРА РОССИИ, Ассоциация развития финансовой грамотности
14.30	ПЛАТФОРМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БАНКОВ: РОЗНИЧНЫЕ РЕШЕНИЯ Кейс-сессия Модератор: Майя Глотова, КартСтандарт Платформа Mastercard для предоставления банками рассрочек. Галина Ганеева, Mastercard Платформа организации банковского самообслуживания. Евгений Останин, Золотая Корона Наличные с покупкой: практика применения, опыт реализации, планы развития. Светлана Иглинская, Mastercard; Светлана Снопкова, Ассоциация участников МастерКард, Илья Ликокели, банк «Зенит», Антон Белявский, Альфа-Банк Использование внешних платформ для построения сервисной инфраструктуры банка. Сергей Козлов, ОТП Банк Инфраструктурные аспекты поддержки новых продуктов и решений. Михаил Юрченко, Compass Plus
15.30	ПЛАТФОРМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БАНКОВ: ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ РЕШЕНИЯ SWIFT gri – инновационная система SWIFT в сфере международных расчетов Модератор: Екатерина Калинина, Директор по России и СНГ, SWIFT Участники: Татьяна Котова, ЦФТ; Нина Чаплинская, Банк «Открытие»; Мария Колокольникова, Газпромбанк

16.30	КЛИЕНТ – КАК ИСТОЧНИК ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИНЦИПОВ ОКАЗАНИЯ ПЛАТЕЖНЫХ УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЫ ПЛАТЕЖНОГО БИЗНЕСА Внедрение открытых API в России Никита Ломов, Ассоциация «ФинТех» Платежные инструменты и финансовые сервисы в небанковских экосистемах дискуссия Вступительное сообщение и модерация: Константин Гонтмахер, Агентство ИЮЛЬ Участники: Илларион Яловенко, Tele2, Анна Пашкевич, Сеть Связной; Александр Давыдов, Сеть Связной; Павел Марченко, Ozon.Card Эволюция платежных инструментов и инфраструктур. Понятие национальной платежной инфраструктуры отраслевая экспертная дискуссия Модератор: Владимир Канин, Pay-Me Участники: Елена Петрова, Банк Русский Стандарт; Майя Глотова, КартСтандарт; Виктор Достов, «Электронные деньги»; Станислав Бакланов, Альфа-Банк; Андрей Петров, Яндекс.Деньги, Кристина Швандер, НИФИ Минфина России; Наталья Сторина, РСХБ; Виталий Копысов, СКБ-Банк; Михаил Петров, VR_Bank; Владимир Толмачев, платежный сервис Joys; Виталий Беликов, Платежная система ОБК; Сергей Козлов, ОТП Банк
12.30	ОТКРЫТИЕ NFC-ФОРУМА Приветствие участников Андрей Тарусов, Mastercard NFC В ПЛАТЕЖАХ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ Модератор: Андрей Чирков Мультикарта Технологии живого NFC. Дмитрий Тартышев, Mastercard Кирилл Горыня, Приложение «Кошелек» Мобильное приложение Tele2 Платеж. Яна Косенкова, Tele2 Стратегия банка по развитию NFC решений. Наталья Сторина, РСХБ Евгений Домашенко, SwatchPAY
14.30	NFC И МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПЛАТЕЖАХ: КЕЙСЫ И РЕШЕНИЯ Кейс-сессия Модератор: Роман Прохоров, АФИ Кошелёк Рау – новые возможности для банков. Андрей Пономарев, Приложение «Кошелек» NFC + токенизация как инструмент развития. Андрей Петров, Яндекс.Деньги Мультисервисная ID-платформа и токенизация нефинансовых данных. Андрей Винк, Арена-Маркетинг Цифровые платежи – новые сценарии применения. Ильдар Скрижалин, ООО Жемальто, Thales group Инновационные решения в сфере платежей. Андрей Ерёменко, ISBC Карта «Стрелка» в мобильном устройстве. Антон Крылов, АО «Расчетные решения»
16.30	НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ Р2Р ФИНАНСИРОВАНИЯ дискуссия Модератор: Кирилл Косминский, Ассоциация операторов инвестиционных платформ Регулирование сферы Р2Р финансирования Юрий Божор, Банк России Финансирование малого бизнеса: состояние, потребности, направления развития Специальный гость: Павел Самиев, ОПОРА РОССИИ Участники дискуссии: Никита Абраменко, Краудтек, Армен Минасян, Город Денег; Юрий Гугнин, Карма; Ирина Цветкова, PLATFORMA; Мария Захарова, Точка банк; Артем Мордвинкин, ПИРС. Оператор прямых инвестиций; Александр Сухотин, Co-Fi; Алексей Павленко, Альфа-Банк; Олег Афанасьев, Ozon.Invest
18.00	ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ФОРУМА

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

ЧАСТЬ I	
Торжественное открытие Форума. Приветствие программного комитета и партнеров Форума	
Стратегические направления развития в национальной платежной системе и на финансовом рынке. Формирование государством регуляторно-технологической экосистемы как фактор изменений	
Интервью Эльмана Мехтиева с инвестором: экосистемы на финансовом рынке	
Актуальная проблематика отраслевой дискуссии в планах работы профильных объединений 2020	
ЧАСТЬ II	
V форум мобильных бесконтактных технологий NFC.Live	
NFC в платежах: состояние и перспективы	
NFC и мобильные технологии в платежах: кейсы и решения	
ЧАСТЬ III	
Платформенные решения для банков: розничные решения	10
ЧАСТЬ IV	
Платформенные решения для банков: инфраструктурные решения	
SWIFT gri – инновационная система SWIFT в сфере международных расчетов	
ЧАСТЬ V	
Клиент как источник трансформации принципов оказания платежных услуг и технологической архитектуры платежного бизнеса	
ЧАСТЬ VI	
Национальная конференция р2р-финансирования	



ИТОГОВЫЙ ОТЧЕТ

ЧАСТЬ III



VII НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАТЁЖНЫЙ ФОРУМ РОССИИ ПЛАТЁЖНЫЙ ЛАНДШАФТ – 2024

Александр
ЕНКО
Plus

Светлана
ИГЛИНСКАЯ
Mastercard

Светлана
СНОПКОВА
Ассоциация
участников
MasterCard

Галина
ГАНЕЕВА
Mastercard

модератор:
Максим
БЕЛЯЕВ
КартСтандарт

Евгений
ОСТАНИН
Золотая
Корона

Илья
ЛИКОКЕЛИ
Банк «Зенит»

Антон
БЕЛЯВСКИЙ
Альфа-Банк

Сергей
КОЗЛОВ
ОТП Банк



ПЛАТФОРМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БАНКОВ: РОЗНИЧНЫЕ РЕШЕНИЯ

Модератор:

Максим Беляев
КартСтандарт

Антон Белявский
Альфа-Банк

Галина Ганеева
Mastercard

Светлана Иглинская
Mastercard

Сергей Козлов
ОТП Банк

Илья Ликокели
Банк «Зенит»

Евгений Останин
Золотая Корона

Светлана Снопкова
Ассоциация участников МастерКард

Михаил Юрченко
Compass Plus



Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Поговорим мы сегодня на тему платформы. В начале нашего форума мы уже попытались сформулировать, что же такое платформа. Все понимают ее по-разному, нет какого-то общего стандарта. Но есть некое понимание, ощущение, что это удобно, и удобно не только для банковского сообщества, для сообщества вендоров, поставщиков, но и, в конечном итоге, для конечных потребителей, для наших с вами конечных клиентов, как физических, так и юридических лиц. Поэтому, все большие проекты - и национальные, и коммерческие - связаны с платформами, хотя называют их по-разному - кто-то называет маркетплейсом, кто-то называет IT-платформой.

Если представить национальный объем, масштаб, то это такие платформы, которые уже запустились для клиентов сегмента B2C, например, Госуслуги, НСПК. Сейчас активно развиваются СБП и ЕБС. Обсуждается унификация удостоверяющих центров для электронно-цифровых подписей, чтобы сделать тоже некую платформу. Тема перспективная. Она интересна как для поставщиков, так и для заказчиков, потому что на фоне сокращения себестоимости и повышением маржинальности для поставщиков, она дает достаточно большую синергию и прибавляет скорости в запуске тех или иных проектов.

Центр Финансовых Технологий занимается такими вещами, как платформы, уже более 20 лет. Примеры, наверное, можно привести в качестве платформы, это сервис-провайдер ДБО Faktura.ru, процессинг банковских карт «КартСтандарт», сервис-платформа банковского самообслуживания и так далее.

Сегодня у нас будет несколько кейсов, о которых подробно расскажут наши коллеги. Присутствуют как поставщики, так и заказчики этих услуг. Первый кейс, который мы рассмотрим, в нем участвуют поставщик платежных систем Mastercard и два розничных банка - Альфа-Банк и Банк Зенит.

Хочу передать слово Галине Ганиевой, которая расскажет нам о платформе Mastercard для предоставления банкам рассрочки. Это новый и достаточно интересный сервис.

Расскажите, пожалуйста, что Вы представляете, в чем интерес у банковского сообщества может быть, как Вы сейчас реализуете эту практику со своими партнерами первыми, и какие перспективы у данного направления Вы видите.

Галина ГАНЕЕВА: Я вам сегодня приоткрою завесу тайны, потому что много было вопросов со стороны банков, и сегодня мы коснемся такой темы, как рассрочка, мы поговорим про платформенное решение Mastercard.

Есть такая байка «А кто разделил год на двенадцать месяцев? – Ну, видимо, тот, кто купил его в рассрочку». Мы с рассрочками живем уже как минимум год, вместе с банками, и сейчас вы узнаете, что это такое, почему мы реализуем платформу рассрочки.

Когда я начинаю заниматься каким-либо проектом, первое, что я делаю, смотрю Google Trends, насколько эта тема интересует и близка людям. Рассрочка инте-



Правовая информация

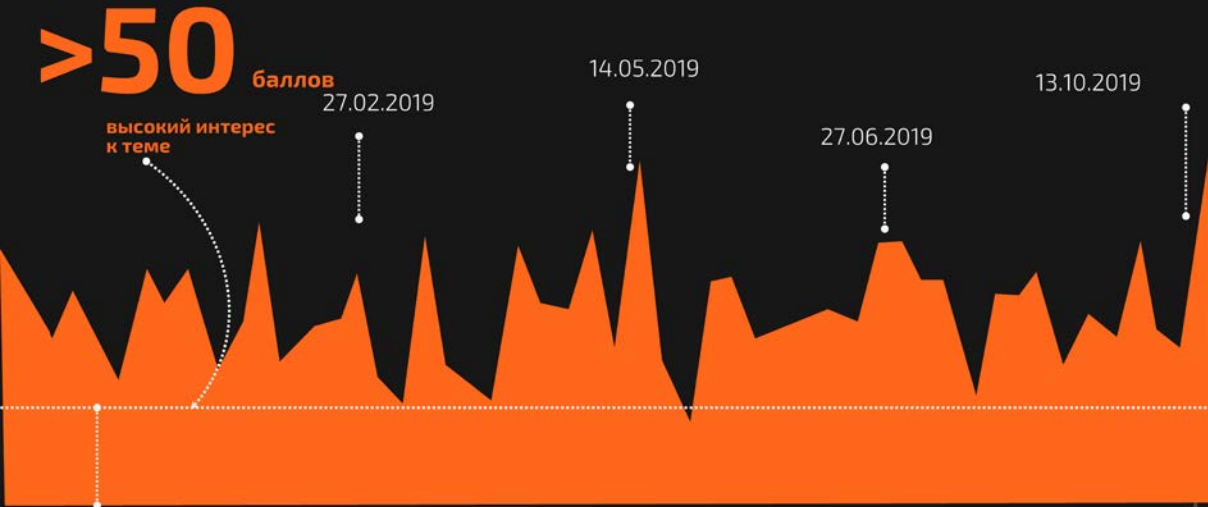


Стороны согласны, что данная презентация носит исключительно информационный характер. Детали сотрудничества, в том числе его финансовые и прочие условия, подлежат отражению в соглашении между Сторонами. Данная презентация не является офертой, соглашением или иным документом, способным определять взаимные обязательства Сторон (за исключением обязательств по конфиденциальности, указанных ниже).

