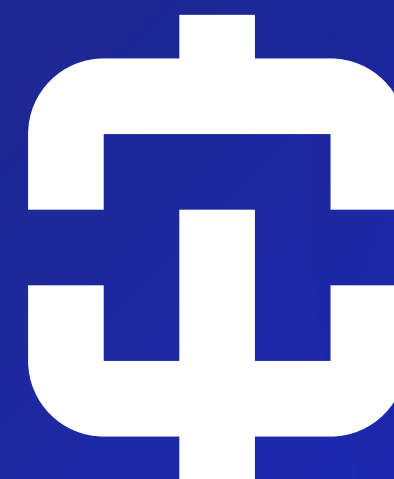
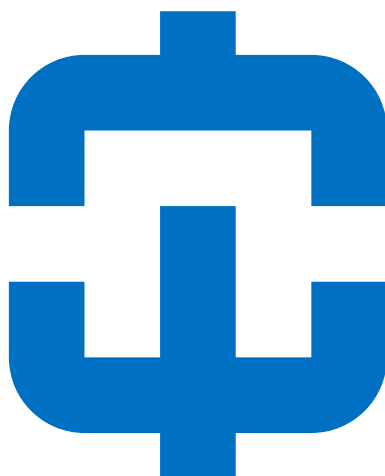




НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАТЁЖНЫЙ
ФОРУМ РОССИИ
2018

ИТОГОВЫЙ ОТЧЁТ



**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАТЁЖНЫЙ
ФОРУМ РОССИИ
2018**

ИТОГОВЫЙ ОТЧЁТ

БУДУЩЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПЛАТЕЖНЫХ УСЛУГ

С момента завершения VI Национального платёжного форума прошло несколько месяцев, и уже можно оценить, насколько актуальной оказалась его повестка и озвученная представителями платёжной индустрии проблематика относительно развития регулирования на платёжном рынке.

Из достаточно широкого спектра вопросов, затронутых на мероприятии, хотелось бы выделить две темы, получившие наиболее яркое продолжение в нынешнем году.

Первая тема – это дебаты о стоимости эквайринга. Многолетний нескончаемый и безрезультатный спор двух отраслей внезапно получил политическое измерение, а его решению была придана особая социальная значимость. При этом сам по себе эквайринг

в профессиональной среде давно уже обсуждается как «отживающая свой век» сущность: с самого первого Платёжного форума его спикерам задают вопрос (или они сами задаются вопросом), когда же наконец карточки уйдут в прошлое. Очевидно, что проблема тут не в карточках как формфакторе, а в том, что назревает конфликт между меняющимися социально-экономическими отношениями и устаревающими бизнес-моделями финансовой отрасли как обслуживающей их инфраструктуры. Можно ли решить этот конфликт, отрегулировав цену эквайринга, – вопрос очень спорный. Возможно, именно поэтому регулятор не спешит принять кажущееся многим очевидным решение по данному вопросу.

Вторая тема касается обмена данными между банками и операто-

рами связи. Информационный обмен сведениями о клиентах – только формирующаяся отрасль вокруг только формирующихся отношений между экономическими субъектами по поводу совместного использования данных о клиентах представителями различных сегментов рынка. Но несмотря на то, что практика только начинает складываться, разные заинтересованные стороны уже имеют определенные ожидания и пытаются предвосхитить их реализацию законодательными инициативами, в том числе нацеленными на фиксацию определенных бизнес-моделей и организационных отношений.

Казалось бы, эти две темы из совсем разных областей не имеют между собой ничего общего, однако на их примере становятся очевидными те вызовы, которые сформировались перед регулированием:

- Необходимость выработки межотраслевого компромисса и фактическое отсутствие для этого какого-либо достаточно эффективного институционального механизма.
- Необходимость в инструментах межотраслевого регулирования.
- Обновленная методика изучения рынков с целью прогнозирования последствий регуляторных решений для участников всех рынков и всех потребителей рассматриваемых услуг.

Поскольку в настоящий момент ни у кого нет готовых решений этих задач, мы видим необходимость в организации и продолжении дискуссии. **И 21 ноября 2019 года мы приглашаем всех на VII Национальный платёжный форум для обсуждения достижений за год на этом пути и будущего регулирования платёжной индустрии.**

СОДЕРЖАНИЕ

Национальная платёжная система: актуальное состояние и основные направления развития	6
Конкуренция на платёжном рынке: актуальное состояние и изменения в связи с цифровизацией	20
SWIFT gpi – инновационный стандарт международных платежей: новая парадигма взаимоотношений банков и клиентов	46
Цифровые платёжные услуги: перспективы развития. Мифы цифрового маркетинга	68
Модели расширения границ рынка. Новые возможности для развития бизнеса	100
Банки и сегмент МСБ: механизмы эффективного партнерства	126
Потребитель и его права на платёжном рынке	152
Банки и операторы связи: содержание и технологии информационного взаимодействия	194

РОССИИ 2018

БУДУЩЕЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПЛАТЁЖНЫХ УСЛУГ



НАЦИОНАЛЬНАЯ ПЛАТЁЖНАЯ СИСТЕМА: АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Модератор:
Эльман МЕХТИЕВ
АРБ

Ключевое выступление:
Алла БАКИНА
директор ДНПС, Банк России

Эльман МЕХТИЕВ: Спасибо организаторам за то, что мы смогли сегодня здесь собраться. Платежный форум должен начинаться с выступления регулятора. При этом нам с вами важно, чтобы рассказ регулятора был не только в формате отчета о том, что уже произошло, но и затрагивал планы.

Алла БАКИНА: Национальный платежный форум является значимым ежегодным мероприятием, объединяющим на своей площадке широкий круг участников, в том числе регуляторов, представителей органов власти. И, мы считаем крайне важным обсуждать здесь с банковской аудиторией все ключевые вопросы и инициативы. Форум – правильное место и площадка, по итогам обсуждений на которой действительно вырабатываются правильные консолидированные решения.

В прошлом году я тоже принимала участие в данном форуме. За истекший год произошли достаточно существенные события, которыми я с удовольствием с вами поделюсь. И, я думаю, что нам есть, что обсудить.

Платежный сектор развивается достаточно стремительными темпами. На слайде представлено несколько ключевых трендов. Я стараюсь эту информацию в своих выступлениях давать рынку, потому что важно смотреть, как мы меняемся, куда мы движемся.

У нас отмечается устойчивый рост количе-

ства и объемов безналичных операций. По состоянию на сегодня, по данным статистики, доля безналичных операций в розничном обороте составляет 55%. Всегда важно понимать, какими темпами мы растем. С 2014 года этот показатель увеличился практически в 2 раза, с 32%. Я считаю, что это очень хороший и устойчивый сигнал и показатель.

У нас появляются новые инновационные игроки на платежном рынке, в том числе, поставщики платежных приложений. Важно и интересно, что мы смотрим не только на то, как они работают на нашем рынке, но и как они сами оценивают свой бизнес. По оценкам компании Samsung, Россия занимает первое место по доле активных пользователей среди стран, в которых Samsung работает. У нас приходится самое большое количество операций на один токен, порядка 70% активных клиентов являются пользователями сервиса в России.

Российские банки уже начали активно сотрудничать с иностранными поставщиками платежных услуг, такими, как AliPay, WeChat, в целях обслуживания иностранных граждан на территории Российской Федерации.

Еще один показатель, на который, как я считаю, следует обратить внимание, – рост безналичных операций оплаты в интернете. За истекший год он вырос и составляет 25%. Мы также наблюдаем стремительный рост объе-

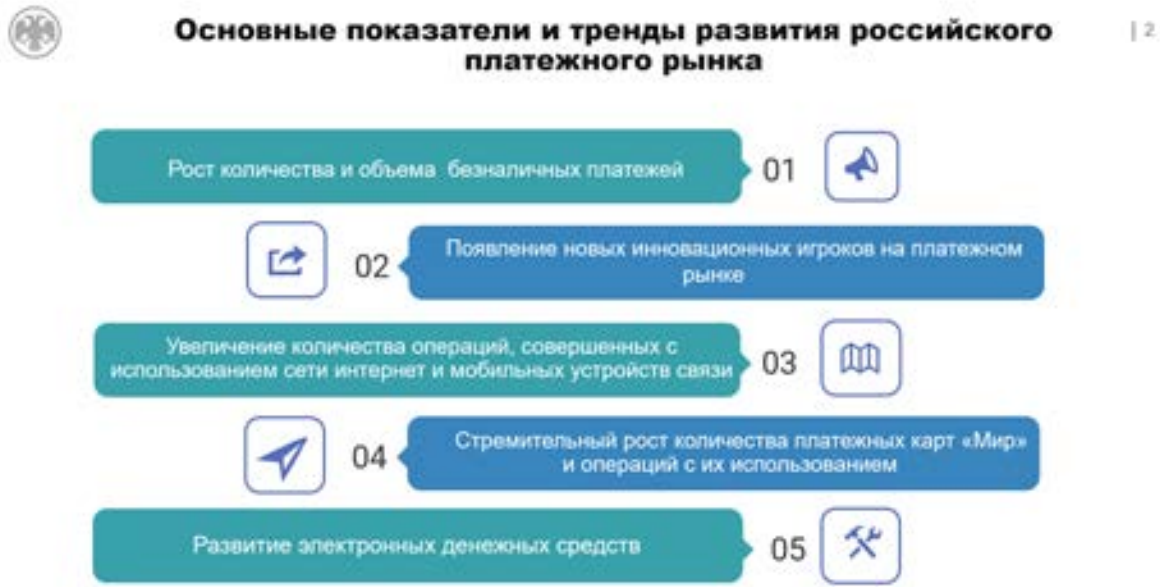
мов операций по картам «Мир» и увеличение доли присутствия платежной системы «Мир» на российском рынке. На сегодня эмитировано более 48 миллионов карт, национальных платежных инструментов. Таким образом, на сегодня получается, что доля платежной системы «Мир» уже превышает 17% от общего объема эмиссии в России, а объем операций за январь-сентябрь 2018 года составил почти 13% от общего объема карточных транзакций.

Также мы наблюдаем рост доли платежей с использованием электронных денежных средств, который за год составил порядка 15%. Что тоже говорит о возрастающем интересе и к этому платежному инструменту.

Платежная система банка России представляет собой ключевой элемент национальной платежной системы, инфраструктуры. Напомню, что со 2-го июля этого года Банком России в рамках реализации ключевого проекта по модернизации нашей платежной системы был обеспечен переход всех наших клиентов (и наших подразделений, в том числе) на новые сервисы платежной системы, в соответствии с новыми правилами (595-е Положение).

Наиболее значимые новации представлены на слайде. Первое, что хотелось бы отметить: сервисы централизованы на единой платформе и предусматривают приоритетное





исполнение крупных и срочных платежей с использованием всей доступной ликвидности банков и клиентов. Это многосторонний зачёт в сервисах срочных и несрочных переводов, параллельный клиринг распоряжений, возможность приема платежей для исполнения следующим рабочим днем. Все это позволяет банкам достаточно гибко управлять своей ликвидностью.

Расчетное окно для приема к исполнению распоряжений клиентов, напомним, было расширено – с часа ночи до 21 часа по московскому времени, что также позволяет клиентам достаточно оптимально выстраивать свои операционные процессы и заранее, датой T+1 направлять распоряжения своих клиентов.

У нас в платежной системе предусмотрен и реализован широкий спектр инструментов управления ликвидностью. Это срочный и несрочный лимиты в сервисах, внедрение периода урегулирования, в течение которого банки имеют возможность осуществлять операции на межбанковском рынке – межбанковское кредитование и взаимодействие с Банком России по оптимизации своей ликвидности. Реализована возможность использования пулов ликвидности для многофилиальных кредитных организаций, что актуально для Федерального казначейства с его распределенной системой территориальных учреждений, а также для ряда других клиентов, у которых есть такая необходимость. Реализована возможность взаимодействия с внешними платежными системами и клиринговыми организациями, чтобы участники расчетов могли завершать свои расчеты по счетам в Банке России, что соответствует международным стандартам,

«Принципам для инфраструктур финансового рынка» в части минимизации кредитных рисков участников.

Руководствуясь лучшей мировой и российской практикой, в целях повышения уровня бесперебойности функционирования платежной системы предусмотрена возможность бэкапирования нового платежного решения. Причем резервируются и программные, и аппаратные компоненты, и средства обеспечения доступа.

В рамках дальнейшего развития, как мы и планировали, с 1-го января следующего года в соответствии с правилами платежной системы будет реализована возможность использования косвенными участниками механизма прямого дебетования в сервисе срочного перевода. Мы считаем, что это должно способствовать ускорению расчетов уже между клиентами банков, юридическими лицами. Кроме того будет предоставлена возможность осуществления так называемых «условных» платежей, которые должны исполняться при наступлении какого-то определенного условия.

Важный дальнейший шаг по развитию наших сервисов – с конца января 2019 года, как мы планировали и анонсировали, запускаем сервис быстрых платежей в платежной системе.

У нас уже закончены все необходимые доработки, о чем я расскажу позднее. Сейчас идет



тестирование с группой пилотных банков, чтобы в заявленные сроки запустить сервис.

Еще в наших планах, как мы и говорили, перевод взаимодействий в рамках нашей платежной системы на стандарты, совместимые с международным стандартом ISO-20022.

ранее начала 2021 года. Но мы, безусловно, заблаговременно проинформируем обо всех деталях планах, которые нам понадобятся реализовать, чтобы это сделать. И уже во второй половине следующего года мы опубликуем наш альбом стандартов, чтобы вы также могли заблаговременно с ним ознакомиться, проработать и начать предпринимать необходимые действия на уровне участников платежной системы.

Далее подробнее расскажу о системе быстрых платежей, которую мы запускаем с конца января 2019 года. В международной

Если говорить о сроках, то это точно будет не





практике под «быстрыми», «моментальными» или «мгновенными» платежами понимается система безналичных переводов или платежей, прежде всего для расчетов между физическими лицами. Доступ к такому сервису, как правило, обеспечивается в режиме 24/7/365 дней в году с мгновенным или близким к мгновенному (буквально, в течение нескольких секунд) зачислению денежных средств от плательщика к получателю. Такие системы реализованы во многих странах мира. Большинство стран там, где этого еще нет, работают над соответствующими проек-

тами, уже близки к реализации, либо имеют планы по внедрению таких сервисов в своих юрисдикциях.

Банком России, Национальной системой платежных карт, Ассоциацией развития финансовых технологий и её банками-участниками в прошлом году также был инициирован такой проект у нас в России. Оператором, расчетным банком этой системы будет выступать Центральный банк. Функцию платежно-клирингового центра будет выполнять НСПК, используя свой опыт по построению карточной системы.



Основными преимуществами конечной системы мы видим простоту и удобство инициации платежа, в том числе с использованием в качестве идентификатора номера мобильного телефона. Это будет не единственный идентификатор: в перспективе мы планируем возможность осуществления платежей и по другим идентификаторам – e-mail, ID в социальных сетях и другим. Доступность сервиса, как и должно быть свойственно системам быстрых платежей, у нас будет обеспечена в режиме 24/7. Соответствующие доработки на уровне платежной системы уже реализованы.

Система быстрых платежей – это будет третий сервис платежной системы Банка России. Важно отметить, что для кредитных организаций также будет обеспечен межбанковский расчет в режиме реального времени, без отложенного расчета. Мы этим самым минимизируем кредитные риски.

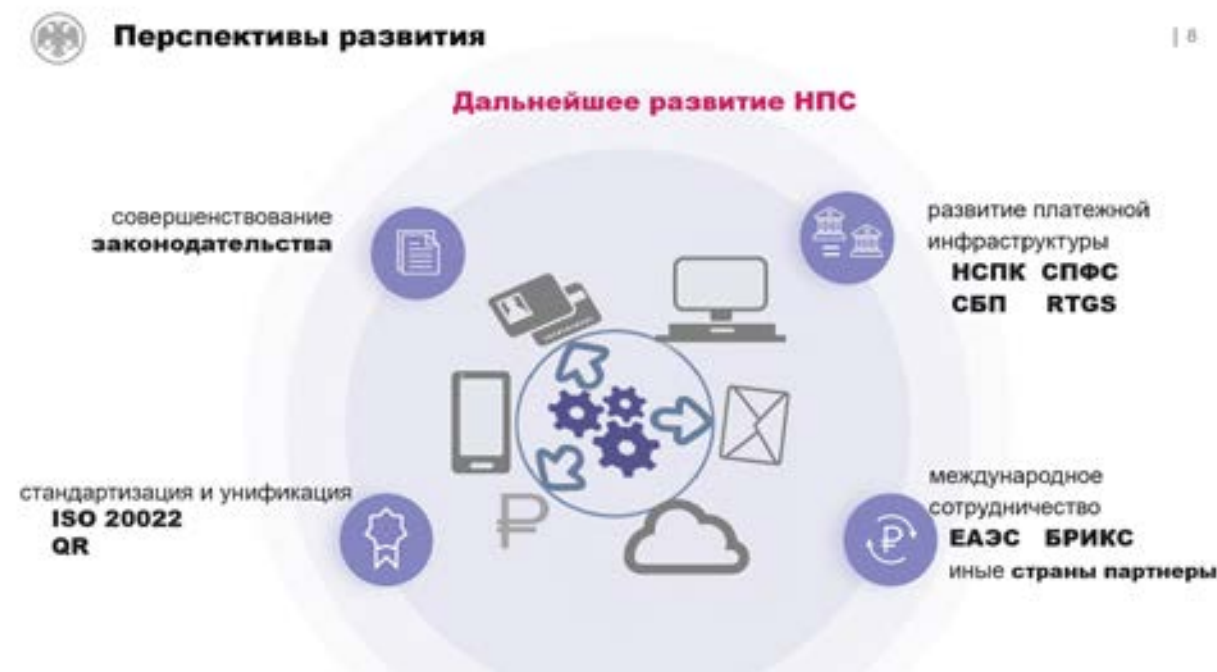
Очень важным фактором является низкая стоимость операций для конечных потребителей. Комиссия за перевод должна быть ниже предоставляемых в настоящее время клиентам. Сейчас мы завершаем работу над тарификацией. Я думаю, что на следующей неделе, после соответствующего принятия советом директоров конкретных тарифов, они будут опубликованы и доступны на сайте. Мы проинформируем вас об этом.

Ранее, в рамках Финополиса мы говорили, что комиссия для банков не должна превышать 6 рублей, и взиматься она будет в равных долях с банка-плательщика и с банка-получателя.

Еще хотела бы отметить, что мы уже сейчас на уровне технологических решений закладываем, что обмен электронными сообщениями между банками-участниками системы и операционным платежно-клиринговым центром НСПК реализован в форматах на базе стандарта ISO. Это позволит дальше ничего не перестраивать, имея в виду планы перехода на данный стандарт взаимодействия в национальной платежной системе.

По нашему видению, система быстрых платежей должна быть направлена в первую очередь на развитие рынка платежных услуг, снятие межбанковских барьеров при переводах между физическими лицами, предоставление простых, удобных, инновационных сервисов для потребителей финансовых услуг, повышение привлекательности безналичных расчетов и снижение их стоимости. Вот все характеристики и преимущества, которые будут свойственны этому сервису.

На первом этапе система будет предоставлять возможность осуществления операций между физическими лицами или между счетами одного физического лица в разных банках. На следующем этапе будет обеспечена возможность осуществления расчетов и с участием юридических лиц (так называемые типы операций C2B), и при взаимодействии с государственными органами (операции C2G).



Несколько слов о развитии проекта Системы передачи финансовых сообщений. Напомню, что система была запущена в конце 2014 года в целях снижения внешних рисков, обеспечения гарантированного и бесперебойного оказания услуг по передаче финансовых сообщений по внутрироссийским операциям, обеспечения единых принципов и правил обмена сообщениями между участниками. В рамках СПФС уже тогда была реализована возможность передачи сообщений в собственных форматах участников, контроль сообщений, возможность настройки списка собственных контрагентов, типов принимаемых от них сообщений. На сегодня участниками системы являются более 400 пользователей. Это и банки, и Федеральное казначейство, и ряд крупных юридических лиц. Ежедневно через систему проходит более 30 тысяч сообщений. Подключение участников осуществляется по мере их технической готовности и заключения соответствующих договоров с Банком России, предоставляющим эти услуги.

Законодательно была установлена возможность получения услуг СПФС не только резидентами, но и иностранными участниками.

На сегодняшний день техническая, организационная и правовая возможность также обеспечена. У нас уже есть первый зарубежный клиент, с которым заключен такой договор, и сейчас осуществляется взаимодействие по техническим аспектам. Также ведём взаимодействие с потенциальными участниками

из других стран, которые сейчас обсуждают наш договор и проводят свои внутренние процедуры его согласования. Так что мы надеемся, что наша клиентская база будет расширяться и за счет иностранных участников.

В рамках дальнейшего развития в первом квартале 2019 года будут реализованы стандартные сообщения для клиентов-юридических лиц, о чём нас просили наши пользователи. Мы надеемся, что это поможет им наращивать, в том числе, объем трафика, передаваемого через СПФС. Это могут быть и платежные поручения, и получение выписок при взаимодействии с банком. По завершению второго квартала по плану должны быть реализованы также документы валютного контроля. Мы совместно с нашими клиентами выработали план, последовательность реализации, исходя из приоритетов для клиентов, исходя из которой с 2019 года мы начинаем именно это.

Кроме того, мы хотим продолжать совершенствовать нашу договорную базу и переходить от двусторонней формы договора, на которой мы сейчас работаем, к более легкому формату оферты. Поэтому сейчас работаем над такой формой, чтобы клиентам было проще присоединяться к сервису.

Не могу не сказать о нашей Национальной системе платежных карт. На сегодня у нас выпущено более 48 миллионов карт. Доля операций по этим картам составляет более 13%. Был завершён перевод работников бюджетной сферы на карты «МИР». Прделана очень серьезная, кропотливая работа в сотрудничестве банков, регулятора, органов исполнительной власти, что позволило обе-

спечить исполнение законов в установленные сроки. До конца года платежной системой «МИР» будут предоставлены сервисы для всех банков сервисы – МирPay и SamsungPay. Они будут доступны банкам и их клиентам, которые смогут осуществлять платежи, используя свои мобильные телефоны. То есть, полномасштабно реализуется в платежной системе «Мир» то, что реализуется во всех платежных системах, – трансформация форм-фактора, когда для осуществления платежей всё больше используются мобильные телефоны.

Также планируется дальнейшее развитие программы лояльности платежной системы «МИР», в том числе за счет расширения перечня участников и пользователей системы. Сейчас наши коллеги в платежной системе работают над новой стратегией, где среди прочего предусмотрены мероприятия по повышению привлекательности их собственной программы лояльности. До конца этого года далее платежная система «МИР» продолжит расширять свое присутствие в странах ЕАЭС и других.

Напомню, что есть еще одна дата, установленная законодательством, – до 1 июля 2020 года должен быть завершен переход еще одной категории граждан – пенсионеров – на карты «МИР».

Речь идет о тех пенсионерах, которые в настоящее время используют карты иных платежных систем. При этом сохраняются все возможности получения выплат и пенсий, которые предусмотрены действующим законодательством: иные счета, книжки, получение пенсии на дому. Пенсионеры будут сами выбирать тот способ получения пенсии, который им удобен.

Завершая выступление, хочу подчеркнуть, что отмеченные мной проекты – это, конечно, далеко не все направления нашей работы в сфере развития национального платежного пространства.

Я анонсировала в прошлом году на Форуме, что мы готовим изменения в 161-й закон. Могу сказать, что мы успешно продвигаемся в этом направлении и уже завершили эту работу. Надеюсь, что уже на днях законопроект будет внесен в Думу.



Напомню, речь идет о регулировании новых игроков, поставщиков платежных приложений – регулирование платежных агрегаторов, требования к иностранным платежным системам, которые осуществляют трансграничные платежи, обеспечивают проведение этих операций на территории Российской Федерации, и ряд других законодательных инициатив, связанных с электронными кошельками и так далее. Основной акцент в этих законопроектах – на обеспечении прав потребителей, информационной безопасности и бесперебойности технологических сервисов; учёте участников, о которых мы говорим, в рамках реестров, которые в отношении текущих игроков ведутся Центральным банком. Буквально в ближайшее время законопроект будет представлен в Думу и начнется законопроектный цикл.

В области стандартизации и унификации мы продолжим свою работу.

В целях повышения уровня STP-процессов будем продолжать нашу деятельность по переводу на стандарты ISO не только в рамках нашей платежной системы, но и в целом национальной платежной системы.



Будет продолжен анализ международной практики внедрения IBAN в целях оценки возможности перехода на него и у нас. Также на уровне национальной платежной системы планируем принятие еще одного стандарта – по QR-кодам для расширения возможностей осуществления платежей с использованием такой технологии.

Конечно, продолжится работа по развитию нашей платежной инфраструктуры. Это и НСПК, и система передачи финансовых сообщений, запуск и дальнейшее развитие сервиса быстрых платежей в рамках платежной системы Банка России.

И еще одно направление, о котором несколько слов говорила выше, – это международное сотрудничество, в первую очередь, с нашими ключевыми партнерами – странами ЕАЭС, БРИКС и другими.

Мы, безусловно, как и раньше, будем учитывать мнение представителей банковского сообщества при формировании дальнейших направлений развития национальной платежной системы. Уверена, что именно такой формат взаимодействия, с одной стороны, позволяет быстрее и более гибко отвечать на стоящие перед нами вызовы, с другой стороны, учитывать интересы всех вовлеченных сторон, в целом обеспечивать финансовую стабильность банковской системы.

В заключении своего выступления я хочу пожелать всем участникам Форума успешной и

плодотворной работы. Я видела программу, в ней действительно затрагивается много интересных тем и вопросов. И я думаю, что те решения и предложения, которые будут выработаны, мы с удовольствием будем их обсуждать. Думаю, что многие из них найдут отражение в нашей совместной деятельности. Спасибо.

Эльман МЕХТИЕВ: Вы несколько раз упомянули ISO-20022 и принятие стандартов Банка России, приближенных или максимально соответствующих ISO20022. Нельзя ли более детально рассказать, зачем и когда и какие шаги будет предпринимать Банк России по этому стандарту и по вещам, приближенным к нему.

Алла БАКИНА: Переход на этот международный стандарт в настоящее время является частью нашей действующей стратегии. Достаточно много работы уже было проделано, и мы планируем дальше двигаться в этом направлении. У нас на национальном уровне были сформированы общие подходы к внедрению стандарта, разработан план работ по этому направлению внутри Банка России.

Я напомним, что у нас уже принято 2 национальных стандарта в этой области: стандарт, который отражает общие подходы, и правила обмена финансовыми сообщениями при переводе денежных средств по инициативе плательщика. же разработан и согласован на площадке 122 технического комитета третий стандарт, который касается прямого дебета.

Я надеюсь, что он в ближайшее время тоже будет принят и опубликован. Далее шаг за шагом мы будем внедрять эти стандарты.

Здесь важно понимать, что не только Центральный банк и поднадзорные банки задействованы в этом процессе. Еще очень важно скоординироваться с другими ведомствами. Мы начали эту работу. У нас задача, скажем так, сделать национальный план перехода всех участников, ведомств, регулятора на этот стандарт. По срокам, естественно, синхронизируемся с международной уполномоченной организацией, которая отвечает за внедрение стандарта. Мы уже начали обсуждение для того, чтобы понимать, как по всем странам будет осуществляться переход, какими этапами, чтобы, заранее идя в этом направлении, понимать, какими темпами, как, куда мы движемся, и в какую конечную точку мы придем.

Ну а цель всего этого очень сложного упражнения – то, что нам необходимо переходить на безбумажные технологии, на минимальное количество (а в идеале – на исключение) конвертаций одних форматов в другие. То есть, все должны начать разговаривать на одном универсальном языке.

Это упростит взаимодействие, оптимизирует операционный процесс и, в конечном счете, сделает более эффективной автоматизацию.

Эльман МЕХТИЕВ: Вы упомянули, что резко возросло количество пользователей карт «МИР» и транзакций по ним. Но как банкиры мы привыкли, что самые «вкусные» транзакции – за рубежом. Сейчас, к сожалению, я могу назвать только одну страну, где это возможно, – Армения. Когда ждать транзакций в других странах?

Алла БАКИНА: Надо понимать, какое количество нашего населения выезжает за границу, то есть число тех, кому этот продукт будет интересен. В последний раз я видела цифру, что, по данным выдающего у нас загранпаспорта ведомства, порядка 10-12-15% граждан имеет загранпаспорт.

Вообще, впервые возможность расплачиваться картами «МИР» за рубежом у нас появилась еще в 2015 году, тогда, когда мы заключили кобейджинговый договор с системой MasterCard. Ряд банков выпускает карты «МИР – Maestro».

Мы и с другими международными платежными системами заключили соответствующие кобейджинговые договоры. Это и китайская платежная система, и ряд других. На сегодня российские банки имеют возможность предлагать своим клиентам достаточно широкий и разнообразный вариант кобейджинговых инструментов, когда карта на территории Российской Федерации работает, как наша национальная, за рубежом – по правилам и тарифам той платежной системы, с кем заключен кобейдж. Единственное, держатель должен понимать, где та или иная платежная система принимается. Хотя эти международные платежные системы сейчас достаточно широко представлены и в Европе, и в Азии, и в других странах.

Если говорить не о кобейджинговой форме взаимодействия, то на пространстве ЕАЭС платежная система «МИР» работает в рамках разных форм сотрудничества. Это и Белоруссия, и Армения, и Киргизия, и Казахстан. С Арменией такая возможность уже реализована, карты там работают. Завершается реализация аналогичного проекта с Киргизией, и мы надеемся, что до конца этого года там начнут принимать «МИР». Уже подписана детальная дорожная карта с белорусской платежной системой БЕЛКАРТ. В течение следующего года мы будем реализовывать там проект. В Казахстане нет своей собственной национальной платежной системы, поэтому платежная система «МИР» работает с отдельными банками. Соглашение подписано с группой ВТБ, которая представлена за рубежом. Кстати, в Белоруссии карта «МИР» уже работает в сети ВТБ. С казахстанским ВТБ было подписано подобное соглашение. Мы надеемся, что в самое ближайшее время они начнут открывать свои сети.

То есть, это планомерная работа, которая требует решения и технических, и организационных вопросов, но я считаю, что мы движемся достаточно успешными темпами. Страны ЕАЭС – только одно из направлений. Подписано соглашение с одним из турецких банков, с другими ведутся переговоры. Есть нюансы с точки зрения тарифов, форм взаимодействия и этапности традиционные, но по всем традиционным туристическим направлениям, куда выезжают наши граждане на отдых и по другим своим мероприятиям (Турция, Таиланд, Эмираты, Вьетнам, ряд других стран), работа осуществляется. Я надеюсь, что в следующем году мы уже будем видеть и дальнейшее развитие в этом направлении.

Эльман МЕХТИЕВ: Главная тема Форума в этом году – это конкуренция. Нам всем неоднократно приходилось сталкиваться с лоббизмом со стороны других индустрий темы, что Банк России или законодатель должен ввести регулирование тарифов в платежной сфере. Хотелось бы понять отношение Банка



России по этому вопросу. Нужно ли вводить такое регулирование, которое работает на одну индустрию и, соответственно, не приветствуется другой индустрией?

Алла БАКИНА: Действительно, вопрос неоднократно обсуждался, на нас выходили разные участники, проводили мы и неформальные обсуждения этого вопроса.

У нас как регулятора позиция не изменилась. Она озвучивалась руководством, и я тоже её сейчас подтверждаю. Банк России не планирует вводить регулирование в этой области.

Очень важно понимать, что взаимоотношения в эквайринговой индустрии – это очень сложный, многогранный механизм. Не мне вам рассказывать, что эквайринговая комиссия состоит из двух частей. Большая часть, так называемое межбанковское вознаграждение идет на осуществление различных стимулирующих выплат держателям со стороны банка-эмитента, покрытие расходов программ лояльности, финансирование кредитных продуктов, на всё, что стимулирует эмиссию. 20% торговой уступки покрывает операционные расходы банков-эквайеров на поддержание и обслуживание POS-терминальных сетей.

Зарубежные примеры введения регулирования показывали, что там, где участники недополучали эти средства, когда их искусственно снижали, фактически возмещали их за счет клиента через другие вещи. Шло увеличение стоимости обслуживания карт, стоимости обслуживания устройств, эмитенты сворачивали свои программы лояльности. Тем самым наблюдалось сокращение эмиссии и количества операций, что явно совершенно не та задача, которую хотели решить регулированием. Так что очень важно соблюсти баланс интересов и торговых сетей, которые предоставляют услуги, и мотивационную поддержку для банков, которые предоставляют платежные инструменты своим клиентам.

Поскольку на Форуме заданы такие акценты обсуждения конкуренции, я думаю, что эту тему вы тоже будете обсуждать.

И здесь нужно искать другие решения, не такие жесткие и не такие односторонние, как введение регулирования. Тем более, что есть много зарубежных примеров, когда регулирование имело, фактически, обратный эффект. Поэтому, в моём понимании, нужно смотреть в другом направлении. Это и активизация анти-монопольной службы по демополиза-

ции рынка, где уже есть целая система мероприятий. Это увеличение числа различных игроков, увеличении доли национальных платежных инструментов, появление альтернативных систем и способов оплаты. В частности, если мы говорим о системе быстрых платежей, то она также представляет альтернативный способ, который должен содействовать решению, в том числе, и решению этой задачи.



VI НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАТЁЖНЫЙ ФОРУМ РОССИИ 2018 БУДУЩЕЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПЛАТЁЖНЫХ УСЛУГ



Евгений
БОЛЬШАКОВ

Людмила
БОКОВА



Эльман
МЕХТИЕВ



Ирина
АКИМОВА

КОНКУРЕНЦИЯ НА ПЛАТЕЖНОМ РЫНКЕ: АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И ИЗМЕНЕНИЯ В СВЯЗИ С ЦИФРОВИЗАЦИЕЙ

Модераторы:

Ирина АКИМОВА

Ассоциация антимонопольных
экспертов, Руководитель
антимонопольной практики, Адвокат,
АБ «BGP Litigation»

Евгений БОЛЬШАКОВ

Адвокатское бюро «Егоров, Пугинский,
Афанасьев и партнеры»

Приглашены к участию:

Светлана АВДАШЕВА
НИУ ВШЭ

Людмила БОКОВА
Совет Федерации

Эльман МЕХТИЕВ
АРБ

Мария МИХАЙЛОВА
НПА

Ольга СЕРГЕЕВА
ФАС России

Владимир ТАМОЖНИКОВ
Банк России

Ирина АКИМОВА: В настоящее время рынок платежных услуг находится в стадии активного развития, что связано в том числе с цифровизацией, а также с тем, что данный рынок отличается многообразием участников. Сам факт, что мы сегодня обсуждаем развитие конкуренции на платежном рынке, говорит о том, что начальную стадию формирования он уже прошел и, скорее всего, находится в стадии активного и – местами – взрывного роста. Поэтому закономерно, что, как и на любом другом рынке, появляются проблемы, которые необходимо решать, в том числе и для стимулирования конкуренции, которая является одним из факторов его дальнейшего развития.

Проблем, которые могут стать препятствием для развития рынка и конкуренции, достаточно много. Это и появление у ведущих игроков значительной рыночной власти, которая может приводить к злоупотреблениям, проявление недобросовестных практик и многое другое. Поэтому нужно обсуждать и принимать определенные решения. Влиять на развитие конкуренции можно в том числе путем совершенствования нормативно-правовой базы и, конечно же, инфраструктуры взаимодействия между бизнесом и регуляторами. Центральный банк и Федеральная антимонопольная служба в настоящее время

ведут активный диалог, который направлен на развитие конкуренции.

В рамках данной сессии мы бы хотели осветить основные проблемы и вопросы, которые сейчас прорабатываются в данном направлении.

Евгений БОЛЬШАКОВ: Правительственная программа развития цифровой экономики породила новые вызовы, в том числе и в финансовой сфере. Безусловно, законодателю надо как-то реагировать на меняющуюся ситуацию. Людмила Николаевна, расскажите, пожалуйста, про это.

Людмила БОКОВА: Замечательный форум и замечательно, что поднимается тема, связанная с нормативным регулированием тех процессов, участниками которых мы с вами являемся, причем не только с позиции должностных обязанностей, но и как граждане Российской Федерации. Для меня как представителя Верхней палаты Парламента и нашего комитета очень важны происходящие в настоящее время процессы, связанные с форматами цифровизации взаимодействия гражданина, бизнеса и государства. Этот триумвират очень сложен. И для нас очень важно в современных условиях найти определенный баланс.