Данная презентация содержит конфиденциальную информацию, являющуюся собственностью компании и/или компаний ее группы Mastercard International Incorporated («Mastercard»). Указанная конфиденциальная информация сопровождается по тексту презентации грифом «Конфиденциально» или «Proprietary and Confidential».

Конфиденциальная информация, содержащаяся в данной презентации, может использоваться Получающей стороной исключительно в целях оценки потенциала коммерческих взаимоотношений между Сторонами, связанных с картами Mastercard. Данная информация не может быть использована Получающей стороной в иных целях, в том числе не санкционированно опубликована или раскрыта третьим лицам без письменного разрешения Mastercard.

Рассрочка интересна людям!



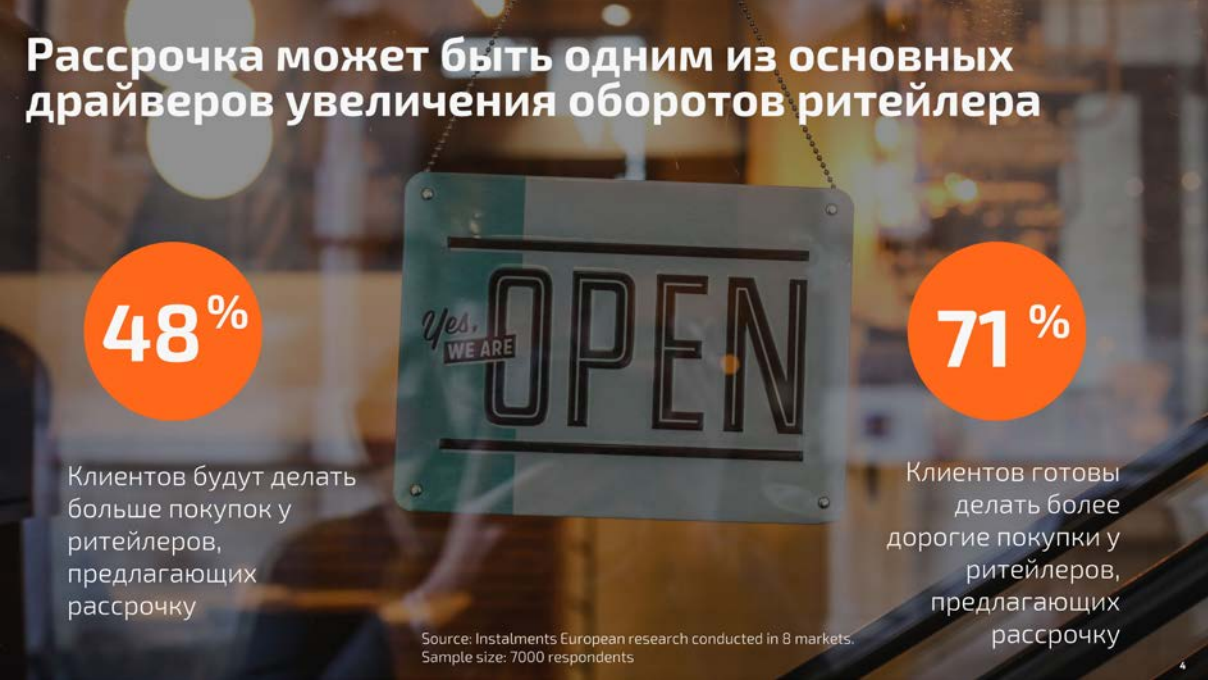
>50 баллов

высокий интерес к теме

27.02.2019 14.05.2019 27.06.2019 13.10.2019

По данным Google Trends

Рассрочка может быть одним из основных драйверов увеличения оборотов ритейлера



48%

Клиентов будут делать больше покупок у ритейлеров, предлагающих рассрочку

71%

Клиентов готовы делать более дорогие покупки у ритейлеров, предлагающих рассрочку

Source: Instalments European research conducted in 8 markets. Sample size: 7000 respondents

Интерес рынка к рассрочке

Рассрочка как отдельный продукт

Рассрочка как опция во время покупки

Рассрочка как опция

Эмитенты:

Совкомбанк («Халва»),
Киви («Совесть»),
Банк Хоум Кредит («Свобода»)

?

Эмитенты:

Тинькофф банк (опция «до покупки»),
Русский Стандарт банк (опция «после покупки»),
Сити банк (платная опция «После покупки»),
Кредит Европа банк (опция «после покупки»)

Платформа Mastercard для предоставления рассрочек банками



К платформе подключаются эмитенты и эквайеры



Сервис применим к действующим кредитным картам банков



Гибкая настройка бизнес-модели: финансирование банком, клиентом или торгово-сервисным предприятием

КАК

Стандартная транзакция. Ритейлер получает **полную сумму покупки**, изменения происходят в клиринговых сообщениях

КТО

Держатель карты, который совершает покупку за счет эмитента и погашает ее в рассрочку

ГДЕ

В магазине с использованием POS терминала, либо в e-commerce



ресна людям, интерес не спадающий: то, что выше 50 баллов вызывает особенный отклик, особенное внимание людей.

Рассрочка как функция интересна торгово-сервисным предприятиям. На слайде данные европейского исследования порядка семи тысяч респондентов: двузначные цифры - сколько клиентов будут делать больше покупок в торгово-сервисных предприятиях, если есть рассрочка, и сколько клиентов готовы делать более дорогие покупки. Это то, как данный механизм стимулирует рассрочку.

Ситуация на рынке сегодня следующая. На рынке есть рассрочка как отдельный продукт. Всем известны банки, которые запустили подобные продукты: Совкомбанк, банки QIWI, Хоум Кредит. Есть рассрочка как опция. Такую услугу тоже предоставляют различные банки.

Можно разделить: есть рассрочка до покупки, есть рассрочка после покупки. Мы, посмотрев на то, что

существует на рынке, на те проблемы, которые на текущий момент есть на рынке, задумались, почему бы нам не предложить рынку платформенное решение, которое позволит банкам предоставлять рассрочку во время покупки, которая будет опцией, то есть, будет охватывать весь рынок, все текущие кредитные портфели банков-эмитентов. Понятно, банки-эмитенты должны подключиться при этом к нашей платформе.

Что представляет из себя платформа? К платформе подключаются банки-эмитенты, и банки-эквайеры. Платформа работает применимо к действующим кредитным картам, то есть, для этого банку не нужно выпускать или создавать какой-то отдельный продукт. Все действующие кредитные продукты могут работать в данной платформе. Платформа обеспечивает очень гибкую настройку модели, то есть, рассрочка может быть финансирована клиентом, может быть торгово-сервисным предприятием.

Есть отдельные механизмы (это наше «ноу-хау»), как мы позволяем торгово-сервисному предприятию со-

Платформа позволяет эмитенту гибко управлять условиями рассрочки

Эмитент настраивает свои условия в платформе:

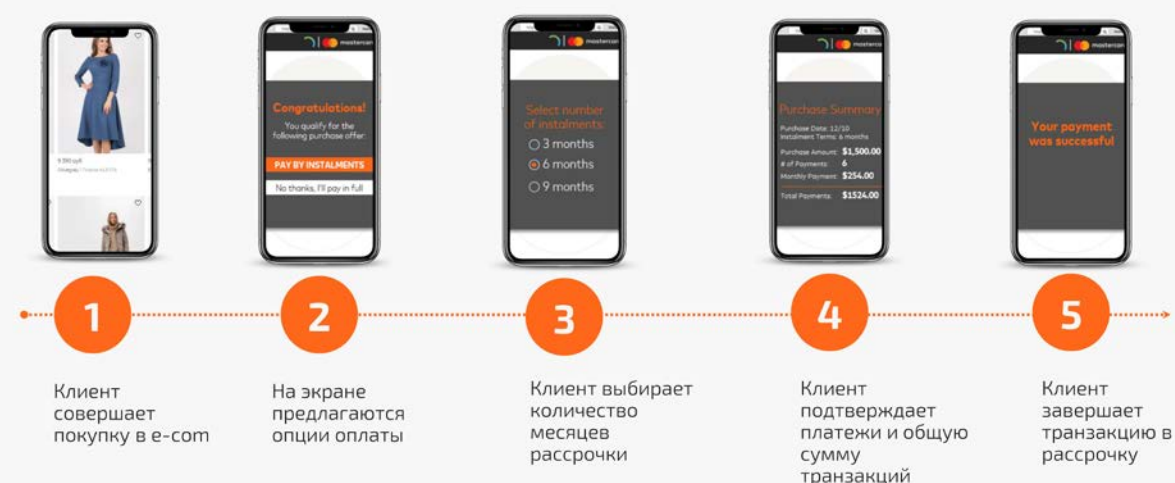
- Диапазон карт (от БИН до PAN)
- Сумму транзакции или диапазон сумм
- Количество месяцев рассрочки
- APR, размер фиксированной комиссии

Эмитент настраивает различные условия платежа:

- Включение комиссии в первый платеж
- Распределение комиссии между всеми платежами

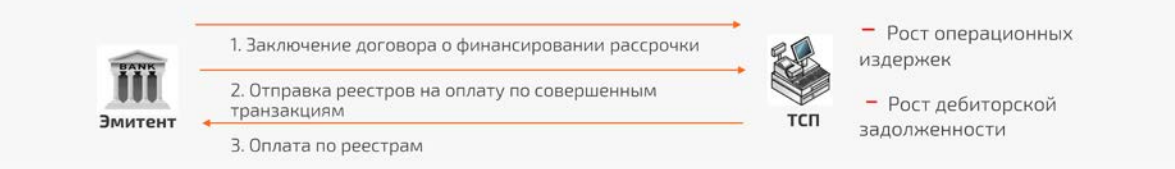
Платформа взаимодействует с эквайером во время покупки от имени эмитента

Клиентский опыт покупки в рассрочку с Mastercard в e-com

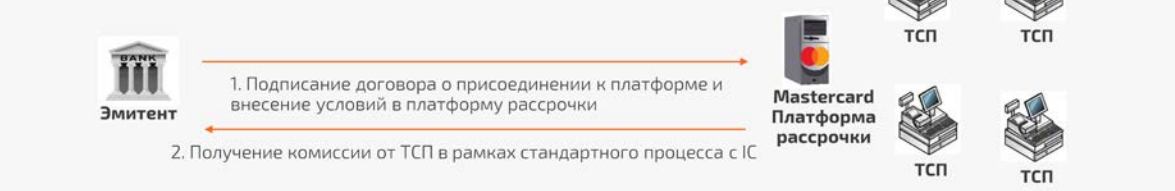


Платформа позволяет эмитенту получать комиссию от ТСП в рамках стандартного IC

Процесс на рынке сейчас (off-us схема)



Процесс с использованием платформы MC (off-us схема)



Преимущества для каждого участника



Ключевые отличия платформы рассрочки MC



финансировать рассрочку и значительно упрощаем все те процессы, которые есть на текущий момент на рынке. То есть, ни мерчанту, ни банку-эмитенту не нужны будут договоры, не нужны будут обмены реестрами, различные сверки, все будет происходить совершенно стандартным путем. Есть механизм взимания комиссий с торгово-сервисного предприятия, и банк-эмитент получает эту комиссию сразу же, это ключевое отличие от всего того, что есть на рынке. Это очень удобно всем игрокам.

В рамках платформы мерчант получает полную сумму транзакции, и для клиента это нормально, потому что мы говорим о кредитных картах. Утилизация лимитов, как правило, не очень высокая, поэтому для клиента в этом нет ничего страшного, он полностью оплачивает сумму покупки, а дальше уже с банком-эмитентом расплачивается частями. Для него условия

в рамках рассрочки улучшаются. То есть, это может быть беспроцентная рассрочка, это могут быть выплаты под небольшой процент, если, например, срок рассрочки 6-12 месяцев.

Где такая рассрочка может предоставляться? На текущий момент мы пилируем решение для e-commerce. Банк-эмитент в нашу платформу заносит информацию: BIN, PAN, количество месяцев рассрочки, которое он хочет предоставить и ставка. Возможна настройка сумм транзакций или диапазона, возможно включение комиссии либо в первый платеж, либо ее распределение, то есть, достаточно большое количество условий, которые гибко может настроить эмитент. В момент транзакции платформа отвечает банку-эквайеру от имени банка-эмитента, то есть, банку-эмитенту не нужно дорабатывать авторизацию, поскольку наша платформа в момент автори-

зации взаимодействует с банком-эквайером. Банк-эмитент увидит, что это была рассрочка в клиринге. То есть, мы значительно упростили доработки, которые нужны на стороне эмитентов для того, чтобы процесс был как можно более быстрым и удобным для всех банков.

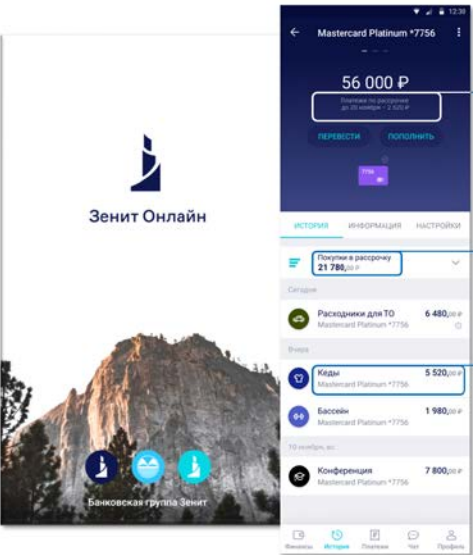
На слайде примерный клиентский путь, как это происходит в среде e-com. У нас есть ноу-хау как до момента совершения покупки правильно проинформировать клиента о рассрочке, чтобы это стимулировало его покупки. Клиент совершил покупку, посмотрел на опции, выбрал подходящую, посмотрел, какие будут условия, какая будет комиссия, и подтвердил данную покупку с таким-то условием по платежу. И дальше уже идут расчеты клиента с банком-эмитентом в рамках того, что он подтвердил.

Решение, которое мы сделали в рамках платформы значительно упрощает то, что есть на текущий мо-

мент на рынке. То есть, еще раз: нет заключения договоров, есть удобный процесс получения комиссии от торгово-сервисного предприятия, есть торгово-сервисные предприятия, с которыми мы сейчас ведем переговоры.

Здесь присутствуют два банка-первопроходца, которые участвуют в нашем пилотном проекте - банк Зенит, эмитент, и Альфа-Банк, банк-эквайер. И у нас есть торгово-сервисные предприятия, где прошли первые «боевые» транзакции, это Икеа. Также, в проекте участвуют Райффайзен банк как эмитент, Русский Стандарт как эквайер и торгово-сервисное предприятие Билайн. Это те участники, с которыми мы сейчас в стадии пилотного проекта.

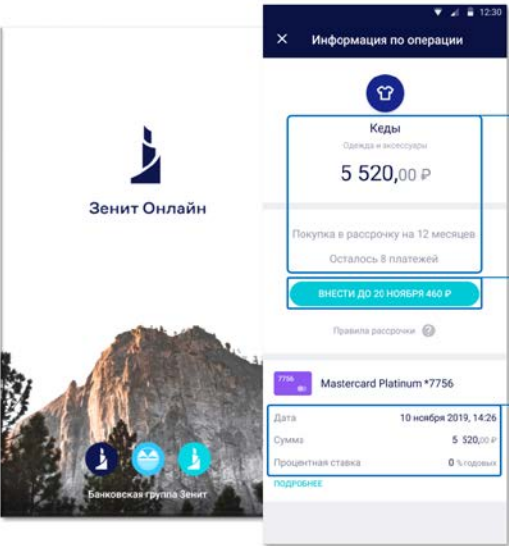
Понятно, что платформа выгодна абсолютно всем. Отличие от тех решений, которые существуют на рынке: банк-эквайер зарабатывает, банк-эмитент получает комиссию с торгово-сервисного предприятия, ТСП



общая сумма платежей в рассрочку

общая сумма покупок в рассрочку

список операций в рассрочку



детализация покупки

дата ближайшего платежа и сумма

условия операции в рассрочку

2

3

получает увеличение оборотов, а клиент - более выгодные условия по покупкам. То есть, это абсолютно win-win-win ситуация, в которой решение, которое интересно всем, начинает двигаться дальше на рынке и распространяться.

Ключевые отличия, которое у нас есть: удобство и выгода для всех участников рынка. Это решение себя уже апробировало, оно внедрено в европейских странах. У нас реализована модификация решения, специально для российского рынка и специально под те проблемы, которые на текущий момент существуют.

Я хочу предоставить слово банкам, которые участвуют в нашем пилотном проекте и, которые расскажут, со своей точки зрения, как это внедряется, и покажут вам, как это действительно в живом виде выглядит (у нас есть уже боевые транзакции). Именно про это мы и хотим рассказать. Ну и, первое, я хочу предоставить слово бизнес-лидеру кредитных карт банка Зенит, Илья. Илья, расскажи, пожалуйста, почему вы решили участвовать в таком проекте? Зачем вам рассрочка? Какие Вы видите перспективы?

Илья ЛИКОКЕЛИ: Большое спасибо Mastercard за уникальную возможность быть первым банком-эмитентом в России, который может предложить своим клиентам новый опыт пользования продуктом «рассрочка» на платформе Mastercard.

Это важно еще и потому, что мы реализовали это техническое решение благодаря нашему основному партнеру, процессинговой компании OpenWay. Совокупность всех этих факторов дает нам возможность развивать это направление внутри банка Зенит и, соответственно, наращивать собственную экспертизу по данному продукту.

Если в целом говорить о продукте «рассрочка», - Галина уже обозначила, что есть разные тренды на российском рынке, есть как отдельная карта, есть как опция в составе действующей кредитной карты, - мы для себя выбрали путь опции. Эта опция будет доступна действующим владельцам кредитных карт Mastercard. Это и наши клиенты зарплатных проектов и, безусловно, наши новые клиенты. И, благодаря этой дополнительной опции на базе платформы Mastercard мы сможем дать клиенту набор уникальных возможностей.

Первое - это сама рассрочка, в том числе беспроцентная. Также это стандартный грейс-период 50 дней, который предусмотрен нашим продуктом. Также кэшбэк от банка и партнеров и те преимущества, которые есть от платежной системы Mastercard.

Я бы хотел показать, как наш клиент будет видеть и взаимодействовать с продуктом рассрочка в нашем мобильном приложении ЗЕНИТ Онлайн. После входа в мобильное приложение клиенты видят основной экран со списком операций, которые клиенты могут совершать по своей карте. В верхней части экрана указан доступный лимит клиента по карте, общая