На мой взгляд, в вопросе нормативного регулирования на первое место выходит целесообразность принимаемых решений, их своевременность и сбалансированность.

Основные моменты, которые связаны с нормативным регулированием, заложены в перспективных и стратегических документах, одним из которых является принятая указом президента РФ Стратегия развития информационного общества до 2030 года. Там вектор движения достаточно широко отражен. С другой стороны, у нас есть конкретная программа – программа-минимум, «Цифровая экономика», в рамках которой большой сегмент уделен как раз нормативному регулированию. В ней более 50 законопроектов и идет действительно серьезное обсуждение правового поля.

При этом мы должны понимать, что цифровая экономика предъявляет новые требования к законам. Я как законодатель ощущаю, каким образом должно подстраиваться под эти процессы нормативное регулирование. У меня сложилось четкое понимание, что то, как мы привыкли подходить к отраслевому регулированию, уже не работает. Раньше мы все пропускали через призму отрасли, в рам-





ках отрасли рассматривали регулирование. И в этих рамках все было понятно: правоотношения, объекты и предмет правового регулирования. Сегодня все не так.

Классическая форма нормативного отраслевого регулирования не работает. Поэтому сегодня мы выходим на то, чтобы в нормативном регулировании совместить разные отрасли для решения определенных задач. Как рынок стирает между отраслями границы, так же и нормативные документы должны быть даже не на стыке отраслевого регулирования, а совмещать регулирование разных отраслей в одном нормативном документе.

Задача сложная, но нам как нормотворцам мимо этого вызова пройти нельзя, нужно каким-то образом поддержать отрасль и найти баланс.

На какие вызовы цифровой экономики пытаемся дать ответы с помощью регуляторики в настоящий момент? Сегодня на площадке Форума будет обсуждаться взаимодействие между операторами сотовой связи и банками, платежными системами. Это совершенно

полярные отрасли, но сегодня настало время, когда они могут обогащать друг друга для решения конкретных задач. Одной из таких задач мы как государство ставим защиту потребителей и обеспечение на самом высоком уровне безопасности их денежных средств.

Этот вопрос не вчера возник, он был очень серьезно проработан экспертным сообществом и серьезно формализован в конкретных законодательных актах. Совет Федерации выступил с законодательной инициативой, чтобы дать возможность операторам связи обмениваться с банковским сообществом данными по абоненту (который обычно является и абонентом сотовой связи, и в то же время клиентом платежной системы или банка), в частности данными о его техническом статусе. Если рассматривать судебную практику, чаще всего мошеннические действия происходят с подменой SIM-карт. Почему в таком случае не дать операторам право предупреждать банковское сообщество о том, что статус абонента изменился, чтобы минимизировать расходные обязательства в виде судебных решений и сделать ситуацию гораздо комфортной и безопасной для клиента банка и абонента сотовой связи. Мы предложили законодательное регулирование, и идет серьезное обсуждение, в которое, думаю, вы так или иначе будете вовлечены, взаимодействие достаточно открытое.

Эффективность такого правового регулирования зависит от многих показателей, в том

числе и от того, какой технологический механизм будет заложен в схему взаимодействия. Казалось бы, все просто: банк и оператор прописали обязательства – но нет. Как технически они будут взаимодействовать – для нас тоже очень важно. Я выскажу свое мнение как нормотворец: мне кажется, должно быть много вариантов взаимодействия. В условиях рынка и конкуренции, наверное, это будет более правильное решение, чем какой-либо единый подход, единая централизация.

Должны быть единые правила, но варианты решения и согласования этих правил и взаимодействия могут быть разные.

Я думаю, что специалисты и эксперты как раз могут эти варианты найти.

Также важным для нас является в поставленных целях, чтобы конечным бенефициаром был клиент. Насколько он будет защищен, – технологически и законодательно, – настолько мы сможем дать ответы на вызовы информационного общества, связанные с процессом цифровизации.

У нас есть площадка в Совете Федерации – Комиссия по развитию информационного общества, где мы стараемся обсуждать эти темы. Если обобщить, основная задача остается одна – создать такие инструменты, и законодательные, и технологические, которые позволят всем участникам самостоятельно выбрать тот набор опций, который для них интересен, целесообразен, и, с одной стороны, создает конкурентные преимущества, а с другой стороны, служит достижению клиентоориентированных целей и операторов сотовой связи, и банковского сообщества. Тогда, я думаю, цифровая экономика и цифровизация, которая обсуждается у нас, будет сбалансирована, и мы как нормотворцы будем стараться рассуждать не ограничительными параметрами, а с позиции развития.

Евгений БОЛЬШАКОВ: Вы сказали, что безопасность пользователей – один из приоритетов законодателя, что понятно. В остальном у меня сложилось впечатление, что вы придерживаетесь либертарианского подхода и считаете, что отрасль здесь может регулировать себя сама. А может ли законодатель дать какие-то стимулы для развития или этого не требуется?

Людмила БОКОВА: В законодательстве должны быть определены базовые параметры. Прежде всего любой закон должен отвечать определенным требованиям, предмет этого закона должен быть понятен для всех. Объекты и правоотношения мы тоже должны



прописать. В моей практике очень много законов. Они сложные, но с ними интересно работать. Их нельзя отнести к либертарианству. Все-таки есть правовые понятия: позитивное право, позитивные законы. В этой парадигме и стоит говорить, когда мы говорим о цифровой экономике. Потому что у нас много векторов: государство должно отстаивать свои интересы, гражданин – свои интересы. Его право и его возможность выбора тоже должны быть представлены. Гражданин мерит эти задачи в том числе, исходя из своих экономических возможностей и потребностей. У кого-то они могут быть широко представлены, часть населения испытывает сложности в материальном плане. И чем меньше мы будем залезать в карман наших потребителей и более гибкие модели будем создавать, тем лучше будет развиваться рынок и повышаться благосостояние наших граждан. Бизнес здесь тоже должен быть участником.

Повторюсь, с моей точки зрения, должны быть гибкие модели.

Закон должен описывать правовые отношения. Все остальное – как правило, подзаконное нормативное регулирование, и оно должно быть вариативным – могут присутствовать разные варианты и опции. Отраслевое регулирование должно работать на подзаконных актах.

Нельзя сегодня разбивать правовое поле на отрасли: базовые законы должны содержать межотраслевое взаимодействие, а уже подзаконные акты могут содержать чисто отраслевое регулирование для сближения отраслевых позиций.

Потому что мы прекрасно понимаем, что, к примеру, базы данных по-разному формируются и находятся на разной степени развития. Чтобы взаимодействие происходило, нужно также иметь в виду технологические моменты – как и по каким принципам работает отрасль. И законодателю без экспертного сообщества порой бывает сложно придумать эти модели. Диалог и коммуникация должны быть на очень высоком уровне.

Ирина АКимова: На ваш взгляд, какая бы была максимально эффективная форма взаимодействия законодателей с участниками рынка? И в настоящий момент, если возникает конфликт интересов, как вам удается выходить из таких ситуаций?

Людмила БОКОВА: Уже сложилась определенная традиция. Еще в 2011 году у нас была создана на площадке Совета Федерации Ко-

миссия по развитию информационного общества. Она была создана для обсуждения предыдущей Программы развития информационного общества. Сейчас у нас есть Стратегия развития информационного общества до 2030 года. Мы взяли на себя задачу обсуждать стратегические параметры. Если мы выходим в итоге на законодательное регулирование, то для меня очень важна принципиальная позиция: мы работаем открыто, приглашая отрасль к диалогу, но при этом очень требовательно к этому диалогу относимся. Если есть критика, то нужно доказать, что называется, с ручкой в руках поработать над документом.

Для нас очень важна открытость позиции. Коммуникационная площадка у нас есть – более 200 экспертов взаимодействуют на этой площадке по разным вопросам.

Если возникает конфликтная ситуация в плане регуляторики, то она должна разрешиться компромиссными решениями, для сближения позиций тоже нужно открыто говорить.

На то мы и парламент – мы должны говорить, эту дискуссию вести. Это порой бывает сложно, но опыт показывает, что те законы, которые мы создали в отраслевом регулировании, к примеру, по телекому, работают. Я не хвалю себя, но многими законами я горжусь. Потому что они родились не благодаря, а вопреки. И когда чувствуешь, что они работают и приносят пользу, то это здорово. Для меня любой закон, который идет за моей подписью – это как ребенок. Мы наблюдаем, как он растет, формируется и как его можно изменить, опять же, исходя из диалога с отраслью. Во всяком случае, такая позиция. Не всегда слышат, но мы тем не менее стараемся убеждать.

Ирина АКимова: Говоря о конкуренции, нельзя не упомянуть указ президента, в котором в конце прошлого года был утвержден национальный план по развитию конкуренции. Этим документом конкуренция возведена в ранг национального приоритета. Также этим документом правительство возложило некоторые полномочия в области развития конкуренции на финансовом рынке на Центральный банк и Федеральную антимонопольную службу. Сроки им выделены достаточно сжатые, некоторые материалы должны быть представлены уже в первом квартале 2019 года.

Владимир, расскажите пожалуйста, как у вас идет работа. Как мы знаем, Центральным банком был подготовлен доклад о состоянии конкуренции на финансовом рынке. Какие были сделаны выводы и какие будут пред-



приниматься меры для развития конкуренции?

Владимир ТАМОЖНИКОВ: Был Указ Президента, выпущенный в конце прошлого года. Он высоко оценен профессиональным сообществом как закладывающий фундамент под большую работу по развитию конкуренции. По итогам Указа была сформирована дорожная карта развития конкуренции. Она была утверждена правительством летом этого года. Карта охватывает все рынки, и там есть четвертый раздел – по развитию конкуренции на финансовом рынке. Это целый комплекс мероприятий с конкретными датами, сроками и мерами реализации. Сроки действительно очень короткие, но я надеюсь, мы за них не выйдем. При этом для нас приоритет – это качество.

Что касается платежных услуг и переводов, один из пунктов – создание равных условий для осуществления переводов с банковских счетов физических лиц на счета третьих лиц, открытых как в одной организации, так и в различных кредитных организациях. Форма исполнения этого пункта – это доклад, причем мы хотим расширить суть этого доклада. Сейчас Банк России выстраивает процесс по развитию конкуренции на финансовом рынке и перестраивает подход к этому важному делу. Совместно с ФАС мы решили подготовить более концептуальный и серьезный доклад по состоянию конкуренции в сфере платежей и переводов. Он, возможно, станет

основой для реализации сразу нескольких пунктов дорожной карты. В настоящее время мы его готовим и у нас есть первые результаты. До завершения еще осталось некоторое время, и мы хотим сделать комплексное исследование отрасли и посмотреть ее текущее состояние: куда движется отрасль, каким образом конкурируют субъекты в этой отрасли, каков портрет потребителя, каким образом потребитель делает выбор при совершении платежа или другой услуги по переводу средств. По итогам мы хотим дать комплекс предложений по развитию конкуренции в данной области. Мне кажется, это будет тот самый комплексный подход, которого нам часто не хватает. Часто мы берем только фрагмент и из него строим целую картину, которая в итоге не совпадает с действительностью.

Мы хотим опубликовать первый доклад в первом квартале 2019 года. Это будет наш «пробный камень» в будущем подходе Центрального банка к работе с конкуренцией, после чего мы возьмемся и за другие сектора отрасли. Мы начали с платежной сферы – для нас это очень важный компонент. На слайде приведены некоторые количественные показатели, которые мы могли бы пока обсудить. Самый главный вывод, который можно из них сделать, что доля наличных падает, объемы безналичных операций с платежными картами растут, причем, растут экспоненциально. Средний размер операции снижается и нам еще есть куда расти. И, зна-

чит, текущее состояние конкуренции в этой сфере не является приговором, поскольку, как многим из вас известно, в динамично развивающейся отрасли на растущем рынке начальное состояние конкуренции – это лишь начальная точка, и дальнейшее развитие будет зависеть от системы правил, которые будут установлены.

Структура рынка пока не радует с формальной точки зрения. С другой стороны, это симптоматика, а не диагностика. Симптомы могут быть вызваны разными причинами.

Цель нашей работы по конкуренции в настоящий момент – найти причины, провести диагностику текущего состояния рынка.

Как вы видите, с формальной точки зрения нам есть, куда развиваться, и точно есть, что менять.

Профиль потребителя и его предпочтения мы пока еще изучаем – каким образом потребитель делает выбор на рынке платежных услуг и услуг переводов, что им движет, какими формами и инструментами он пользуется. Некоторые выводы мы уже сделали. Сейчас основным инструментом являются банковские карты, которые в подавляющем большинстве случаев люди получают через зарплатный проект. Вторая по популярности – социальная карта.

Получается интересная связка, что эмиссия зарплатных карт де-факто определяет полностью состояние конкуренции на рынках переводов, эквайринга, платежей и даже кредитования. Интересный межотраслевой эффект, когда решение проблемы в смежном секторе может привести к повышению конкуренции на рынке платежей и переводов. Но это предварительные данные.

После изучения мы представим на обсуждение публики окончательные выводы в первом квартале 2019 года.

В дорожной карте есть мера по развитию конкуренции в зарплатных проектах, и у нас есть некоторые предложения, которые мы также прорабатываем. Речь идет о том, что сейчас называют «зарплатным рабством», когда человек через работодателя получает карту и у него мало выбора. Часто работодатель давит на работников, но даже если не давит, есть ментальный барьер, чтобы пойти и узнать,

как это сделать, написать заявление, чтобы куда-то перейти, под неодобрительные взгляды работодателя – существенный барьер для того, чтобы что-то менять. Получив «зарплатную» карту, человек пользуется ей для переводов, платежей. И в этом же банке, поскольку вынужден иногда приходить в офис для решения каких-либо проблем, покупает другие финансовые продукты. В целом, серьезный барьер для повышения мобильности потребителя.

У нас есть мера и пока мы ее прорабатываем: может быть, крупным работодателям стоит предоставлять работникам выбор из двух-трех зарплатных проектов. Тут важна помимо декларирования цели и операционная часть: если мы обеспечим, что это будет не просто формальное соответствие требованиям, а действительно операционное – если работодатель будет это делать, и у работника появится свободный выбор, то это заработает.

Вторая интересная мера, которая тоже есть в нашей дорожной карте по конкуренции, – создание равных условий. Существует, что интересно, межрегиональная дискриминация, когда внутри одного банка перевод делается в одном регионе по одной стоимости, а в другом регионе (формально, это могут разные юридические лица, но для потребителя это технически один и тот же банк) по другой, получается какая-то комиссия. Она вызывает социальное раздражение, она не очень объяснима, хотя, конечно, какие-то издержки есть, но, с другой стороны, эти издержки не в полной мере соответствуют уровню того тарифа. И это то, что точно снижает мобильность потребителя, мобильность его денег, а значит, ухудшает конкуренцию.

Еще один вопрос – межбанковская дискриминация. Перевод внутри банка и перевод из банка в другой банк чаще всего тарифицируется по разным ставкам. Обычно внутрибанковский перевод – это 0%, а внебанковский перевод – это уже какой-то процент. Интересная мера была предложена – выравнивание тарифа по переводам вне и внутри банка. Цель – снижение барьеров мобильности для потребителя. Даже если потребитель был вынужден получить зарплатную карту в одном банке, но ему нравится другой банк, он мог бы пользоваться картой второго банка, для чего ему достаточно было бы перебросить средства на нее с зарплатной карты. Но если есть барьер в виде высокого и значимого для потребителя тарифа, человек либо вынужден оставаться в рамках «зарплатного» банка, либо есть другой субститут, который мы наблюдаем на рынке: физические лица просто ходят, снимают деньги в банкомате одного банка и несут их, рискуя своим здоровьем и тратя свое время, в другой банкомат или отделение другого банка. Причем, эти потоки идут в обоих направлениях. Пока мы только исследуем структуру этих потоков,

но уже вырисовывается картинка, что это не какой-то однонаправленный поток. Де-факто люди в равных соотношениях носят из банка в банк, из банкомата в банкомат и в отделения руками эти деньги.

Не знаю, свободная ли это рука рынка, или это его неэффективность, но такой эффект ухудшает положение всех. Принять человека в отделении – это затраты в 70-100 рублей. Второе – банкоматы нужно содержать: защищенность, денежное обращение, инкассация. Третье – это затраты самого физлица на то, что он пошел, полдня потратил. А вдруг на него напали, тогда вообще получается целая трагедия. Тем не менее чаще всего мелкие суммы потребители переводят, несмотря на процент, а крупные суммы носят руками, что для всех участников процесса его удорожает.

Мы предлагаем решение, которое может снизить издержки и для бизнеса, и для потребителя и, в конечном счете, снизить барьеры для переключения потребителя.

Добавлю еще раз, что мы делаем сценарный анализ последствий, потому что не все однозначно, разные участники могут по-разному реагировать. Речь идет о выравнивании тарифа внешнего и внутреннего платежа. При этом тариф в разных банках может быть разным, и, таким образом, банки могут конкурировать между собой. Чтобы учесть все риски для потребителя, мы хотим детально проанализировать несколько сценариев, как может развиваться ситуация, чтобы мы не пришли к тем последствиям, которые мы не закладывали.

Ирина АКИМОВА: Сегодняшние спикеры говорили о том, что жесткое регулирование на рынке платежных систем достаточно преждевременно, и от такого жесткого регулирования нужно отходить и искать альтернативные способы. А в широком смысле Центральный банк какой подход к этому имеет? Вы за регулирование или за «свободную руку» рынка? Как вам видится баланс между регулированием и «свободной рукой» рынка?

Владимир ТАМОЖНИКОВ: Я могу потеоретизировать по поводу «невидимой руки» и, может быть, стоит это сделать, потому что некоторые люди действительно видят противопоставление между регулированием и свободой рынка.

На самом деле сам по себе рынок – это система взаимоотношений экономических субъектов, включая комплекс правил этих взаимоотношений. Свобода рынка, когда нет закона и никто никого не карает за то, что он кого-то ограбил или убил, – это неправильное понимание того, что является либертарианством.

Мое видение заключается в том, что свобода рынка и «невидимая рука» – это система правильных стимулов, которые должны работать.

Есть простые стимулы, на которых экономика развивается. Они обкатаны и их эффективность доказана во всем мире. Если человек видит связку между тем, что он сделал, и тем, что получил, то это важный стимул, который нужно поддерживать. Если эту связку нарушить, то стимул перестает работать.

Естественно, мы за сохранение подобных стимулов. Мы не хотим подменить эти стимулы какими-то нормативными требованиями, которые разрывают связки, стимулирующие развитие. Регулирование, его жесткость или нежесткость должны быть обоснованными – это главный критерий.

Мы должны понимать, зачем мы вводим ту или иную меру, мы должны понимать все последствия, если мы что-то делаем. Если мера направлена на защиту потребителей, и если решается действительно значимая проблема, то нужно ее вводить даже, если это где-то помешает бизнесу. Но мы должны понимать, что это в интересах потребителя, чтобы этот бизнес развивался. Каждый раз это предмет той же дискуссии, которую мы ведем в том числе и с парламентариями. Это важный конечный продукт обсуждения, формой которого является наше сегодняшнее выступление.

Евгений БОЛЬШАКОВ: Насколько я понимаю, сейчас вы готовите доклад по вопросам эквайринга. Хотелось бы вас спросить, так как тема закрытая с точки зрения получения информации, есть ли потребность в дискуссии и привлечении научного и экспертного сообщества к подготовке доклада?

Владимир ТАМОЖНИКОВ: Мы с ФАС обсуждаем возможность сделать все в рамках одного доклада – и платежи, и переводы, и эквайринг. Это очень близкие и взаимосвязанные темы.

Рыночная информация закрытая и это главный ограничитель и то, почему подготовка занимает время. Не хочется давать предложения, не имея всей информации. Поэтому помощь рыночных участников, экспертов и людей, обладающих операционным знанием на этой стороне, просто бесценна. У нас будет серия встреч для того, чтобы обкатать все наши идеи и понять те вещи, которые мы



Ключевым для нас в данный момент является реализация комплекса мер и плана мероприятий дорожной карты, о которой сегодня уже говорилось. И я бы хотела особенно обратить внимание на национальный план развития конкуренции и указ президента – он важен с точки зрения понимания того, куда и как государство планирует идти в развитии конкуренции.

Есть перечень основополагающих принципов государственной политики в области развития конкуренции. Одним из таких принципов является принцип отсутствия ценового регулирования на конкурентных рынках, за исключением случаев, установленных законом. Нужно понимать, что государство на конкурентных рынках не ставит перед собой задачу устанавливать цены, максимальные значения. Могут ли быть отхождения от этого принципа – очень серьезный и важный вопрос. Такие решения должны приниматься максимально взвешенно, продуманно и после серьезных обсуждений.

не понимаем и без которых было бы преждевременно давать рекомендации по изменению законодательства и регулированию этой сферы.

Евгений БОЛЬШАКОВ: Ольга, я так понимаю, что от лица ФАС над этими вопросами совместно с Центральным банком работаете вы? У вас как у регулятора какой взгляд на эти вопросы?

Ольга СЕРГЕЕВА: В самом начале хотела бы поприветствовать присутствующих. Форум – действительно хорошая площадка, чтобы обсудить вопросы, которые волнуют рынок и регуляторов.

Тема моего выступления – основные направления деятельности ФАС по развитию конкуренции. С одной стороны, упоминавшийся выше Доклад и основные направления деятельности определяются планом работ, определенных Правительством, а, с другой стороны, есть текущие задачи, которые мы выполняем. И я хотела бы обратить внимание, что мы ведем не только плановую работу, наши контрольно-надзорные функции исполняются в полном объеме. Мы рассматриваем жалобы, которые поступают, при необходимости возбуждаем дела и в полной мере ведем эту деятельность.

Я бы хотела остановиться отдельно на выбранном формате реализации национального плана и дорожной карты, который на сегодняшний момент уникален для всех рынков: создана межведомственная рабочая группа по развитию конкуренции на финансовых рынках. Она создана в целях реализации указов и включает представителей ФАС, Центрального банка, Минфина и Минэкономразвития. Представлены также обе палаты Федерального собрания и предполагается форма работы, которая будет учитывать все возможные мнения. В формате рабочей группы можно будет обсуждать все вопросы, которые волнуют.

По другим отраслям при работе по дорожной карте соблюдается принцип, когда есть главный исполнитель и есть соисполнители. Мы бы хотели в нашей работе на финансовых рынках перейти к формату только соисполнителей и вести обсуждение именно в таком ключе.

У нас большая рабочая группа, которая состоит только из ведомств, но, понимая необходимость обсуждения с рынком, мы по тем направлениям, которые есть в дорожной карте по финансовым рынкам, создали 7 рабочих подгрупп. Эти подгруппы включают не только ведомства, но и участников рынка – представителей профессиональных объеди-

План мероприятий

16 августа 2018 года в реализацию **Национального плана развития конкуренции в РФ на 2018 – 2020 гг.**, утвержденного Указом Президента РФ от 21.12.2017 № 618, **распоряжением № 1697-р** Правительство РФ утвердило

План мероприятий («дорожную карту») по развитию конкуренции в отраслях экономики РФ и переходу отдельных сфер естественных монополий из состояния естественной монополии в состояние конкурентного рынка на 2018 – 2020 гг.

План содержит **207 мероприятий** по развитию конкуренции в **17 отраслях** экономики –

из них **28 мероприятий на рынке финансовых услуг**

Рабочая группа

Приказом ФАС России от 23.04.2018 № 535/18 сформирована межведомственная Рабочая группа по развитию конкуренции на рынке финансовых услуг,

в состав которой, помимо представителей ФАС России, вошли представители Совета Федерации и Государственной Думы, Минфина России, Минэкономразвития России, а также Банка России.

- ✓ При Рабочей группе сформировано **7 рабочих подгрупп**, одна из которых – **подгруппа по рынку платежных услуг**, в состав которой включены представители профессиональных объединений, в том числе **НПА**.
- ❖ **подгруппа прорабатывает блок мероприятий Плана, посвященный развитию конкуренции на рынке платежных и иных связанных с осуществлением и получением платежей услуг**

Мероприятия (1)

Обеспечение конкуренции на рынке платежных услуг при осуществлении гражданами оплаты товаров (работ, услуг) путем:

- **создания правовых условий** для утверждения обоснованных тарифов на коммунальные ресурсы (услуги) посредством **введения прямого запрета на учет расходов на организацию приема платы** за такие ресурсы (абзац 2 пункта 8 Плана) – **II квартал 2019 года, постановление Правительства РФ, разъяснения ФАС России;**
- **установления единых правил организации приема платежей** через официальные сайты федеральных органов исполнительной власти, Единый портал государственных и муниципальных услуг и государственную информационную систему жилищно-коммунального хозяйства (абзац 3 пункта 8 Плана) – **II квартал 2020 года, проект ФЗ, постановление Правительства РФ;**
- **разработка и утверждение стандарта раскрытия информации** о стоимости оказания платежных услуг при использовании платежных терминалов (абзац 4 пункта 8 Плана) – **I квартал 2019 года, совместное письмо ФАС России и Банка России.**

Мероприятия (2)

Обеспечение конкуренции на рынке платежных услуг и иных связанных услуг при получении гражданами выплат из бюджетной системы и государственных внебюджетных фондов путем:

- **исключения возможности создания препятствий гражданам при выборе кредитной организации** для открытия банковского счета для перечисления на него пенсий и иных видов выплат (абзац 2 пункта 9 Плана) – **IV квартал 2018 года, доклад в Правительство РФ;**
- **повышения информированности** граждан и хозяйствующих субъектов **обо всех предусмотренных способах** получения пенсий и иных социальных выплат, а также о возможности оказания услуг в рамках осуществления таких выплат (абзац 3 пункта 9 Плана) – **I квартал 2019 года; обращение ФАС России с рекомендациями, разъяснениями;**
- **предупреждения и пресечения антиконкурентных практик** при организации получения гражданами пенсий и иных социальных выплат (абзац 4 пункта 9 Плана) – **по мере необходимости, правовые акты ФАС России и ТУ ФАС России.**

нений и платежных ассоциаций. Тем самым мы хотим прорабатывать отдельные вопросы сначала на подгруппах с участниками рынка, и в дальнейшем выносить эти вопросы на рабочую группу, стараясь максимально учесть все мнения и выработать общий консолидированный подход к тому или иному вопросу, который возникает.

Хочу также обратить внимание на то, что перечень мероприятий закрытый, но по факту он не закрыт. Мы договорились, что рабочая группа может принимать к рассмотрению какие-то иные вопросы, которые требуется рассмотреть. Например, упоминалась тема «зарплатного рабства». Она никак не сформулирована и не отражена в дорожной карте по развитию конкуренции, но вполне может быть обсуждена на площадке рабочей группы.

Теперь о конкретных мероприятиях. Есть блок вопросов, которые связаны с конкуренцией при осуществлении оплаты товаров, работ и услуг. Здесь есть несколько аспектов. С одной стороны, мы сегодня обсуждали, хочется применять комплексный подход, а, с другой стороны, есть конкретные «болевы» точки, и без решения проблем в этих точках не получится достичь общей цели.

Одна из таких «болевых» точек – это прием коммунальных платежей. Мы много говорим о профиле потребителя. Потребитель стремится платить там, где дешевле, и вообще минимизировать затраты, связанные с платежами. Как мы видим, это сохраняет свою актуальность и сейчас: потребитель выбирает ту кредитную организацию или способ оплаты, который не требует дополнительной комиссии. На деле, однако, эта комиссия вовсе не является нулевой, а заложена в тариф за жилищно-коммунальные услуги. Получается, что те, кто использует способы оплаты коммунальных услуг с комиссией, платят за тех, кто пользуется услугами конкретной кредитной организации, у которой тариф «бесплатный».

У нас была целая серия антимонопольных дел на эту тему: мы хотим комиссию, выплачиваемую предприятиями платежным организациям, вынуть из состава тарифа, чтобы в составе тарифа были только платежи за коммунальные услуги, а потребитель сам выбирал тот способ оплаты, который ему удобен, и расходы, связанные с выбором способа, нес сам.

Здесь важный момент, на который нужно обратить внимание – это не только вопрос потребителя, это искажает конкурентную среду. Бесплатные возможности пусть и не полностью, но во многом влияют на приток клиентов именно к тем кредитным организациям, которые предлагают бесплатные услуги, при том, что бесплатность этих услуг является фикцией. Мы планируем внести соответствующие изменения в постановление правительства и разъяснения ФАС. Эту работу мы хотим завершить ко второму кварталу 2019 года.

Еще один важный вопрос (и мы видим это по жалобам граждан): необходимо установить единые правила приема платежей, которые адресованы в бюджетную систему. У разных органов власти разные варианты оплаты и разные технологические возможности. Мы бы хотели, чтобы в этом вопросе было единство, чтобы граждане и кредитные организации знали, каким образом им подключиться к оплате тех или иных государственных услуг. Здесь вопрос не только нормативный, но, безусловно, и технологический. Один из ключевых аспектов, что эти технологии определяют конкурентные возможности.

Один из моментов, на который мы также обратили внимание, связан с платежными терминалами.

У платежных терминалов есть, на наш взгляд, нехорошая практика, когда информация о стоимости платежа различными способами скрывается.

Это может быть блеклый шрифт на экране, может быть процедура, которая требует нажатия бесконечного количества кнопок для того, чтобы получить информацию, сколько ты заплатишь за то, чтобы провести свой платеж. Есть варианты, когда тариф указывается в виде рубли, рубли, рубли... и вдруг проценты. Человек не замечает этого и рассчитывает на ставку, например, 10 рублей, а оказывается, что это 10% от суммы. Это недобросовестная практика и мы хотели бы разработать стандарт раскрытия информации платежными терминалами. Ведется совместная работа с Центральным банком, предполагается мягкий вариант – не нормативный акт, а совместное рекомендательное письмо. Надеемся, что это повлияет. Хотя это и не исключит правоприменительной практики к тем организациям, которые недобросовестно раскрывают информацию.

Следующий большой блок вопросов – это вопрос получения выплат из бюджета. Уже говорилось о том, что пенсионеров планируется переводить на карты «МИР». Есть множество иных выплат из бюджета, не свя-



- ✓ **Формирование правовых основ** для создания и функционирования **платформ быстрых платежей** (пункт 10 Плана) – **IV квартал 2019 года, проект ФЗ;**
- ✓ **Обеспечение конкурентных условий** формирования размера **торговой уступки** и **ставок межбанковской** комиссии при осуществлении расчетов с использованием платежных карт (пункт 11 Плана) – **I квартал 2019 года, доклад в Правительство РФ.**

Кроме того, в части развития конкуренции на рынке банковских услуг Планом предусмотрено:

- ✓ **Создание равных условий осуществления переводов** с банковских счетов физических лиц на счета третьих лиц, открытые как в одной, так и в различных кредитных организациях (пункт 7 Плана) – **IV квартал 2018 года, доклад в Правительство РФ.**

занных с пенсиями – различные социальные выплаты молодым мамам и другие разные единовременные пособия. Важно, чтобы у потребителя было реальное право выбора организаций, с помощью которых он может получать эти платежи.

К сожалению, мы видим, что право выбора гражданина ограничивается зачастую самими органами, которые осуществляют выплаты. Как мы говорим, у рыночных участников разные рыночные доли, но не всегда эти рыночные доли были получены рыночными способами.

И, к сожалению, это не всегда «заслуга» самих кредитных организаций. Во многом в сознании лиц, работающих в государственных органах, остается доверие к отдельным институтам, которые и пропагандируются.

Мне кажется, здесь очень важна разъяснительная работа, которую будут проводить и ФАС, и органы власти. Также немаловажно участие профобъединений и самих участников рынка. Мы не должны забывать, что на защите денежных средств граждан стоит система страхования вкладов. Она работает, средства граждан защищены, система не

дает сбоев и прекрасно функционирует. Если средства защищены, значит, есть возможность без риска потери средств выбирать кредитную организацию и хранить там средства. Естественно, правоприменительная практика будет продолжаться, и всех участников рынка, которые сталкиваются с незаконными действиями властей и видят в своей работе такие ограничительные практики, просим сообщать нам, мы будем применять все доступные меры реагирования.

Я упоминала сегодня и платформу быстрых платежей – к разговору о том, как и что будет реализовываться. У Центрального банка все в высшей степени готовности. По дорожной карте предполагается проект федерального закона – возможно, он и не потребует: здесь могут быть коррективы.

Что касается обеспечения конкурентных условий формирования размера торговых ставок межбанковских комиссий, здесь предполагается доклад в правительство.

Срок подготовки этого доклада – первый квартал 2019 года. Опять же, обратите внимание, используется мягкий вариант – доклад. Не какие-то меры, а оценка существую-

щих проблем. Не секрет, что конкуренция не только между кредитными организациями, но еще и со стороны потребителей эквайринговых услуг много вопросов по стоимости этих услуг.

Конечно, нужно найти вариант, при котором будет действительно справедливо обеспечиваться баланс интересов, и мы надеемся к такому варианту прийти.

Также упоминавшееся сегодня мероприятие, которое не идет непосредственно в разделе платежных услуг, но, безусловно, с ним связано – это создание равных условий осуществления переводов. Здесь также предполагается подготовка доклада. У нас состоялось совместное заседание рабочей группы, в котором участвовала и подгруппа, рассматривающая вопросы платежных услуг, и подгруппа по банковскому рынку, мнения участников рынка, безусловно, были услышаны и все будет соответствующим образом оценены.

Важный момент, на который хотелось бы обратить внимание и о котором уже говорилось, – возможно регулирование с помощью принципов, и эти принципы должны быть справедливыми. Наша задача как регуляторов – найти «золотую середину» и предложить ее рынку.

Евгений БОЛЬШАКОВ: Вы назвали ряд моментов, над которыми вы сейчас работаете. В их числе вопросы, связанные с переводами, с эквайрингом. Понятно, что эти вопросы острые и по ним есть полярные мнения и, если не полярные, то, по крайней мере, различные интересы. Например, в эквайринге с одной стороны – ритейл и пользователи карт, с другой – эмитенты карт. С чьих позиций или из каких принципов будет исходить ФАС, рассматривая такие полярные сложные вопросы?

Ольга СЕРГЕЕВА: Как орган, который занимается вопросами именно конкуренции, мы будем смотреть именно с позиций конкуренции, с позиции того, что создаст возможность участникам рынка предлагать эффективное решение для потребителя и эффективно реализовать это решение.

Здесь важен следующий момент. С одной стороны, рынок способен к саморегулированию. Но, с другой стороны, огромное количество факторов, в том числе и со стороны государства, может препятствовать свободному выбору. Типичный пример – это выплата пенсий. Гражданин, может быть, и выбрал бы другую кредитную организацию, например, если есть высокий процент на остаток средств, но органы власти говорят:

«ты можешь получать только в этой и этой кредитной организации». Конкуренция есть, эффективное решение есть, но нет возможности выбора.

Соответственно, мы при реализации заложенных мероприятий, будем смотреть на то, чтобы устранять именно те барьеры, которые препятствуют конкуренции. Очевидно, что от конкуренции выигрывает потребитель, но не всегда на ситуацию нужно смотреть с позиции потребителя. Предлагать решение, при котором потребитель проигрывает или отказывается от использования тех или иных услуг, которые работают на рынке, – точно не справедливое решение и не тот подход, который должен быть применен. Мы всегда говорим о том, что конкуренция будет приводить к благу для потребителя. Эффективная конкуренция – максимальное благо для потребителя.

Ирина АКимова: Можно ли коротко обозначить основные, с точки зрения ФАС, угрозы для конкуренции на сегодняшний день и в чем они выражаются – в усилении ли рыночной доли, каких-то недобросовестных практиках, наличии серьезной доли государственного участия в экономике?

Ольга СЕРГЕЕВА: Этот вопрос многогранен. Ранее мы говорили про «невидимую руку» рынка, и я уже говорила по то, что это можно назвать «видимой и искажающей рукой» государства. В этом смысле нужно решать проблему.

Понятно, что есть большая рыночная доля государственных банков, полученная не всегда рыночными методами. Я бы хотела обратить внимание, что план мероприятий правительства содержит мероприятия не только по рынкам и направлениям, но также и мероприятия в комплексе. Они отражены не только в плане, но и в указе президента. Это и сокращение доли государственного участия, и определение принципов, по которым государство будет участвовать в экономике. Это действительно целый комплекс мер, которые нужно реализовать.