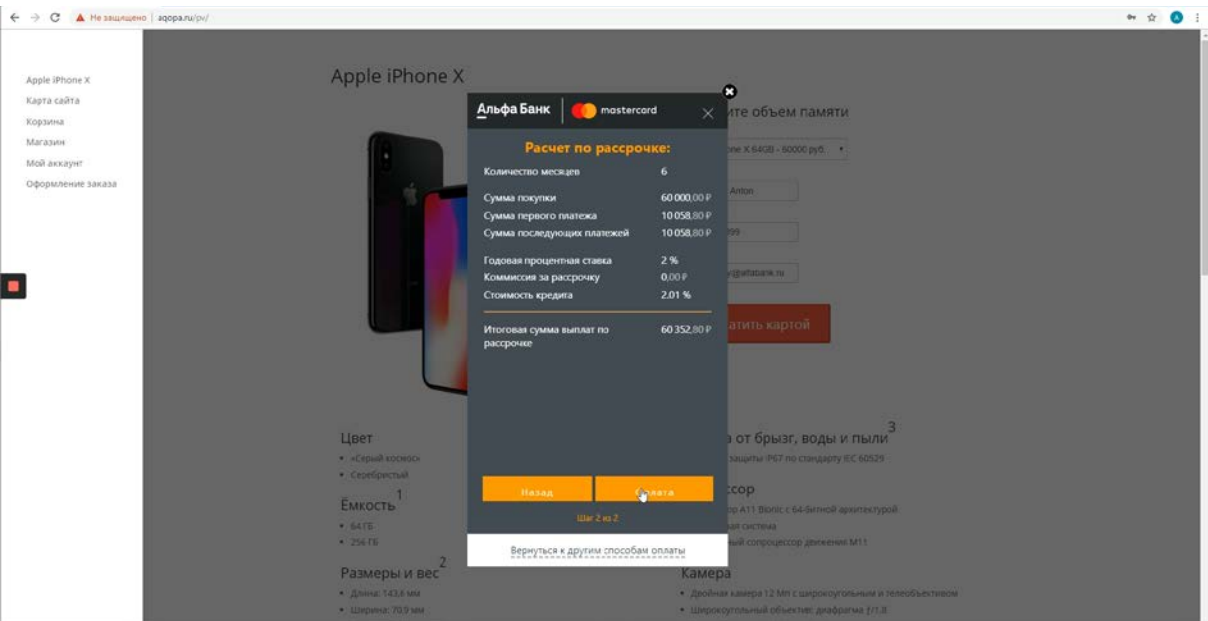
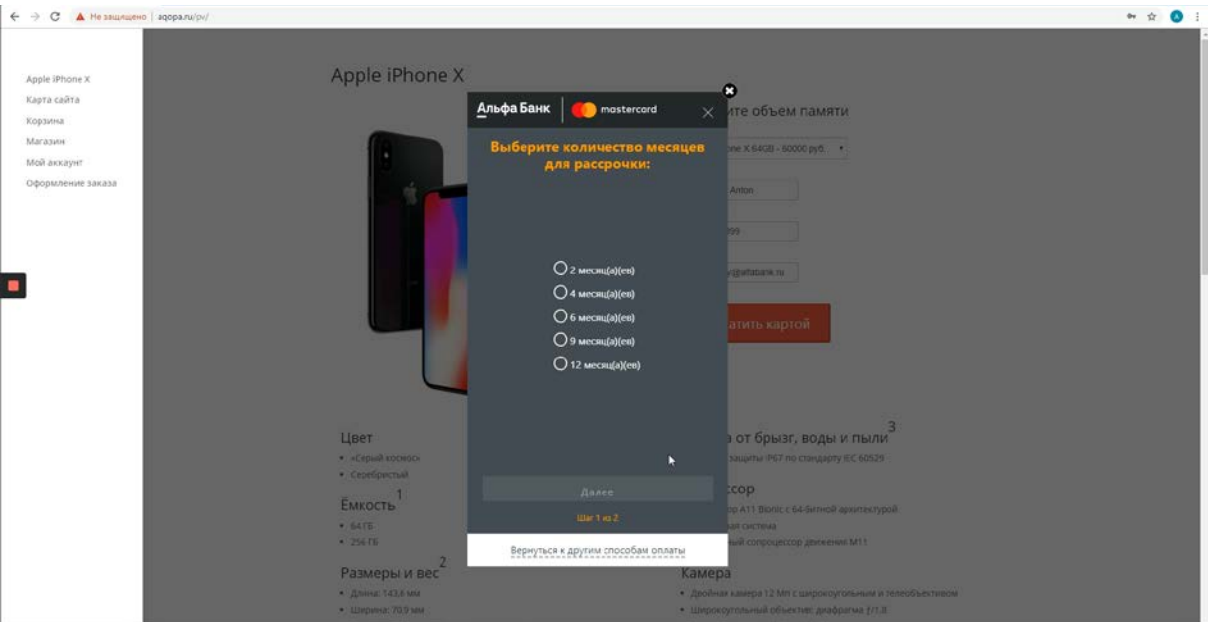
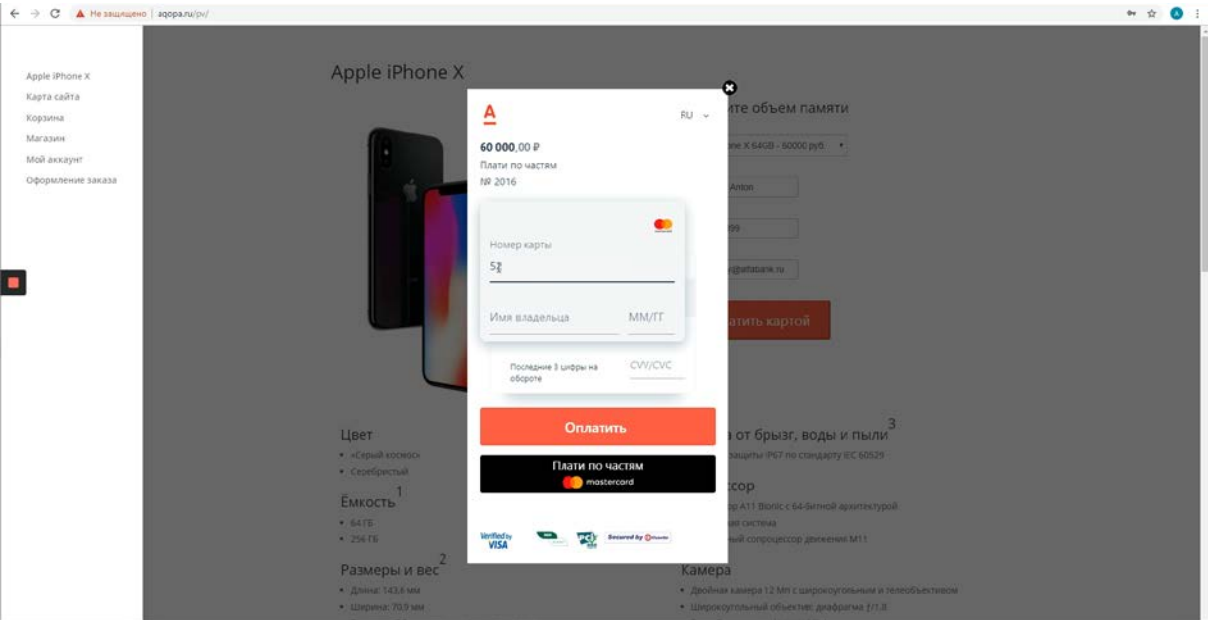
сумма платежей в рассрочку и детализация по каждой операции в отдельности. Далее можно погрузиться в каждую отдельную транзакцию и увидеть дополнительные детали: на какой период была взята покупка в рассрочку, сколько осталось платежей, сумму этого платежа и дату ближайшего платежа, а также дополнительные параметры этой покупки, такие как ставка, стандартные дата-время проведения операции.

Галина ГАНЕЕВА: Хочу предоставить слово Альфа-Банку. Расскажите, пожалуйста, почему вы решили принять участие в проекте, почему он для вас важен. Ну и как это выглядит на практике.

Антон БЕЛЯВСКИЙ: Мы для себя, когда только ознакомились с тем, как платформа рассрочки работает, увидели следующие моменты, которые показались нам очень привлекательными.

Во-первых, легкость подключения и интеграции с этой платформой. Основной момент также, что интеграция не ломала нам текущие процессы взаимодействия с нашими мерчантами.

Следующий момент, конечно, интерфейс и опции выбора рассрочки - они очень удобные и простые. Думая о наших клиентах по интернет-эквайрингу, мы понимаем, что данный продукт будет им очень интересен с точки зрения привлечения покупателей и развития своего бизнеса, роста оборотов. И эта платформа очень удачно встраивается в наш интернет-эквайринг как продукт, мы видим и понимаем, что она позволит повысить привлекательность и эффективность наше-



го интернет-эквайринга.

Хотел бы поблагодарить Mastercard и коллег из банка Зенит за участие в данном проекте, потому что это было непросто. Но результат, которого мы добились, замечательный.

Далее – о взаимодействии с платформой рассрочки, как это выглядит и как она легка и проста и для покупателя, и для ТСП в части подключения на нашем интернет-эквайринге.

Интерфейс типового интернет-магазина остается стандартным, в нем мы ничего не меняем, сохраняется информация о товаре, корзина, контактные данные клиента. Для нас было важно, что данный процесс никаким образом не меняется, не ломается, он остается привычным для клиентов. Соответственно, все выглядит так, как будто это стандартная оплата банковской картой на интернет-сайте.

Интересное начинается чуть далее, когда клиент-держатель карты рассрочки попадает на платежную страницу и начинает вводить данные своей карты. В этот момент, как раз и начинается взаимодействие с платформой рассрочки и Mastercard. По BIN карты мы понимаем, что данная карта участвует в рассрочке. Соответственно, появляется кнопка, которая, помимо стандартной оплаты, предлагает держателю карты и оплату в рассрочку с помощью платформы Mastercard.

Далее клиент заполняет стандартно все свои данные о карте, и, тут он должен решить, хочет ли он платить стандартно, либо он все-таки будет использовать рассрочку. Данный момент не обязывает клиента сразу же провести оплату в рассрочку, он переходит на следующий шаг. Получив ответ от платформы Mastercard, мы видим, что клиенту по данной карте доступны определенные опции по рассрочке, например, от двух до 12 месяцев. В любой момент можно вернуться на предыдущий шаг. Соответственно, если клиент решает, что ему подходит, например, рассрочка на 6 месяцев, он подтверждает ее, и переходит к финальному шагу.

То есть, фактически, оплата в рассрочку выглядит всего в два этапа: надо выбрать срок, на который хочется взять рассрочку и, посмотрев финансовые условия – сумму ежемесячных платежей, первоначальный платеж возможно или отсутствующую комиссию за рассрочку, или процентную ставку, решить для себя, интересно это вам или нет. В любой момент можно решить, что, может быть, стоит вернуться к стандартному способу оплаты.

Дальше, клиент уже переходит к оплате. На финальной странице, в случае успешной операции, клиент видит сумму своего платежа и все опции рассрочки, которые он выбрал, подтвердил и через которые он оплатил. И далее, информация через стандартные авторизацию и клиринг через платежную систему Mastercard направляется в банк-эмитент и, там уже, как показывал Илья, клиент может в своей системе,



в своем интернет-банке увидеть всю информацию по платежам.

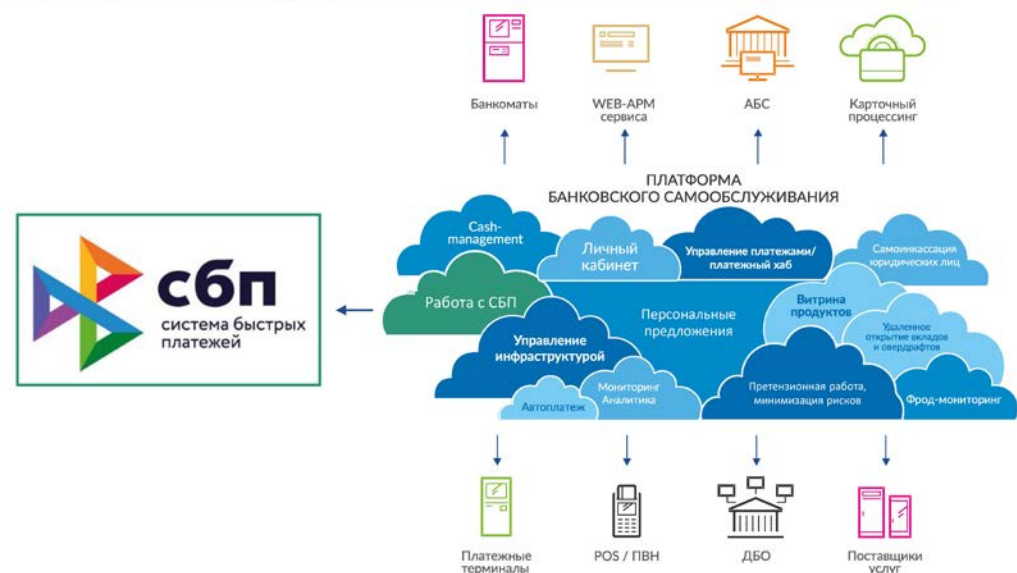
Галина ГАНЕЕВА: Еще раз хотела повторить, что мы вам сейчас приоткрыли тайну, рассказали о пилотном проекте. Мы сейчас именно в пилотном проекте, и первые живые транзакции, которые мы получили, делимся ими, рассказываем, что будет дальше и, как мы будем масштабироваться со следующего года.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Евгений, ты представитель «Золотой Короны» - карточно-ориентированного сервиса, который работает на территории страны уже более двадцати лет. Подскажи, как у вас происходит трансформация карточно-ориентированного сервиса к клиентоориентированному сервису или платформе без присутствия карты как таковой. Как вы готовы будете отвечать на этот вызов современности?

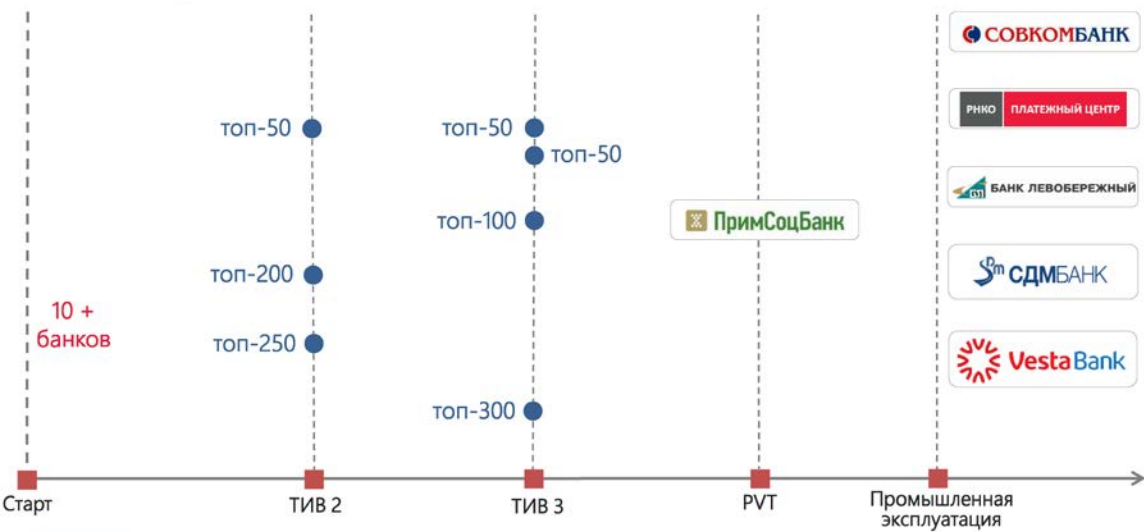
Евгений ОСТАНИН: Могу сказать, что Золотая Корона - это не только платежная система, мы не только являемся процессинговым центром, но мы еще и процессор в сервисе «Платформа банковского самообслуживания». Это облачный сервис, предназначенный для управления платежами, банковскими продуктами, денежной наличностью в различных каналах обслуживания клиента.

Ценность любой платформы измеряется тем, насколько гибко платформа может адаптироваться под потребности конкретного заказчика и потребности рынка и, при этом, с минимальными усилиями для заказчика. Можно провести некую аналогию с автомо-

Сервис «Платформа банковского самообслуживания»



Опыт подключения банков к СБП



Три режима работы Платформы в СБП

ВАРИАНТ 1 Режим «трубы»	ВАРИАНТ 2 Режим «ПЦ»	ВАРИАНТ 3 Смешанный
Платформа принимает и передает в банк запрос валидации от ОПКЦ СБП Банк находит клиента и счет для зачисления только по номеру телефона и обрабатывает запрос валидации за 1,5-2 секунды	Платформа сама, без помощи банка, выполняет поиск получателя по номеру телефона и проверяет возможность зачисления Для этого в Платформе создаются и поддерживаются учетные записи получателей (номер телефона, ФИО, счет и др. данные)	Платформа выполняет поиск получателя по номеру телефона и обращается в банк за финальной проверкой, предоставляя банку расширенный набор параметров для выполнения валидации



билестроением, платформой в автомобильном бизнесе. Это некая совокупность основных узлов, агрегатов, которая позволяет создавать самые разные авто для разных категорий клиентов. Я думаю, что также и платформы в цифровом мире: в банковском секторе, в платежном секторе - это некие площадки, которые позволяют создавать основу для построения различных клиентских сервисов. И мы в данном случае придерживаемся этой концепции, стараемся сделать так, чтобы наше решение максимально позволяло банкам адаптироваться, чтобы банк мог из разных кубиков, разных услуг платформы делать решения, собирать решения под себя.

На слайде представлены основные наши «кубики» - услуги. Они все оказываются в режиме SaaS («программное обеспечение как услуга»), то есть, банки получают доступ к ним удаленно, при помощи специальных веб-интерфейсов. Тем самым мы нацелены максимально снизить издержки банка на эксплуатацию своих IT-систем.

Современный рынок идет в сторону, как правильно было отмечено, безкарточного обслуживания клиентов, в сторону обслуживания клиентов по простым идентификаторам, в частности, по номеру мобильного телефона. Здесь я бы хотел подробнее остановиться.

Сегодня много говорилось о Системе быстрых платежей. Я думаю, что сейчас только ленивый не задается вопросом, как подключаться, зачем подключаться, с какими кейсами туда идти.

Мы сделали решение для подключения банков к Системе быстрых платежей, которое позволяет полностью закрыть взаимодействие между банком и операционно-клиринговым центром СБП и поддерживает все необходимые активности по отправке и по получению платежей.

Наше решение уже используют 5 банков. В ближайшее время мы также надеемся, что скоро пополнит их число ПримСоцбанк. Он уже на стадии промышленного запуска, но пока еще виден не для всех участников СБП.

Также можно видеть, что у нас в стадии подключения различные банки и ТОП-50, и ТОП-100, и ТОП-200. У каждого из этих банков есть своя специфика, свой IT-ландшафт, свои потребности.

При этом стандарт СБП для банков один. Он предусматривает очень жесткие требования для совершения перевода. В частности, банк получателя, чтобы зачислить перевод, знает только банк и номер телефона отправителя. И задача банка-получателя по номеру телефона определить счет для зачисления клиента, дать ответ в НСПК о том, что банк готов перевод принять.

Здесь возникают нюансы. Банки разные, IT-окружение у банков разное. Как на базе платформы обеспечить решение этой задачи? В арсенале нашей

платформы есть, как минимум, три базовых решения, которые позволяют гибко адаптироваться под специфику конкретного банка.

Мы можем быть и в чистом виде шлюзом, посредником, который может обеспечивать взаимодействие с НСПК. Это, условно говоря, режим «трубы», когда мы получаем запрос от НСПК, ОПКЦ СПб, передаем в банк, и задача банка проверить клиента, есть такой клиент или нет только по номеру мобильного телефона, и вернуть обратно информацию о счете для зачисления, подтвердить, что банк готов принять перевод.

Если система банка готова это делать, то мы готовы поддержать такой простой минимальный режим работы. Но в процессе работы с банками мы поняли, что задача «проверить клиента по номеру мобильного телефона», то есть, обработать запрос валидации, это, на самом деле, не такая уж и простая задача. Далеко не все банки могут с этим справиться. Поэтому, у нас родился еще один режим подключения банка, это, образно говоря, режим процессингового центра. В этом режиме мы можем самостоятельно, без обращения к системе банка, проводить валидацию, находить клиента по номеру телефона, находить счет для зачисления, и переводить информацию в ОПКЦ СПб.

Естественно, в этом случае, на стороне платформы возникает некая учетная запись клиента, в которой содержится информация, необходимая для проведения валидации. Этой информацией нужно управлять, нужно поддерживать в актуальном состоянии. Естественно, выстраивается информационное взаимодействие с системами банка, чтобы банк мог управлять этой информацией.

Наконец, третий режим, это смешанный режим, когда мы часть функций по валидации, обработке запроса валидации берем на себя (проверку клиента по номеру телефона), а банк уже доделывает все остальное, то есть, окончательно проверяет может ли он зачислить этот платеж, и отдает информацию нам.

Когда можно этот режим применять? Мы считаем, что в ситуации, когда банк не готов обеспечить поиск клиента только по номеру телефона, но, при этом, банк не хочет выстраивать полноценный сервис, как нужно для варианта два, по управлению учетными записями, не хочет лишнего онлайн-взаимодействия со своими системами.

Все три способа мы применяем с банками. На предыдущем слайде все банки, которые были перечислены, мы с разными банками по-разному выстраиваем взаимодействие. Платформа позволяет, на самом деле, гибко подойти к такому кейсу, как подключение банка к СБП.

На самом деле, истории с простыми идентификаторами имеет не только СБП. Мы сегодня много говорили про различные виды онлайн-сервисов, платежных сервисов. Много говорили про платежные платформы. Чаще всего, это платформы, связанные с дистанционным банковским обслуживанием, с

Бескарточное обслуживание клиента в личном кабинете (на банкоматах и терминалах)



Выдача наличных без карт: возможные варианты



Преимущества сервиса

«Платформа банковского самообслуживания»

1. Решение задач банка в режиме SaaS: отсутствие затрат на серверное оборудование, ПО и эксплуатацию
2. Более чем 20-летняя экспертиза «Золотой Короны» и опыт в процессинге, эквайринге, разработке и сопровождении клиентских сервисов в устройствах самообслуживания
3. Готовые кейсы («кубики»), из которых можно построить индивидуальное решение для банка
4. Простые интерфейсы для подключения любых систем банка

интернет банком, мобильным банком. Я бы хотел в качестве развития этой темы привести пример, как можно адаптировать эту историю под традиционные устройства самообслуживания, в частности, предложить клиентам в банкоматах, терминалах различные формы бескарточного обслуживания.

Мы эту концепцию реализовали в режиме личного кабинета. Личный кабинет - это некое пространство клиента для того, чтобы обслужить его быстро, удобно, легко. В качестве простого идентификатора применен также номер мобильного телефона. Используя личный кабинет, банк может предложить своим клиентам или случайным пользователям, которые зашли что-то оплатить в банкомате или деньги снять, набор сервисов или попытаться сделать такого пользователя своим полноценным клиентом.

Личный кабинет позволяет наполнить разными сервисами разное пространство для разных клиентов. Если это клиент - гость с улицы, то для него доступен личный кабинет в режиме записной книжки, создания и оплаты шаблонов, чтобы минимизировать затраты на поиск услуги в каталоге, введение данных, исправление ошибок в процессе введения. Если клиент, идентифицированный банком, для него доступен максимальный набор сервисов, включая возможность переводить деньги и даже снимать деньги со счета в личном кабинете без карты.

Выдача наличных - кейс не очень сложный, тривиальный кейс. Но в нашу цифровую эпоху он обретает новую реальность. Выдачу наличных без карты платформа позволяет сделать гибко, в различных режимах: можно выдавать из личного кабинета, можно, в принципе, и не привязываться к личному кабинету, а организовать выдачу наличных без карты. В самом простом варианте, если у банка есть кейс выдачи кредитов наличными, то клиент получает наличные в банкомате, используя логин и пароль, который ему дал сотрудник-операционист банка.

В заключение, хотел бы еще раз отметить те черты, те характеристики, платформы, которые мы пытаемся развивать, которые мы пытаемся сделать нашими преимуществами. Это отмеченная ранее возможность гибко адаптироваться под потребности рынка, потребности клиентов, собирать решения для банка из «кубиков», делать это индивидуально под банк. Естественно, мы объединяем опыт и Золотой Короны и опыт работы в процессинге, в эквайринге, в развитии эквайринговых сервисов. Мы объединяем опыт группы компаний Центр Финансовых Технологий, получаем синергетический эффект. Естественно, у нас есть простые интерфейсы для подключения различных систем банка. И я думаю, что это позволяет ответить на вопрос, на главный, как мы пытаемся ответить на базовые вызовы этого бескарточного мира, клиентоориентированного мира. Мы, действительно, стараемся создать такие кейсы, которые будут востребованы банками еще долгое-долгое время.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Как известно, основной конкурент любой платежной системы, не важ-



но, какого бренда, это наличная валюта. Коллеги из Mastercard несмотря на то, что они являются представителями платежной системы, решили помочь своему конкуренту - наличной валюте - и придумали сервис «наличные вместе с покупкой».