Может быть, это отчасти и философский вопрос. Я уверена в следующем: нужно решать все проблемы, какими маленькими бы они ни казались, которые препятствуют развитию конкуренции. К примеру, есть блок вопросов, которые связаны с допуском кредитных организаций к осуществлению отдельных операций – выдача банковских гарантий, обслуживание счетов. В данном случае допуск ограничивается на уровне законов и постановлений правительства в зависимости от размеров собственных средств и кредитной организации. Помимо прочего это еще и некий посыл, что не все кредитные организации одинаково достойны.

Этот посыл, на наш взгляд, должен быть убран. Все одинаково достойны, вне зависимости от размера, при условии обеспечения качества продукта. Если мы убираем этот посыл, то даем сигнал потребителям (а потребителями являются не только граждане, но и предприятия). Если мы в целом перестраиваем подход к регулированию – в данном случае я имею в виду даже не антимонопольные регулирования, а отраслевое регулирование, – то мы задаем тон, на что смотреть участникам рынка.

Если мы в своих действиях периодически будем ограничивать граждан «идите только сюда или только сюда», это создает дополнительное ощущение нестабильности и ненадежности. Во многом это для граждан нивелирует систему страхования вкладов, чего быть не должно.

Поэтому это целый комплекс. Понятно, что и рынки связаны между собой, и думать, что, решив одну проблему, мы решим все проблемы рынка – я думаю, что так однозначно не получится.

Евгений БОЛЬШАКОВ: И Центральный банк, и ФАС России в своих выступлениях выразили готовность привлекать профессиональное экспертное сообщество к дискуссии. Прошу Эльмана Мехтиева высказать свой профессиональный взгляд по поводу докладов представителей государственных органов, которые сейчас прозвучали.

Эльман МЕХТИЕВ: Напомню, на предыдущей сессии Алла Бакина в ответ на самый каверзный вопрос сказала: «Мы не собираемся регулировать». Потом у Людмилы Боковой был тезис: «Пусть рынок работает напрямую». Потом прозвучала фраза Ольги Сергеевой, что если рынок конкурентный, то регулировать цены не нужно. И у Владимира Таможникова была фраза, которую позже встрою в собственное рассуждение. Кроме того, Ольга Сергеева сказала про «философский вопрос». И я действительно хотел бы порассуждать вместе с вами.

Прежде, чем что-то пытаться регулировать, надо договориться, что есть что, договориться о принципах. И если мы договоримся о принципах, то шаг за шагом договоримся, как идти от общего к частному.

Почему я об этом вспомнил. Вчера на частной встрече один из бывших заместителей

председателя Банка России сказал фразу, с которой я одновременно согласен и не согласен. Он сказал приблизительно следующее: «Регулировать можно и нужно всё, но если мы начнем регулировать цены, то это будет началом конца рынка». С этим все согласны, и я даже не буду объяснять, почему я согласен. Но я скажу, почему я не согласен.

Если ФАС называется Федеральная антимонопольная служба, а не «Федеральная служба конкуренции», то, наверно, регулировать она должна там, где есть монополизм. Как и было сказано выше: если рынок конкурентный, то регулировать не надо. Но остается вопрос, который задал бы себе логик: а когда надо регулировать, то регулировать – кого? Всех подряд или тех, кто монополист и может устанавливать монопольно высокие и монопольно низкие цены? Можно было бы порассуждать об этом, но я хотел бы вернуться к тому, о чем говорил Владимир Таможников.

Как человек, который проработал 4 года в лоббистской организации, я выработал для себя формулу: «Мы представляем, продвигаем, защищаем интересы той самой отрасли, ради которой эта лоббистская организация существует». Регулирование, которое мы хотим, (и это, наверно, относится почти к любой индустрии), должно быть пропорциональным, стимулирующим и, как думал я, когда я писал когда-то для себя эту формулу, развивающим конкуренцию.

Но потом я подумал, что развивать конкуренцию надо тогда, когда рынок действительно конкурентный. А когда рынок монопольный и есть место для работы антимонопольной службы, то нужно заниматься хотя бы тем, чтобы регулирование было не дискриминирующим. И это первая вещь, которую нужно сделать.

Но как же тогда сочетать недискриминирующее регулирование с тем, чтобы рынок действительно мог развиваться? И я уже фактически озвучил свой основной тезис, который состоит в том, что если рынок высококонкурентный, то регулировать его в части цен не надо. Но все равно нужно установить ограничения для тех, кто доминирует на рынке. Пусть это даже не монополия, а олигополия, но если игрок доминирует на рынке и превысил определенный рубеж, то надо вводить ограничения.

Я позволю себе пример из другой области. Алла Бакина очень четко сказала: «Мы не хотим заниматься регулированием цен на пла-

тежном рынке, потому что слишком много факторов». Я бы добавил от себя: и потому, что рынок не договорился.

Тот пример, который я хочу привести, – и не потому, что я сам из той области, а потому что это рынок, который смог договориться и выработать более-менее общую позицию. Причем, что интересно, что тот рынок тогда был высококонкурентным в некоторой своей части. Я хочу привести историю полной стоимости кредита. В первый раз тема ограничения стоимости кредита – то есть, ограничения цены денег – возникла в 2010 году. И большое спасибо Андрею Кашеварову, который первым выступил против на Петербургском юридическом форуме. Он сказал: «Мы не видим в этом необходимости». Потом в июне на Банковском форуме выступил Алексей Саватюгин в качестве замминистра финансов и сказал: «Мы не считаем это нужным». И тема была закрыта до 2013 года.

В 2013 году был принят так называемый 353 федеральный закон о кредите и займе, в котором было введено не только ограничение полной стоимости кредита, но и был описан механизм. Напоминаю механизм: вырабатывается некий якорный индекс, средневзвешенная цена, и потом от него можно отступать на 1/3 вверх и на 1/3 вниз. И это действует для всех участников рынка.

Мой вопрос очень простой. Если один участник рынка к тому моменту занимал 29% рынка в одном из тех сегментов, где есть регулирование цены, правильно ли было не учитывать его доминирование? Более того, правильно ли забывать о том, что ФАС и Банк России еще в 2007 году выпустили совместный документ о том, что доминированием на финансовом рынке считается уровень в 10%. Что же произошло между 2007 и 2013 годом? Документ не отменили, тогда почему вдруг забыли про 10%? Может быть, потому что соблюдали интересы того, кто занимал 29% рынка?

Сейчас тот, кто занимал 29%, занимает, если я не ошибаюсь, 42% в сегменте кредитных карт. Что нам мешало тогда соблюдать принятые даже не рынком, а ФАС и Банком России – государственными, управляющими и регулирующими структурами, – тот документ, который они приняли?

Пойдем дальше. Возьмем эту же историю, только на рынке МФО. Это до сих пор высококонкурентный рынок. Если я не ошибаюсь, микрофинансовых организаций до сих пор несколько тысяч. И там нет доминирующего игрока. Зачем там ограничение цены? В целях ограничения закредитованности? Но мы-то знаем, что за 5 лет с 2013 по 2018 годы закредитованность не только не упала, напротив – в тех сегментах, где она была за гранью, еще больше выросла. То есть, отсту-



пив от принципов, и подменив инструментом цель, мы в действительности убили возможную конкуренцию на корню.

Поэтому у меня сразу возникает риторический вопрос. Если мы идем дальше и говорим о том, что на высококонкурентных рынках нужно отменить ограничение цены, то давайте завтра отменим хотя бы на рынке микрофинансов ограничение цены, а потом и на банковском рынке полную стоимость кредита. Тем более, что есть инструменты, которые решили бы проблему закредитованности, – это ограничение долговой нагрузки. Было даже поручение президента 31 декабря 2016 года со сроком исполнения до 1 марта 2017 года. Поручение не выполнено, а должно было быть выполнено Минфином и Банком России. Да, я рассказываю немного другую историю, но я специально рассказываю другую историю. Мы с вами можем работать, у нас для этого есть все инструменты. Тогда почему же не работаем?

Далее следующая мысль. Все говорят про прекрасный инструмент общения с рынком – и Людмила Бокова говорила, и Ольга Сергеева. Это действительно прекрасный инструмент: мы можем за закрытыми дверями честно и очень профессионально, в том числе и с Банком России обсуждать и доносить проблемы. Но кто – мы? Это крупнейшие

игроки рынка и общественные организации, в которых крупнейшие же игроки рынка имеют решающий голос.

Мне могут возразить, что я предлагаю ввести в экспертные советы маленьких игроков, у которых нет компетенции. Да, я знаю, что у них нет компетенции. Но когда мы с вами, банкиры запускаем новый продукт, то идем на улицу, в поле, приглашаем на фокус-сессию клиентов, потребителей и ловим их инсайты. И я не предлагаю вводить в экспертный совет организации, у которых может быть нечетко сформулирована проблема, но давайте проведем фокус-сессии и поймем их.

Если служба называется антимонопольной, то она не должна исходить из мнения тех, кто доминирует на рынке. Да, они компетентны, профессионалы, я защищал и буду защищать, в том числе, и их интересы, потому что мы говорим об интересах всего рынка.

Но если мы хотим развивать конкуренцию в интересах всего рынка, то давайте договоримся не только о принципах, но и об их исполнении, и об учете мнений всех игроков, даже, если эти игроки сами не институализированы.

Запуская продукт для потребителя, мы не спрашиваем, кого он представляет, мы ловим его инсайты. Все вы прекрасно знаете: клиента не волнует цена кредита, его волнует, сколько в месяц он будет платить. Давайте исходить из того, что волнует клиента – мелкого, маленького, микроскопического, а не строить систему, которая будет увеличивать доминирование и без того доминирующих игроков.

Суммируя, я бы действительно предложил не ограничивать цены и вводить регулирование цен только в тех случаях, когда рынок уже конкурентный. И даже для того, чтобы этот рынок не превратился в неконкурентный, ввести ограничение цен только для тех, кто превысит уровень доминирования – тот самый уровень доминирования, который был определен в 2007 году как 10%.

Ольга СЕРГЕЕВА: Хотела бы прокомментировать в части площадок. Действительно, рабочие группы и подгруппы включают исключительно представителей профсообщества, туда не входят участники рынка.

Но у нас есть площадка, которая называется Экспертный совет по защите конкуренции на финансовых рынках и там заявительный порядок – любое частное или юридическое лицо, которое знает, что

проводится экспертный совет (а мы планируем проведение экспертного совета по тем вопросам, которые поставлены в указе президента, в начале декабря) на этот экспертный совет может заявиться и будет заслушано.

Это очень важный инструмент для нас.

К сожалению, понятно, что абсолютно всех услышать невозможно. Конечно, было бы хорошо на философском уровне поговорить об этих вопросах. Но я понимаю, что даже, если мы соберем всех, с кем нам хочется поговорить, не все успеют высказаться. Здесь хорошо еще и письменная форма. В ФАС можно писать все размышления.

И последний момент.

Антимонопольная служба давно пришла к выводу, что развивать конкуренцию и решать проблемы конкуренции только применением антимонопольного законодательства невозможно.

Можно применять 10-ю статью по злоупотреблению доминирующим положением, антиконкурентное соглашение, недобросовестную конкуренцию, но только правоприменением добиться развития рынка не получится. Должны быть меры и регулятивного характера. Если мы выявляем барьеры на уровне нормативного регулирования, их нужно устранять. Даже правила игры, сформулированные в законе, не всегда являются справедливыми правилами. Тогда их нужно исключать.

Владимир ТАМОЖНИКОВ: Я бы добавил к вопросу про основную угрозу конкуренции.

Мое личное мнение, что основная угроза конкуренции – это несовершенство правил, по которым играют игроки. Это ключевая вещь. Работа с антимонопольным правоприменением – это действительно работа по отклонениям, но главное – как выстроены правила и как они ставят стимулы для конкуренции.

Причем, это настолько сложная система, что речь идет не об исправлении одного или двух законов, а о комплексном анализе всех нормативных, подзаконных актов и феде-

ральных законов, которые регулируют какой-то конкретный сектор, а может даже в целом финансовый рынок.

Это огромная работа, и у нас есть планы подумать, как к этому подступиться. Эти планы мы обсудим с участниками рынка.

Правила – это как двигатель внутреннего сгорания. У двигателя есть КПД, и если ты на входе вливаешь туда топливо, то на выходе получается определенная энергия. Если внутри этого двигателя есть засоры или тупиковые ответвления, то они съедают КПД. Устройство механизма – это правило игры. Согласен с Эльманом, что оттачивание правил, направления действий должны основываться на неких принципах, согласованных с рынком.

Мы договариваемся о принципах, договариваемся, почему эти принципы важны, а другие не важны, и дальше мы каждый раз, если что-то делаем, понимаем, почему это соответствует или противоречит тому или иному принципу. У нас получается правильная терминология и система координат для любой дискуссии, в которой мы всегда будем приходить к согласию, потому что мы изначально договорились о системе тех определений и тех целевых ориентиров, которыми мы пользуемся.

Конечно, целевые ориентиры могут быть разные – у регуляторов мандат один, у рынка мандат другой. С другой стороны, у нас с рынком нет противоречащих целей – у нас есть немного большая разница в горизонте, на который мы смотрим. В этом смысле защитить потребителя, не дать ему быть обманутым или дезинформированным только поначалу кажется одними затратами для участников рынка. На самом деле мы как регуляторы смотрим немного дальше: если этот потребитель будет обманут или разочарован, то просто больше не придет, в результате снизится спрос на финансовые услуги в целом. Конкретная финансовая организация может выиграть от того, что она это не сделала сегодня, но в принципе наши цели в долгосрочной перспективе совпадают полностью. А в краткосрочной – у каждого из участников рынка есть свой горизонт, у кого-то он действительно короткий, и я не уверен, что самой отрасли нужны игроки с коротким горизонтом.

Поэтому в принципе у нас нет потенциальных противоречий. Единственное – нам нужно договориться об определениях и принципах, по которым мы действуем, и дальше выстраивать систему правил, основанную на этих принципах.



Мария МИХАЙЛОВА: Я позволю себе отнестись к тому, что уже было сказано и сделать комментарий из двух частей.

Во-первых, мне кажется, что крайне важно помнить о том, что понятие «рынок платежных услуг» появилось только в 2011 году, когда был принят Закон о национальной платежной системе и когда внезапно выяснилось, что все, кто занимается переводом электронных денег, вдруг стали участниками «платежного рынка», «рынка платежных услуг» и т.д.

У этого рынка маленькая история, но, в отличие от других рынков, огромное число участников, которое постоянно расширяется. Все больше представителей разных сегментов экономики стремятся на платежный рынок, становятся его участниками и принимают участие в оказании платежных услуг.

При этом платежная услуга – это и перевод, описанный в вышеупомянутом законе, и платеж, который этим законом не описывается, а описывается другими правовыми актами. Но, например, в глазах потребителя и то, и другое является одной и той же услугой. Это еще один аспект, который сегодня уже затрагивался и на который нужно обратить внимание.

Сегодня у регуляторов – и у ФАС, и у Банка России – крайне сложное положение. Получается, что они работают с рынком, который состоит из по-разному понимаемых сущностей и, по сути, еще не описан методологически.

У него нет установленных границ и даже мы, участники рынка, не можем предложить единую согласованную картину, в которой можно было бы выделить 10% или 29%, о которых говорил Эльман Мехтиев.

Если мы посмотрим доклад о конкуренции на финансовом рынке, который безусловно играет очень важную роль, ведь впервые и Банк России охватил финансовый рынок в целом, и посмотрим на те слайды, которые сегодня представлял Владимир Таможников, то мы увидим определенную разницу подходов. Например, у Владимира речь шла о конкуренции на рынке зарплатных проектов. Эльман рассказывал об ограничениях в связи с кредитными картами. Являются ли с точки зрения всех участников оказания платежных услуг и всех, кто участвует в цепочке обслуживания платежа как такового, эти сегменты теми сегментами, в которых они конкурируют? Является ли регулирование именно в этих сегментах тем механизмом, который может на что-то повлиять?

Поэтому большие надежды я возлагаю на участие научного сообщества, которое в нашей дискуссии представляет Светлана Авдашева. Есть очень много вопросов, которые необходимо сформулировать и получить на них ответ, чтобы те выводы, рекомендации и исследования, которые делают регуляторы, имели определенную основу, содержали возможность прогнозировать и понимать, как и что делать со всеми нами, участниками какого-то пока непонятного рынка платежных услуг.

По ходу дискуссии я записывала подобные вопросы. Когда мы упоминаем клиентов, то кто эти клиенты, о ком мы говорим? Мы говорим о конечных потребителях и физических лицах или мы говорим о торгово-сервисных предприятиях, где установлены терминалы? Или мы говорим о клиентах платежных систем – банках и кредитных организациях, которые являются их участниками? Или мы говорим о платежных агрегаторах, которые играют существенную роль во всей цепочке оказания платежных услуг?

Рынок высококонкурентный – какой рынок? Какая отрасль все время упоминалась? О каком конкретно рынке и отрасли мы говорим – мне кажется, что это очень важный вопрос, который требует от нас как участников рынка дать версию осмысления самих себя. Это, наверное, первый тезис.

Второй тезис связан с эквайрингом как с темой, дискуссии по которой ведутся уже не первый год, и которая сегодня в большой степени эмоционально окрашена. Рынок эквайринговых услуг сегодня предлагают регулировать все. В проекте стратегии Минпромторга целый раздел посвящен электронным средствам платежа, их регулированию и развитию. Комиссия ЕЭК по развитию электронной торговли составляет дорожную карту по развитию платежей и т.д.

Понятно, что платеж – это инфраструктурная услуга, которая пронизывает собой все, и понятно, что платеж – это новая сущность и достаточно сложная и усложняющаяся с каждым разом цепочка оказания услуги.

Именно поэтому мне кажется, что прежде всего нам самим необходимо описать самих себя и выявить те «болевые точки» и процессы, которые мешают развиваться нашему рынку. Я думаю, что мы будем это обсуждать после Платежного форума, такой сложный вопрос за сегодня обсудить не получится. Но из предварительного обсуждения с участниками рынка есть версия, что эти «болевые точки» лежат за границей, условно говоря, 161-го закона и за границами, связанными с регулируемыми 161-м законом субъектами.

Переходя к эквайрингу, я бы хотела сказать, что эмоциональный окрас и сложные обсуждения как раз и указывают на отсутствие методологической проработки и содержательного наполнения такого понятия, как эквайринг. Разные участники рынка, реализуя собственные бизнес-модели, с разных сторон играют разную роль в цепочке оказания платежа. Естественно, что у каждого есть корпоративный интерес, даже у регуляторов: Минпромторг развивает промышленность, Банк России – финансовый сектор и безналичные платежи и т.д. И у участников рынка, и у регуляторов всегда существует определенный взгляд и аргументы, которые в каком-то смысле порождают конфликт интересов.

При этом эквайринг до сих пор – некое собирательное понятие. Из каких услуг состоит эквайринг, сколько стоит эквайринговая услуга, какие услуги оказываются за ту цену, которую банк-эквайер берет с торгового предприятия, является ли эта величина той величиной, которая определяет стоимость этой услуги – таких вопросов очень много.

До сих пор ни участники рынка, ни мы сами не предложили никакой концепции того, что такое эквайринг, зачастую сами участники рынка говорят, что эквайринг и инкассация – это одно и то же... Есть разные версии, но мы знаем, что эквайринг – это совершенно точно не перемещение по проводам информации о платеже, в отличие от физического перемещения наличных денег из магазина в банк.

Это сложный набор услуг, тесно связанный с массой различных других процессов, и для стороннего наблюдателя он представляет собой «черный ящик», который вызывает тревогу, из него постоянно летят эмоционально-окрашенные искры. Регулятор находится в ситуации сложного принятия решений.

Мне кажется, мы должны срочно объединить потенциал участников рынка и двигаться в сторону повышения прозрачности информации. Но прозрачности не с точки зрения того, что кто-то что-то утаивает, а с точки зрения того, что необходимо сформировать единый контекст понимания: что мы понимаем под услугами эквайринга, что на самом деле туда входит. К примеру, туда входит огромный блок работы, связанный с антифродом, огромный блок работы, связанный с IT. Если мы посмотрим на то, что ухитряются делать компании, которые оказывают эквайринговые услуги, в том числе и те, кто работает на условиях аутсорсинга и так далее, что они умудряются впихнуть в сумму, которую мы все время пытаемся отрегулировать или оценить, большая она или маленькая и каковой она должна быть, то это будет и реализация программ лояльности для торгово-сервисных предприятий, и сложные IT интеграции, и сложный сервис и масса всего. Все это является скрытым, не перечисленным и не осмысленным.

Мне кажется, что наука сегодня тоже пока не является той сферой, которая дает нам ответы на вопросы о платежном рынке. Те исследования, которые проводились силами как ФАС, так и разных участников рынка, на мой взгляд, зафиксировали ситуацию одним образом. Все они фиксируют сложность ситуации, сложность и многосторонность отношений и ..., собственно, все. Мне кажется, что самое честное исследование было у ФАС. Там, если я правильно понимаю, никаких выводов из изучения ситуации не было сделано, и не потому, что исследователи плохие, а потому что требуются иные подходы: судя по всему, платежный рынок не является от-

раслью в классическом понимании. Об этом говорила сегодня Людмила Бокова. Поэтому требуются иные подходы и иные способы изучения.

До сих пор если из исследований какие-то выводы и делались, то они делались в пользу того, кто это исследование заказывал. Поэтому мне кажется, что для того, чтобы проводить рабочие консультации с Банком России по вопросам, чего участники рынка ожидают от эквайринга, каким они видят его развитие и регулирование (или нерегулирование), мы должны в срочном порядке организовать работу на площадке всех ассоциаций, где мы должны, объединившись, наполнить содержательным смыслом услугу эквайринга и попытаться самим описать, что мы понимаем под рынком платежных услуг, видим ли мы его как двухуровневый рынок, видим ли мы его как-то иначе, и описать зоны конкуренции, в которых мы как участники конкурируем друг с другом. Потому что по ощущениям участников рынка конкуренция здесь сумасшедшая. То, как воспринимают это участники рынка, никак не описано. А то, как это воспринимается регуляторами – совсем иной взгляд.

Мне кажется, что мы должны эти два взгляда встретить, чтобы регулятор понимал нас, а мы понимали регулятора.

Светлана АВДАШЕВА: Во-первых, я бы хотела поблагодарить организаторов за приглашение на столь интересное мероприятие, где можно услышать редкое для современных форумов разнообразие мнений, что очень важно и дает надежду для позитивного развития сектора и, в том числе, его регулирования.

Обращаясь к тем вопросам, которые обсуждали, я бы хотела сказать об определении границ рынка.

Определение продуктовых границ рынка может делаться более поверхностно или более глубоко. И зависит это от того, для какой задачи мы определяем границы этого рынка.

Если мы хотим оценить конкуренцию на рынке на уровне каких-либо активных действий – появляются новые участники, внедряются новые продукты, участники рынка используют новые продукты, – то в этот момент не так страшны ошибки в определении продуктовых границ рынка. Можно говорить, что есть рынок платежных услуг, что есть рынок платежных услуг и в нем сегмент платежей, владельцев платежных карт, а в нем есть



сегмент платежей B2B. Можно и так сказать, большой беды от этого не будет.

Но если только ставится задача введения новых инструментов регулирования, то здесь определение того, что является рынком, становится принципиальным.

В первую очередь я бы хотела поддержать выступление Марии Михайловой и Ольги Сергеевой. Марию за то, что она очень четко сформулировала проблему определения продуктовых границ рынка. Мы более-менее представляем себе цепочки создания стоимости, в которые вовлечены платежные услуги. Но мы прекрасно понимаем, что создание стоимости происходит в банках очень сложным набором услуг, где участники принимают разное участие: где-то они покупатели, где-то они продавцы, где-то они – инфраструктура, и эти роли в цепочке создания стоимости меняются. Это на самом деле очень важно понимать.

И я хотела бы поддержать Ольгу Сергееву. Быть может слушатели даже не осознают, насколько ФАС права, занимая консервативную позицию в отношении введения новых правил регулирования и новых ограничений.

Кстати, я бы хотела обратить внимание на то, что сказал Евгений Большаков. Это был очень важный тезис о том, что ФАС и не должна ви-

деть свою задачу в том, чтобы найти крупного участника рынка и отрегулировать все, что движется у этого крупного участника рынка. На самом деле главная задача ФАС – предотвратить действия по ограничению конкуренции.

Но мы понимаем, что на рынках бывает всякое, в том числе бывают ситуации, когда у крупных участников возникает возможность предпринимать действия, препятствующие конкуренции с ними со стороны более мелких участников. Здесь как раз роль ФАС сложно переоценить.

Несколько слов по поводу определения рынка и регуляторных инициатив, почему это так важно.

ФАС определяет рынок не совсем так, как рынок определен в докладе Центрального банка и, с моей точки зрения, определяет рынок более узко – как рынок услуг платежных систем, использующих пластиковые карты.

Хоть это и звучит гораздо более нудно, чем рынок платежей, но позволяет сделать две вещи. Во-первых, позволяет сказать, что далеко не каждый, кто принимает и проводит платежи, должен интерпретироваться так

же, как платежная система МИР, должен интерпретироваться так же, как платежная система VISA. И что нельзя принимать регулирующие нормы, одинаковые для Киви, Яндекс-деньги и платежной системы МИР. Это как раз будет примером плохого регулирования, которое в итоге может ограничить конкуренцию на этом рынке.

Если мы говорим о рынке услуг платежных систем, то каким свойством они обладают? Это рынок многосторонних платформ, о которых так много говорит ФАС.

Когда ты предоставляешь услугу, когда ты вводишь какой-то продукт, у тебя возникают разные клиенты на разных сторонах. Самые успешные продукты последних 20 лет – это такие продукты, где у тебя много клиентов. Ты создаешь хорошие условия для одного, рассчитывая на то, что к тебе приходит большое число других клиентов.

Это нормальный бизнес многосторонних платформ. И я позволю себе вспомнить примеры, которые приводились на этой сессии. Это программы партнерства по зарплатным проектам с работодателями, в которых оказываются дополнительные бесплатные услуги работодателям. Зачем? Для того, чтобы получить дополнительное число клиентов в виде кардхолдеров, которые будут расплачиваться этими картами и, как минимум, пользоваться банкоматами, – хотя это уже уходящая история, – и расплачиваться этими картами.

На самом деле при введении продукта возникают разные типы клиентов и, – что особо сложно для определения границ этого рынка, – нельзя эти категории клиентов относить к разным рынкам. Из этого могут следовать очень неприятные для применения законодательства ошибки.

Одна из этих ошибок, позволю себе вспомнить не российскую историю, а историю 25-летней давности, была сделана на Европейском союзе, когда директорат по конкуренции долго расследовал действие Visa на предмет, что это она выдает бесплатные карты кардхолдерам, ведь это же монопольно низкая цена, а у нее и так высокая доля. А тут у нее появился продукт, когда кардхолдерам выдаются карты по нулевой цене. Это просто способ вытеснения конкурентов с рынка. На самом деле потребовалась целая теория, за которую экономисту четыре года

назад дали нобелевскую премию – как раз теория платформ, которая объясняла, что нельзя отрывать в анализе рынка клиентов, которые кардхолдеры, от клиентов, которые продавцы товаров и услуг – те, кто оплачивает эквайринг.

Что является важной особенностью таких рынков? Экономисты называют это «эффектом водяного матраса». Легко запомнить и специально используют этот сленг, потому что он показывает практику.

Если ты начинаешь регулировать отношения с одной стороной, это неизбежно приводит к изменению цены и условиям заключения договоров для другой стороны.

Ты не можешь решить какую-нибудь задачу без того, чтобы воздействовать на условия сделок с другой стороной. Причем, это не теоретические измышления – они существуют на самом деле. В последние годы выходит все больше исследований банковских систем, где регулятор делал попытки серьезно установить price-cap, ограничить цену каких-то услуг? Самое типичное – на межбанковские переводы. И, пожалуйста, каковы результаты: когда регулятор устанавливает границу цен на межбанковские переводы, то банки тут же начинают менять свою политику – где-то меньше программ лояльности, где-то меньше особых условий.

И последнее, что я хотела бы сказать.

Почему экономисты, которые любят конкуренцию, очень скептически относятся к требованиям равенства и требованиям недискриминационности как к универсальному принципу? Именно потому, что на самом деле конкуренция в том и состоит, что кто-то дает тебе что-то лучшее или большее, чем кто-то другой.

Поэтому я страшусь за банки и конкуренцию, если действительно будет в таком, как заявлено, радикальном варианте принято требование об одинаковой комиссии по внешним и внутренним переводам. Условия, которые предоставляют клиентам, нужно рассматривать в комплексе. Те или иные условия внутрибанковского перевода – мы понимаем, что это конкурентные преимущества при предоставлении определенных пакетов и услуг.

Если мы введем регуляторные требования, это не означает, что банки перестанут конкурировать, они начнут конкурировать чем-то другим, и не факт, что все потребители от этого выиграют.

Теперь самое страшное. Давайте представим, что мы для банков ввели требование, что всем все должно предоставляться одинаково. В этой гипотетической ситуации конкуренция не исчезнет, но она станет самой неприятной для российского банковского сектора, когда конкурировать можно будет только уровнем цены. А конкурировать уровнем цены в банковском секторе – это эффективность операционных расходов и размером. Тогда хороший вопрос: кто и какие банки выиграют в конкуренции, если конкурировать можно только ценой банковских услуг? На самом деле в этом случае мы бы потеряли важное преимущество российского рынка банковских услуг – это разнообразие пакетов, которое дает возможность успешно функционировать тем банкам, которые, условно, не входят в пятерку или тройку крупнейших.

Валерий НОВИКОВ (Юридическая компания «Юристат»): Мой вопрос связан с проблемой, которая существует на данный момент, по мнению многих спикеров. Мы знаем, что в конце сентября 2018 года было принято положение, согласно которому банки имеют право приостанавливать банковские операции физических и юридических лиц. Существуют ли какие-то риски того, что потреби-

тели и клиенты уйдут от безналичности в наличность?

Владимир ТАМОЖНИКОВ: Мне кажется, риски существуют. Они и раньше существовали. Может, они станут больше, а может, чуть меньше.

Наверное, чуть больше, но любая мера ведет к неким балансам: какие-то антиотмывочные операции снижаются, но те, кто планировал в этом плане делать что-то недобросовестное, начнет переходить в наличность. Кто-то попал под каток по технической причине, и его доверие тоже потерялось, и он перейдет в наличность. Масштабы всего этого – это предмет отдельного исследования. Когда принимали меры, то делали какое-то исследование, но в целом я думаю, что это сбалансировано. Наверное, практика покажет.

Это как раз хороший предмет для академических исследований оценки последствий мер Банка России. В принципе, у нас есть такая процедура, как оценка фактического воздействия. Это чаще работа по отклонениям и речь идет о нормативных актах Банка России. Наверное, ничего не мешает делать это и по законам. Когда какая-то мера принята и через 2-3 года делается последовательный анализ, достигнута ли была та цель, которая была поставлена, и появились ли какие-то побочные эффекты, которые мы не предсказывали. Это может быть предмет для исследования.

Эльман МЕХТИЕВ: Добавлю. Мне приходят личные обращения: «У меня перевод не про-



шел». Я каждый раз задавал пару-тройку вопросов и человек понимал, что там проблема ПОД/ФТ. То есть, банк правильно остановил перевод.

Были и другие случаи – я их тоже знаю: людям останавливали, но если банк правильно ставил процесс и все нормально, то задержка всего 15 минут.

Евгений БОЛЬШАКОВ: В чате был вопрос. Когда говорили о переводе средств, идет ли речь о том, чтобы переводить деньги из Сбербанка и ВТБ, или в другие банки?

Владимир ТАМОЖНИКОВ: У нас никакие меры не персонализированы, и мы такого пока не планируем вводить. Переводы средств – да, в том числе и банковские переводы. Светланой Авдашевой была правильно обозначена проблема, что очертить масштабы рынка и то, что действительно является предметом исследования – это одна из очень сложных задач, и поэтому мы это хитро попытались обойти, но нас тут же поймали. Это то, над чем мы еще работаем. Мы вышли к самой крупной части рынка и про нее немного поговорили. Но детальное описание того, что мы исследуем и какие будут рекомендации по изменениям в законодательстве – это важная проблема.

В данном случае – это касается всех банков, и я не знаю, почему кто-то выделил для себя эти два.

Ирина АКимова: Предлагаем подвести итоги нашей сегодняшней дискуссии. Итог мне видится такой, что диалог нужно продолжать. Диалог конструктивный, как с привлечением бизнес-сообществ, так и профессиональных экономистов, чтобы самоидентифицироваться и понять, что мы за рынок, что нужно регулировать, где у нас конкурентная сфера и где нужно что-то подкрутить. Конечно, говорить о том, что в настоящий момент мы нашли ответы на все поставленные вопросы преждевременно. Диалог будет продолжаться, и мы приглашаем всех к его продолжению.

ФОРУМ РОССИИ 2018

БУДУЩЕЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПЛАТЁЖНЫХ УСЛУГ



SWIFT GPI – ИННОВАЦИОННЫЙ СТАНДАРТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ: НОВАЯ ПАРАДИГМА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ БАНКОВ И КЛИЕНТОВ

Модераторы:

Марианна ЯНСЕН
SWIFT

Приглашены к участию:

Екатерина КАМЕНЕВА
Совкомбанк

Вадим КОТОВ
Сбербанк

Юрий КОЩУГ
Уралсиб

Дмитрий САХАПОВ
ЦФТ

Марианна ЯНСЕН (модератор): Сегодня я имею честь не только впервые поприсутствовать на Платежном форуме и представлять компанию SWIFT, но также рассказать об инновациях в сфере трансграничных платежей и вместе с участниками этой панельной дискуссии поделиться с вами тем, как они успешно внедряют или уже внедрили сервис SWIFT gpi.

Прежде чем мы перейдем к основному содержанию панельной дискуссии, мне хотелось бы поделиться с вами основными трендами, которые наблюдаются на российском рынке в платежной сфере.

Сразу хочу оговориться, что данные, которые мы использовали в этом отчете, касаются только трансграничных потоков российских финансовых институтов, и это те потоки, которые идут через SWIFT.

Итак, какие интересные тенденции мы наблюдаем.

Во-первых, хотелось бы обратить ваше внимание на уровень роста платежных потоков трансграничных платежей.