Очень хочется узнать мнение Светланы Иглинской, представителя Mastercard и Светланы Снопковой, Ассоциация членов МастерКард. Как вы считаете, есть ли у этого сервиса будущее, для кого он сделан, как к этому относится ритейл, клиенты, держатели карт Mastercard?

Светлана ИГЛИНСКАЯ: В компании Mastercard я занимаюсь разработкой продуктов, и мы сегодня с моей коллегой Светланой Снопковой из Ассоциации участников МастерКард расскажем вам про то, какого прогресса нам удалось добиться на пути внедрения решения «наличные с покупкой» и, какие еще у нас есть планы.

Как верно заметил Максим, куда же без наличных? Пока, к сожалению, никуда! Да, это наш главный враг, но, при этом, чтобы победить врага, как говорят, надо сначала признать его существование. Мы признаем, что в ближайшие несколько лет полностью избавиться от наличных, как бы мы этого не хотели, у нас не получится. Поэтому, решили все-таки предложить еще одно решение, которое позволит гибче, проще и удобнее для клиентов управляться с наличными.

Этот сервис у нас работает больше десяти лет в более чем 60 странах по всему миру. И мы видим на при-

Наличные с покупкой – это удобный и быстрый способ снятия денег для клиента



Сервис доступен держателям Mastercard в десятках стран и уже доказал выгоды для участников

Держатели карт

- Удобно
- Быстро
- Без комиссии*



ТСП

- Конкурентное преимущество
- Больше покупок
- Уменьшение затрат
- **Дополнительная прибыль****

Эмитенты

- Удобный доступ к средствам для держателей
- Сокращение расходов на снятия в банкоматах
- Привыкание клиентов к использованию карт в ТСП
- Увеличение безналичных оборотов и остатков



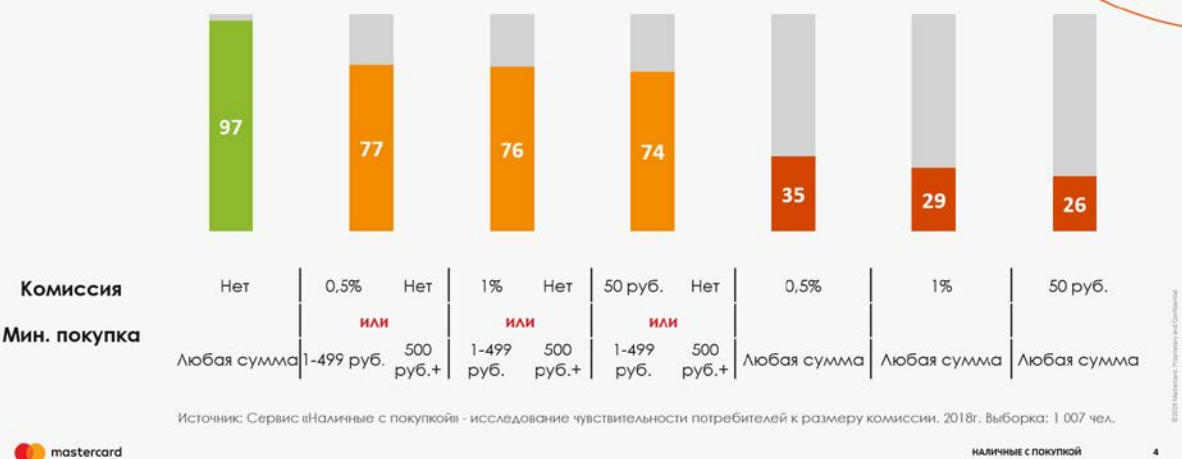
Эквайеры

- Новый сервис для ТСП
- Больше операций
- Дополнительная прибыль***

*** Ставка обратной межбанковской комиссии (service fee) – в MC Announcement #1546

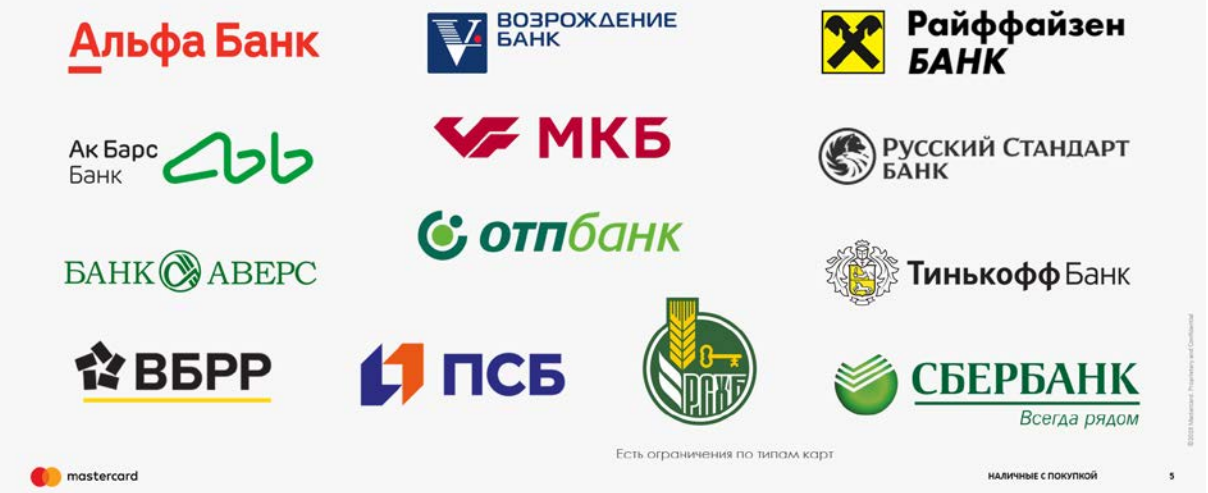
Любая комиссия сильно сокращает намерение воспользоваться услугой

Возможная альтернатива – отсутствие комиссии в случае выполнения условия по минимальной сумме покупки, например, в размере 500 руб.



На сегодняшний день можно получить наличные с покупкой по картам Mastercard 13 банков

И перечень постоянно пополняется



мере этих стран, что люди привыкают использовать карточки, даже в тех странах, которые, казалось бы, куда менее развиты, чем мы. Например, Индия, Бразилия, ЮАР.

Благодаря такому сервису, люди сначала начинают, хотя до этого никогда карточками для покупок не пользовались, покупать сначала только для того, чтобы получить кэш, а через какое-то время начинают совершать покупки уже и без кэша, просто потому что привыкли.

Выдача наличных происходит только с покупкой в тех торговых точках, которые уже успели подключиться. Работает все достаточно просто и бесшовно. Клиент приходит в торговую точку. Обычно это какие-то категории ежедневных покупок, самый популярный вариант – это супермаркеты, grocery, далее следуют заправки, аптеки – ну, то есть, те, в которые клиенты и так попадают хотя бы, 1-2 раза в неделю, регулярно за покупками приходят. И перед тем, как совершить оплату на кассе, клиент просит кассира выдать вместе с покупкой некоторую сумму наличных.

В России эта сумма ограничена нашими правилами в пределах 5 000 рублей. Мы обсуждали это с участниками рынка, с представителями из Центрального Банка, решили, что это наиболее оптимальная сумма, которая позволит давать клиентам не замену банкоматов (среднее снятие в банкоматах у нас в России – это порядка шести с чем-то тысяч рублей), а заставить их потихоньку с первого использования сервиса переучиваться, что это не банкомат и наличные, вообще-то, лучше снимать поменьше.

Далее, как обычно, клиент оплачивает свою покупку, и также включена в эту покупку сумма наличных, то есть, это одна операция, которая может быть совершена, как по любой пластиковой банковской карте (контактной, бесконтактной), так и по любому де-

вайсам, оснащенным любыми сервисами Pay. Также обязателен ввод PIN кода и транзакция отправляется на авторизацию в банк-эмитент. И, в итоге, если все прошло успешно, эмитент разрешает выдать наличные, то кассир просто открывает кассу и выдает деньги из кассы клиенту.

Чем это выгодно? Как Галина говорила в докладе про платформу рассрочки, мы стараемся в Mastercard искать решения, которые выгодны всем участникам. Также и с «наличными с покупкой». Почему это хорошо для клиента, я думаю вполне понятно: это быстро, удобно, не надо тратить время на дорогу до банкоматов, не надо искать банкомат, если вы где-то в новом месте. В любом случае, гораздо проще и быстрее оплатить сразу на кассе, раз уж вы ходите в магазины за покупками.

Также мы рекомендуем банкам-эмитентам давать этот сервис либо без комиссии, либо хотя бы с минимальной комиссией. Потому что это существенно влияет на поведение клиента, как мы знаем по банкоматным снятиям. Не важно, что деньги можно снять в любых банкоматах, клиенты продолжают ходить в свои, если только банки-эмитенты не дают возможности снятия без комиссии в чужих.

Участники рынка к нашим рекомендациям прислушиваются. Есть банки, которые выдают без комиссии, есть те, кто с комиссией, но не вводят обычно фикс как это бывает в банкоматах, когда, например, 1% и минимум 100 рублей. В этом сервисе ставят 1% или 0,5%, но без «фикс», соответственно, даже для максимальной суммы в 5 000 рублей, это получается не так много.

Для остальных участников какие преимущества? Торговые предприятия, вторая и основная заинтересованная сторона, без которой этот сервис не сможет быть предоставлен, получают дополнительный поток клиентов, новые покупки уже существующих клиен-

Mastercard готов предоставить все необходимые составляющие для успеха «Наличных с покупкой»

Шаги по запуску сервиса для всех участников

Техническая документация

Юридическое Заключение*

Маркетинговые материалы

Вопросы и ответы

* Подготовлено ВСЛР по заказу Ассоциации участников Мастеркард

Юридическая схема запуска «Наличных с покупкой» для ТСП

Банковский платежный агент
Доп. соглашение или новый договор эквайринга на предоставление сервиса выдачи наличных*

Доработка ПО ККТ для корректного оформления выдачи наличных:
• РКО по итогу дня*
• Отдельные кассовые чеки на покупку и выдачу наличных*

Новый код ОКВЭД*

Перерегистрация ККТ в ФНС*

Информация в Уголок потребителя*

Обучение кассиров

Реклама финансовых услуг*

Запуск сервиса

* Полная информация в юридическом заключении, подготовленном по заказу Ассоциации участников Мастеркард

Торговые предприятия запустившие сервис:

Магазины «у дома» в селах Татарстана

+ десятки ТСП нескольких банков-эквайеров

В ограниченном количестве торговых точек (Кроме сети BILLA)

ПЛАТФОРМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БАНКОВ: РОЗНИЧНЫЕ РЕШЕНИЯ

27

BILLA и Райффайзенбанк первыми в России запустили «Наличные с покупкой» одновременно во всей сети супермаркетов 8 октября 2019 г. и уже достигнуты первые результаты

За первый месяц работы сервиса:

Около 1 500 руб.

Средняя сумма снятия

СУПЕРМАРКЕТ BILLA

тов и сервис, который позволяет дифференцироваться, сервис, который отличает от конкурентов.

щают намерение потребителей воспользоваться этим сервисом.

Не секрет, что, допустим, сейчас очень часто практически дверь в дверь расположены супермаркеты и клиент просто решает на основании одному ему известных факторов, почему он хочет пойти в тот или иной магазин. И очень часто розничные сети говорят нам, что, когда банкомат стоит у них в торговой точке, это является конкурентным преимуществом. Поэтому они просят своих банков-эквайеров ставить банкоматы. Но для банков-эквайеров это не всегда рентабельно и даже чаще нерентабельно расставлять банкоматы везде, где только не попросят. Поэтому это возможное решение и этой проблемы тоже.

Кроме того, это уменьшение затрат на инкассацию, потому что остаток наличности в кассе безусловно сократится. Также возможная прибыль за счет агентской комиссии, так как ТСП в данной схеме должен стать банковским платежным агентом, это регулируется Российским законодательством. Поэтому ТСП получает за оказанные банку-эквайеру услуги агентскую комиссию, размер которой оговаривается непосредственно с банком-эквайером.

Банки-эквайеры получают для своих ТСП новый интересный сервис, который дальше могут предлагать и получают в свою пользу обратный interchange от снятия наличных. И банки-эмитенты, наконец, конечно же, они в этой истории платят, по аналогии с банкоматными операциями. Банки-эмитенты отчисляют некую service fee, но взамен они получают увеличение оборотов, увеличение остатков по клиентским счетам и, безусловно, сокращение расходов на выдачу наличных в банкоматах. Так как независимо от того, чужие эти банкоматы или свои, все равно, это тоже достаточно затратная инфраструктурная история.

У нас есть данные исследований, что комиссии сокра-



запуском нашего первого крупного ритейлера BILLA открыли на сайте страницу и там можно видеть постоянно актуальный список банков.

Также доступно множество материалов, которые мы подготовили для желающих запустить сервис, как банков-эквайеров, так банков-эмитентов и ТСП.

Светлана СНОПКОВА: Буквально пару слов о Ассоциации участников МастерКард. Это банковское объединение, в которое входит более 40 ведущих российских банков, также некоторое количество зарубежных банков и, конечно же, компания Mastercard.

Одной из основных задач Ассоциации является развитие безналичных платежей в России. Собственно, с этой целью и была проанализирована нами принципиальная возможность реализации сервиса «наличные с покупкой» в России. Мы рассматривали и анализировали такие вопросы, как: гражданско-правовые, налоговые, валютного законодательства, рассматривали антимонопольные вопросы.

На круглых столах с банками мы аккумулировали вопросы от рынка такие, как: не является ли данная услуга навязанной, необходим ли спецсчет, какое должно быть документальное оформление выдачи наличных непосредственно торговой точкой. Мы получили разъяснение от ФАС о том, что данная услуга является правомерной с точки зрения антимонопольного законодательства, получили разъяснение от Банка России о спецсчете и о документальном оформлении выдачи наличных.

В прошлом году Банком России была сформирована рабочая группа по реализации пилотного проекта. На данной рабочей группе этот проект был объявлен со-

циально значимым и, конечно же, мы направляли все наши материалы в пользование рабочей группы.

Также нами были разработано 2 меморандума, которые акцентированы на работу банков и на работу ТСП: что конкретно нужно ТСП оформить для того, чтобы реализовать этот сервис на своей торговой точке. Торговая точка действует как банковский платежный агент, при этом данный вид деятельности не является лицензируемым, не требуется постановка на учет в Росфинмониторинге, в отличии от платежных агентов. Для того чтобы стать торговой точкой банковским платежным агентом необходимо заключение договора эквайринга либо дополнительного соглашения к существующему договору эквайринга. Типовая форма нами разработана, она является приложением к правовым меморандумам, которыми мы, мы поделимся с рынком.

Так как законодательство требует выдачу двух чеков, торговой точке необходимо будет проработать соответствующее кассовое решение. Также выдача наличных будет сопровождаться выдачей расходно-кассового ордера. Но этот кассовый ордер может оформляться по окончании рабочего дня или смены на основании фискальных данных, полученных ранее. Об этом у нас есть разъяснение от Банка России, тоже всеми нашими материалами мы готовы делиться.

До начала осуществления своей функции торговая точка обязана будет, конечно же, зарегистрировать свою контрольно-кассовую технику либо перерегистрировать в Налоговой службе. Кроме того, до начала деятельности в качестве банковского платежного агента необходимо информировать регистрирующий орган об изменении кода ОКВЭД. На сегодняшний день более подходящим является 66.19, то есть, «де-

тельность вспомогательная, прочая» самая подходящая для оказания финансовых услуг.

Разработана также информация, которая необходима для фиксации в уголке потребителя, о реквизитах договора эквайринга, номер лицензии банка-эквайера и так далее. Все эти данные есть также в нашем меморандуме. Кроме того, в уголке потребителя мы рекомендуем указывать информацию и те случаи, при которых торговая точка не может выдавать наличные. Например, при отсутствии денег в кассе.

Кроме того, участникам проекта важно знать о специальном регулировании рекламирования финансовых услуг. И, чтобы ничего «интересненького» в юридической плоскости не произошло, и данная услуга была доведена до потребителя, данный сервис был востребован, необходимо обучение кассиров.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Все мы знаем, что основная задача ритейлера – это быстро обслужить клиента, чтобы на кассах не было очередей. Несмотря на то, что часть документов Банк России разрешает оформлять потом, но все равно определенная нагрузка на кассу увеличится. Мой вопрос следующий: тот profit, про который, Светлана, вы говорили, покрывает потери времени и увеличение очередей, которые будут на кассах создаваться?

Светлана ИГЛИНСКАЯ: Да, он покрывает.

У нас благодаря нашим коллегам из Райффайзенбанка и торговой сети BILLA состоялся первый крупный запуск в октябре. Это вся сеть BILLA, 171 магазин одновременно. Там более 1 000 касс. Коллеги пока довольны.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Если я правильно я понимаю, при наличии правильного программного обеспечения в кассе, все происходит быстро?

Светлана ИГЛИНСКАЯ: Да. Надо нажать буквально еще одну кнопку, ввести сумму, и выдать деньги. Максимально задержка секунд 10.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): А какой средний чек, вы сделали какие-то замеры? Понятно, что лимит 5 000, а средний чек какой? И за какой период сделана выборка?

Светлана ИГЛИНСКАЯ: Выборка у нас есть за период с начала масштабирования сервиса, с 8 октября. Средняя сумма выдачи наличных - порядка 1 500 рублей. Знаю, что еще коллеги из Райффайзенбанка, хотят в ближайшее время опубликовать данные, поделиться своими результатами, не буду отбирать у них пальму первенства.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): У нас на сцене есть представитель еще одного банка – это Сергей Козлов, ОТП Банк. Я знаю, что ваш банк сотрудничает с каким-то колоссальным количеством вендоров. Как вам удается находить баланс, дружить со всеми, и получать те результаты, которые вы планируете?

Сергей КОЗЛОВ: Вчера прочитал такое мнение. Оказывается, глобальное потепление – это результат



выброса CO2 от выгорания миллиаликов. А зуммеры, поколение Z сразу рождаются уставшими.

Так вот, хотелось бы, с одной стороны, не выгореть от интеграции с очередной платформой, а с другой стороны, не устать от собственной разработки итерационного тестирования и релизов, найти какой-то баланс.

Если кратко о нас, ОТП Банк – один из лидеров товарного кредитования. Этим мы занимаемся уже 16 лет и, конечно, сам процесс потребовал создания собственной платформы для сотрудничества с магазинами. Мы работаем с порядка 30 000 магазинов по всей стране.

Достаточно быстро набрали активных клиентов и столкнулись с такой темой, что выдать кредиты мы можем, а собрать - не хватает географии собственных отделений. В итоге мы начали интегрироваться с основными участниками рынка, с платежными системами. Клиенты получили возможность приносить cash не только к нам, но и в салоны связи. Соответственно, мы научились работать с рисками и моментально зачислять платежи.

Потом прошло какое-то время, пришло понимание, что, во-первых, клиенту нужно как-то увидеть информацию о том, когда и что он должен заплатить, для этого мы сделали такой, приложение-информер «ОТП кредит». Увидели, что к нему есть интерес, клиентский опыт начали анализировать, и через какое-то время поняли, что не хочет клиент уже ходить с кешем, хочет платить с карты. Таким образом, развитие наше пошло дальше.

Классический эквайринг мы решили делать с той же платформой, с которой уже работали – «Золотая

Корона». Тем самым переход получился бесшовный. Идентификатором в этой системе является номер телефона. Соответственно, клиенты смогли адекватно воспринять, увидеть свои шаблоны и тем самым удобно вносить платеж.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Речь про личный кабинет?

Сергей КОЗЛОВ: Мобильное приложение, по сути, да, это личный кабинет, который напоминает, когда оплатить, сколько платить, дает возможность заплатить, дает увидеть сохраненные карты, пообщаться в чате.

Количество платежей, которые к нам приходят у нас всегда превышало количество платежей, которые от нас уходят. Мы достаточно давно приняли за основу, что входящая транзакция – это тоже транзакция. Это миллионы транзакций в месяц, десятки миллионов по году. Наша задача была максимально снизить платежи через классическую систему Банка России и замкнуть их на какие-то системы, партнерские платформы. И сейчас мы понимаем, что это был верный шаг.

Помимо нашей воли у нас тоже начал меняться форм-фактор. У нас у клиентов была карта с магнитной полосой, с чипом, потом в телефоне, в кольце. Эти все моменты мы тоже чувствуем и понимаем, что дальнейшее развитие, наверно, пойдет таким образом, что клиент уже начал забывать номер карты, номер счета, помнит еще номер телефона. То есть, постепенно происходит упрощение процесса, откуда деньги взять и куда их положить. Как сказал Владимир Комлев, клиенту нужно здесь и сейчас. И все остальное его мало волнует. С другой стороны, за ширмой оказания услуги очень сильно сокращается разрыв между авторизацией и клирингом. Те процессы, которые раньше были разнесены, сейчас сближаются.

Например, по Системе быстрых платежей нам говорят, что нужно все сразу сделать. Наверно, это даст какой-то синергетический эффект, что будет коллаборация участников рынка, и при этом все случается в моменте, все счастливы и на следующий день не нужно закрывать день. Не знаю, что будет с бэк-офисом. Ну, это отдельная история.

Если вкратце, развиваемся мы таким образом.

Еще момент хотел сказать. Видим интересную вещь в agile-разработке, в банке созданы небольшие самоорганизующиеся команды. И в случае, если мы говорим, например, о каких-то платформах интеграции, то видим, что это идет достаточно быстро, если команда с командой начинают обсуждать, потому что у обеих команд спринты двухнедельные. И волей-неволей все заканчивается быстро, вин-вин, и все счастливы.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Команды разных вендоров, Сергей?

Сергей КОЗЛОВ: Команды разных вендоров.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): А как вы баланс находите с точки зрения приоритизации? Потому что у одной команды за эти две недели нужно сделать одно, а у другой команды за эти две недели нужно сделать

другое. А у вас результат синергетический должен быть.

Сергей КОЗЛОВ: Есть определенная модель, которая позволяет проставить вес каждой задачи Любую большую задачу нужно нарезать на мелкие. И это дает эффект. И самое главное, понимание, где мы, что мы ждем в ближайшее время, что мы ждем через полгода. Потому что горизонты в два- три года загадывать очень тяжело.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Сергей, скажи, проджект-менеджмент этих команд, разных вендоров и выстраивание весов, приоритетов и так далее, берет на себя банк или вы привлекаете интегратора к этому, или заказываете у одного из вендоров эту функцию?