В верхней половине слайда – уровень роста за 2017-й год на мировом рынке, и он составляет менее 3%, тогда как уровень роста в этой

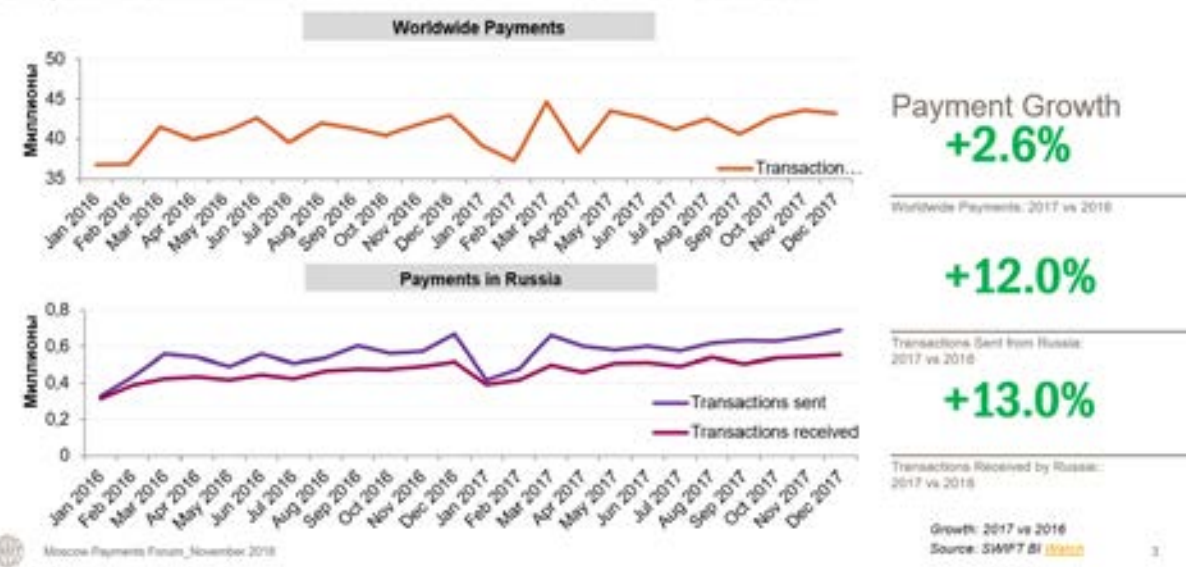


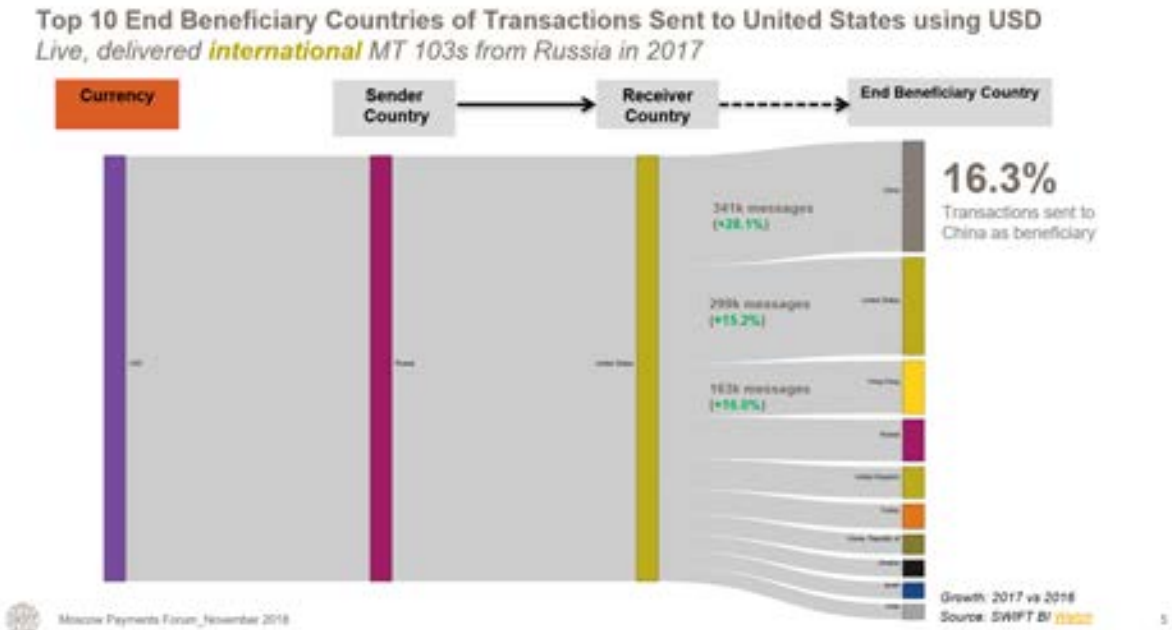
же сфере у российских финансовых институтов гораздо выше: исходящие потоки – 12% роста, входящие потоки – 13% роста. Вывод напрашивается сам собой: это позитивная статистика, которая свидетельствует о развитии (и динамичном) платежной сферы трансграничных платежей для российских институтов. Важно, что входящие платежи растут еще быстрее, чем исходящие.

В общем-то, это то, чем я обязательно хотела с вами поделиться, потому что это очень позитивный посыл. Статистика, цифры никогда не лгут.

Если мы посмотрим, в каких валютах в основном осуществляются сделки между российскими клиентами и их партнерами, мы увидим, что лидируют три валюты. Это, прежде всего, доллары, несмотря на разговоры

Payment Evolution: Worldwide & Russia
Live, delivered **international** transactions of MT 103s in 2016 and 2017





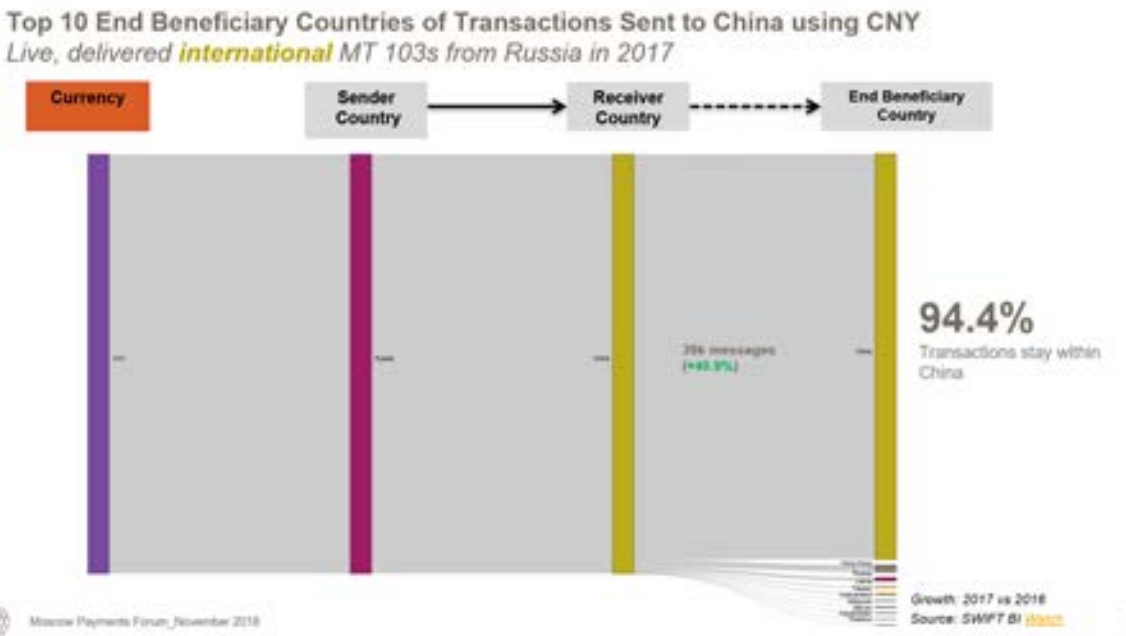
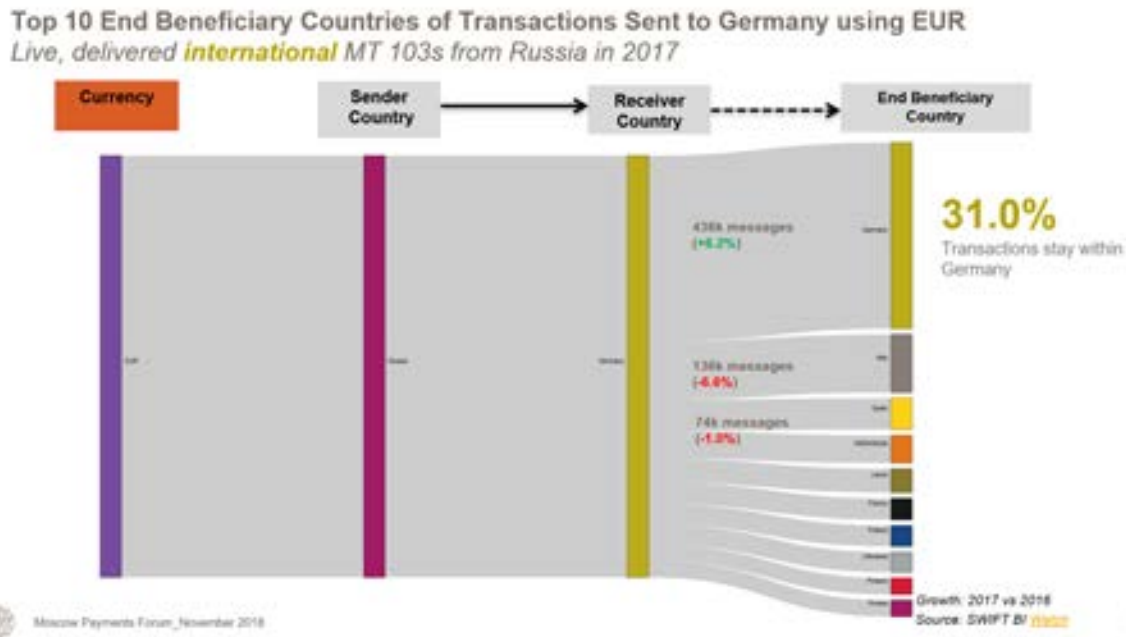
о дедолларизации, занимающие около 38%. Уровень роста долларовых потоков за прошлый 2017-й год составляет почти 15%. Это колоссальный и очень динамичный рост.

На втором месте, что неудивительно, и что мы слышали сегодня также и в докладе Аллы Бакиной, платежи в евро, занимающие около 33,5%. Рост здесь – свыше 11%. То есть, в принципе, торговля продолжает осуществляться, что мы и видим в этой статистике.

И третья валюта – не знаю, могу ли я удивить вас этим или нет, ведь мы говорим о трансграничных платежах – это рублевые потоки. На слайде мы видим статистику по исходящим рублевым потокам, но рубли являют-

ся также третьей по значимости валютой во входящих платежах. То есть российские финансовые институты получают рублевые платежи от зарубежных партнеров. По уровню роста мы видим, что он составляет 8,5%, то есть достаточно значительный.

Далее рассмотрим эти потоки с точки зрения стран бенефициаров платежей, в какие страны идут эти деньги. Не все долларовые платежи идут в Соединенные Штаты. Есть три основные страны. Прежде всего, это Китай. Более 16% долларового потока идет в Китай, и рост этих потоков колоссальный, более 28% (это данные за 2016-2017 год, и это уровень роста прошлого года). Второй страной остаются Соединенные Штаты, где уровень роста



выше 15%. И третья страна – это Гонконг. Азиатские партнеры играют очень важную роль для российских банков в платежной сфере.

Когда же мы смотрим на потоки евро, то здесь – наверное, никто не удивится – основной страной является Германия (31%), за ней следуют Италия, Испания и Голландия.

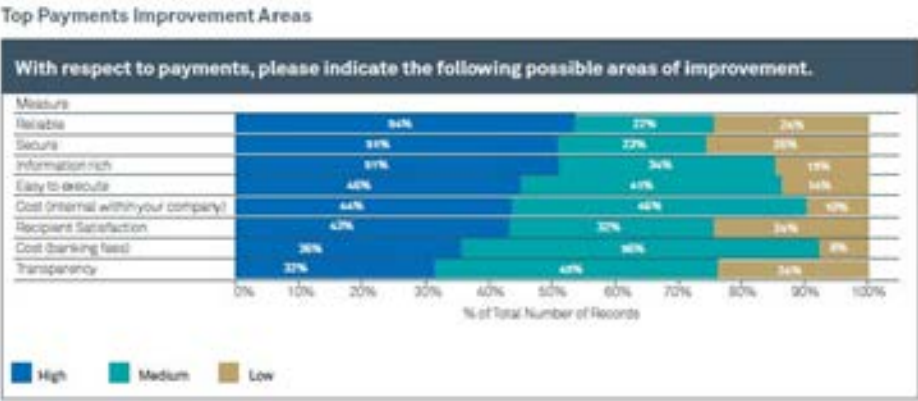
И на следующем слайде мне хотелось бы обратить ваше внимание на интересный тренд, новый для российских банков – это платежные потоки в юанях. Здесь мы говорим только об исходящих платежах, которые российские финансовые институты отправляют за рубеж. Естественно, что большая часть, практически 100% этих платежей идет в Китай.

Годовой уровень роста за 2017 год – почти 41%. Если кто-то из вас читал статистику последнего квартала, то сейчас эта цифра даже более высокая, что подтверждает значимость юаня. Многие международные расчеты, многие сделки на сегодняшний день уже осуществляются в юанях.

Мне хотелось поделиться этой информацией, потому что мне кажется, что это важно для российского рынка – видеть позитивную статистику, которая говорит о том, что рынок продолжает расти и двигаться вперед.

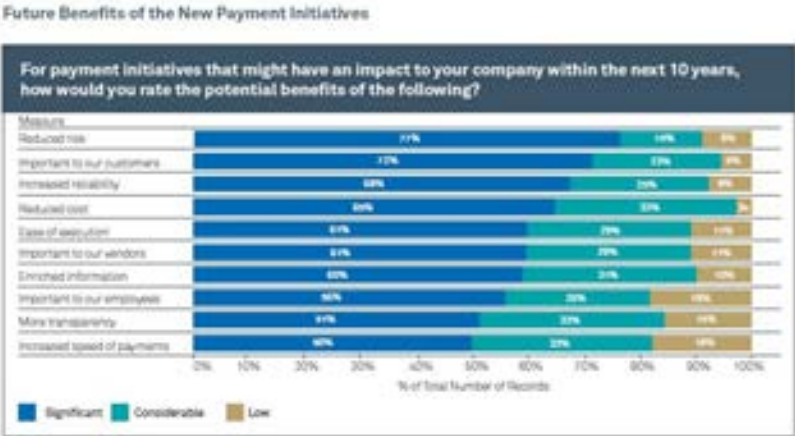
Теперь перейдем к SWIFT gpi. Многие из вас наверняка знают, что это такое. Тем не менее напомним, что «gpi» расшифровывается как

What needs to be done better in payments?



Information source: BNY Mellon

What benefits can the payments initiatives bring?



Information source: BNY Mellon

«global payment innovation».

На слайде представлены результаты опроса, который был проведен несколько недель назад Bank of New York Mellon. Анкета была разослана корпоративным клиентам банка, цель – узнать, какие болевые точки, какие проблемы являются основными и самыми наболевшими в области платежей для корпоративных клиентов.

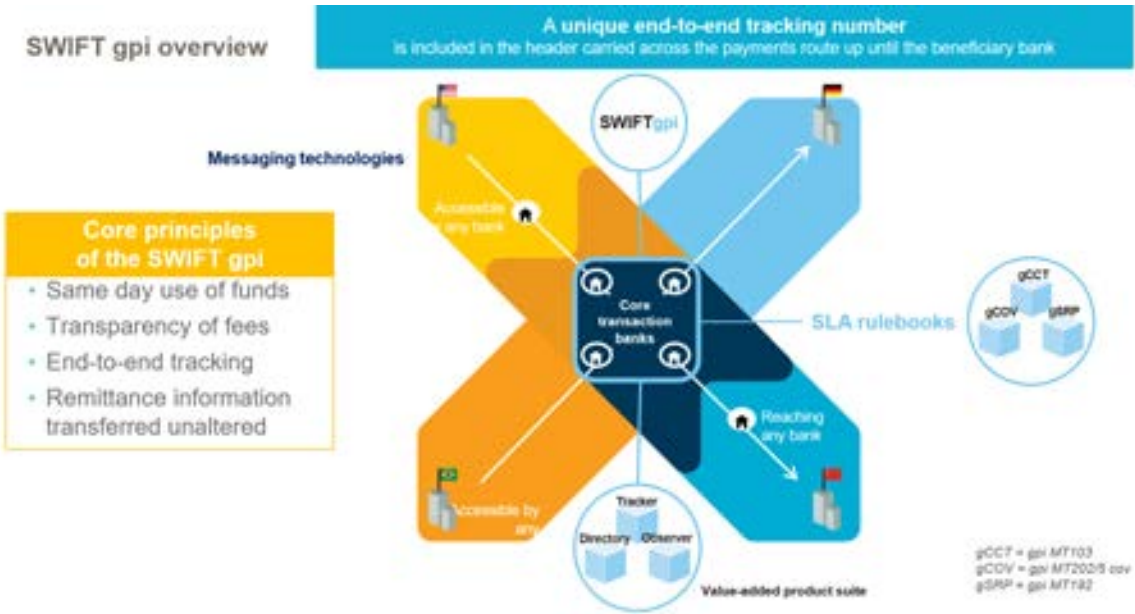
Как мы видим, прежде всего это надежность, конечно же, безопасность, легкость, с которой могут осуществляться платежи, стоимость платежей и прозрачность. Прозрачность, хотя она и замыкает список, на

сегодняшний день – это тот феномен, который двигает все сферы бизнеса. Платежный бизнес не является исключением.

Как вы знаете, в платежной сфере на сегодняшний день множество различных технологий, решений и инициатив. В ходе опроса клиенты NY Mellon рассказали, как эти инициативы могут им помочь решить их проблемы, и указали приоритизацию решений по желаемым срокам внедрения. Среди инициатив, кстати, присутствует наряду с блокчейном и SWIFT GPI.

Хотелось бы обратить внимание на приоритеты корпоративных клиентов. Прежде

SWIFT gpi overview



Moscow Payments Forum, November 2018

GPI BENEFITS FOR SMALL AND MID-SIZED BANKS

Provide Better Service	Keep and grow key corporate, retail clients and suppliers with a faster, more transparent and traceable cross-border payments service
Respond to de-risking trend	Increasing the appetite of correspondent banks to maintain the relationship, improve the perception of your institution/country/region through transparency
Create Innovative Image	Position the bank as a front runner in payments innovation, offering new services to your end-customers on top of gpi. Improve the perception through transparency
Reduce costs	Improving operational efficiency, reducing payment inquiries costs
Bring More Security	Ability to stop a payment immediately, in case of fraud, enhanced screening capabilities
Risk & Liquidity Management	Managing counterparty and credit risk, reducing funding costs, improving liquidity management & forecasting
Adopt New norms	Confirmation of credit mandatory by 2020 for the entire SWIFT community

gpi Tracker is a single window on the status of all outgoing/incoming payments across banking relationships, including details on fees, send/received amounts and intermediary routings

Moscow Payments Forum, November 2018

всего, это снижение рисков и возможность их измерения, контроля в платежной сфере. Это увеличение надежности, понижение себестоимости и повышение легкости (то, что по-английски называется seamless, что предоставляют часто финтехи: вы нажимаете кнопку, и то, что вам нужно, исполняется). Это расширенная информация о платеже, так как мы не должны забывать, что нашим конечным клиентам эта информация очень важна. И, конечно же, это прозрачность и ускоренное прохождение, обработка платежей.

И как раз именно это и легло в основу предложения нового сервиса gpi. Это и убыстрение

(мы еще увидим, что оно значит на реальной статистике), и прозрачность – не только комиссии, но статуса платежа, и возможность отслеживания платежа в режиме реального времени.

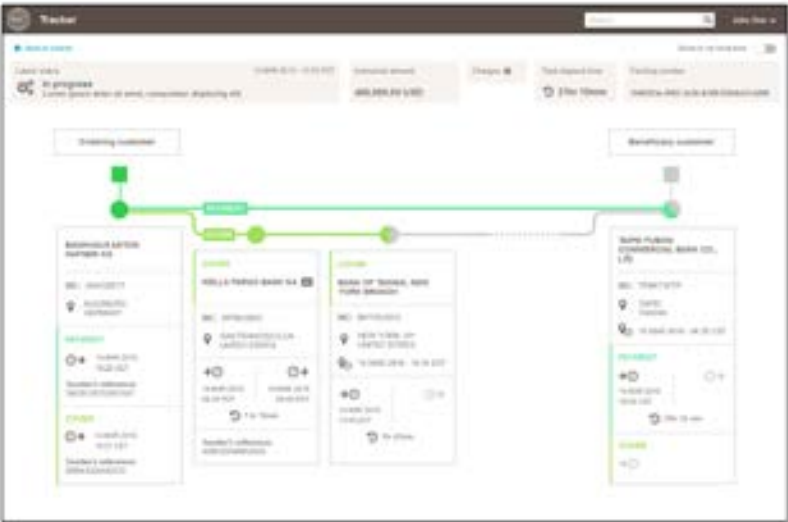
Важно указать, что с 19-го ноября этого года все платежи gpi могут быть отслежены вне зависимости от того, в каком банке они находятся. Банки в gpi могут отследить свои платежи, где бы они ни находились, и, что очень важно, не только на уровне сети SWIFT.

Наконец, это обогащенная информация о платеже. Все платежные потоки задействованы, входят в объем предложения этого сервиса.

11

12

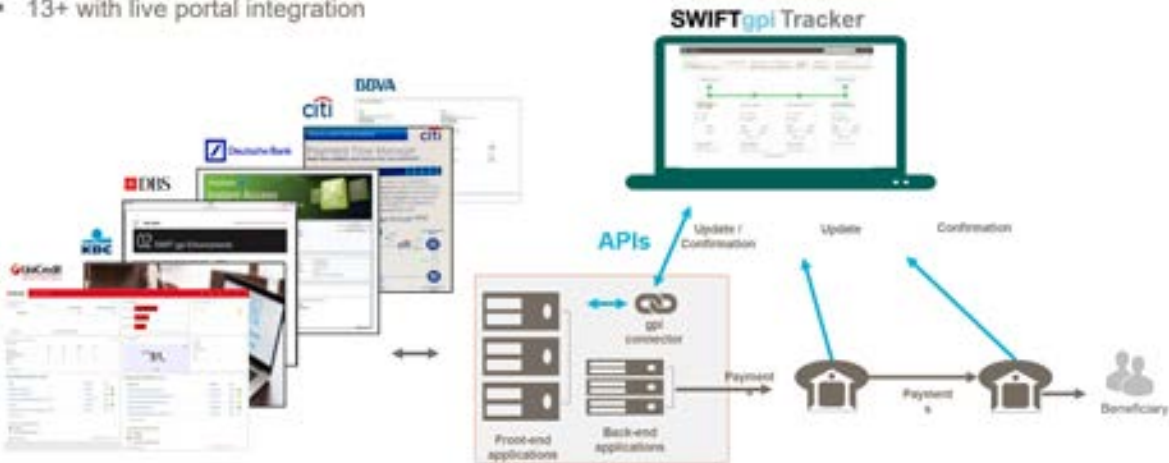
Tracker print screens



Moscow Payments Forum, November 2018

Banks are leveraging APIs to integrate the Tracker into customer channels

- 36 banks with gpi APIs live or in implementation
- 13+ with live portal integration



Moscow Payments Forum, November 2018

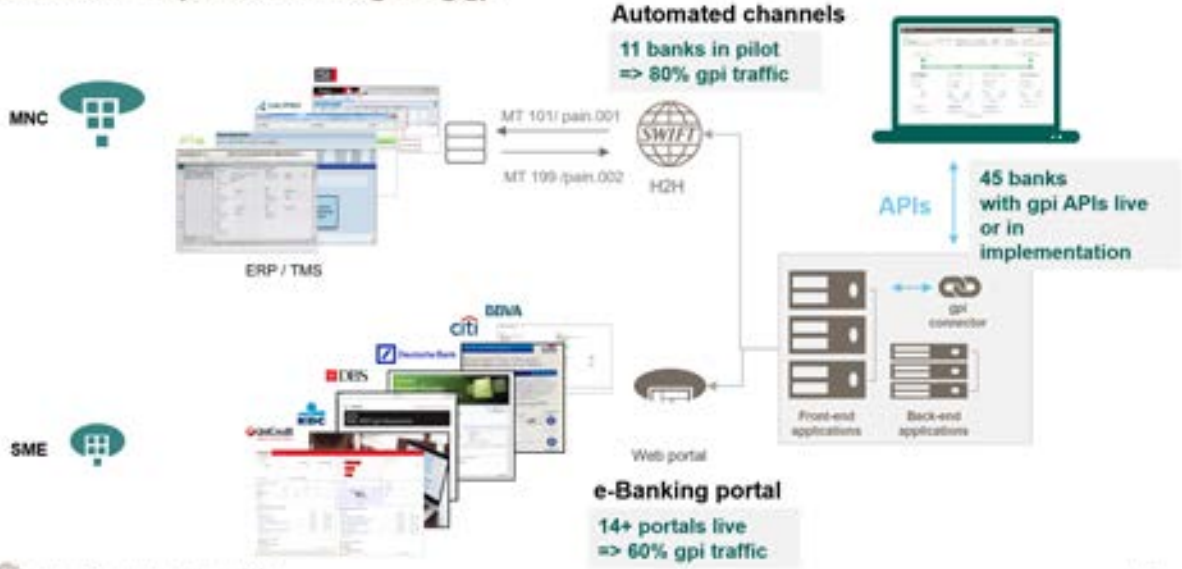
И, что самое главное, если многие новые технологии предполагают создание новой инфраструктуры, интеграции новой инфраструктуры с банковскими системами, то SWIFT gpi этого не предполагает.

То есть, даже если мы используем для своей платформы новые технологии, новые решения, для банков взаимодействие со SWIFT остается тем же самым. С технической точки зрения вы используете ту же инфраструктуру, те же рельсы, и это не влечет за собой сложных и дорогих проектов.

Хотелось бы развеять миф о том, что SWIFT

gpi – это предложение только для крупных банков. Это абсолютно не так. Есть, может быть, определенная специфика российского рынка. Российский рынок, если судить по банкам, подключенным к SWIFT, это рынок №1 по количеству СМБ, банков среднего и малого бизнеса. Как вы знаете, мы много говорим и не только в России, во многих регионах, о феномене дерискинга. В этой атмосфере дерискинга, когда крупные банки закрывают корреспондентские счета, SWIFT gpi становится одним из пререквизитов сохранения этих корреспондентских отношений. Потому что для этих банков-корреспондентов, которые предоставляют эти сервисы, как раз эта прозрачность и является снижением рисков и самозащитой, созданием мер

Banks and corporates are integrating gpi



Moscow Payments Forum, November 2018

Unparalleled growth in adoption, traffic and corridors



Moscow Payments Forum, November 2018

для избегания AML-санкций. Это очень важно для российских институтов.

Конечно, все ищут пути снижения операционных расходов, связанных с трансграничными платежами. Gpi может вам помочь и в этом.

И мы не упоминаем очевидные вещи – улучшение сервиса, новые сервисы, которые вы можете предоставить своим клиентам. Сегодня здесь мы уже слышали от некоторых из вас, что корпоративные российские клиенты начинают запрашивать UETR, и хотели бы получить доступ к Трекеру или, по крайней мере, понять, где находится их платеж.

На следующем слайде – пример того, насколько много банков уже интегрировали на сегодняшний день информацию из Трекера в свои корпоративные порталы.

Напоследок, прежде чем я приглашу участников сессии на сцену, хотелось бы поделиться последней статистикой о том, насколько быстро, успешно банки подключаются к этому сервису. Я упомянула, что 19-го ноября был standard release, то есть в этот понедельник изменения вошли в силу. Две цифры хотелось бы озвучить с этого слайда. На сегодняшний день, с понедельника 19 ноября 50% всех потоков, которые идут по SWIFT (это несколько миллионов транзакций в день), это

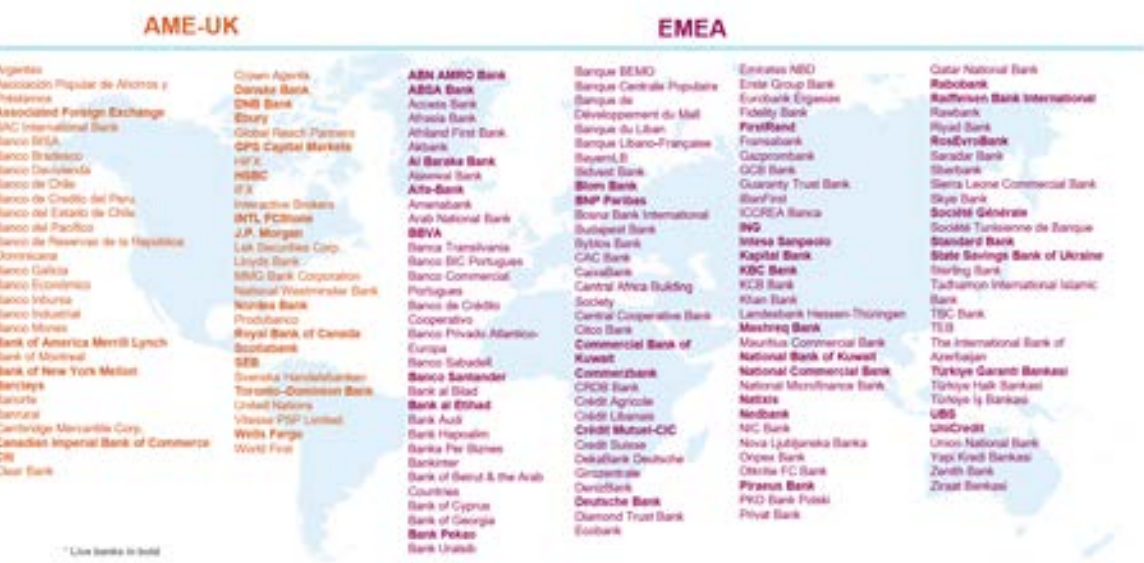
89 banks are live, with more than 180 banks in the implementation phase

97
gpi banks live



Moscow Payments Forum, November 2018

300+ global transaction banks signed up



Moscow Payments Forum, November 2018

транзакции gpi. И 25% всех потоков уже сегодня подтверждены банком бенефициара, конечного получателя о том, когда и сколько денег было аккредитовано на счет бенефициара. Это очень важная статистика, потому что это говорит об успешности сервиса и о глобальном внедрении этого сервиса по всему миру.

Последний слайд – это статистика за октябрь. Здесь представлены транзакции gpi, которые идут по SWIFT, и замерено время от отправления этих транзакций банком-отправителем (естественно, он должен быть в gpi) до кредитования банком бенефициара на счет конечного получателя.

Как мы можем увидеть, 95% всех транзакций обработаны в течение одного дня.

И если раньше ваши банки-корреспонденты часто говорили, что платеж не пришел или осуществляется Compliance Screening (и очень много можно было свалить на Compliance Screening), то сейчас парадигма отношений между банками меняется. Только 5% всех транзакций не обработаны одним днем, и это не только Compliance Screening, а все случаи.

Это был краткий экскурс по gpi.

300+ global transaction banks signed up



Moscow Payments Forum, November 2018

SWIFT gpi is very fast!



Moscow Payments Forum, November 2018

Переходим к дискуссии. Первый, общий вопрос – к Юрию Кошугу и Вадиму Котову. Думаю, сегодня не будет преувеличением сказать, что платежный бизнес является одним из самых конкурентных в индустрии, и также одной из наиболее перспективных сфер бизнеса. Мы видим, что операционная эффективность и конкурентоспособность сегодня подразумевают использование новых технологий, и их успешное применение мы видим именно в платежной сфере. Кроме того, уровень доходности в сфере платежей привлекает новых, непривычных игроков в эту сферу – финтехи, регтехи, неолбанки и т.д.

Если говорить о доходности, есть разные источники, и они дают разные цифры. Но хо-

телось бы привести цифру из исследования Boston Consulting Group о потенциальном приросте доходности в сфере платежей на следующие 5-6 лет, до конца 2024 года. Это около 900 миллиардов долларов.

Все это, конечно, повышает уровень конкуренции в сфере платежной на рынке, но вместе с тем повышает и требования ваших конечных клиентов и заставляет всех нас адаптироваться к этим новым условиям.

Основной вопрос, который встает перед банками сегодня, это на какие технологии нужно ставить, какие из них окажутся выигрышными и в каком направлении нужно двигаться? Мне кажется, это достаточно трудный вы-



бор для банков, совершенно неочевидный. На ваш взгляд, какие из новых трендов или технологий навсегда изменят сегодняшнюю парадигму в сфере платежей?

Юрий КОШУГ: Прежде всего хотел бы рассказать, что в эти минуты Уралсиб завершает финальную часть тестирования, и очень может быть, что сейчас проходят последние кейсы. То есть, может быть, со следующей недели или в первых числах декабря мы приступим к работе в системе gpi.

Что касается темы gpi, я бы предложил всем присутствующим взглянуть на нее немного шире. Мне кажется, gpi – это тема для разговора, для размышления и для оценки в каком-то смысле будущего банковской деятельности. Дело в том, что SWIFT как международная крупная компания очень хорошо понимает стратегию развития банковского бизнеса и очень хорошо понимает, что надо меняться, и меняться нужно, конечно, в сторону прозрачности, скорости, эффективности.

И сегодня я бы хотел, наверное, немного с грустью отметить, что наша сфера в этом плане слегка архаична и очень консервативна. Поэтому gpi для нас является новым сигналом к тому, что нам надо меняться, надо оптимизироваться. Те процессы, которые сейчас у нас проходят в банке – зачисление по 24 часа, расследования по 48 часов и прочие нюансы, которые очень сильно утяжеля-

ют и увеличивают сроки прохождения платежей – это нам большой минус.

Я сегодня слушал предыдущую часть нашего форума, и услышанное дает толчок к размышлению: а где же там мы на этом платежном рынке? Возможно, вы заметили, все присутствовавшие – и Банк России, и представители Национальной платежной системы, – в основном все говорили о платежных системах. И идет полная путаница, что такое платеж, а где переводы и эквайринг. Собравшиеся здесь, насколько я себе представляю, люди, которые представляют классический банковский перевод. Может быть, пришла пора сделать некую систематизацию этой терминологии. Еще в древности говорили:

«Давайте определимся о терминах, и тогда будет легче обсуждать и разговаривать, и понять, куда мы движемся».

Я бы предложил для нашей среды все-таки использовать слово «перевод». Мы занимаемся банковскими переводами, и gpi для переводов – это существенно важно. Это то, что означает, что нам нужно меняться в сторону прозрачности, что мы должны дать возможность клиенту в любой момент, допустим, открывая то же банковское приложение, Интернет-банк, не только увидеть, что платеж был принят банком, но в любой

момент он должен войти туда и посмотреть, когда платеж был исполнен, и когда он попал в какой-либо банк, какая комиссия там была.

Я часто привожу пример в таких случаях работу компании DHL. DHL выдает референс-трекер, если по нему войти, то вы сразу видите, как ваш пакет курсировал по всему миру, и это клиенту очень удобно.

Когда мы проходили процесс подключения к сервису gpi, мне было много звонков от коллег из разных банков. Все задавали вопрос: «Зачем вам это нужно? Это же не востребовано». Я им объяснял: мы работаем на перспективу, мы работаем на следующее поколение. Если сейчас основная масса клиентов банков – это люди среднего и, может быть, старшего возраста, которые родились не в эру интернета, то за ними идут поколения, которые родились уже в эру Интернета, и когда они идут в банк, они хотят видеть все те возможности, о которых я говорил. Когда такой клиент придет в банк и скажет: «Дайте мне SWIFT», а ему скажут: «Знаете, SWIFT у нас будет только завтра, вы получите бумажку» или «Сегодня SWIFT можно было до трех часов, а если вы обратились после трех часов, вы его увидите только завтра», то клиент просто возьмет и уйдет в другой банк, где такие услуги будут доступны.

Именно поэтому я бы предложил использовать эту тему как платформу для более широкого обсуждения, для более обдуманного принятия решений, для понимания того, что gpi – это не просто услуга, это философия развития платежного бизнеса банковских переводов в будущем.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Можно я добавлю? Еще и потому, что gpi – это не только трекинг. Трекинг – это только начало. И мы находимся только в начале пути выхода в эру новых цифровых сервисов для клиентов, о которых мы тоже говорили сегодня в начале.

Юрий КОШУГ: Да, именно так я об этом и говорю.

Основная и, может быть, конечная цель – это не собственно внедрение gpi до уровня банка, а внедрение gpi до уровня клиентского сервиса. Это очень важно.

Более того, у Марианны было мало времени для того, чтобы более широко осветить эту проблему, но на самом деле там есть goadmap, где указано множество сервисов, которые будут предоставлять те возможности, о которых я говорил – и прозрачность, и скорость, и т.д.

В частности, там будут сервисы, позволяющие предоставлять большой объем документов. Причем этот объем документов сейчас очень актуален из-за санкционных проблем. Все вы знаете, что это 5-6% платежей, которые сейчас идут из Российской Федерации, по ним мы получаем запросы на предоставление дополнительных документов, инвойса, договора и т.д. Очень часто эти документы запрашиваются не прямым корреспондентом нашего банка, а, допустим, корреспондентом корреспондента банка получателя или, может быть, самим банком получателя. Дальше идет длинная цепочка, или эти документы отправляются по интернету, что, в общем-то, небезопасно и неэффективно, да и небыстро. В gpi же все это можно собрать.

Речь идет о том, что предоставляется возможность быстрого и эффективного взаимодействия между банками, и с большим объемом информации. С другой стороны, предоставляется возможность кардинального улучшения прозрачности для клиентов. А как я сказал, для клиентов это сейчас становится в каком-то смысле жизненно важным.

Есть известное изречение «быть или не быть?». В данном случае я бы предложил смотреть на философию gpi с точки зрения этого вопроса – быть или не быть? Если мы хотим быть – значит, надо меняться. Если же мы хотим продолжать жить в старом режиме, то есть еще 5, может быть 10 лет, но не больше.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Вадим, ваш банк много экспериментирует с новыми технологиями и находится в поиске новых эффективных интересных решений для ваших клиентов. Есть ли у вас видение, как вы будете использовать gpi в этом контексте?

Вадим КОТОВ: Я, если позволите, буквально несколько слов добавлю к тому, что говорил Юрий Кошуг о трендах.