Сергей КОЗЛОВ: Сам проджект-менеджмент в гибкой разработке - это немножко не то, как он идет в классическом подходе. то есть, PMBOK тут немножко не работает. Собираемся, обсуждаем, повторюсь, что мы только начинаем эту тему. Через год, если пригласите, могу рассказать.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): У нас есть еще один участник, Михаил Юрченко, представитель компании Compras Plus. Он, как никто, наверно, знает, что же там, за ширмой происходит, какие сложности приходится преодолевать и поставщику платформы, и заказчику, и конечному пользователю.

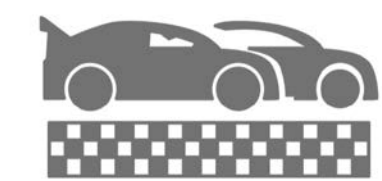
Михаил ЮРЧЕНКО: Действительно, в части взаимодействия различных вендоров с одним клиентом - клиент всегда прав. Поэтому приходится договариваться. И не важно, с конкурентом, не с конкурентом.

Я тоже хотел бы сегодня немножко поговорить о платформах. Правильно было замечено, что абсолютно разное понимание и разное определение платформы можно давать.

Коллеги, обратите внимание, в какое время мы живем. Куда ни посмотри - гонка, по новостям гонка вооружений, в интернете – технологическая гонка Apple, Samsung, Huawei и так далее. Но в конечном итоге все это сводится, как мне кажется, к гонке за клиента. Потому что гонка вооружений в конечном итоге ведет к тому, в какие страны продать побольше оружия и заработать денег, гонка технологий ведет также к тому, кто больше продаст гаджетов, девайсов и прочих вещей. И все вытекает в гонку за клиентов.

Наш платежный рынок, банковский рынок – это не исключение. Все мы тоже боремся за клиентов. Гонимся за клиентами. И основная цель и задача, как мне видится на текущий момент, это, собственно говоря, удержать текущих клиентов, потому что привлечь новых клиентов значительно проще, как мне видится. Привлечь клиента легко, но сложно его удержать, чтобы он не ушел от тебя через день, неделю, месяц и так далее.

Как уже сегодня тоже говорилось, скорость вывода продуктов на рынок, которые максимально удовлетворяют потребности клиентов, играет сейчас ключевую роль. Как правильно заметили, качество платформы определяется во многом гибкостью, насколько может платформа подстроиться под того или иного



**ГОНКА ВООРУЖЕНИЯ
ГОНКА ТЕХНОЛОГИЙ
ГОНКА ЗА КЛИЕНТОМ**

ЦЕЛЬ

**УДЕРЖАТЬ КЛИЕНТОВ МАКСИМАЛЬНО
СООТВЕТСТВУЯ ИХ ПОТРЕБНОСТЯМ
ПРИВЛЕЧЬ НОВЫХ КЛИЕНТОВ**

СКОРОСТЬ

**КТО БЫСТРЕЕ ВЫВОДИТ НА РЫНОК НОВЫЕ
КАЧЕСТВЕННЫЕ ПРОДУКТЫ, ТОТ ПОЛУЧАЕТ
БОЛЬШЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ**

КАНАЛЫ ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВ

**СТРЕМЛЕНИЕ К ОМНИКАНАЛЬНОСТИ
БОЛЬШИНСТВО ПРОДУКТОВ ОСНОВАНЫ
НА ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ**

ГОТОВНОСТЬ УЧАСТНИКОВ

ЧТО СЕЙЧАС «ПОД КАПОТОМ»

**НАСКОЛЬКО ИСПОЛЬЗУЕМАЯ
ПЛАТФОРМА ОТВЕЧАЕТ ЦЕЛЯМ И
ЗАДАЧАМ**

КАРТИНА «МАСЛОМ»

**В БОЛЬШИНСТВЕ СЛУЧАЕВ «ЗООПАРК»
ИЗ СИСТЕМ**

СЛОЖНОСТЬ БЫСТРЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

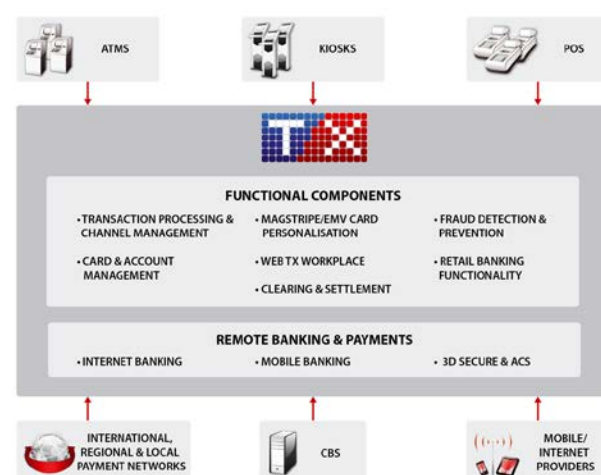


УНИВЕРСАЛЬНАЯ ПЛАТФОРМА

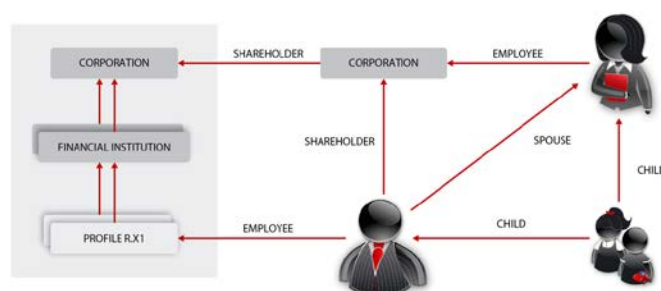
ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ МНОЖЕСТВО МОДУЛЕЙ

ОТКРЫТА К КАСТОМИЗАЦИИ

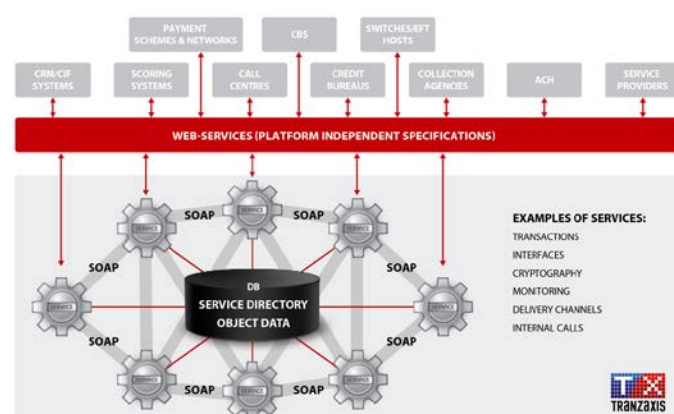
ВСЕ НАБОР ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТОВ



ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СОВМЕСТИМОСТЬ



ГИБКИЕ НАСТРОЙКИ



SOA АРХИТЕКТУРА

клиента и обеспечить тот или иной уровень сервиса, ту или иную свободу в создании продуктов.

По большому счету, основные банковские продукты – карты, эквайринг, электронная коммерция, процессирование и т.д., это на сегодняшний день все коммодити. У всех платформ, у всех поставщиков плюс-минус функциональность эта есть. И здесь уже встает вопрос о том, куда идти дальше и что нужно сделать для того, чтобы стать интереснее своему клиенту, своему потребителю, чтобы отвечать его потребностям. С учетом того, что банки, не только банки стараются свои продукты предоставлять через различные возможные каналы. Да, мы называем это стремлением к омниканальности, чтобы в любом месте любой клиент мог получить тот или иной продукт.

Большинство продуктов уже оцифрованы. И, мне кажется, эта цифровизация будет продолжаться дальше. Потому что, глядя на нынешнее поколение, я понимаю, что все будет продолжать уходить в «цифру», все будет оцифровываться. Смотри на маленьких своих детей, я понимаю, что к аналоговым вещам они, как мне кажется, физически не приспособлены. Никогда ребенок не сможет вставить палец в дисковый круг на телефоне и набрать номер. На Youtube, наверняка многие видели, есть ролики, когда даже в армии какому-то бойцу командир говорит «позвони, набери такой-то номер», а он не понимает, как это сделать.

Возникает вопрос, насколько готовы участники к таким трансформациям, к цифровым продуктам. таким новшествам. Что сейчас находится под капотом у участников рынка и насколько там платформы, которые участники используют соответствуют всем этим тенденциям?

В большинстве случаев у нас картина маслом: есть зоопарк из систем. Причем, когда я говорю, зоопарк, я не имею в виду хаос. Я имею в виду, что количество систем, пусть и упорядоченных, в банках, пусть и интегрированных друг с другом, но их настолько много в рамках одного банка может быть, что говорить о какой-то скорости вывода нового продукта, либо о гибкости создания продукта, не приходится. Потому что там есть бэк-офис, есть АБС, есть CRM, есть процессинговая часть онлайн, различные модули, которые отвечают за взаимодействие с государственными сервисами и т.д. Для того чтобы сделать изменение в каком-то одном из них, необходимо 500 раз подумать и убедиться в том, что это не приведет в какой-то фатальной ошибке.

Возникает вопрос, а что же делать в таких ситуациях? Мы как вендор, компания Компас+ задумались об этом много лет назад и предприняли попытку разработать универсальную платформу, которая бы включала весь набор стандартных модулей, которые необходимы, но полностью была бы открыта к кастомизации со стороны клиента и предоставляла бы весь набор средств разработки, как для того, чтобы это клиент мог сам использовать в рамках своей работы, либо мог попросить того же вендора либо стороннего интегратора, чтобы он помог реализовать, вывести продукты какие-то, создавать что-то интересное и новое.

Платформа функциональна, фактически со всем совместима, с гибкими настройками. Эта платформа



может выступать, начиная как от обычной процессинговой платформы, а также может выступать интеграционной шиной, может выступать бэк-офисом, шлюзом.

Приведу два примера. Мало того, что мы сами как процессинговый центр Компас+ используем эту же платформу в своей работе, но в начале этого года мы запустили один очень интересный проект. Это не банковская история. Это история околобанковская, она связана с программой лояльности. Эта же самая платформа, которая у нас работает в качестве процессинга, у одного из наших клиентов она работает в качестве системы управления заправочными станциями и дает колонкам на заправках команду наливать бензин, не наливать бензин, какой пистолет сейчас используется и т.д... Абсолютно та же самая платформа.

Поэтому здесь хочется сказать, что важно просто сделать правильный выбор. И правильно определить партнеров.

Максим БЕЛЯЕВ (модератор): Подводя итог, хочется сказать следующее. Мне очень понравился слоган Галины «win-win-win». Если поставщики, заказчики и, в конечном итоге, пользователи этих сервисов будут получать выигрывать от той деятельности, которую они делают вместе, то эта деятельность будет полезна и востребована на долгие годы вперед. Возвращаясь к тезису Михаила, хочется сказать следующее. Наверное, через какое-то время мы увидим не только обсуждение в отрасли на тему того, что такая платформа есть, а уже межплатформенное взаимодействие, которое будет позволять еще быстрее делать какие-то новые вещи. И естественно, тут уже будет речь идти не о гибкости, потому что она будет априори существовать, а об открытости этих платформ друг к другу. И кто будет закрыт, и кто этого не поймет сейчас, когда платформы находятся на этапе становления, тот, наверно, потеряет какую-то долю рынка.