Мне кажется, что очень важно понимать, что ключевой тренд, который уже сформировался – это тренд пользовательского опыта.

Сотрудники компаний – это в конечном итоге те же физические лица, которые привыкли, что платеж, который они осуществляют в персональных целях, происходит в режиме реального времени. В России есть банки, которые предоставляют такого рода сервисы, и Сбербанк – один из них.

Ожидание, что все платежи или переводы – неважно, как их называть – будут происходить в режиме реального времени, уже сформировалось.



В терминах трендов этот тренд – это instant payment. Мы в конечном итоге придем к этому. Может быть, не по всем видам платежей, останутся, наверное, казначейские переводы на крупные суммы, которые не будут instant, но по всем остальным мы к этому придем.

В этом смысле gpi – это очень правильный шаг в данном направлении. Мы видим ценность gpi, прежде всего, в том, что банки-участники гарантируют исполнения SLA. Те цифры, которые я вижу – 40% переводов исполняются в течение 5 минут – меня очень радуют, потому что это отвечает потребностям наших клиентов и это то, что мы хотим получить от этого сервиса.

Трекер – прекрасная функция. Но, честно говоря, если сравнивать с DHL, то если бы они доставляли в течение 5 минут, я бы не стал пользоваться Трекером – мне бы просто незачем было это делать.

Если говорить о том, как мы собираемся использовать gpi, то Трекер пока еще собираемся использовать и, к сожалению, очень часто это единственный инструмент, который помогает нам облегчить расследование задержанных платежей, когда геополитические вопросы, о которых вы все о них знаете. Банки, которые находятся под секторальными санкциями, с этим сталкиваются очень часто. Поэтому наши ожидания, что мы будем пользоваться Трекером очень активно.

То же самое касается Rich Data. Конечно, есть

спрос на передачу документов, в том числе не через корреспондентскую сеть, а напрямую, например, банку-бенефициару. Так что этим сервисом тоже будем пользоваться.

Надеюсь, что не очень часто будем пользоваться сервисом Stop&Recall. Но если будет такая необходимость, то это прекрасный сервис, и его планируем также использовать.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Кстати, китайские банки тоже очень активно высказывались о необходимости сервиса или технической платформы для передачи и обмена документами.

Также не вошло в мою презентацию, но хотелось бы сказать, что первым сервисом, который будет внедрен в следующем году, станет маркетинговый сервис, который позволит использовать платформу Трекера, но обогащенную новым функционалом для обмена не только информацией, но для запросов, как Вадим говорил, когда банки смогут обмениваться не через свою корреспондентскую сеть, а через защищенный центральный канал или платформу напрямую и отдавать информацию тому банку, которому эта информация нужна.

Екатерина, ваш банк тоже только что вышел в «живой» режим работы в сервисе, у вас свежий опыт внедрения, вы занимались ведением проекта. Не могли бы вы поделиться с коллегами опытом внедрения проекта и, может быть, что бы вы могли посоветовать



банкам, которые либо начинают проект, либо сомневаются, каким может быть для них этот проект?

Екатерина КАМЕНЕВА: В первую очередь, хотелось бы сказать, что успех любого проекта заключается, в первую очередь, в команде, которая его выполняет, в целостности и сопереженности взглядов на конечную цель и на процесс. Поэтому, пользуясь возможностью, хотела бы поблагодарить своих коллег, благодаря которым мы добились таких результатов в очень короткие сроки. А также коллег из SWIFT: большое вам спасибо за ваши очень подробные и оперативные ответы на любые наши вопросы, и за деликатную помощь.

В целом наш проект шел достаточно ровно, без каких-либо резких уходов не в ту сторону, что могло бы способствовать откату назад и возобновлению работ. Безусловно, сложности были. Сложности были в самом начале, когда необходимо было понять общую картину, как это все устроено и что от нас требуется, чтобы реализовать это на наших системах. Проработав документацию, спроецировав это видение на нашу систему, мы смогли уже выстроить четкий план, чтобы реализовать данный проект – организовать тестовую среду, максимально приближенную к боевой, в ней произвести доработки, посмотреть, как отобразится это на текущих процессах, как изменится наша текущая ситуация.

Таким образом, у нас получилось, что для доработок по исходящему потоку, для присвоения UTR-кода по отправленным платежам нам потребовалось меньше ресурсов, меньше времени, и с этим мы справились гораздо быстрее и проще, чем нежелали по входящему потоку. Тут уже нам пришлось переработать нашу внутреннюю АБС и реализовать правильную загрузку входящих документов gpi с отправкой статусов по ним.

Особо значимый этап в проекте – это тестирование и проверка сделанных доработок. Хотелось отметить прекрасно организованные тестовые кейсы, которые очень подробно отображали все возможные платежи, все исходы с возможностью корректировки различных маленьких деталей. То есть банк, в зависимости от своей специфики, от своих потребностей выбирал близкие ему примеры, корректировал их под себя с малейшими деталями по каждому, чтобы конкретно на них проверить работу в тестовом режиме. В итоге мы имели возможность проверить абсолютно все, не упустив ничего.

У нас получилось, что вместо пяти заложенных на реализацию этого проекта месяцев мы справились за 3. Сейчас мы находимся на этапе привыкания и осознания того, что у нас появилось, как это все функционирует, но уже видим, что можно было бы в дальнейшем доработать, усовершенствовать, чтобы предоставить более улучшенный сервис клиенту и упростить работу нашим сотрудникам.

Сейчас мы уже видим, что снизилась нагрузка по расследованиям по платежам и повысилась информированность клиентов. Это заметно, даже несмотря на короткий срок использования этого сервиса в живом режиме.

В ближайшем будущем мы планируем получить обратную связь от наших клиентов, чтобы и на основании нее также совершенствовать использование сервиса в банке.

Безусловно, gpi – это огромный шаг навстречу новым технологиям и сервисам, которые, естественно, будут поддерживаться и использоваться нашим финансовым обществом.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Дмитрий, вопрос к вам. Мы уже говорили сегодня о том, что глобальная трансформация в платежной сфере, которую мы видим везде, отражается на всех игроках. Не только на финансовых институтах, но и на новых игроках и, конечно же, на вендорах. А вы сегодня представляете, наверное, крупнейшего вендора на российском рынке.

Дигитализация и адаптация к новым условиям и успех в этой сфере подразумевают успешное партнерство, в данном случае ваше партнерство с вашими клиентами. Что именно подтолкнуло компанию ЦФТ к решению пойти по пути, во-первых, поддержки ваших клиентов, которые проявили интерес к сервису, во-вторых, пойти по пути программы формальной сертификации, и таким образом вы поддержали своих клиентов, предоставив возможность таким банкам, как Уралсиб, установки новой версии со всеми элементами логики gpi. Видите ли вы как крупнейший вендор спрос на российском рынке или, по крайней мере, интерес на российском рынке и какова ваша стратегия дальнейшего развития нового функционала в контексте gpi?

Дмитрий САХАПОВ: Компания ЦФТ уже давно при разработке новых технологий взаимодействует с партнерами. У нас есть направление, связанное с развитием розничного бизнеса, и в этом направлении мы сотрудничаем с другими компаниями, такими как Мастеркард и другими.

В частности, хотел бы привести примеры действительно инновационных технологий, которые повышают скорость, мобильность, улучшают клиентский опыт и действительно проходят проверку временем и являются востребованными на рынке.

Например, в 2016 году мы предоставили банкам услугу эмиссии карты без физического носителя.

На базе наших технологий мы можем предоставить банку возможность эмитировать карты без носителя и подключать их к основным платежным сервисам – Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay.

В начале этого года у нас появилась технология в партнерстве с Мастеркард, которая позволяет банкам выстраивать собственный бесконтактный платежный сервис, без использования вышеуказанных «пэев». Экономическая выгода такого сервиса понятна.

Еще один пример, опять же из ритейловой сферы, который является инновационным – это возможность снятия наличных в банкомате бесконтактно, без использования карты.

Все эти технологии есть. Естественно, они не могут быть разработаны одним вендором, они разрабатываются либо в партнерстве со сторонними вендорами, либо с использованием целой экосистемы, которой располагает группа компаний ЦФТ. Естественно, эти разработки опираются на фундаментальные инфраструктурные вещи, каковыми являются платежи. Поэтому мы как поставщики одной из АБС на рынке такие процессы всегда поддерживаем – инициативы Центрального Банка, инициативы SWIFT в части ускорения, повышения безопасности платежей, повышения технологичности платежей, доступности – все это мы стараемся реализовывать и поставлять нашим клиентам.

Конечно же, услышав об инициативе gpi, мы без особых раздумий согласились поучаствовать в этом проекте, согласились пройти все формальные процедуры по сертификации, потому что считаем, что такие технологии как gpi, которые повышают прозрачность, скорость, мобильность, улучшают сервис, имеют все возможности стать технологиями, которые могут изменить бизнес кардинальным образом.

Напрашивается аналогия – дороги, мосты, то есть, инфраструктурные вещи, когда невозможно предположить, что может появиться в результате создания и внедрения такого рода технологий. Я родом из Новосибирска. Вы наверняка знаете, что Новосибирск был основан на месте строительства моста через реку Обь, и из маленького поселка мостостроителей буквально за 100 лет вырос до третьего по численности в России. Никто не



мог предположить, что город-миллионник будет в Сибири на этом месте. Но инфраструктурные вещи делают свое дело и в результате могут появиться совершенно новые сценарии, совершенно новый бизнес.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Хотелось бы с гордостью объявить, что ЦФТ является первым формально сертифицированным gpi-вендором в России.

Юрий КОЩУГ: Хотел добавить пару слов по поводу внедрения, поскольку мы сейчас, что называется, в теме. Возможно, это многим будет интересно и, возможно, это будет и Марианне интересно.

На этапе внедрения, тестирования я заметил, что присутствует определенная стандартизация кейсов. Может быть, аудитории не очень понятно, как это выглядит. Когда речь идет о том, что вы вступаете в gpi, предоставляется соответствующая документация и т.д. Когда вы доходите до этапа тестирования, вы выбираете определенный набор тест-кейсов, в зависимости от того, каким банком вы являетесь: будете вы только instructing, intermediary и т.д., или вы, может быть, будете участвовать вместе с market infrastructure (есть страны, где участвуют в этом процессе самые центральные банки и выбираются эти тест-кейсы).

Сразу хочу успокоить российскую аудиторию – у нас все немножко проще, у нас market infrastructure не участвует по всей

процедуре, поэтому количество тест-кейсов и их объем немножко сокращается. Это дает определенную комфортность при внедрении продукта.

В качестве пожелания я бы хотел, чтобы была реализована возможность адаптации определенных кейсов под нашу реальность.

Есть определенные кейсы, которые не относятся к нашему рынку. В частности, мы столкнулись при работе с банками-корреспондентами с тем, что когда вы получаете платежные поручения, то туда добавлены 20 или 30 евро, как будто это ваша комиссия за зачисление, при этом вашей комиссии за зачисление, естественно, нет. Вы с этой комиссией что-то делаете. Дальше тест-кейс предполагает, что вы отправляете, допустим, ЛОРО банку, когда вы являетесь в этом случае intermediary, тогда эта комиссия будет, допустим, не те 30, которые вы получили от иностранного банка, а вы должны добавить эти 20 евро и отправить. Для нас это некая дополнительная техническая сложность, разрабатывать ее в действующей технической системе нецелесообразно, потому что мы пользоваться ей не будем. Поэтому приходится в таких случаях для галочки такие тесты пройти, чтобы отрапортовать, что все хорошо. Но на самом деле понимаем, что

этим пользоваться не будем. Разве что это на будущее, для роста.

Это обязательный тест. Мы выбрали его, когда мы были instructing party. Но мы, как новички, выбрали чуть ли не все тест-кейсы. Потом мы поняли, что на чем-то можно сэкономить и по времени, и по ресурсам. И на втором этапе, где мы идем как instructed, что, кстати, самая сложная часть. Коллега из Совкомбанка сказала, что с точки зрения исходящего потока это самый простой вариант, потому что с 18 ноября мы уже все UTR указываем. Осталось еще одно дополнительное поле, вы его туда указываете, так называемый gpi enabled, и все. Но основные сложности возникают по поводу instructed и intermediary, то есть входящий поток. Вы должны дальше после этого отправить соответствующее уведомление в Трекер – это взаимодействие самое сложное. На этом этапе, я думаю, что будет полезно, может быть, перерабатывать, потому что в самих тест-кейсах есть возможность что-то менять.

Возможно, это тоже можно менять и я думаю, что это даже не составляет никакой сложности. Потому что, когда вы выбираете эти тест-кейсы, вы отправляете вашему менеджеру, а, как правило, банки, которые вступают туда, получают своего отдельного менеджера, и за это мы платим немалые деньги, и с менеджером вы отправляете эти тест-кейсы. Тест-кейсы они загружают в свою системы и после этого только с этими тест-кейсами вы работаете. Если это возможно туда загрузить, то я думаю, что можно и видоизмененные, каким-то образом тоже менять.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Тестирование, о котором мы говорим, происходит посредством робота, в который загружаются тест-кейсы. То есть происходит симуляция определенных ролей и определенных сценариев. Я передам ваши замечания команде, которая создавала тестовый каталог. Но справедливости ради должна сказать, что очень трудно создавать универсальные сценарии, которые были бы актуальны и подходили всем. Так как это глобальное предложение и тестовый каталог для всех одинаковый, поэтому наши коллеги создали те тест-кейсы, которые посчитали универсальными.

Вадим, позвольте мне обратиться к вам как к представителю крупнейшего банка в России со следующим вопросом. Как я уже упоминала во время своей презентации, специфика российского банковского ландшафта заключается в том, что существует такой феномен, который мы называем long tail, то есть огромное количество банков среднего и малого размера. Считаете ли вы, что для этого сегмента бизнеса предложение gpi тоже очень актуально, и, если да, что является обязательным условием для внедрения российскими банками этого сервиса, что является

залогом успеха?

И еще один вопрос. В рамках коллективного визита в штаб-квартиру SWIFT, организованного РОССВИФТ в октябре, делегация российских банков озвучивала идею о поддержке передачи сквозного референса, UETR через новую Перспективную платежную систему Банка России до последнего звена в платежной цепочке. Насколько я понимаю, Сбербанк поддержал эту идею. Что вы думаете по этому поводу?

Вадим КОТОВ: Я думаю, что для принятия решения, нужен ли банку gpi или нет, нужно, прежде всего, отталкиваться от бизнес-кейса, потому что это не бесплатное удовольствие. Мы очень рассчитываем, что SWIFT скорректирует ценовую политику в будущем. Для банков, которые не генерируют большие потоки трансграничных платежей прямое участие в gpi будет экономически неоправданным.

Но у меня есть хорошая новость для таких банков – мы рассматриваем возможность предоставления сервиса для third party банков. У нас есть цифровое приложение для наших ЛОРО-респондентов Сбербанк Финлайн, в которое будет выведен и в котором будет доступен для использования трекинг-сервис. Если у нас появится возможность предоставлять банкам другие сервисы gpi, мы, безусловно, рассмотрим такую возможность.

Что касается инициативы, которая, на самом деле, является инициативой комитета РОССВИФТ, по поводу того, чтобы поддержать уникальный референс в сети Банка России – мы поддерживаем это. Коллеги об этом не говорили, и Марианна тоже. К сожалению, в gpi сейчас нет рублевого коридора. Когда мы говорим, что стали участниками gpi – это касается иностранных валют, рублей это не касается.

Мы были бы рады стать инициатором рублевого коридора, но для этого нам нужно действительно обеспечить протягивание уникального референса до конечного бенефициара, а это требует включения в эту цепочку сети Банка России. Поэтому мы будем этим заниматься вместе с коллегами по комитету РОССВИФТ и рассчитываем, что в конечном итоге этого добьемся.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Нужно заметить, что многие локальные клиринговые системы на сегодняшний день уже поддерживают передачу gpi-информации в локальных форматах. Есть уже рыночные практики, и те локальные клиринговые системы, которые не находятся на SWIFT, как, например СПФС Банка России. Здесь мы очень тесно работаем с представителями локальных клиринговых систем, чтобы создать практику мапирования и передачи информации.

Я думаю, что для сообщества и для ваших конечных клиентов это очень важно, потому что им не интересно, через какую систему идет платеж. Техническая сторона, маршрутизация в общем-то клиентам ни о чем не говорит. Им интересно, чтобы, во-первых, была уверенность, что счет конечного получателя был аккредитован, когда и за сколько. Это является основным ценным моментом, поэтому я надеюсь, что, может быть, в следующем году это будет реализовано. И что мы откроем рублевый коридор, потому что, как вы видели, это важный платежный коридор.

В завершении дискуссии хотелось бы задать вопрос всем участникам. Мы не говорили сегодня о дорожной карте, но упомянули некоторые сервисы, которые будут доступны в следующем году. В следующем году появится много новых цифровых сервисов в контексте gpi для участников этой экосистемы. Не могли бы вы выбрать для себя из дорожной карты, что для вас является самым интересным и, может быть, самым критичным? Почему именно они и какую потенциальную ценность вы видите для своих конечных клиентов?

Юрий КОЩУГ: Сначала я хотел бы сделать маленькую ремарку по поводу взаимодействия с Центральным Банком.

Первый шаг к переходу рублевых расчетов в систему gpi, может быть, уже и сделан. Здесь в основном представлены коллеги, которые работают с валютными платежами, но после внедрения Перспективной платежной системы в июле Банк России рекомендует: «Пока рекомендуем по срочным платежам получатель средств, банк-получателя должен отправить уведомление банку-отправителю о том, что средства были зачислены». Там есть соответствующее кодовое слово «зачислен на счет» или «зачислен на счет до выяснения». В моем понимании это уже первый признак того, что Центральный Банк уже в эту сторону смотрит, поэтому внедрение так называемого UETR, уникального референса – это вопрос времени, а, учитывая, какими быстрыми шагами Центральный Банк внедряет новые продукты, мне кажется, это будет не таким уж сложным вопросом.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Мы говорили сегодня о дорожной карте Центрального Банка и о переходе на ISO 20022 в 2021 году. Тем не менее, SWIFT уже был подан Change Request на платежные инструкции в формате ISO. И Change Request заключается в следующем. Должно пройти национальное голосование, голосование национальных платежных комитетов, и если голосование будет позитивным, то уже с ноября следующего года в форматах ISO 20022 в платежных инструкциях использование UETR станет так же обязательным полем для использования.

Юрий КОЩУГ: Для рублей станет обязательным, да. Но я думаю, что это опять-таки особой сложности не доставит кредитным организациям, учитывая то, что с 18 ноября банки это уже делают для валютных платежей, то есть это является обязательной информацией. Я думаю, что переносить из этой системы в другую систему эту технологию – вопрос в этом, но сама логика кредитным организациям и разработчикам уже понятна. Поэтому я думаю, что первые шаги для этого сделаны.

Возвращаясь к вопросу о сервисах из roadmap, как я уже упомянул, мы очень рассчитываем на так называемый Case Resolution Service, возможность передачи большого объема информации банкам, причем разным банкам в цепочке платежного маршрута, не обязательно прямым корреспондентам, но вплоть до банка-бенефициара, банка-получателя.

Рассматривая эту дорожную карту, я для себя отметил также довольно интересный продукт – Prevalidation. Думаю, что для российского рынка это тоже будет интересно. Потому что мы все живем в санкционном режиме, очень часто документы застревают на определенном этапе и возможность предварительной отправки информации, запроса Prevalidation до того, как платеж был иницирован и отправлен, потенциально может снять большинство вопросов уже на этапе иницирования вопроса.

Допустим, юридическое лицо намеревается сделать платеж в пользу своего контрагента где-то в другой части света. Он пользуется этой услугой, отправляет по цепочке, по которой будет проходить платеж, все дадут своего рода комментарии, какие в этом случае у них могут возникнуть вопросы. Эти вопросы утрясаются на предварительном этапе, и когда платеж проходит, я так понимаю, особой проблемы в этом случае быть не должно.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Да, идея в том, чтобы все вопросы утрясти до того момента, как платежная инструкция отправлена в мир. И речь не только об эффективном взаимодействии между баном и отправителем. Когда отправитель посылает платежную инструкцию, он может быть уверен, что и счет получателя существует, и атрибуты указаны верно, и value date может быть соблюдена и т.д. Опять же, это исключает возврат платежей и прочие расходы. То есть это то, что мы называем intelligence at the point of origination.

Этот сервис, который будет разработан по фазам. Естественно, первая фаза, самая основная – это болевая точка банков-отправителей – валидация счета бенефициара конечного получателя и атрибутов.

Вадим КОТОВ: Я думаю, что следующий год



мы посвятим тому, чтобы максимальное количество сервисов вывести на конечных клиентов. С учетом того, что клиентов у нас много, вряд ли наш расчетный центр справится с этим самостоятельно.

Идея в том, чтобы перевести клиентов на self-servicing – и валидацию счетов, и передачу расширенных данных, этот сервис предоставить непосредственным клиентам. Мы будем этим заниматься.

Юрий КОЩУГ: В продолжение того, что сказал Вадим, я хотел бы еще, может быть, добавить по поводу продукта, называется он Request for payments.

Сегодня в первой части форума уже многие слышали о том, что внедряется прямой дебет и т.д. На международном рынке это уже давно внедрено. Но появляется еще услуга Request for payments, как говорил Вадим, когда сервис передается в пользование клиента – и это может быть очень интересно клиенту. То есть, клиент может напрямую отправить своему контрагенту информацию о том, что по той или иной сделке, по тому или иному контракту или договору он запрашивает такой-то платеж, в таком-то объеме, в таких-то сроках и т.д., и это тоже идет через gpi.

Мне кажется, корпоративным клиентам, которые задействованы в экспортно-импортных операциях, а потом, может быть, и других – это должно быть интересно. Поэтому внедрение этого ресурса на стороне клиента,

мне кажется, тоже имеет хорошие перспективы для развития и использования.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Это новый сервис, который дает больше контроля конечному получателю, инициирующему платеж вместо обычной инициации со стороны плательщика.

Екатерина КАМЕНЕВА: Все представленные сервисы достаточно интересны и заставляют задуматься о том, чтобы их внедрить. Но на данном этапе, наверное, самый близкий для нас – сервис Prevalidation, потому что очень большое количество запросов возникает относительно проверки реквизитов платежей, и здесь возникает человеческий фактор, его ненадежность. Чтобы не рисковать незачислением денежных средств из-за того, что неверно проверены реквизиты (или не проверены вообще), этот сервис был бы очень важен, чтобы была более надежная отправка платежей.

Дмитрий САХАПОВ: Нам в этом смысле проще всех, наверное, потому что мы ориентируемся на пожелания и приоритеты развития сервисов наших банков-клиентов. Но совершенно точно – и это соответствует нашим изначальным планам, – мы сейчас в части развития gpi будем реализовывать взаимодействие с Трекером через API, а также дополнительные сервисы, которые будут развиваться и внедряться у наших клиентов.

Если вопрос про SWIFT, то это все. А если мы

говорим еще и про дополнительные инициативы Банка России, которые могут быть связаны с переходом на стандарты ISO и на Систему быстрых платежей, то мы в этих проектах принимаем активное участие и тоже стараемся вместе с лидерами банковского рынка своевременно разрабатывать и внедрять эти технологии.

Марианна ЯНССЕН (модератор): В заключение хотелось бы сказать как вывод по gpi, что это начало новой парадигмы ваших взаимоотношений с другими банками, вашими ли корреспондентами или нет, и мы находимся посередине.

Коллеги, если у кого-то есть вопросы – пожалуйста.

Евгений ГОЛОВИН (Банк Открытие): Мой вопрос немного шире, чем по gpi. Скажите, пожалуйста, как вы оцениваете политический риск отключения или блокировки России от SWIFT? И есть ли у вас «план Б» на этот счет?

Вадим КОТОВ: Вопрос по поводу отключения от SWIFT очень популярный, его много раз задавали руководителям глобального SWIFT, и они каждый раз отвечают, что они сделают все возможное, чтобы этого не произошло. И я склонен им верить. По крайней мере, на текущий момент я знаю, что им несколько раз удавалось отстаивать эту позицию и очень рассчитываю, что и в будущем будет происходить так же.

Что касается «плана Б», то, конечно, у Сбербанка он есть. Я думаю, что у каждого банка есть business continuity план, и в рамках этого плана рассматриваются разные сценарии, в том числе и этот тоже.

Юрий КОЩУГ: Я бы сказал, что, если речь идет об отключении, то, скорее всего, отключения не будет. Но никогда не говори «никогда» ...

«План Б» – мы сегодня об этом очень много слышали из уст Центрального Банка. На территории Российской Федерации СПФС – это «план Б» для банков.

Что касается трансграничных платежей, то здесь «плана Б» как такового нет и не будет. Потому что если вас отключают от SWIFT, то это означает, что вам и корреспондентские счета закроют, поэтому никакой «план Б» вам в этом случае уже не поможет.

Дмитрий САХАПОВ: Опыт Ирана показывает, что отключение SWIFT чисто теоретически возможно. Но практика 2014 года, в свою очередь, показывает, что, несмотря на все санкционное и геополитическое давление, SWIFT выстоял и выполнил свои обязательства в отношении России.

Хотя, Центральный Банк, естественно, обес-

покоился самой возможностью, почему упоминавшаяся ранее система СПФС была создана. И мы как вендор, который должен обеспечивать «план Б» для любых банков, естественно, разработали решение по взаимодействию с СПФС. В этом смысле, если вдруг Россию отключат от SWIFT, то банки на ЦФТ могут работать с СПФС.

Вопрос из зала: Марианна, вопрос такой: у нас уже около года эксплуатируется сервис, очень большой клиентский интерес. Вопрос в следующем: будут ли какие-то сервисы предоставлены в следующем году? Потому что нашим клиентам интересно не только отслеживать свои платежи, но и получать информацию самостоятельно, минуя банк, именно о своих входящих платежах, для них это очень важно, они высказывают очень большой интерес.

Марианна ЯНССЕН (модератор): Очень хороший вопрос. В той же плеяде, как Request for pay, это мы называем Receivable-services, будет новый сервис, который вы сможете предоставлять или не предоставлять своим клиентам – это нотификация о входящих платежах для конечного клиента, где идентифицируется конечный клиент как получатель, и вы можете транслировать эту информацию как pre-notification о входящих деньгах, которые идут к нему. Если сегодня банк-получатель может эту информацию для себя смотреть через API или через веб-платформу, то в принципе этот сервис будет доработан в следующем году до того, что вы можете по конечному клиенту фильтровать, запрашивать информацию и пересылать нотификацию.

Вопрос из зала: Спасибо. А для этого понадобится внедрение API?

Марианна ЯНССЕН (модератор): Нет, внедрение API не нужно. Это просто логика, которая будет построена.



VI НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАТЁЖНЫЙ ФОРУМ РОССИИ 2018

БУДУЩЕЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПЛАТЁЖНЫХ УСЛУГ



ЦИФРОВЫЕ ПЛАТЁЖНЫЕ УСЛУГИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ. МИФЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

- Модераторы:
- Константин ГОНТМАХЕР**
July Group
- Приглашены к участию:
- Екатерина ВОЛЫНЕЦ**
Samsung Electronics
- Денис БУРЛАКОВ**
RBK.Money
- Юрий ВОЙНИЛОВ**
НАФИ
- Татьяна ГЛАЗАЧЕВА**
Robokassa
- Алексей ПАВЛЕНКО**
Альфа-банк
- Кирилл СВИРИДЕНКО**
Мультикарта
- Николай ХЛОПОВ**
The Algorithm

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Один из пунктов нашей сессии – это мифы цифрового маркетинга на рынке платежных услуг и на сопутствующих рынках. Я пока ничего говорить не буду, у меня припасены некоторые вопросы, но наверняка коллеги на них ответят до того, как я их задам.

Предлагаю начать с выступления Екатерины Волынец, которая нам расскажет, как устроена работа с платежами в Samsung.

Екатерина ВОЛЫНЕЦ: Спасибо большое за возможность выступить на этом интересном и важном мероприятии.

Samsung в сентябре отметил два года с момента запуска платежного сервиса в России. В мире пользователи Samsung Pay уже успели совершить около 1,5 миллиарда операций. И мы рады признать, что именно российские пользователи Samsung Pay являются лидерами в этих результатах по доле активных участников (порядка 70% всех, кто использует карты в приложении), и по количеству операций на один токен. Несмотря на то, что Samsung является традиционным монополистом не в России, а на корейском рынке, тем не менее, именно российский Samsung Pay дает потрясающие результаты.

Все эти результаты не были бы возможны без поддержки наших партнеров – платежных систем Mastercard и Visa, процессинго-

вой компания Мультикарта, группы компаний ВТБ и всех банков, которые поддержали (в первую очередь наш первый запуск) – Альфа-Банк, Райффайзен, Русский стандарт, Яндекс.Деньги, МТС-Банк. Мы рады, что наши результаты замечены, в частности, Алла Бакина отметила наши результаты сегодня в первой сессии.

Samsung Pay меняет поведение пользователя, и прежде всего это относится к способам совершения платежей.

Если обычный пользователь, совершая операции то по картам, а то наличными, оставляет на оплату наличными порядка 30% своих операций, то те, кто начинают использовать сервис, стараются использовать его в подавляющем большинстве случаев, оставляя на оплату наличными не более 13% от своих ежедневных операций.

Самые активные пользователи, как выявило наше исследование, которое было проведено весной этого года, склонны даже отказаться от покупки, если Samsung Pay не доступен для оплаты.



Это может быть в тех случаях, когда нет терминала или сервис не доступен на веб-странице магазина.

Самые активные пользователи совершают покупки посредством Samsung Pay более 3-5 раз в день. Для них наличие платежного сервиса, его поддержка в мобильном устройстве являются очень важными. Так ответили порядка 77% респондентов. А 93% пользователей подтвердили, что готовы для своей следующей покупки рассмотреть более сложное технологически, то есть, и более дорогое устройство.

Что особенно важно для нас – это то, что пользователи, которые участвовали в исследовании, отметили очень высокий уровень доверия к безопасности и надежности решения. 80% респондентов подтвердили, что они абсолютно уверены, что с их данными ничего не случится, Samsung Pay никто не сможет воспользоваться без ведома владельца устройства, даже если устройство будет утрачено или к нему получит доступ другой человек.

Это очень важный момент для нас, потому что компания особенно кропотливо работала над тем, чтобы реализовать несколько уровней безопасности для обеспечения защиты данных и безопасности платежей. Это и встроенные системы безопасности Knox,

которые обеспечивают защиту данных, не зависимо от операционной системы устройства, и обязательная авторизация пользователя по отпечатку пальца, биометрии или специальному PIN-коду в приложении для каждой операции, без чего платеж совершить будет невозможно. И, безусловно, это сервис токенизации платежных систем.

Сегодня сервис Samsung Pay доступен для карт более 60-ти банков-партнеров и эмитентов России, Белоруссии, платежных систем МИР, Mastercard и Visa.

Samsung Pay сегодня представляет собой многофункциональное решение, которое позволяет более безопасно, удобно и быстро совершать свои ежедневные операции по картам. Не только совершать покупки в магазинах, интернет-магазинах, мобильных приложениях, но и снимать наличные, делать денежные переводы.

Рады объявить, что сегодня сервис Samsung Pay стал доступен для покупки билетов «Аэрофлот» на официальном сайте «Аэрофлот». Это очень важный момент для нас.

Денежные переводы Samsung Pay – это отдельное уникальное инновационное решение, которое не имеет аналогов в мире. Samsung Pay в России – первый сервис, сделавший возможным совершение переводов по токenu, по карте в мобильном приложении. Сервис из себя представляет уникальное сочетание технологий Samsung Pay, когда достаточно просто провести по экрану смартфона, чтобы вызвать карту, технологии токенизации платежных систем Mastercard и Visa, и возможность переводов по номеру телефона, которая реализована благодаря банку ВТБ и процессинговой компании Мультикарта. Сегодня мы видим, что сервис набирает обороты и наши пользователи уже успели совершить более 250 тысяч переводов. Ежедневный оборот по переводам достигает сегодня 20 миллионов рублей. В перспективе 2019 года мы ожидаем, что ежемесячный оборот по переводам превысит порог 1 миллиарда рублей.

Компания Samsung традиционно на рынке задает тренд для развития финансовых технологий. Возможности мобильных технологий позволяют предлагать новые инновационные, надежные, безопасные решения в сфере финансовых сервисов. Мы продолжим развивать сервис в этом направлении для того, чтобы делать цифровое будущее доступным каждому уже сегодня.

Говоря «каждому», мы имеем в виду не только владельцев дорогих устройств. Samsung Pay доступен для пользователей устройств разного ценового сегмента – и высокого, и среднего, и низкого. Кроме того, он доступен даже на носимых устройствах и с тем же функционалом. Samsung Pay дарит свободу не задумываться, работает этот сервис для оплаты или нет. Это доступно благодаря тому, что Samsung поддерживает две технологии, не только традиционную, бесконтактную технологию посредством NFC, но и собственную технологию эмуляции магнитной полосы. В результате пользователю не нужно уточнять, можно ли оплатить покупку Samsung Pay. Ему достаточно просто провести по экрану смартфона, выбрать карту, авторизоваться как пользователю по биометрии и приложить устройство к терминалу – это сработает.

Мы благодарим наших партнеров за поддержку и надеемся на то, что мы будем создавать новые ценности для клиентов, уникальные возможности. В перспективах развития мы видим именно в тесном сотрудничестве, коллаборации, не конкуренции.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Екатерина, в вашем выступлении можно выделить, как минимум, две составляющие. Во-первых, Samsung Pay, по сути, создает среду, в которой пользователь может, единожды авторизовавшись, совершать многочисленные и все более разнородные операции. Я так подозреваю, что со временем это будут не только финансовые, но и, например, коммуникационные, взаимодействие между людьми. И вторая составляющая – инфраструктурная. Партнеры в лице Мультикарты смогут раскрыть какие-то подробности, так ли это?

Екатерина ВОЛЫНЕЦ: Да, все именно так.

Сегодня Samsung Pay доступен для того, чтобы помимо платежных карт можно было безопасно использовать карты лояльности. Пользователь может добавить около 100 карт в одно приложение. Этим данным обеспечивается такая же защита, как данным платежных карт. Воспользоваться ими без авторизации невозможно.

Кроме того, Samsung реализовал возможность выбора, поиска и оформления заявки на финансовые сервисы и услуги банков в России буквально в несколько кликов. Сервис превысил все наши ожидания по популярности и активности. Он реализован благодаря сотрудничеству с компанией Банки.ру.

Мы видим, что Samsung может выступить своего рода marketplace для подобных предложений. Мы бы хотели развивать его и в этом направлении тоже.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Кажется, что в таких средах, помимо финансовых операций и программ лояльности, можно рассматривать пакетирование услуг, когда в рамках платежа совершается много входящих внутрь операций. Это расчет привилегий – бонусы, скидки, либо подарок. Это информирование. Многие банки начинают показывать и состав покупки, на который можно ориентировать следующий слой поставщиков, которые начинают работать через вас с пользователями. Экосистема естественным образом расширяется, я хочу передать слово Кириллу Свириденко, надеюсь, что получится раскрыть эти нюансы.

Кирилл СВИРИДЕНКО: Константин в конце сказал ключевое слово, которое вертелось у меня на языке: «экосистема».

Создавая продукты совместно с компаний Samsung, мы постепенно создаем экосистему, удобную для пользователя, чтобы он мог пользоваться своими карточками и мобильным телефоном во всех сферах своей жизни.

Мы все сейчас проводим достаточно большое количество времени с телефоном, 3-4 часа каждый в сутки точно проводит, а некоторые и больше. Все элементы нашей жизни так или иначе связаны с мобильным телефоном. Поэтому чем больше мы с вами как представители платежной инфраструктуры выведем в телефоны, тем больше клиенты будут связаны с нами, будут совершать операций и тем более лояльны они будут к нашему бизнесу.

Со своей стороны я бы хотел отметить, что, как заметила Екатерина, компания Samsung, внедряя новые технологии, меняет поведенческий сценарий для каждого из нас. Мы как процессинговая компания заинтересованы в том, чтобы количество операций, которые проводят клиенты по карточкам, росло, и чем быстрее, тем лучше.

Должен отметить, что тенденция к увеличению частоты использования карты с появлением «пэев» видна невооруженным взглядом.

В последнее время наметился тренд, что клиенты стали активно тратить маленькие суммы: часто стали проходить транзакции на 15, 20, 30 рублей. Люди не хотят иметь дело со сдачей, проще использовать телефон: заходишь в магазин, в аптеку еще куда-то, телефон в руке, пара движений и все опла-



чено. Не надо лезть в карман, не надо получать сдачу. Через это произошло изменение поведенческого сценария клиента, и он стал делать самые мелкие платежи через мобильный телефон.

Вторая тенденция, которую я хочу отметить, – это поведение молодежи.

Сейчас молодежь категорически не хочет иметь телефон, который не поддерживает функцию платежа.

Если это телефон Samsung, то это должен быть телефон, который поддерживает функцию Samsung Pay. Другие телефоны им уже просто неинтересны. Это очень важное изменение.

Все остальные функции, о которых вы говорите, это переводы р2р. Мы не так давно, с 6-го сентября запустили проект. Они еще больше привязывают клиента, как к банку, так и к компании Samsung, к своему вендору, либо своему банку.

Я считаю, что pay-технологии – это одно из самых важных платежных достижений последних трех лет в нашей стране.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Я хотел бы обсудить тему агрегаторов. Уже появляются даже агрегаторы агрегаторов и так далее.

Сейчас много обсуждается тема о возможности физическому лицу управлять и распоряжаться своими персональными данными и хотелось бы в этом контексте посмотреть на тему нашего обсуждения. Можно, например, заявить, что не хочешь больше обслуживаться в таком-то банке, попросить «забыть» про себя вообще и передать все данные в другой банк. Чтобы эту операцию осуществить появляется оператор, который эту функцию берет на себя. Этот оператор может по распоряжению физического лица, собственника данных передавать часть данных, открывать часть данных, закрывать. Таким образом появляется еще один уровень агрегации. При этом все большее количество услуг подразумевает авторизацию. Будь то биометрия, SMS, архаичные способы, типа магнитной полосы, но так или иначе это снимает барьер на переключение между финансовыми институтами. В Европе механизм смены банка реализуется через использование открытых API. У нас ситуация немного иная, возможно такие экосистемы как Samsung Pay дадут необходимую гибкость? У меня 5 банковских карт, мне неудобно работать с каждым из пяти банков. Если у меня есть Samsung Pay, скорее всего, все эти 5 в нем доступны. Как только у нас появляется следующий уровень агрегации, возможно, что-то изменится и появится новый уровень сервиса. Готовы мы к этому, как на это смотрит рынок?

Татьяна ГЛАЗАЧЕВА: Я пришла с цифрами по Samsung Pay и поведению пользователей в системе ROBOKASSA.

ROBOKASSA – первый платежный агрегатор, вам наверняка известен. Немного статистики по нам: на ежемесячной основе из 88 тысяч мерчантов сейчас активно работает 15 тысяч (то есть, каждый из них имеет хотя бы одну транзакцию в месяц). Это точно не большие магазины, а маленький и микробизнес со средним оборотом от 150 до 200 тысяч рублей в месяц – тот низ айсберга, который не виден крупным банкам, потому что они с ними не работают.

Есть у нас и малый бизнес с оборотом приблизительно 5 миллионов, есть крупный – до 50 миллионов, но в процентном соотношении их немного. Это понятно, потому что сейчас все научились считать деньги – спасибо банкам, которые быстро перенимают технологии, предлагая для крупного бизнеса очень приятные условия и поддерживая его, как могут. Мы этому только рады. Поэтому 92% наших пользователей – это предприниматели с очень небольшим оборотом. Количество транзакций в них может составлять от одной до 50 в месяц.

Давайте посмотрим распределение платежей в интернет-магазинах в зависимости от способа оплаты. Мы поддерживаем порядка 30 имеющихся на рынке способов оплаты, и первыми стараемся их внедрить и подключить.

В настоящий момент 79% в платежах занимают банковские карты. Достаточно большую долю продолжают занимать терминалы Qiwi – 9%. Мобильные платежи – 8%. Тут небольшой средний чек (это некрупные интернет-предприниматели, преимущественно торгующие цифровым товаром) – 200-300 рублей.

Также представлены электронные деньги – Qiwi кошелек, Яндекс.Деньги, WebMoney. Понятно, что, когда у вас есть карточка, если у вас не хватает денег в электронном кошельке, вы можете пополнить его картой, поэтому могут быть пересечения.

Инвойсинг – это то, во что мы сильно верили, и то, о чем рассказывали 5 лет назад, что должно было заменить оплату банковской картой. Тогда мы много говорили о мошенничестве. И, когда банки внедряли услугу платежа посредством выставления счета, посредством инвойсинга, рост был замечательный, но сейчас он замедлился.

И появление замечательных методов, которые мы называем «пэями». Отделим «пэи» в карточных платежах от традиционных платежных систем: Visa занимает 56%, 34% – Mastercard и 10% – МИР. Надо заметить, МИР себя хорошо чувствует. Мы не особенно в него верили, нам казалось, что он не соответствует портрету нашего покупателя. Из «пэев»: 91% – Apple Pay и 9% – Samsung Pay. Последний мы позже подключили, и аудитория там разная.

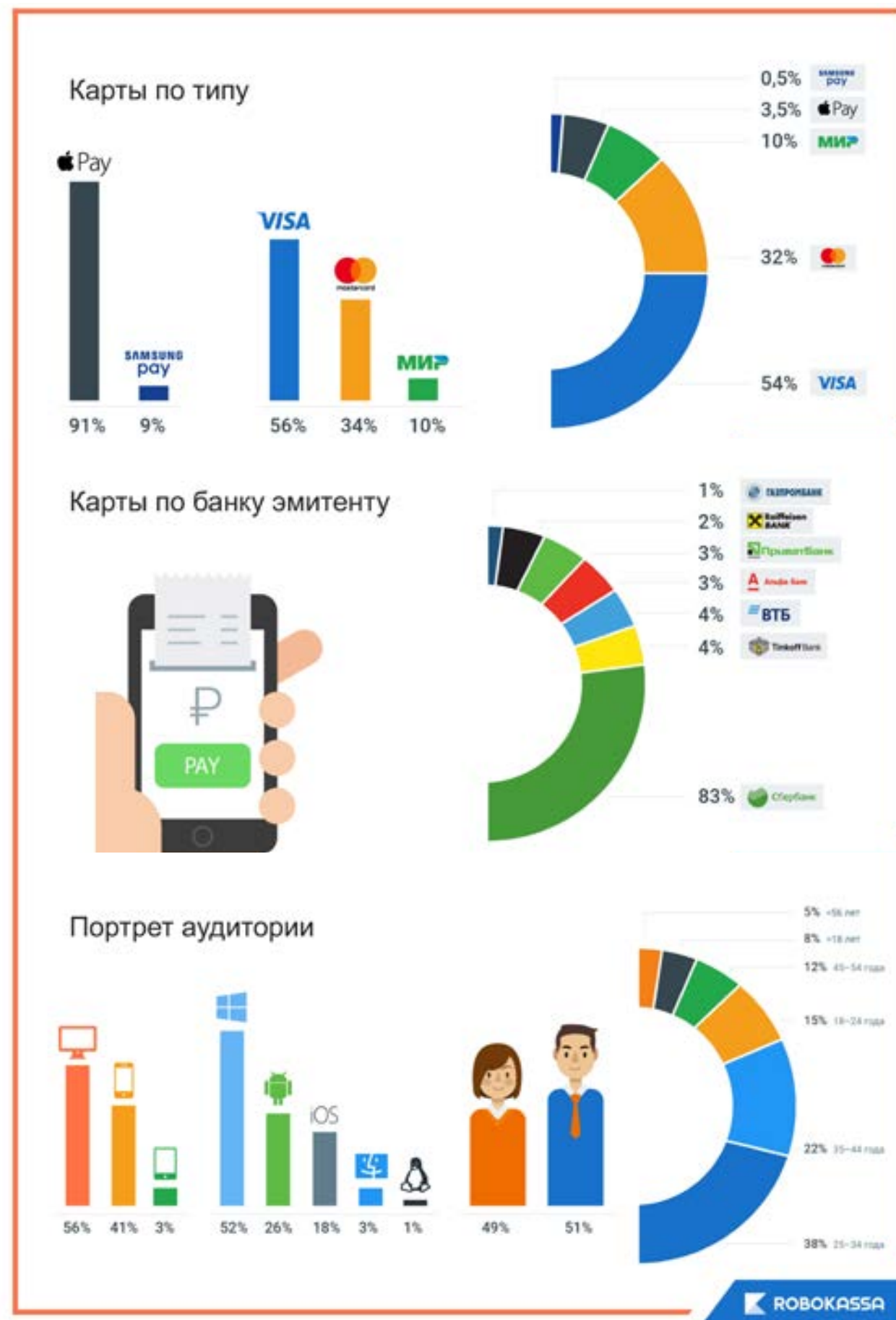
Средний чек в системе составляет 1300 рублей. Насколько он релевантен аудитории, интересно было бы узнать у Samsung Pay. У Apple Pay, как вы видите, есть куда расти.

У нас были некоторые проблемы в свое время при подключении, они были удачно решены. Очень будем надеяться, что в дальнейшем мы увидим хороший рост.

Не подключаем сейчас Google Pay, потому что считаем, что у Samsung Pay больше перспектив в этом направлении, и сам Samsung очень активен на рынке.

По банкам-эмитентам, ни у кого не вызовет удивления, что 83% – Сбербанк. Следом идут Тинькофф и начавший с ним конкурировать ВТБ. Альфа-Банк немного сдал позиции, хотя был ближайшим конкурентом Тинькоффу. Далее Приватбанк, Райффайзенбанк





и Газпромбанк. Доля остальных составляет меньше 0.3%.

Так выглядят платежи в маленьких предприятиях. Это те люди, которые через нас часто покупают, достаточно много повторных платежей. Сбербанк на первом месте.

Было бы здорово отдельно поставить платежную систему Сбербанк-онлайн, но нас не подключают к данной платежной системе, нет возможности воспользоваться по определенным причинам.

Есть цифра, которая мне очень нравится. В 2017 году весь рынок электронной торговли был оценен в 1.1 триллион рублей. Герман Греф в своем выступлении дал оценку, что за 9 месяцев 2018 года платежи картой в системе Сбербанк-онлайн составили 18 триллионов рублей. На мой вопрос, какое количество в этих платежах – предпринимательская деятельность, были применены разные оценки. Я думаю, что не менее 40%. Это к вопросу о том, куда уходит предприниматель и где сейчас находится весь рынок.

Напоследок портрет нашей аудитории. 51% у нас мужчины. Мы все время считаем, что женщины более активны в покупках в интернете, тем не менее мужчины нас перебивают. 56% покупок в нашей системе совершается с использованием стационарного компьютера, в том числе и ноутбуков, 41% приходится на смартфоны, 3% – на планшеты.

По операционным системам: как видите, есть даже Linux, IOS (при оплате с телефона), macOS – целых 3%, Android прекрасно себя чувствует, и Windows.

В процентном соотношении самая активная аудитория – достаточно взрослая аудитория, 25-34 года – 38%. Это не дети: младше 18-ти лет – только 8%. Очень радует цифра, что у нас есть плательщики старше 56 лет тоже.

Денис БУРЛАКОВ: Я – глава компании RBK Money. Мы являемся международной платежной платформой, работаем в России, Европе и Великобритании, сейчас выходим на азиатский рынок. У нас «кошелечные» решения, интернет эквайринг, подключаем российские и иностранные интернет-магазины.

Возвращаясь к статистике ROBOKASSA, я не знал, что берется за 100% платежей. Оказывается, 91% – это от общего объема платежей через мобильные телефоны.

Почему я на это обратил внимание? На нашей платформе интегрированы сразу все



способы оплаты, и мы этим гордимся. У нас интегрирован Samsung Pay, большое спасибо коллегам, что у них есть такое решение, мы считаем его перспективным. У нас есть Apple Pay, и у нас есть Google Pay. Мы являемся одной из двух или трех компаний, у которых все эти три решения интегрированы.

Уверен, что ROBOKASSA тоже обязательно интегрирует Google, сейчас объясню, почему.

Если взять за 100% всю оплату мобильными телефонами, то у нас деление примерно следующее: на Apple Pay приходится около 85%, около 10% приходится на Google Pay и на Samsung Pay приходится 5% платежей. Это то, что касается статистики по интернет-магазинам. Это не хорошо и не плохо, но зависит от скорости внедрения решения, его преимуществ, лояльности к бренду и т.п.

Но если за 100% все платежи в международных платежных системах, например, Visa, Mastercard и МИР, то у нас платежи по мобильным телефонам составляют не больше 12%.

12% людей, которые платят в интернет-магазинах, платят именно с помощью мобильных телефонов. Оставшиеся продолжают платить с помощью этих карт.

Татьяна ГЛАЗАЧЕВА: Когда ты говоришь, что идет оплата с помощью «пэя» с телефо-

на – это в определенной степени лукавство. Пожалуйста, часы, вы так же можете произвести оплату, со стационарного компьютера, если у вас установлен macOS, так же это можно сделать с планшета. Здесь вопрос – с телефона ли?

Денис БУРЛАКОВ: Да, действительно так. Телефон тут используется как самый распространенный носитель технологии. Мой компьютер поддерживает технологию Apple Pay. Я уверен, что эта технология имеет большие перспективы для интернет-магазинов.

Сейчас я буду дальше говорить о пользовательском опыте, это совершенно точно предоставление клиенту возможности увеличивать и расширять свое взаимодействие с технологическим продуктом через знакомые им каналы.

Татьяна ГЛАЗАЧЕВА: У меня вопрос. Российская Федерация является лидером и по использованию Samsung Pay, и по использованию Apple Pay.

При условии, что эта техника дорогая и она достаточно сильно распространена за границей, т.е. россияне – не первые числу владельцев гаджетов в мире, тем не менее россияне наиболее активно используют данные технологии. Почему?

Есть ли ответ у представителя Samsung Pay?

Екатерина ВОЛЫНЕЦ: Во-первых, я бы хотела немного уточнить.

Samsung Pay доступен на устройствах любого ценового сегмента, будь это флагманы, или средний ценовой сегмент, или низкий ценовой сегмент, или носимое устройство. И смартфоном, и часами можно оплачивать покупку на любом терминале, и те, и другие устройства поддерживают две технологии. Samsung Pay доступен для оплаты на веб-странице в любом браузере, на любом устройстве любого производителя. Это уникальное решение с этой точки зрения. Кроме того, Samsung Pay поддерживает покупки и в мобильных приложениях.

Россия лидирует, на мой взгляд, в первую очередь, потому что с точки зрения финан-

совых технологий российский рынок очень высоко развит. Российские компании, банки, процессинговые центры, вендоры, поставщики решений для банковского сектора обладают высокой экспертизой, реализуют в кратчайшие сроки инновации, доступные в области финансовых решений.

В России был ряд опытов запусков. Все знают мобильные кошельки – «Тинькоффа», Яндекс.Монее и других.

Российские пользователи финансово более грамотны, более осведомлены о подобных решениях именно благодаря кредитным организациям, которые позволяют такие решения делать доступными для клиентов. Даже платежные системы несмотря на то, что это международные платежные системы, при работе на рынке России и СНГ быстрее всех и лучше всех реализуют последние инновации в области финансовых технологий.

Успех платежных сервисов сегодня – это результат кропотливого, сложного труда огромного количества людей, которые работают в этой индустрии. Я сама в этой индустрии работаю более 15 лет и знаю не понаслышке, как нужно много труда, чтобы обеспечить совершение покупки безналичным платежом.

И, кроме того, есть поддержка наших регламентирующих структур для развития безналичных платежей. Все это способствует развитию и популярности сервисов в России.

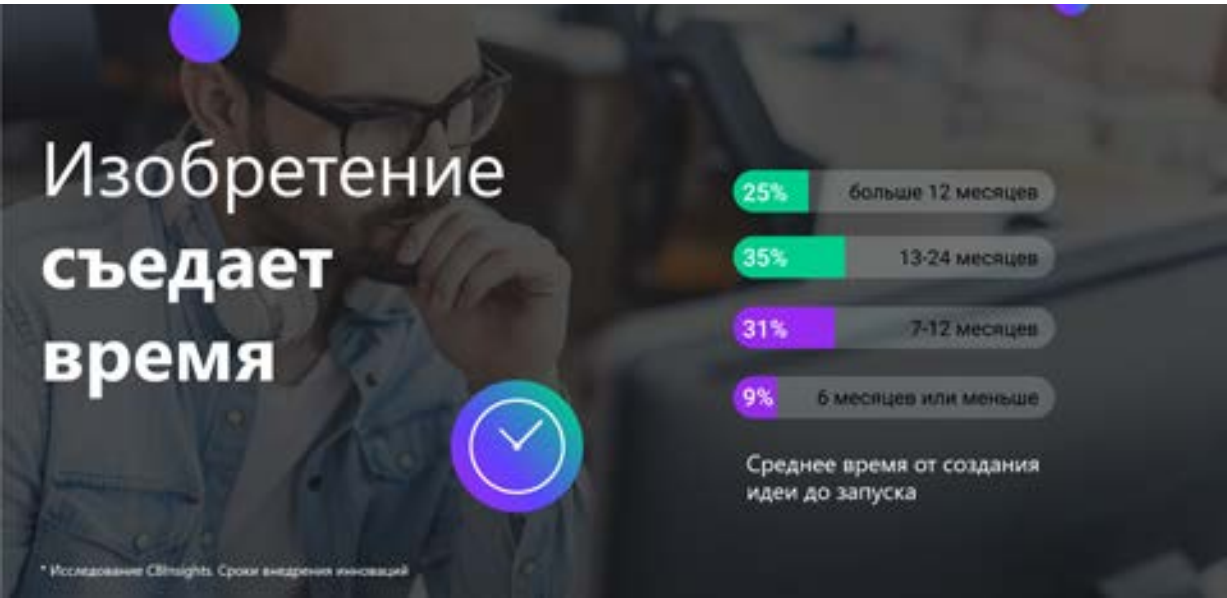
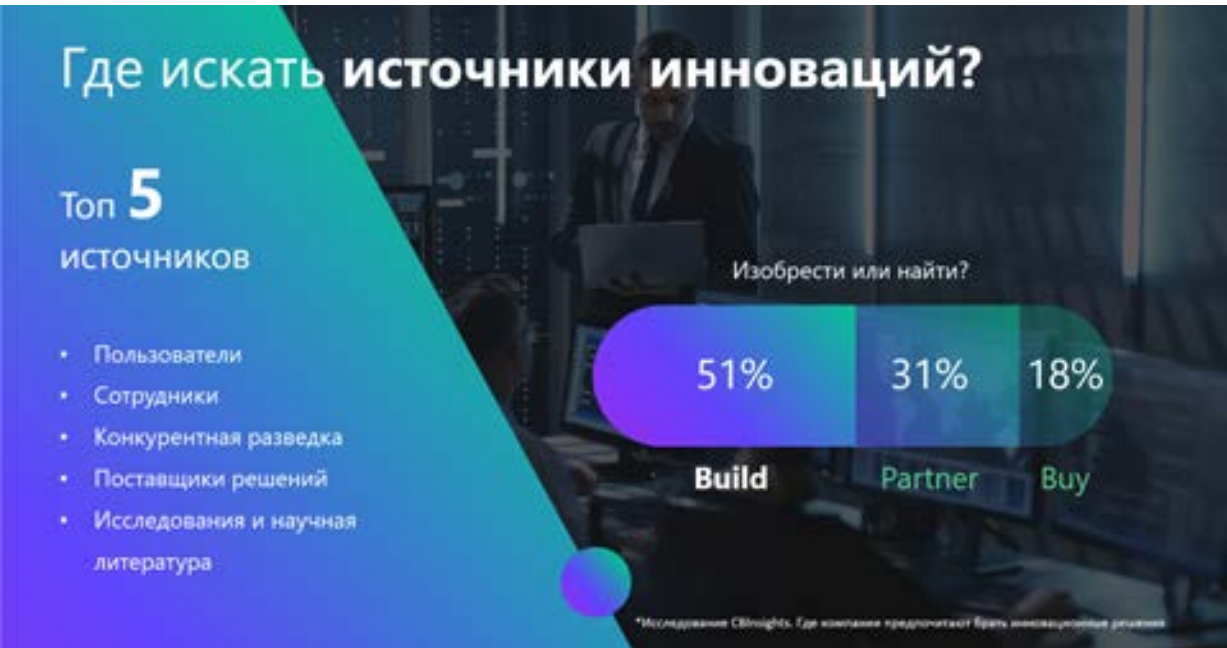
Денис БУРЛАКОВ: У меня тоже есть вариант ответа на этот вопрос.

Россия является в этом контексте уникальной страной.

Мы не являемся страной, где генерируются инновационные финансовые технологии, пальма первенства принадлежит традиционно Кремневой долине, а сейчас – странам Юго-Восточной Азии. Но мы абсолютно точно являемся той страной, где финансовые технологии очень хорошо приживаются и адаптируются.

Apple Pay, Samsung Pay и Google Pay – это как раз яркие экземпляры такого внедрения. Если взять продвинутые в этом отношении страны, как США, европейские страны, то Apple Pay почти нигде не используется. Заплатить с помощью этих устройств можно в единичном числе mPOS. В России же – практически повсеместно в городах-миллионниках. Это особенность.

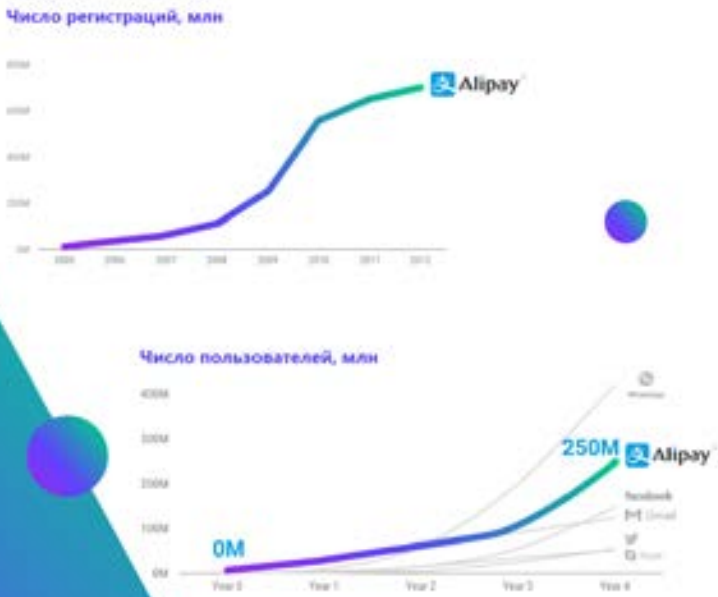
Другой особенностью является то, что ско-



Не банк в десятке
самых дорогих
финансовых компаний



Финтех
сервисы



- Развитие цифровых платежных услуг стремительно «разрушают» финансовые индустрии
- Инновации лежат в улучшении пользовательского опыта
- Будущее цифровых платежных услуг не у банков

рость и качество покрытия мобильного интернета, особенно, в Москве и Санкт-Петербурге на порядок выше, чем в Нью-Йорке, Лондоне. Токио – отдельный город, там сеть другого поколения.

Абсолютно точно, что интернет-технологии и финансовые технологии в нашей стране не рождаются, но очень хорошо адаптируются и имеют очень большую перспективность. Поэтому у нас у всех есть работа на годы вперед.

Раз я уже начал говорить про инновации, я подготовил несколько слайдов, которые хотел показать. Поскольку я постоянно выступаю спикером на международных финансовых конференциях, я сейчас расскажу про глобальный контекст.

Все крупные банки, в том числе российские банки в последнее время заявляют о том, что хотят стать IT-компаниями. Конечно, через диджитализацию своих продуктов. А мы, напротив, являемся представителями технологических компаний, которые хотят стать банком. Но не таким, как сегодняшние, традиционные банки, а цифровым банком нового поколения. Тем не менее у нас и у банков вектор один: мы хотим заниматься международным цифровым банкингом с использованием самых новых инновационных платежных и финансовых технологий, так называемых цифровых платежных услуг.

В этом векторе у кого есть преимущество? Раньше преимущество было на стороне банков, поскольку главным был продукт. Продукт являлся той якорной категорией, которая предъявлялась клиенту, и клиент ее покупал. Сейчас ситуация изменилась, сейчас продукт не является приоритетом, а приоритетом является пресловутый customer experience – потребительское поведение, CX. А на потребительское поведение больше всего влияют данные и технология. Именно потому в этом соревновании преимущество перешло к технологическим компаниям.

Технологии меняют глобальный ландшафт и, самое главное, расширяют потребительское поведение, улучшают взаимодействие потребителей с технологическим продуктом.

В этом отношении, кто является источником инновации? Согласно статистике, клиенты и пользователи, а также сотрудники компании, которые взаимодействуют с клиентами, являются главными источниками инноваций. Именно они знают боли клиентов, либо сами являются клиентами. Они знают, каким образом происходит customer journey, они знают, каким образом, где можно улучшить или усилить модели. Конкурентная разведка, поставщики решений, исследования, научная литература и пр. являются второстепенны-

ми. Этот разрыв и эта динамика будут только возрастать.

Обратите внимание на следующую диаграмму: компании, которые производят инновации, в 51% случаев стараются эти решения построить самостоятельно, в 30% – адаптировать путем присоединения какой-то партнерской сети и в 18% – купить. Таким образом традиционная отрасль инноваций говорит о том, что для того, чтобы занять доминирующие позиции на рынке, необходимо создать свои собственные прорывные технологии. Но, как показывает практика, этот путь очень затратный, поскольку изобретения съедают время. На внедрение 25% продуктов уходит в среднем больше 24 месяцев. И только для 9% изобретений time-to-market составляет 6 месяцев и меньше.

Таким образом, статистика показывает, что, если компании хотят быть конкурентоспособными и выигрывать конкуренцию именно в ландшафте цифровых платежных услуг, необходимо убрать приоритет создания технологии и сосредоточиться на тех экосистемах, где получение этих технологий возможно через партнеров.

Либо нужно говорить о том, что инновации могут быть не только в прорывных технологиях, но и в бизнес-моделях. За последние 5 лет мы не видим прорывных технологий. Samsung Pay, Apple Pay и Google Pay были последними прорывными технологиями, которые каким-то образом поменяли рынок. Сейчас идет конкуренция бизнес-моделей. На рынке цифровых финансовых услуг это очень четко прослеживается.

Обратите внимание на скриншот веб-сайта Chase Manhattan и их продукты. Сейчас финансовые продукты очень красиво заменяются продуктами технологических компаний. Обратите внимание, наш технологический финансовый лидер, компания Amazon практически заменила все продукты, которые существуют в линейке Chase Manhattan, а часть продуктов Chase Manhattan скопировал у Amazon и уже выставил на своей странице как собственный продукт.

Поэтому финансовые цифровые услуги – это точно уже не приоритет банков, в том числе и по капитализации. AntFinancial, то есть AliPay в этом или прошлом году впервые вошла в десятку компаний по капитализации. Сейчас компания стоит 150 миллиардов. Конечно, она значительно уступает, например, JP Morgan – самой дорогой компании мира, но скорость, с которой технологические компа-



нии захватывают банковский Олимп, традиционные финансовые сервисы просто поражает, и она будет увеличиваться.

На следующем слайде представлено, каким образом растет число пользователей AliPay. Компании, которые предоставляют технологические решения, показывают скорость внедрения финансовых услуг и скорость приобретения новой аудитории в разы большую, чем у традиционных банков, поскольку они меняют пользовательское поведение и, с другой стороны, расширяют возможности взаимодействия с новым продуктом.

Главным выводом из моей презентации является то, что развитие цифровых финансовых услуг описывается популярными в последнее время терминами – это disruption, разрушение банковских устоев, unbundling, когда из традиционного банка выделяются перспективные услуги, которые можно цифровизовать и они уже являются отдельными высокотехнологичными услугами. Эти услуги разрушают доминирование банков. Инновации лежат исключительно в улучшении пользовательского опыта – это главное и другого быть ничего не может. Именно там источники инновации и источники изменения бизнес-моделей.

Как вывод, будущее цифровых платежных услуг, к сожалению для банковского сектора, находится не у него, а у технологических компаний, и это факт.

Алексей ПАВЛЕНКО: На слайде было указано 51% – компаний, которые разрабатывают решения сами, и 30%, которые используют партнерские сети. По какой методике это посчитано? Мне кажется, это может быть сколь-нибудь применимо для глобального рынка, но вряд ли это применимо для рынка российского. В России любые платежные сервисы идут либо через платежные системы, либо через партнерские технологии, будь то на технологическом уровне, будь то на бизнесовом.

Денис БУРЛАКОВ: Сама по себе статистика – международной исследовательской компании CB Insight, они изучали международный глобальный контекст. Я потому и указал, что моя презентация будет касаться в большей степени именно глобального контекста, чтобы у нас было сравнение российских реалий и глобального контекста.

В России ситуация, не хочу сказать, что принципиально противоположная, но очень сильно отличающаяся.

Алексей ПАВЛЕНКО: Мне кажется, возможно, в России 50 и 30 нужно поменять местами, потому что мы, банки, используем решения для процессинговых вещей, АБС решения, мы используем партнерские вещи, партнерское программное обеспечение. Это best practices для России.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Я бы из презентации отметил выводы про пользовательский опыт.

Платежи – это рутина, и я не понимаю, как можно всерьез говорить о том, что платежи могут стать конкурентным преимуществом в плане UX.

Очевидно, что платежи должны совмещаться с другими действиями, которые человек в своей жизни осуществляет, а цифровая среда способствует все большей прозрачности нас. Наши цифровые аналоги находятся в более прозрачной ситуации, чем мы сами, и действия, которые мы совершаем, автоматически могут сопровождаться списанием средств со счетов. Но эти действия мотивированы не выбором того, чем платить, а выбором того, за что платить.

Например, банки делают скоринг клиентов, кому можно давать кредит, кому нет. Клиенты же делают скоринг организаций, у кого можно покупать, а у кого нет. Это обратный или сетевой скоринг, когда идет оценка друг друга физиками и организациями. Эта инфраструктура в диджитале и рождается. В соцсетях, крупных marketplace она должна интегрироваться с платежными сервисами, там может быть какая-то прорывная технология. Тем более, что идет ужесточение многочисленных законов, связанных с персональными данными.

Повторюсь, не зря, потому что основная ценность, которая становится доступна всем, кто

работает в финансовой сфере, – это данные, в первую очередь, персональные данные: насколько человек интересен, чтобы ему какой-то продукт предложить, насколько продукт интересен для того, чтобы этого человека озадачить выбором.

На этом сломе парадигм, кажется, можно найти тренды. Решений еще нет, но мы обозначили про маркетинг и цифровизацию. Очевидно, что это таргетированные вещи, о чем пока ничего не прозвучало. Предлагаю переключиться в эту плоскость рассмотрения.

Николай ХЛОПОВ: Наша компания много лет занимается консалтингом, информационной поддержкой инновационной деятельности. Мы знаем, что вы хотите как банки, кому вы хотите это продать как ритейлеры, чего люди от вас хотят, что вы можете сделать, чего не можете сделать, почему не можете сделать.

Данные, платежные системы, человекоцентричность, UX – это очень здорово, очень правильно. Прозвучали очень интересные доклады и почти с каждым можно дискуссию развернуть. К примеру, насколько мы отстаем от США или Европы? Попробуйте в Голландии заплатить Apple Pay, посмотрите на лица людей. Они говорят: «Так можно? Телефоном?» А если вы кольцом оплатите, они вообще с ума сойдут... Так что мы совсем не отстаем.





Быстрые темпы внедрения, например, Samsung Pay – это не какая-то случайность или супертехнология, это комплекс решений.

Если ты отстал на два шага, это значит, что можешь через них перепрыгнуть. В США до сих пор «катают» карту, а у нас уже бесконтактные платежи. Это первое.

Второе, почему вы решили, что в центре UX стоит человек? Очень много платежей будет происходить без нас, это вопрос 3-4 лет. Вокруг нас давным-давно интернет вещей.

Посчитайте, сколько он генерирует информации и умножьте на то, сколько может быть в этом того, что можно продать.

Это концепция, к примеру, Mastercard. Есть такая вещь, как платежный контекст. Платежный контекст в идеале – это то, где вы можете совершить транзакцию, что-то приобрести. В цифровом мире платежным контекстом становится почти все вокруг, вы почти на все можете потратить свои деньги. Следующие три слайда вам говорят, как быстро и хорошо вы можете это делать.

И, в-третьих, в чем заключается самая важная и большая ошибка на рынке? Мы всегда неверно оцениваем, где будущее и что такое тренд. Представленный на слайде проект, «Альфа-Банк» не даст соврать, закрыли где-то полгода назад после того, как он 3 или 4

года совершенно спокойно существовал. При этом его точно скопировали в США, и его точно скопировал Bank of Dubai. Уже «Альфа-Лаборатории» нет, которая это сделала, причем нет не потому, что она не удалась, а потому что изменилась концепция того, зачем это нужно и как это надо делать.

Если суммировать все эти слайды очень коротко, то вывод очень простой.

Пункт номер один: надо всегда верно понимать, где мы находимся во временном континууме. То, что мы считаем будущим, часто уже прошлое.

Второй тезис о том, что такое технологическая инновация. Я кардинально не согласен, что в финансовом секторе ничего интересного не произошло за последнее время. Биометрия поменяет то, как будут проходить платежи? Поменяет. Мы иногда очень сильно ошибаемся в том, на что надо фокус делать и за чем будет будущее. Мы говорим, что человек в центре UX, но на самом деле в центре UX будет холодильник, который без вас всё купит, и как вы в таком случае как магазин таргетить будете?

К слову, вы знаете, на чем все закончилось в проекте «Альфа активити»? Люди отказывались от девайса, который считал, сколько они ходят, примерно через 9 месяцев и передарили его своим родителям. Потому что, свой потребительский паттерн никто не меняет. В этом мире, где изменения – это константа, очень важно понимать, что для вас является



будущим, насколько вы ему соответствуете по технологиям.

Есть такая фраза «будущее уже здесь», которую, наверное, слышали все. Ее вторая часть – «оно просто еще недостаточно широко распространено». Так вот, время – это будущее, оно не очень равномерно распределено на рынке, для людей и так далее. Все находящиеся на сцене – это те, кто так или иначе нас толкает вперед. И если вы посмотрите, за год очень многое меняется. Сейчас все обсуждают, что телефон нас начнет распознавать по лицу. Проходит год, и вот он нас распознает. Все сразу: «По лицу? Обычная вещь. Нам бы сейчас, чтобы мысли угадывал...» Ну, а потом и формировал их, видимо. Это не что-то сверхъестественное. Я думаю, в течение если не следующих если 12, то 24 месяцев мы это увидим.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Спасибо за перевод дискуссии в новое русло.

Я думаю, что не стоит переоценивать технологии, которые в нишевых областях будут менять мир. То распознавание по лицу – у нас в ритейле много клиентов, которые его внедрили в магазинах, но что дальше? За этим должна развиваться достаточно мощная инфраструктура, связанная и с обработкой данных, и с получением разрешения от физиков, встречаются законодательные ограничения и так далее и тому подобное. И все эти моменты на самом деле маргинализируют определенные технологии. Они есть, они используются, но в очень маргинальных случаях.

Я не к тому, что интернет вещей – это ничто,

понятное дело, что доля будет нарастать, понятно, что об этом нужно говорить, но это не отменяет UX. Мы еще этот путь не прошли, они идут параллельно. Мое мнение, что есть не одна магистраль, а много путей, по которым движутся и люди, и деньги, и технологии.

Николай ХЛОПОВ: Я и не говорил, что UX не будет. Я говорил, что не человек в центре может быть этого UX. Хорошо, а где там деньги наличные? Мы, же все переживаем, что наличных денег нет в той схеме. Сколько наличные сейчас составляют на нашем финансовом рынке или на референтных рынках, в США, которые страна тотального кэша, изобретают и экспортируют технологии?

Татьяна ГЛАЗАЧЕВА: Объем наличных платежей до сих пор занимает достаточно большую долю. Она, конечно, уже не 65%, но больше 50% все равно.

Это к вопросу, как с холодильником общаться. Примерно, как в ресторане: поставят рядом банкомат, и будем общаться. В банкомат – наличные, а он будет передавать в холодильник. Как сейчас, когда, как вы знаете, в конце месяца в ресторане нельзя картой заплатить.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Я бы еще повысил эту абстракцию. Первоначально люди обменивали орудия труда на то, что они производят, потом на деньги из золота и бумаги, и сейчас мы дошли до денег из битов



и байтов. В конечном итоге, деньги вообще исчезнут, потому что станут сущностью, которая сопутствует тем или иным действиям, которые человек выполняет. И при этом еще происходит выравнивание доходов.

Возвращаясь к вопросу, почему Россия находится в технологических лидерах. Это происходит в том числе и потому, что есть расслоение населения. С точки зрения технологического прогресса лучше иметь 10 человек с большими деньгами и 100 бедных, чем, скажем, 100 человек со средним доходом в Техасе, потому что они не драйвят. У нас есть Москва, которая драйвит.

Итак, получается, что при выравнивании доходов, повседневные платежи становятся рутиной, которую никто не замечает. Будь то устройство, будь то выбор пользователем пакетных услуг, он не разбирается в деталях, за что именно он заплатил 15 рублей (а таких платежей становится все больше).

Тем не менее, сейчас большая часть потребительского опыта связана с потреблением финансовых услуг и продуктов. Я представляю компанию, которая работает с ритейлерами, и я не соглашусь с тем, что у людей паттерн зафиксирован навечно. Это не так. У людей, в течение года: рождаются дети, меняется работа, появляется образование, они переезжают, очень много чего происходит. Здесь нет производителей FMCG, они бы рассказали много чего, потому что, они вкладывают миллиарды в то, чтобы эти паттерны менять,

они это делают.

Юрий ВОЙНИЛОВ: НАФИ уже много лет занимается исследованием пользователей, которые приобретают те или иные финансовые продукты или услуги. Хотел сегодня поговорить об их опыте и, конкретно, об их лояльности.

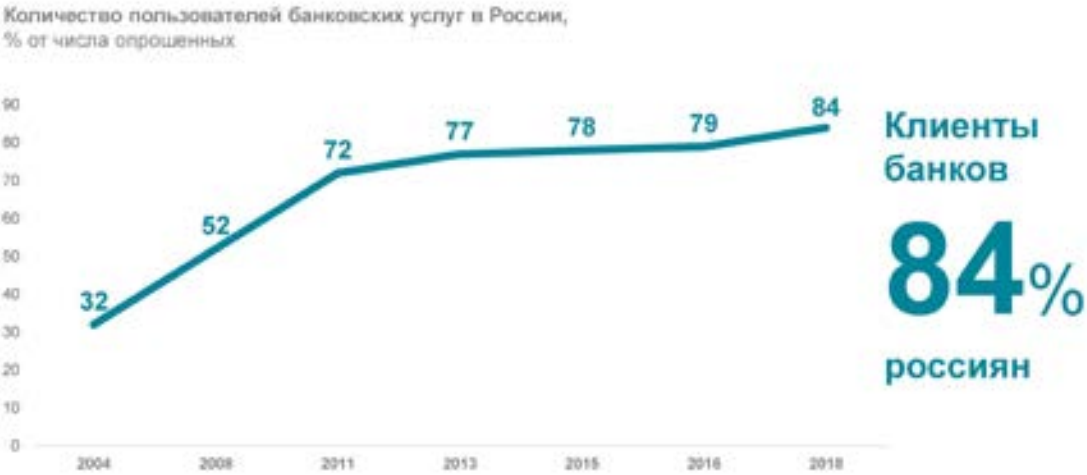
Еще конкретнее – о лояльности к одним из самых крупных игроков рынка финансовых услуг – к банкам. Это будет отдельный кейс, но некоторые выводы, которые мы сделаем, можно переносить и на другие бренды.

Во-первых, что сейчас можно сказать в целом о самом рынке банковских услуг. Он находится на пике.

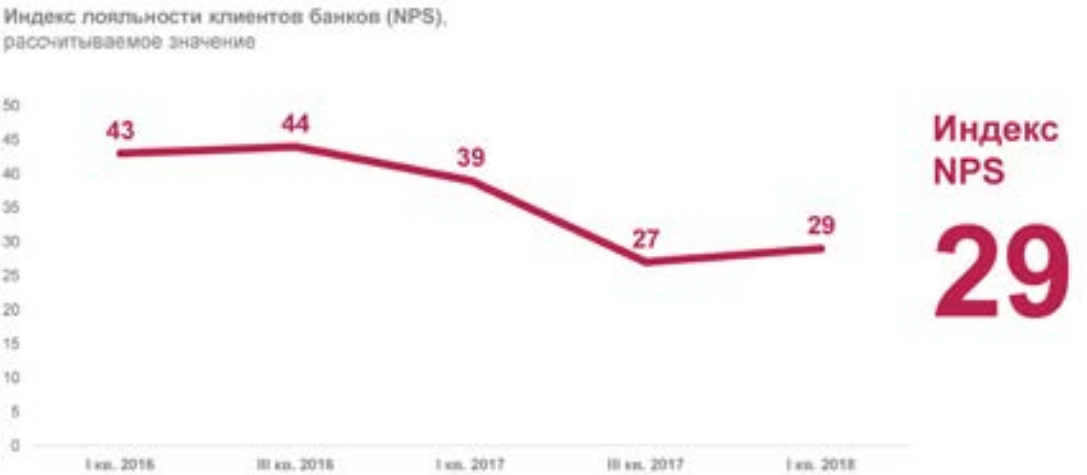
Мы уже более десятка лет проводим измерения охвата населения финансовыми услугами, и сейчас охват достиг своего потолка. То есть почти нет тех людей, которые так или иначе не сталкивались бы с услугами банков, шире – финансовыми услугами. Неохваченными остались только некоторые маргинальные группы.

Это означает, что общение с каждым новым клиентом, это общение с человеком, который уже имеет опыт взаимодействия с банками. То есть мы не столько привлекаем нового

РЫНОК БАНКОВСКИХ УСЛУГ В РОССИИ ДОСТИГ МАКСИМУМА



ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ К БАНКАМ СНИЖАЕТСЯ



Источник: НАФИ, всероссийский репрезентативный опрос, 1600 респондентов, 2016-2018 гг.

3

клиента, сколько забираем клиента у другого банка. При этом сталкиваемся с риском, что можем потерять собственного клиента, если ему сделают предложение более интересное, более выгодное, и он захочет перебраться на другую сторону.

В этой связи становится очень важным отслеживать, в какой мере люди сохраняют лояльность по отношению к брендам, по отношению к банкам.

Как показывают другие наши измерения, уровень лояльности пользователей постепенно падает.

Мы сначала думали, что это может быть связано с тем, что мы неправильно что-то изме-

ряем. Проверили все данные, все измеряется корректно, никаких нарушений методологии. Потом думали, что это связано с санациями. Но дальнейшие исследования не показали влияния этого фактора. В итоге мы пришли к выводу, что нужно углубиться в эту тему и понять, с чем связано падение уровня лояльности пользователей к банкам.

Мы построили не самую сложную регрессионную модель, выделили три базовых фактора, которые в разной степени влияют на изменения индекса лояльности, на уровень привязанности клиента к банку.

Первый фактор, который был нами выделен, это продукт. Сразу скажу, что общая сумма факторов складывается в 100%. Так вот, продукт – это всего лишь 10% от лояльности. Как и было сказано несколько выступле-



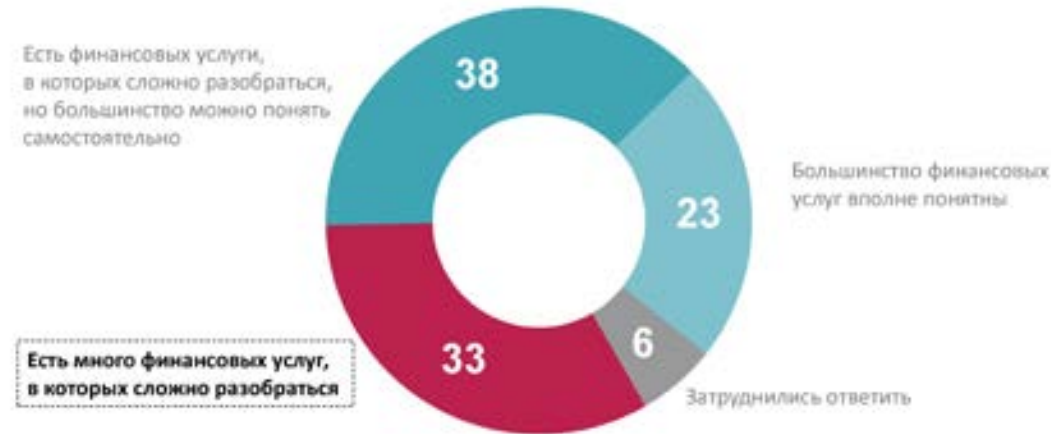
47% КЛИЕНТОВ НЕ СМОГУТ ОЦЕНИТЬ ВАШИ УСИЛИЯ

Наличие практики сравнивать условия предоставления финансовой услуги в различных банках,
% от числа опрошенных

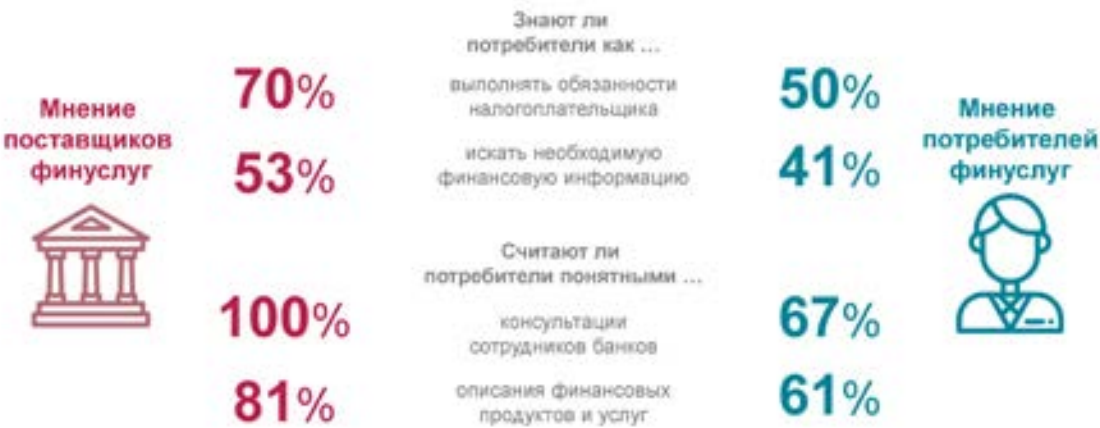


ПОТОМУ ЧТО ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ СЛОЖНЫ

Мнения клиентов о сложности финансовых услуг,
% от числа опрошенных



БАНКИ ПЕРЕОЦЕНИВАЮТ КОМПЕТЕНТНОСТЬ СВОИХ КЛИЕНТОВ



ний назад, конкурировать за счет продукта становится все сложнее. Люди очень слабо чувствительны к тому, насколько «крутую фишку» вы им предлагаете. Более того, это зашито в «подкорку» финансового поведения россиян. Люди в принципе не очень-то охотно проводят сравнение и выбор финансовых продуктов. Выбор осуществляется примерно половиной пользователей, даже чуть больше, не на основании рациональных калькуляций и расчетов, а на основании других факторов, которые к рациональности не имеют значения. Поэтому то, насколько классный продукт им был предложен, они просто могут проигнорировать.

Это связано с тем, что общая компетентность в части понимания финансовых продуктов и услуг у населения не слишком велика. Люди зачастую просто пасуют, клиент по умолчанию считает, что все сложно, не стоит, к примеру, читать огромный кредитный договор, можно подмахнуть, не глядя.

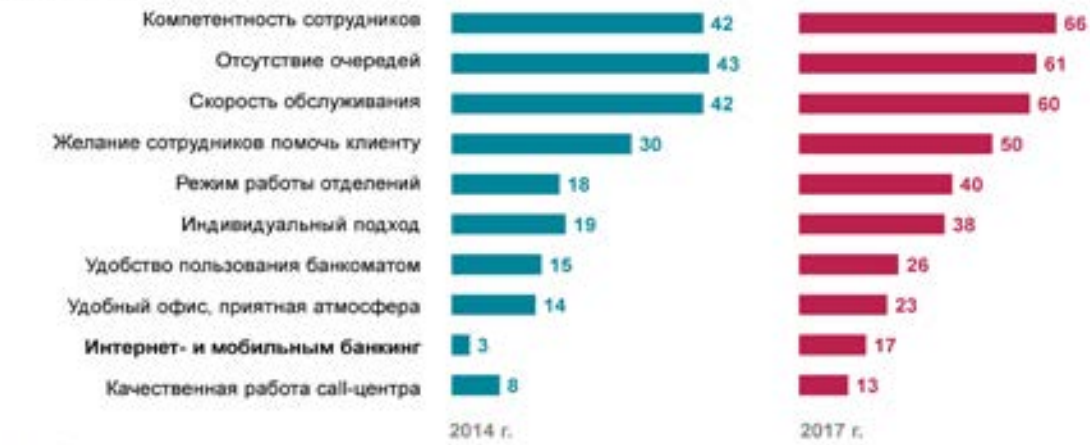
В итоге появляется разрыв, когда мы сами оцениваем, насколько компетентны наши клиенты, и просим их оценить самих себя: мы получаем две разные оценки. Для меня всегда самым интересным в исследованиях является ответ на вопрос, насколько прозрачны и понятны консультации сотрудников банков. Опрошенные банкиры и страховые компании говорят: «Все отлично, это не может быть непонятно». А среди потребителей около трети считают, что непонятно, и что доносимая до них информация требует разъяснения. Появляется разрыв в понимании того, насколько продукт доступен для пользователя.

На фоне этого, если вернуться назад, вклад фактора «продукт» в общую модель, индекс лояльности и составляет всего 10%.

Появляется второй фактор, фактор сервиса, который включает в себя сразу много всего: насколько вежливо с вами общается банковский сотрудник, насколько продвинутое приложение может предложить вам банк,

РАСТЕТ ВАЖНОСТЬ ВСЕХ ХАРАКТЕРИСТИК СЕРВИСА

Важность характеристик качества обслуживания в банке,
% от числа опрошенных



КЛИЕНТЫ БАНКОВ ПЕРЕХОДЯТ В ОНЛАЙН

Доля пользователей интернет-банкинга и мобильного банкинга среди россиян



УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ОНЛАЙН-КАНАЛАМИ ВЫШЕ, ЧЕМ ОФЛАЙН



ОДНАКО ПЕРСОНАЛЬНЫЕ КОНТАКТЫ ВСЕ ЕЩЕ ВАЖНЫ ДЛЯ РЯДА УСЛУГ

Важность личного контакта при получении различных банковских услуг,
% отвечающих «Важно» и «Очень важно»



насколько удобное ДБО и все остальное сюда входящее. Сервис дает тоже только 30%.

Давайте подумаем, почему то, за что сейчас стараются так бороться, не оказывается решающим фактором? Дело в том, что потребители становятся более требовательными, но не более искушенными.

У нас есть две гистограммы, которые показывают, насколько важны различные характеристики обслуживания в ретроспективе трех лет и в прошлом году. Мы можем здесь увидеть, что за это время сразу все характеристики сервиса стали для потребителя важнее. И не появился такой потребитель, который бы говорил, что ему не очень важно, например, что нахамили в очереди, а скорее важно, насколько хороший интернет-банкинг. Вместо этого подросли сразу все характеристики: пуск и мило улыбается кассир, и будет самый лучший интернет-банк, и прочее.

Да, конечно, сильно выросла важность продвинутого ДБО, что неудивительно, так как клиенты постепенно переходят в онлайн.

При этом, что еще интересно, что переход в онлайн это знаковое событие, поскольку онлайн-обслуживание потребители оценивают в целом лучше, чем офлайн-обслуживание. Общаться с банком, с финансовой компанией онлайн им приятнее, чем делать то же самое в личном общении.

Но это не значит, что теперь всё, закрываем все продукты, которые продаются через офлайн, закрываем все отделения, ведь зачем они нужны, если все равно удовлетворенность ниже, чем в онлайн. Хотя по отдельным продуктам оборот использования оф-

И ЧТО В ИТОГЕ?

- Клиенты не настолько компетентны в финансовых вопросах, чтобы оценить по достоинству сложные банковские продукты
- Развитый клиентский сервис – это гигиенический минимум, а не конкурентное преимущество в борьбе за клиента
- «Отличайся или умри!»: важно выстраивать эмоциональную связь с клиентом и дать ему возможность отличать «свой банк» от всех прочих банков

флайн-каналов действительно уже сильно снизился (это все традиционные, простые операции – платежи, пополнения и прочее), другие, требующие размышления процедуры, вроде открытия счета, оформления кредита для человека важны с точки зрения как раз personal touch. Должен быть человек, у которого вы можете проконсультироваться, например, точно ли это самый выгодный кредит. Вам скажут, что точно, успокоят. То есть, важно не только нарастить хороший сервис в онлайн, но и не забывать, что в оффлайне все еще требуется поддержка пользователя.

Наконец переходим к решающему фактору, который в наибольшей степени определяет лояльность клиента. Что же дает целых 60 процентов лояльности? Оказывается, люди в первую очередь хотят чувствовать некоторую эмоциональную связь с тем банком, с которым они взаимодействуют. Они хотят чувствовать, если говорить чуть более абстрактно, эмоциональную связь с брендом. То, за что как раз все и конкурируют – сделать так, чтобы бренд появлялся в сознании не только в тот момент, когда нужно оформить кредит или купить конкретную вещь, но и сопровождал человека на большем промежутке его жизни, ежедневно.

Соответственно получается, что сейчас конкуренция за лояльность клиента выстраивается в большей мере на уровне имиджа. Важно показать клиенту, что вы – его собственный, важно найти вот эмоциональные точки контакта.

В завершение еще раз пройдемся по основным тезисам, которых всего три.

Во-первых, то, что говорили о продукте. Стоит помнить, что клиенты далеко не так разбираются, как нам бы хотелось, в продуктах, и зачастую они делают выбор на основании иррациональных калькуляций. То есть мы не «уоррены баффеты», мы проще выбираем продукт.

Второе, когда говорим о клиентском сервисе – классном, технологичном, развитом – сейчас это не столько преимущество, сколько необходимый минимум, который должен быть. Если у вас его не будет, клиенты начнут уходить в более технологичные банки. Но выиграть за счет суперразвитого сервиса будет суперсложно, ведь это 30 процентов от индекса лояльности.

И – третий фактор – нужно делать большой акцент на эмоциональной связи пользователя и бренда. Именно в этом и кроется залог успеха.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Как тут вот не вспомнить рекламные кампании, которые у нас лет 15 назад были, кажется, Альфа-Банк начал делать, формируя имидж.

Николай ХЛОПОВ: Помогу, Альфа-Банку в 2008 году кампанию «Честным быть выгодно» делал конкретно я. Хорошо, что вы вспомнили.

Если вы думаете, что банк сам про себя всё знает, то вы глубоко заблуждаетесь. Поэтому вы должны держать в голове, что то расхождение, которое исследования НАФИ показали, есть не потому, что люди как-то странно себе представляют, чем банк занимается. Банк тоже имеет специфическое представле-

ние об этом.

Был такой продукт на рынке «Возьми от банка всё», когда в пакете была масса опций, за которые вы уже заплатили, или заплатил ваш работодатель. Как вы думаете, насколько команда архитекторов (те, кто проектирует продукты) сами использовали собственный продукт? Всего на 36%. Это не значит, что они не знали о продукте, а значит, что продукт нес в себе избыточную нагрузку.

Во-вторых, как я уже говорил, те люди, что сидят сейчас на сцене, и двигают нас вперед. Коллега из РБК.Мoney обещал сказать, но не сказал, почему мы должны пользоваться Samsung Pay. Есть очень важный момент: Samsung – единственные отказались от замыкания платежного продукта на свою экосистему. Точнее, они сказали, что можно с любого-то девайса платить, не проблема. С Apple Pay или Google Pay попробуйте сделать то же самое, как минимум, у вас должна стоять их операционная система.

Алексей ПАВЛЕНКО: Завершая предыдущую ветку дискуссии, я хотел сказать, что это интересная мысль о том, что эмоциональная составляющая – порядка 50%. В целом мы эту мысль разделяем. И неслучайно в последнее время банки начали сегментировать своих клиентов по эмоциональной составляющей или вау-эффекту. У одной категории вау-эффект будет велик. У студентов, других групп, подверженных этому свойству, может быть и 70% будет. В категории Affluent и выше, где умеют хладнокровно считать деньги, будет другой вау-эффект. Поэтому эту цифру в целом мы разделяем, но нужно сегментировано смотреть на портрет клиента, который стоит сейчас перед нами.

Теперь хотел бы повернуть дискуссию в немного другую сторону. У нас есть слово «конкуренция» в названии Форума. Я хотел поговорить о таком интересном явлении, как конкуренция платформ в сервисе (или сервисах) переводов по номеру телефона.

Конкуренция банков, конкуренция игроков ритейла – это те вещи, которыми никого не удивить, это давно вошедшее в нашу жизнь явление. А вот конкуренция таких платформ – это что-то новое. Наверное, это что-то сродни конкуренции международных платежных систем. Но есть свои отличия, давайте подробнее о них поговорим.

Первые несколько слов я хотел сказать о том, почему мы, Альфа-Банк, поднимаем этот вопрос, почему нам это актуально, злободневно. Дело в том, что р2р-переводы, это конечно один из наиболее значимых для нас фрагментов нашего розничного соге-бизнеса. Р2р-переводы у нас представлены различными сервисами. У нас существуют переводы для партнерских программ, когда мы в



сторону партнеров предоставляем API, и партнеры с помощью наших гибких инструментов могут в своих средах, в своих банках и интернет-банках, мобильных приложениях, терминалах выполнять услуги с нашей помощью. Естественно, это и переводы в наших ДБО-каналах.

На слайде приведен интересный график, о том, что в основных наших ДБО-каналах – в «мобайле» и «клике» – по-разному развивалась динамика переводов за последние несколько лет. Понятно, что mobile first, и данные – лишнее тому подтверждение.

Переводы у нас существуют в разных направлениях: как с карты на карту, так и, например, с каких-то партнерских инструментов, скажем, с кошелька или со счета мобильного оператора, на карту. Или, зеркальным образом, с карты на тот же счет мобильного оператора.

Возвращаясь к конкуренции платформ, о каких платформах идет речь. Когда я делал презентацию, решил не ставить сюда бренды, чтобы, во-первых, никого не обидеть, во-вторых, тема несколько щекотливая, так что назову их голосом.

В первую очередь это, конечно, СБП. Она, как вы все знаете, планируется к запуску в начале 2019 года. В первую очередь, в январе-феврале в нее войдут порядка 10 банков,

Альфа-Банк

МПС И ХРАНЕНИЕ НОМЕРОВ ТЕЛЕФОНА

P2P

P2P переводы с годами стали одним из ключевых направлений доходов Альфа-Банка. И этот бизнес продолжает набирать обороты, что видно из графика роста оборота по месяцам

Период	Мобайл	А-Клик
2016 Q3	100	100
2016 Q4	120	120
2017 Q1	150	150
2017 Q2	180	180
2017 Q3	220	220
2017 Q4	250	250
2018 Q1	280	280
2018 Q2	320	320
2018 Q3	350	350

Alfa-Bank

Один из лидеров среди банков в области P2P переводов.

С КАРТЫ НА КАРТУ

ВЫПЛАТЫ И ЗАЧИСЛЕНИЯ

А

ПЕРЕВОД ПО СВЯЗКЕ

P2P

МРС 1

МРС 2

...

ДЕРЖАТЕЛЬ СВЯЗКИ N

ВЫБОР СВЯЗКИ ПО-УМОЛЧАНИЮ
ДЛЯ БАНКА 2

БАНК 2

Почему пришло
не на ту
карту/счет?

Алексей Павлов

Привет, деньги отправлены,
прощай.

позднее будут подтягиваться и другие кредитные организации.

Это очень важный оператор на рынке переводов по номеру телефона, потому что здесь использовано законодательное воздействие на банки.

Во вторую очередь, конечно, нужно назвать международные платежные системы. У VISA есть решение VISA Alias, у Mastercard есть Mastercard Hub. И очевидно, что они составят достойную конкуренцию, по крайней мере, на 2019-2020 год. Нужно это понимать.

Помимо этого, у нас есть замечательный банк, входящий в ТОП-1, который уже реализовал переводы по номеру телефона, и этот сервис, несомненно, составит конкуренцию всем вышеперечисленным.

Таким образом, мы сейчас насчитали четыре игрока. Несомненно, их количество будет расти – не случайно среди нас присутствует Samsung Pay. Мы надеемся, что и у них сервис будет расти и развиваться, и количество операторов, игроков будет велико.

Мы хотели посмотреть глазами клиента на то, как будут развиваться события в 2019-2020 году. У нас складывается ощущение, что здесь могут быть некоторые неудобства для клиента.

Рассмотрим конкретный кейс. Клиент №1 размещает свою связку в хранилище (будь

то связка с номером карты у платежных систем, или связка с номером счета в СБП), оператор №1 разместил эту связку. Как размещается связка – понятно. Мы, банки делаем чек-боксы, во многих случаях они будут предзаполнены. Клиент, физическое лицо, далекое от финансовых услуг и сервисов, нажимает на этот предзаполненный чек бокс, у него связка где-то сформировалась. Через неделю или через месяц он сделал то же самое в другом банке (так как у него в кармане несколько разных карточек) и через какой-то период времени у него создалось связок по числу карт. По прошествии некоторого времени клиент №1 хочет получить от клиента №2 перевод. И этот перевод пройдет по какой-то одной из технологий, по одной из связок. Уже понятно, к чему я клоню: деньги, которые прилетят клиенту № 1, если сильно повезет, прилетят на ту карту, куда он и планировал. Но в ряде случаев это может оказаться неудобно для клиента: деньги могут прилететь на ту карту, на которую он не ожидал, зарплатную или кредитную, или на счет, по которому он буквально вчера написал заявление на закрытие. Здесь есть определенный момент неудобства.

Понятно, что банки будут прорабатывать эти ситуации. По крайней мере, про себя в Альфа-Банке мы можем сказать, что сейчас очень глубоко прорабатываем client journey, чтобы не возникало таких неудобств для клиента. Тем не менее, гипотетически такие ситуации возможны, и конкуренция приве-

дет к таким интересным вещам в 2019-2020 году. Мы все будем свидетелями этому.

Я, собственно, призываю рынок, сообщество задуматься о таком возможном кейсе, призываю игроков, которые являются хранителями таких связок, возможно, тоже подумать об удобстве для клиентов и прийти к какой-то стандартизации. Мы помним по истории платежных сервисов, что стандартизация нас всегда спасала. В середине 20 века международные платежные системы договорились о едином ISO-стандарте карт. В 1996 году МПС договорились об EMV-стандарте. Возможно, что в 2019-2020 что-то придется сделать на новом поприще.

Екатерина ВОЛЫНЕЦ: Хотела бы дать несколько комментариев по презентации Алексея Павленко. Безусловно, перевод по связке мобильный телефон – номер карты – это традиционный способ реализации переводов по номеру телефона сегодня. При этом номер телефона используется как некий референс, чтобы понять, с какой карты списать, на какую карту зачислить. Такой номер телефона должен быть зарегистрирован в банке-эмитенте, и карта должна быть выбрана как карта для перевода по умолчанию.

Тот сервис, который реализовала компания Samsung совместно с партнерами в России, дает получателю возможность выбора, когда и на какую карту зачислять средства. Получатель принимает самую непосредственную роль в переводе. Отправитель – это всегда пользователь Samsung Pay. Он делает перевод из мобильного приложения по карте, которая находится в приложении. У получателя есть пять дней на то, чтобы получить перевод. Если он является пользователем Samsung Pay, то получает соответствующее уведомление на телефон, по клику на это уведомление переходит в приложение, выбирает карту, акцептует по отпечатку пальца.

Если получатель не является пользователем Samsung Pay (а он может быть даже не пользователем устройства Samsung), то он получит SMS-уведомление со ссылкой на страницу корпоративного сайта ВТБ, где он должен указать номер телефона и куда зачислить деньги. Если получатель захочет, этот способ можно указать как способ получения по умолчанию. В противном случае он должен будет каждый раз выбирать способ получения.

Сейчас такие возможности мало кто может предложить.

И я бы не говорила, что переводы по номеру телефона – это область для конкуренции. Также как имидж, наличие мобильного банка, базовый уровень высокого качества клиентского обслуживания – это минимальный уровень сервиса, чтобы клиент был лоялен

к банку. Также как наличие мобильных платежей – это некий минимальный уровень для мобильного устройства, чтобы клиент выбирал его для покупки. Также и номер телефона, простая верификация, но при этом надежные решения, возможность контролировать переводы, подтверждать их надежным, но одновременно безопасным способом – это тоже некий минимальный уровень.

Вариаций использования номера телефона великое множество. Чем больше будет подобных решений, так же, как и решений для безналичных платежей, тем лучше для самих сервисов и, в итоге, для клиентов. Потому что клиенту будут предлагаться всё более интересные, простые и надежные решения.

Поэтому, опять подчеркну, что развитие индустрии – не в конкуренции, не в том, кто и что быстрее и интереснее сделает, а в коллаборации, которая дает рынку уникальную новую ценность. Возможно, она может стать и неким индустриальным стандартом, а, возможно, просто быстрее приближает будущее к нам уже сегодня.

Татьяна ГЛАЗАЧЕВА: А можно раскрыть финансовые условия? Стоимость перевода, к примеру, в 1000 рублей.

Екатерина ВОЛЫНЕЦ: Нашему получателю перевод будет стоить 30 рублей. 0,9% от суммы, минимум – 30 рублей.

Татьяна ГЛАЗАЧЕВА: В Сбербанке – по нулям.

Екатерина ВОЛЫНЕЦ: Не во всех случаях. Если карты выпущены в разных регионах, там довольно высокий процент. Абсолютно необязательно, что у нас будет самое дорогое решение. Мы, наоборот, постарались предложить максимально низкую цену на рынке.

Татьяна ГЛАЗАЧЕВА: Нет, региональные карты мы не берем.

Хорошо, а в чем уникальность вашего предложения? В Сбербанке тоже все по телефону, точнее, даже не по телефону, а в приложении. Вопрос, почему клиенты пойдут к вам, почему они будут отказываться от привычного способа?

Екатерина ВОЛЫНЕЦ: Потому что в нашем сервисе перевод гораздо быстрее сделать: вам не нужно разблокировать телефон, искать приложение, логиниться в приложение, идти по меню до пункта, где нужно сделать перевод...; достаточно сделать свайп по экрану телефона, сразу вызывается карта, вы нажимаете кнопку, верифицируетесь, указываете получателя по номеру телефона, сумму – всё, перевод сделан. Дальше, вы в онлайн-мониторинге: получатель акцептовал перевод или нет. Если вы в течение пяти дней, пока перевод не акцептован, обнаруживаете, что

допустили какую-то ошибку, вы можете моментально отменить перевод онлайн.

Кирилл СВИРИДЕНКО: Тут важный момент, что в данном случае отправитель в принципе не обязан знать, есть ли у получателя какой-либо счет, какой у него банк и т.д. Ты отправляешь перевод на номер телефона, а дальше уже проблемы получателя, как он эти деньги получит. Это к вопросу о том, что у нас лидер розничного рынка сделал свою систему перевода и все ей пользуются. Все равно отправитель должен сначала узнать, а есть ли у получателя счет у лидера. В данном случае, отправитель не должен это узнавать.

Екатерина ВОЛЫНЕЦ: Давайте реально посмотрим на вещи. На рынке существуют разные платежные системы, великое множество банков – более четырехсот. Клиенты в один момент не переключаются между банками, даже несмотря на то, что есть ТОП-3 банков, которые и высокоимиджевые, и доступны в онлайн. Они даже не просто доступны в онлайн, они решают ваши проблемы в онлайн без вашего визита в банк. Но люди не переключаются в момент между ними.

Выбор клиента, какой картой пользоваться, какими услугами банка пользоваться, услугами какого банка, каким способом совершать платежи – на него влияет огромное количество факторов. В первую очередь, это социум, в котором находится человек, круг общения этих людей. С кем они ежедневно общаются по бизнесу, в чей адрес должны делать переводы, принимать переводы, в каких банках находятся счета и так далее. У нас с мужем, например, счета в одном банке. Мы переводы друг другу делаем под 0% между счетами.

Очень важно также то, чем пользуются люди, находящиеся в социуме, к которому человек стремится, к которому он себя приобщает. Мы все хотим развиваться и хотим в определенных моменты достигнуть определенных результатов. В этих будущих результатах мы себя видим частью определенного общества. Чем пользуется то общество, куда я стремлюсь – все эти материальные факторы влияют на человека при выборе способа платежа, в каком банке открывать счета, какими услугами и сервисами пользоваться. Каждый человек по своей сути индивидуален и уникален. Сетчатка глаза, отпечаток пальца, слепок зубов, ДНК – мы уникальны, мы принимаем решения по огромному количеству факторов, а не по одному и даже не по трем, как в рассказе про результаты исследования. Поэтому чем большее разнообразие сервисов, услуг, методов, способов совершать свои ежедневные операции и так далее доступно, тем лучше.

Алексей ПАВЛЕНКО: Не буду спорить со сказанным Екатериной. Вместе с тем, хочу отме-

тить основную мысль своей презентации.

Дело в том, что СБП, как я и сказал, имеет законодательное воздействие. Давайте будем реалистами. Человек, когда разместил связку, не важно, у Samsung или у другого оператора связок, для него это темный лес. И он, разместив один раз свою связку, будет рассчитывать, что такие связки везде работают, в том числе и сделанные в другом банке. А на самом деле связок будет не одна, а несколько. Собственно, это – проблема. Она, как я вижу, есть и никуда не делась, и она в 2019 году встанет в полный рост. Решения будут между собой конкурировать, рынок будет вариативен. Это, наверное, и хорошо. Здесь я, наверное, соглашусь.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Мне кажется, отличная дискуссия по денежным переводам. Хотел бы задать вопрос Кириллу Свириденко.

Я себе представляю номер телефона, банковскую карточку, транспортную карточку как некие ключи к комнатам. То есть я авторизуюсь каждый раз в каком-то достаточно маленьком пространстве. Чтобы сделать следующее действие, мне нужен следующий ключ для авторизации. Это создает барьеры, на которых вырастают транзакционные издержки, будь это операции внутри банка или операции между банками, финансовые и нефинансовые операции.

У нас уже прозвучали слова «сетчатка глаза» и «отпечатки пальцев». В ближайшей перспективе, какой идентификатор может эти барьеры, если не снять, то как-то снизить, расширив возможность сразу зайти в здание, в котором много комнат? Может быть, какие-то из них потребуют дополнительной авторизации, но в принципе, я уже буду видеть хотя бы, где они, смогу пользоваться. Номер ли это телефона, как в некоторых странах Средней Азии, в Таджикистане, где может быть не более двух номеров телефона на человека. Это сразу становится существенным идентификатором. Или это биометрия? Какие есть тренды, на которые имеет смысл обратить внимание?

Кирилл СВИРИДЕНКО: Если коротко ответить на этот вопрос, то, безусловно, тренд, к которому все идет, это биометрия. Если говорить про «ключи», то это биометрия, которая будет работать с нами так, что мы сами не будем этого замечать. То есть, когда заходишь в «здание», система сразу увидела, что зашел ты, и открыла тебе дверь, ты не доставал ни телефон, ни карточку, не прикладывал палец. Просто подошел, и система определила, что это ты, и открыла тебе дверь.

Если экстраполировать эту ситуацию на платежный рынок, то все так же пойдет к тому, что платежи будут совершаться, как кто-то



раньше сказал, практически силой мысли. То есть, ты только подумал, а платеж уже совершен. Осталось только придумать, как свою волю осознанно передать машине, чтобы она не поняла, что ты хотел перевести деньги, в то время, когда ты хотел их получить.

Поэтому я думаю, что тренд, безусловно, пойдет именно в биометрию. Но тренд пойдет в биометрию в части идентификации. А в части платежных инструментов есть два пути.

Путь первый – это стандартный, существующий на сегодняшний день, путь переводов денежных средств от одного субъекта, другому. Я его обобщенно называю ISO-8583. До тех пор, пока жив этот стандарт, кто бы что ни придумывал, кто бы что ни говорил, все стартапы и финтехи будут рождаться с одной благой мыслью: сейчас я быстренько что-нибудь сделаю и продам как кому-нибудь банку. Пока стартапы будут жить с такой мыслью, ничего банковской системе не грозит.

Путь второй – это нечто отличное от ISO-8583, например, различные блокчейн технологии. Хотя хайп на этот счет и прошел, тем не менее за этой технологией определенное будущее, определенная ниша у нее есть.

Третьего пока я не вижу. И никто пока его не предъявил. Деньги не научились пере-

мещаться с помощью фотонов света через пространство. Все равно, так или иначе, нам нужна платежная инфраструктура.

Если еще немножечко развить мысль про различные потуги стартапов и то, почему платежи Samsung Pay потенциально выигрывают на рынке, так потому, что мегакорпорации, мегакомпании, либо государство создают не только продукт, но они способны создать для этого продукта инфраструктуру, которой сможет воспользоваться огромное количество людей. Ты можешь сделать сколь угодно прекрасный продукт, но если он распространен в пределах этого зала, а за пределами этого зала о нем никто не знает, то этот продукт никому не интересен.

Поэтому Система быстрых платежей Центрального Банка, я думаю, имеет большое будущее. Там, конечно, не используется блокчейн, но, кстати, там и не используется ISO-8583, насколько мне известно. Вот вам еще один вариант развития платежного вектора.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): А если вспоминать разные форм факторы? Например, QR платежи в том же Китае?

Кирилл СВИРИДЕНКО: Это сейчас вообще никакой роли не играет.

Мы говорим про технологии или про пользовательский форм фактор? Сегодня в холле этого конференц-зала я общался с одним нашим коллегой, который предлагает новый форм фактор банковской карты, проездного и так далее. При этом я с ним уже не первый раз встречаюсь, и спорю, что его форм фактор не очень востребован. Он может быть в каких-то ситуациях удобен, но не удобен всегда и не дает ничего нам нового, в отличие от смартфона, который, заметьте, у всех сидящих либо прямо на столе лежит перед глазами, либо в кармане, вблизи. Все остальные форм факторы становятся второстепенными. Те же платёжные кольцо, часы – иногда с нами, иногда нет, а телефон всегда с нами.

Еще хотел прокомментировать, был вопрос о том, что Samsung Pay слабо развит на рынке. Наша компания Мультикарта в связке с группой ВТБ реализовала огромное количество разных пэев. У нас есть, например, Garmin Pay, и, по-моему, им пользуются 4 клиента, объем платежей совсем низкий. Свою систему делал Huawei, там тоже платежей минимум. Лидеров основных – два, это Apple и Samsung.

Константин ГОНТМАХЕР (модератор): Спасибо большое, к сожалению, у нас вышло время. Спасибо всем большое за интересную дискуссию.



VI НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАТЕЖНЫЙ ФОРУМ 2018

БУДУЩЕЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПЛАТЕЖНЫХ УСЛУГ

МОДЕЛИ РАСШИРЕНИЯ ГРАНИЦ РЫНКА, НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Круглый стол

Модератор: Майя Глотова, Карт Стандарт



Майя
ГЛотова



Элдар
ГОЙХАН



Алексей
КОНОВАЛЕНКО



Наталья
КАУРОВА



Илья
ЛОХМЕТОВ



Мария
ГЛАЗНЕВА



Антон
ЛИПАТОВ

Карт
Стандарт

Когда стандарт
становится эталоном

Интеллектуальный
бизнес
Улучшение системы
создания партнёрства
и инноваций на рынке

МОДЕЛИ РАСШИРЕНИЯ ГРАНИЦ РЫНКА. НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

- Модераторы:
- Майя ГЛОТОВА**
КартСтандарт
- Приглашены к участию:
- Мария ГЛАЗНЕВА**
ЦФТ
- Эллиот ГОЙХМАН**
LikeBank
- Наталья КАУРОВА**
Сбербанк
- Кирилл КОСМИНСКИЙ**
АОИП
- Алексей КОНОВАЛЕНКО**
INPAS
- Антон ЛИПАТОВ**
Модульбанк
- Илья ПОКАМЕСТОВ**
Финанс ПРО

Майя ГЛОТОВА (модератор): Вопрос о том, как банкам и иным участникам финансового рынка оставаться конкурентоспособными в столь бурно развивающейся экономической ситуации, из разряда риторических перешел в практическую плоскость. Сегодня нам хотелось бы обсудить, что же можно с этим делать. Понятно, что копировать бизнес-модели крупных игроков сейчас становится невозможным. Необходимо искать новые модели сотрудничества, новые бизнес-модели, ниши, и строить бизнес именно там.

Сегодня перед нами стоят два вопроса. Первый – это как оптимизировать текущий розничный портфель, повысить его прибыльность, эффективно им управлять. Второй вопрос – куда развиваться и где искать новые рынки.

В рамках нашей сессии мы попробуем обсудить практические кейсы. Какие-то из них уже зарекомендовали себя на рынке, какие-то – новые бизнесы. Надеюсь, нам это поможет понять, куда нам двигаться дальше, какие практические шаги стоит попробовать предпринять и какие кейсы переложить на наш опыт, чтобы решить, как в дальнейшем развивать розничный бизнес.



Алексей КОНОВАЛЕНКО: Я приготовил интересную тему с точки зрения практического применения. Многие презентации, озвученные в первой части Форума, были скорее методологическими или информационными. Мы же предлагаем реальный инструмент, который позволяет сделать прибыльным и эффективным тот бизнес, который сейчас является, как минимум низко маржинальным либо для части (в основном крупных) клиентов вообще убыточным.

Начать хотелось бы со слов, которые высказывались и Президентом России, и Председателем Центробанка о том, что мы сейчас живем в той реальности, когда игнорировать волну нарастающих технологических трендов не можем. Наоборот, мы должны вовремя и качественно отвечать на те вызовы, которые они нам диктуют. В этом смысле мы привносим потихоньку на рынок, в том числе банковский рынок, понимание того, что такое настоящий сервис.

Хорошим примером является «хайп», который был создан вокруг Сбербанка в начале года, когда, казалось бы, обычный, понятный бизнес-процесс по открытию счета для малого и среднего бизнеса был превращен в сервис. Сбербанк начинает открыто предлагать на рынке обычные, комплементарные вещи, к примеру, не просто РКО, а дополнительные сервисы в виде бухгалтерии, обслуживания CRM в части продаж, юридических услуг для

малого и среднего бизнеса, тем самым реально трансформируя сервис. То есть Сбербанк больше не предлагает открывать счета, но создает и предлагает экосистему, целую инфраструктуру, в которую он приглашает малый, средний бизнес. Это удобно, дешево, и огромное число клиентов начинают этим пользоваться. Это очень хороший пример. Я думаю, многие последуют за ним. Альфа-банк тоже уже вывел такой продукт на рынок.

Вторым трендом, о котором сегодня говорили и все спикеры в первой части форума, является рост количества безналичных платежей. За последние 5 лет произошли значительные изменения, и уже никто не спорит с тем, что надо платить безналично. Основное развитие происходит с точки зрения инструментов, форм-факторов платежей. Это телефоны, браслеты, кто-то платит ремнями и кольцами. То есть, спорить с тем, что надо платить безналично, уже перестали и теперь все пытаются сделать это максимально удобно, эффективно и, желательно, красиво, чтобы это было еще востребовано с точки зрения разных сегментов клиентов.

И это очень хорошо, потому что те игроки, которые находятся на обратной стороне этого процесса, а именно занимаются эквайрингом, конечно же, этот тренд понимают, и та платежная инфраструктура, которую они предоставляют, способствует приему всего



этого огромного количества форм-факторов безналичного платежа. Основная задача, к которой мы все возвращаемся, как начать на этом, как минимум, больше зарабатывать, либо сделать бизнес прибыльным.

Я сегодня разговаривал с организатором форумов для финансовых директоров, и она рассказывала про те проблемы, которые идут от крупной розницы, – о том, что необходимо снижать ставки, что сети пытаются оптимизировать свои расходы и т.д. Если спросить у продающих подразделений банков о том, какие ставки сейчас в крупных розничных сетях, они во многом будут, если не отрицательными для банков, то нулевыми. А могут быть и отрицательными в том случае, если банк работает с сетью с точки зрения дополнительных комплементарных продуктов: продает зарплатные проекты, кредитует эту сеть либо продает другие свои продукты. Стремление крупной розницы к снижению эквайринговой ставки, наверное, никогда не закончится, потому что все хотят экономить.

До этого у нас широко была распространена на эквайринговом рынке старая модель. Основным тормозом с точки зрения улучшения экономики и повышения прибыльности являлось то, что, чтобы банк мог предлагать эквайринговый продукт у себя и дать терминал клиенту, он должен был этот терминал

купить. Это были значительные расходы на приобретение и на программное обеспечение. Следующим, источником формирования издержек является процессинговая часть – создание конфигураций, поддержка, а также обслуживание «последней мили» – терминал готовится, устанавливается у клиента и дальше сопровождается. В общем, было необходимо пройти большое количество затратных ступеней на пути к тому, чтобы клиент мог просто принимать пластиковые карты и различные формы безналичных платежей.

Мы поняли, что есть другая возможность, а именно, тот путь, по которому Америка и Европа уже какое-то время назад прошли. Это несколько иная модель эквайринга, которая, прежде всего, удовлетворяет потребность клиента в принятии безналичных платежей, а, с другой стороны, перекладывает основные расходы, о которых я говорил, на сторону клиента.

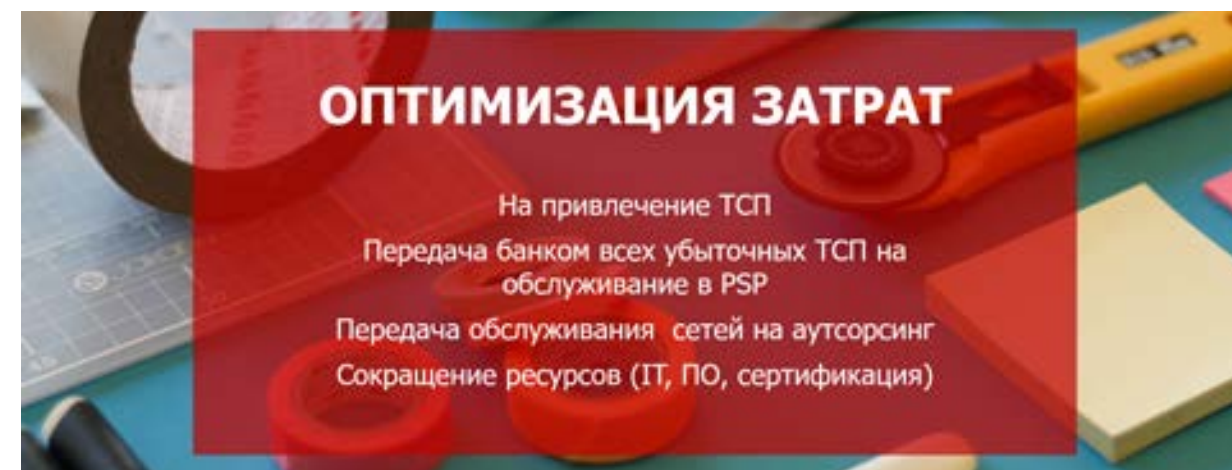
Для нас всех хорошо, что наши клиенты, рынок эту модель воспринял здраво. В конце презентации я покажу конкретные цифры, чего нам удалось добиться буквально за год нашей работы. Для тех людей, которые занимаются эквайрингом, такие показатели потрясающе.

Так вот, мы запустили на базе INPAS первого провайдера платежных сервисов в России. Что это такое, как это работает, зачем это банкам, и как нам всем с вами вместе зарабатывать, я вам сейчас расскажу.

PSP – сокращенно payment service provider – это, прежде всего, бизнес-сервис, который построен на базе бизнес-моделей и технологий привычных для многих сервисов. Работает он так: мы сами занимаемся продажами и привлекаем клиентов для банка с рынка. Продавая терминалы клиентам, мы подключаем их к нашему предпроцессингу. Для банка это пассивное привлечение клиентов и увеличение дохода.

Основная мысль и основной результат при этом, что любой клиент, подключенный к банку через PSP, моментально становится доходным.

Раньше нужно было оценивать средние обороты по клиенту, думать о том, какую ему давать ставку, включать какие-то дополнительные платежи или комиссии для того, чтобы хотя бы за год-полтора-два вернуть те инвестиции, которые в клиента вложили. С подключением клиента через PSP эти вопросы решаются сразу. То есть, клиент приходит уже интересным банкам. Причем, это любой клиент.



**ПЕРЕДАЧА В PSP ТСП
И АУТСОРСИНГ ЭКВАЙРИНГОВЫХ СЕТЕЙ**

**ОПТИМИЗИРУЕТ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ
БАНКА И ПОВЫШАЕТ КАЧЕСТВО ЕГО
СЕРВИСОВ**



УВЕЛИЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ

Рост клиентской базы
Возможность предоставить уникальные сервисы для ТСП
Рост транзакционного дохода
Оптимизация затрат

PSP СЕРВИСЫ ДЛЯ ТСП БАНКОВ

Легкое подключение к сервисам банка

Сервис программы лояльности ТСП для клиентов

Быстрое внедрение новых технологий

Круглосуточная поддержка ТСП

Гарантия безопасных платежей

Личный кабинет ТСП

Аренда/рассрочка оборудования

Фиксированная ставка эквайринга для ТСП

Ввод в эксплуатацию и установка на ТСП

Предпродажная подготовка

Сопровождение и ремонт

Предупреждение

Обновление и доработка терминального ПО

Pro Key

Pro Monitoring

Pro E-Sip

Pro TMS

Pro Connect

Технологические сервисы

Мониторинг, удаленная загрузка ключей, параметров и ПО

Уникальные SLA

Восстановление работы терминала за 4 часа

Установка нового терминала за 6 часов

Все регионы России

20-25% экономия

Аутсорсинг эквайринговых сетей

UniPOS Pro

INPAS

Легенды торговли

ПРИМИ КАРТУ!

НАШИМИ СЕРВИСАМИ ПОЛЬЗУЮТСЯ

20+

банки

150 000

ТСП

300 000

Единиц оборудования

107

МОДЕЛИ РАСШИРЕНИЯ ГРАНИЦ РЫНКА.
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

С другой стороны, это сервис высокотехнологичный. В нем мы соединили все наши лучшие наработки, в том числе, последние прорывные технологии по удаленному мониторингу сети, удаленному восстановлению работоспособности, замене параметров, замене ключей безопасности. Это позволяет управлять сетью на другом уровне. Мы уходим от привычного многим понятия SLA, когда возникающая проблема превращается в заявку, и SLA заключается в сроке исполнения заявки с определенным качеством. Это было круто, когда вообще ничего не было. Теперь, с приходом PSP мы говорим о логике коэффициента доступности POS-терминальной сети. То есть, клиенту не надо думать про заявки, обрабатывать звонки. Мы готовы гарантировать, что в 99,5% случаев, – а это полчаса простоя от всего рабочего времени в месяц, – этот сервис будет доступен. Для банка это выгодно. Это означает, что клиент в любое время может принять транзакцию, банк получает свою комиссию. При этом клиент изначально взял на себя все расходы по покупке оборудования. Это предложение просто несет банку комиссионный доход.

Естественно, это приводит к увеличению банковских эквайринговых сетей. Мы сами не являемся банком-эквайером, мы интегрируемся в части конечного процессинга, обработки транзакции с тем или иным партнером, куда мы, по сути, и подключаем клиента на эквайринг. Для банков это пассивное увеличение сети, либо бесплатный эквайринг для продуктовой линейки. Теперь вам не надо думать об оборотах клиента, не надо его оценивать. Вы просто подключаете его на эквайринг, а, еще лучше, продаете ему сразу расчетно-кассовое обслуживание, и он моментально начинает приносить банку деньги.

Кроме того, учитывая возможности нашей сервисной службы, вам точно так же не надо думать, где клиент находится. Большой ли маленький клиент, какая у него клиентская сетка – не важно. Наша сервисная служба представлена абсолютно на всей территории России, у нас 82 сервисных центра и порядка 140 городов обслуживания второго плана, крупнейшие региональные города. Это подразумевает складскую инфраструктуру, инженерные ресурсы и т.д. Мы можем дотянуться до любого клиента в любой точке России в течение очень короткого времени. Для понимания, по самым критичным клиентам, которые у нас есть сейчас на обслуживании, связь составляет 3-4 рабочих часа с момента подачи заявки. Это очень мало. Когда ночь в Москве и раннее утро во Владивостоке – это никого не волнует, потому что у вас есть рабочее время, в рамках которого та или иная задача выполняется.

Также к нашему привычному бизнесу по про-

даже оборудования в этом году добавились многофункциональные онлайн-кассы. Мы предлагаем клиенту востребованный продукт в рамках 54-ФЗ, и мы видим, как хорошо этот сегмент растет, как охотно подключаются, приобретают оборудование и пользуются нашим сервисом.

Хотелось бы еще упомянуть об оптимизации затрат. У нас сейчас большое количество клиентов, которые используют только услуги сервисной службы INPAS. Это более понятные полевые сервисы. Если задать вопрос, кто из банков обслуживает банкоматы при помощи собственных IT-специалистов, то в зале найдется максимум пара человек. А если бы я спросил лет 7-8 назад, то, наверное, как минимум добрая половина сказала бы, что это так.

Те шаги, которые делает рынок с нашей помощью и с нашим предложением, – это логично, это оптимизация, это сохранение. Поэтому шаг дальше – к подключению к PSP – это эволюционный путь в развитии. Больше того, путь, по которому уже прошел весь мир.

Допустим, вы хотите предоставить клиентам новое, более дешевое оборудование. Все знают, какая это проблема. Каждую модель нужно сертифицировать, платить платежи в платежные системы – это долго и дорого. Мы как платформа берем это на себя. Мы даем вам возможность использования широчайшей линейки, чтобы вы могли каждому клиенту предложить то, что ему нужно. Мелкой рознице – свои предложения, крупной – свои; оборудование, которое реально решает те задачи, которые перед вами ставит бизнес.

Про качество, сервис, бизнес-процессы я, наверное, скромно умолчу. В моем понимании у нас вопрос сервиса только в последние несколько лет выстраивается. В сервисной компании INPAS мы ставим это во главу угла. Для нас, по большому счету, эффективный сервисный процесс – это наша цель, наша основная задача, как тактическая, так и стратегическая, к которой мы идем каждый день, месяц за месяцем, год от года.

Я готов поделиться, если интересно, с коллегами наработками. Сейчас, я на 100% уверен, что бизнес-процесс, который мы выстроили, абсолютно отказоустойчив, максимально эффективен с точки зрения расходов. Это доказывает количество наших клиентов, количество банков, которые наш продукт потребляют.

Пару слов про увеличение прибыли. Естественно, чем меньше у вас расходов – как на сервисную часть, так и на сопровождение, – и чем больше у вас комиссионный доход, который вы получаете, тем общая прибыль банка растет.



ЕДИНЫЙ СЕРВИСНЫЙ ПЛАТЕЖ



Фиксация расходов на развитие и сопровождение эквайринговой сети



Гарантированное повышение коэффициента доступности сети



Новая парадигма сопровождения эквайринга

Пара слов про то, что получает клиент, что тоже очень важно.

При работе с PSP клиент получает не просто возможность приема и обработки безналичного платежа, но подключение к целой экосистеме. Это и личный кабинет, и круглосуточная поддержка, возможность аренды и рассрочки оборудования, если для него купить POS-терминал – дорого. Но самое главное, что он получает, это гарантировано низкую ставку, которую он до этого при всем желании в старой классической модели он получить не мог.

Когда он проходил кучу оценочных процедур, и с оборотом в 40-50 тысяч рублей в месяц ему ни один банк не давал терминал без дополнительных комиссий за обслуживание, фиксированных платежей, которые он должен платить в месяц. Для клиента это выглядит очень выгодно, интересно, потому что это целая экосистема.

На слайде представлено, как выглядит половина ядра сервиса PSP. Это уже понятный и хорошо востребованный рынком сервис аудиторинговых эквайринговых сетей. Он уже сейчас востребован: мы сейчас поддерживаем более 300 тысяч терминалов по стране. Нашими клиентами являются крупнейшие банки.

Следующая половина – следующий шаг развития. Мы предлагаем вам двигаться дальше, подключаться к новым сервисам, которые позволяют вам и больше зарабатывать, и в моменте экономить, и повышать качество сервиса.

Всем знакома ситуация, когда выигрывают две стороны. Мы с вами, с точки зрения PSP, находимся в такой очень редкой модели, когда мы говорим про ситуацию «вин-вин-вин». Т.е. все три части, которые в этом участвуют, выигрывают. Выигрывает банк, потому что банк получает бесплатного и в любом случае доходного клиента; выигрывает INPAS, потому что мы зарабатываем на продаже оборудования; и выигрывает клиент, потому что он получает необходимую ему услугу эквайринга по минимальной фиксированной ставке. Т.е. в этой ситуации выигрывают все. И все, в принципе, зарабатывают.

Теперь о наших результатах за год со старта проекта. С нуля на текущий день – более 15000 точек у нас обслуживается через PSP. Это даже для крупного федерального банка – очень большой прирост за год. И это не

крупные розничные сети, а одна точка – один клиент, что как раз является лучшим доказательством моих слов о востребованности сервиса, условно говоря, «proof of concept». То есть, модель была очень активно принята рынком, что доказывают цифры.

Все меня спросят, конечно же, про деньги. Раньше мы предлагали только модель, когда банк с PSP делился комиссией.

Сегодня я хотел бы осветить возможность нового инструмента, когда мы можем разговаривать о фиксации стоимости обслуживания на одну точку на терминал в месяц. Для многих такая модель была бы очень востребована, понятна, потому что она позволяет фиксировать и гарантировать бюджет в части расходов.

Илья ПОКАМЕСТОВ: У слушателей наверняка возникнет вопрос, зачем факторинговая компания (а я представляю факторинговую компанию) пришла на Платежный форум? Я попробую очень кратко рассказать об этом.

Платежи карточками, браслетами, через телефон становятся все более общепринятыми. Мы посмотрели на это и подумали о следующем. Наша компания работает с дебиторкой. Везде, где есть дебиторка, можем появиться мы. Есть опыт иностранных коллег, которые выдают торговым точкам, работающим с карточками, апфронт в начале месяца оборот с небольшим дисконтом, процентов 5-10-20% – зависит от торговой точки и срока сотрудничества – в размере, который показала торговая точка в платежной системе либо у банка-эквайера – различные варианты возможны. Какое это может быть обеспечение? Мы пока работаем по закрытой модели, но возможно использование и эскроу-счетов и т.д.

Может появиться возражение, что это конкуренция с банковскими продуктами кредитования под выручку. Но тогда я могу сказать, что можно продолжить эту дискуссию, сравнивая факторинг и кредитование. Тогда все плюсы, которые есть у небанковского финансирования, есть у этого продукта merchant cash advance.

Как это ни удивительно для небольшой факторинговой компании, нам удалось подружиться с одной из больших платежных систем. Надеюсь, что подружимся и со второй. Нам также удалось подружиться с одним федеральным банком, название которого здесь уже звучало. Я надеюсь, нам удастся подружиться с банком, который представляет моя коллега по секции.



То есть наш сервис – не кредитование, а уступка выручки по картам в адрес факторинговой компании.

Еще одно преимущество, которое имеют факторинговые компании на данный момент, которое, может быть, не всеми осознается, что мы за периметром регулирования нашего с вами мегарегулятора. Т.е. единственное, что делают факторинговые компании, когда создаются, – встают на учет в Росфинмониторинге. А ЦБ может только спросить банк, который фондирует факторинговую компанию, что это она там делает. И нам удается на эти вопросы отвечать.

Зачем мы пришли сюда? Мы пришли сюда за деньгами, чтобы кто-то из федеральных банков или, может быть, представителей платежных систем проявили интерес к этой теме. Ставка, по которой работают наши клиенты, в районе 23-25%, что, на мой взгляд, очень даже неплохо. Этого хватит и фондирующему банку, и нам. Что касается рисков, то мы работаем с этим продуктом уже с весны. У нас есть порядка десяти клиентов. Ни одного дефолта мы пока еще не видели. Естественно, мы просим клиента предоставлять поручительство. Естественно, мы просим давать безакцепт по его счетам. Но если бы у нас был механизм эффективной работы с эскроу-счетами с каким-то банком, то это очень бы облегчило работу.

Завершая, хочу поделиться двумя интересными статистическими факторами. В Америке стали падать продажи автомобилей для молодых людей. Они так поступают, потому что им удобно со смартфона вызвать машину по Uber, и потом ехать и делать собственные дела в смартфоне. Это первый факт.

Второй факт. У меня есть учитель французского языка – молодой человек, который закончил МГИМО. Для меня МГИМО – это то, после чего человек должен работать в Pricewaterhouse. А он дает уроки французского языка. Он был во Франции, он был в Кембридже. И он говорит: «Я не хочу сидеть целый день в офисе. Я лучше схожу, дам урок, поеду домой». Ментальность другая, она меняется.

И, третий факт, куда можно еще развиваться. Можно развиваться в бизнес с агрегаторами. Причем не важно, агрегаторами чего: такси, каршеринга, велошеринга. Мы недавно были на собрании международной организации, где представитель компании из Гонконга рассказал, что они вышли в этот сегмент, и рефинансируют задолженность агрегаторов. Они очень успешны, у них хорошие ставки, дефолтов практически нет, потому что, если что-то кто-то сделал с велосипедом, завтра не сможет арендовать велосипед. А в Гонконге без велосипеда никуда. Так же и с каршерингом. В день в Москве совершается 62 тысячи поездок путем каршеринга. В общем, приходите к нам, будем рады сотрудничеству в разных формах.

Merchant advance (финансирование под эквайринговую выручку)

ЮниФактор
Правильный ФАКТОРинг

Особенности продукта:

- Беззалоговое финансирование;
- Высокотехнологичное решение;
- Возможность для клиента получения дополнительного финансирования под торговую выручку авансом;
- Увеличение лимита по мере роста выручки;
- Высокая маржинальность.

Заккрытие рисков:

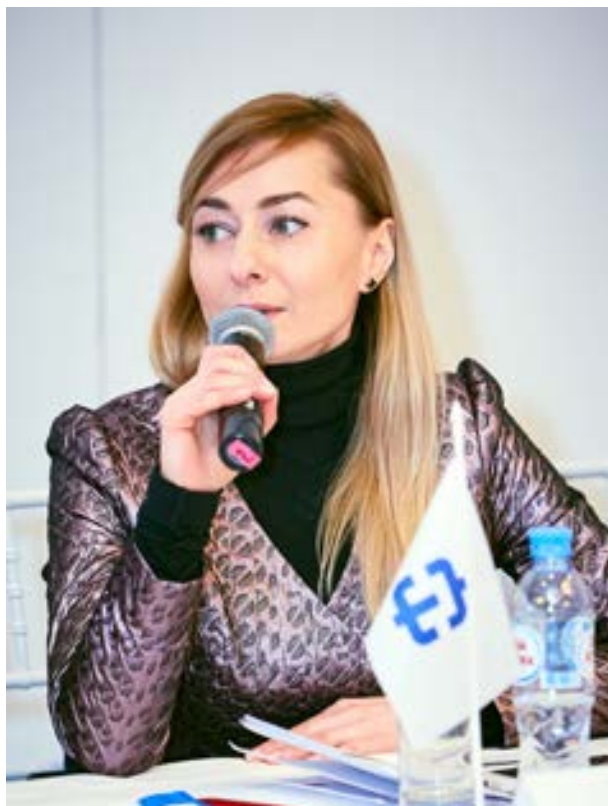
- Регулярность поступлений эквайринговой выручки;
- Регресс к клиенту;
- Денежные требования в обеспечение;
- Безакцепт к счетам клиента;
- Поручительство собственника бизнеса.

Merchant advance (схема продукта)

ЮниФактор
Правильный ФАКТОРинг



1. На основе статистики оплат кредитными картами в торговых точках клиента за 3-4 месяца ЮниФактор устанавливает клиенту лимит финансирования (70-80% от среднемесячной выручки по картам).
2. Подписание трехстороннего соглашения между Клиентом, Эквайером и ЮниФактор об уступке будущих денежных требований. Клиент дает акцепт Эквайеру на списание денежных средств в пользу Фактора.
3. Первого числа месяца ЮниФактор финансирует клиента.
4. Эквайер/Клиент ежедневно перечисляет выручку Клиента на счет ЮниФактор (задержка от даты транзакции обычно составляет 2-5 дней).
5. В случае если полученные от Эквайера/Клиента средства превышают сумму финансирования, ЮниФактор переводит их клиенту.



Мария ГЛАЗНЕВА: В рамках темы увеличения и расширения клиентской базы, мне кажется, мой рассказ будет полезным.

У нас есть новый сервис, который называется «Кредитный брокер». Суть его в том, что у банка появляется возможность выдать партнерский кредит другого банка через систему «Золотая корона – Денежные переводы». Участники сервиса: банк-кредитор либо микро-финансовая организация, которая предоставляет кредит, банк-агент, который выдает денежные средства в своей филиальной сети, и клиент, который приходит в любой удобный для него офис либо отделение банка и получает кредит. «Золотая корона» выступает как организатор сервиса, который предоставляет информационно-технологическое взаимодействие между участниками, и расчетная организация, которая осуществляет расчеты между ними.

Чем выгоден данный сервис.

На текущий момент клиент может прийти в ваш банк за кредитом, и вы можете по какой-то причине ему отказать. С помощью сервиса «Кредитный брокер» у вас появляется возможность удовлетворить потребность клиента, выдав ему кредит банка-партнера, и получить комиссионный доход без риска и инвестиций.

Кроме того, если вы уже пользуетесь системой «Золотая корона – Денежные переводы», у вас получается расширение текущего функционала. То есть, через сервис «Кредитный брокер» вы можете удержать клиента, снизить свои операционные издержки, получить комиссионный доход.

Вопрос из зала: Правильно ли я понимаю, что рождается некий маркетплейс на базе «Золотой Короны»?

Мария ГЛАЗНЕВА: Совершенно верно, маркетплейс, где на текущий момент можно выдать кредитный продукт. К сервису могут подключаться банки-партнеры, а также те банки, которые уже представлены в системе «Золотая корона».

Хочу сказать также, что сервис совсем новый – мы стартовали в декабре 2017 года. Но на текущий момент в сервисе уже более 20 банков-партнеров и инфраструктура сервиса представлена более 500 офисов. Так что сервис очень востребован.

Кроме того, помимо клиентов, которые приходят непосредственно в отделения банков, появляется также онлайн-трафик – клиенты, которые могут оформлять заявку в интернете.

Элиот ГОЙХМАН: Майя поставила тему сессии как поиск новых методов ведения бизнеса, новых каналов, в которых мы можем взаимодействовать с клиентами, расширение границ нашего сознания и текущего банковского бизнеса. Я хочу вам немножко рассказать, что мы делаем по данному поводу. Но моя цель – не продать вам какой-то сервис или услугу или внедрить какую-то платформу, а позволить вам по-новому посмотреть на то, что сейчас происходит в банковском бизнесе России.

Сейчас де-факто лидером финтеха среди «необанков» является «Тинькофф». Этот банк на текущий момент наилучшим способом решил проблему снижения операционных расходов. Он смогли выстроить систему онбординга клиентов, доставки карт, и эксплуатации системы общения с клиентами таким образом, чтобы максимально снизить операционные издержки, в результате чего может показывать своим акционерам прибыль и наращивать свою клиентскую базу.

Полагаю, многие из присутствующих на сессии являются представителями традиционного банковского сообщества. Если допустить, что вы захотите воплотить у себя сейчас пример «Тинькофф» – спустя 10 лет после того, как эта бизнес-модель была запущена, то по мере того, как ваш традиционный банк будет наверстывать сложившееся отставание, «Тинькофф» уйдет еще дальше.

Поэтому нужно думать не об этом, а о новых способах ведения бизнеса.

К примеру, сейчас, чтобы обеспечивать выдачу карт, печать, доставку и идентификацию клиентов, у «Тинькофф» по стране ездят 2,5 тысячи курьеров, которые каждый день совершают порядка 24 тысяч выездов. Это одна из проблем, которые банку нужно решить. Возможно, нужно посмотреть по-новому на то, как мы онбордим клиентов, выдаем ли мы им карты, возим ли мы им пластик, и как построить банк, в котором нет 2,5 тысяч курьеров.

Далее идет обслуживание клиентов. Допустим, если вы хотите иметь миллион клиентов, в традиционном банке вам нужно строить контакт-центр. Вам нужно, чтобы в несколько смен работали люди. Но может быть, можно найти какой-то другой способ.

Я попытаюсь подвести свою презентацию к тому, что мы делаем, и, соответственно, дать вам возможность об этом подумать. На первом этапе мы предлагаем рассмотреть возможность избавиться от пластика как от такового. Второе – избавиться и от дополнительных офисов, и от контакт-центров. Третья часть, над которой стоит подумать, это как правильным способом эксплуатировать связи людей на рынке.

Получается, что многие платежи, о которых говорили коллеги – это платежи B2C – платежи, которые идут между бизнесом и конечным потребителем услуги. При этом рынок P2P-переводов измеряется триллионами в год. Этот рынок основывается на том, что люди связаны между собой. Новый закон о самозанятых, который был принят недавно, говорит о том, что люди, которые представляют услуги на рынке (например ИП), смогут предлагать услуги и получать оплату за них на свои карты в режиме P2P.

Если вы знаете понятие «шести рукопожатий (что вас с любым человеком в мире связывают 6 рукопожатий), то исследование Facebook показывает, что эти связи еще более тесные. По данным 2016-го года этот показатель 3,57, а сейчас связи еще более тесные. Поэтому количество переводов P2P становится все большим, и услуги эти все более востребованы.

Если рассмотреть бизнес самозанятых (а мы пытаемся думать о том, как предложить им эту услугу), то можно посмотреть на распространение QR-кодов. В Китае люди даже на рынках расплачиваются за товары и услуги в режиме самообслуживания. При этом вашим телефоном сканируется QR-код, и дальше ваше мобильное приложение или ваш чат-мессенджер (как в случае с WeChat) оплачивает эту покупку. В Китае даже есть



нищие, которые ходят по улицам с QR-кодом, собирая в свои мобильные кошельки деньги.

Над чем мы рекомендуем банкам задуматься.

Большое количество пользователей, почти 2 миллиарда человек в мире сейчас используют мессенджеры. Мессенджеры – это не только способ общаться. В них можно подключать различные чат-боты, проводить клиентское обслуживание и т.д. Мы предлагаем на основе социальных мессенджеров выстраивать взаимоотношение с банком.

Используя технологии мессенджеров, можно выдавать карту в режиме реального времени.

Наша платформа, в отличие от традиционного банка может выдать клиенту карту без установки мобильного приложения, без каких-либо загрузок за 30 секунд. Традиционный банк требует двух визитов в офис, ожидание, пока карта напечатается, пока из центра персонализации ее доведут (в случае «Тинькофф» это занимает от одного до пяти дней, причем это заполнение онлайн-заявки, звонки контакт-центра, валидация информа-

ции, выезд курьера.) Я очень рекомендую задуматься над тем, насколько эффективно вы используете виртуальные карты, упрощенную идентификацию, которая в Российской Федерации позволяет эмитировать карту клиенту с лимитом в 60 тысяч и оборотом в 200 тысяч рублей.

В нашей системе, которую мы выстраиваем и которую мы внедряем, новый клиент может стать клиентом за 30 секунд, получить карту, затем, используя интерфейс, добавить эту карту в Apple Pay, Samsung Pay или Google Pay, и начать ей пользоваться. Такого клиентского опыта нет больше не просто ни в одном банке Российской Федерации, но и в мире. Все банки требуют, чтобы скачивали их приложение, а я вам настоятельно советую посмотреть в сторону технологии мессенджеров.

Следующая часть – то, что мы еще разрабатываем – наша платформа банкинга в мессенджерах позволяет не только подавать команды при помощи интерфейса, но и голосом. Получается, что клиент банка может, используя интерфейс Facebook, Telegram или Viber, записать голосовое сообщение, к примеру «Выставь счет на 50 тысяч рублей», и бот сгенерирует QR-код и линк, который клиент может отправить кому угодно, чтобы этот счет был оплачен.

Моя цель была, как я уже сказал, не продать вам эту систему, а рассказать о том, как подумать о том, как действовать на этом рынке, как попытаться опередить лидеров и искать новые подходы.

Вопрос из зала: Скажите, а как такой платеж «скачай и плати» соотносится со 115-ФЗ? Мне кажется, никак. Как вы предполагаете идентифицировать клиента?

Элиот ГОЙХМАН: На самом деле, именно 115-ФЗ и является источником того, почему в России есть карты без идентификации, карты с упрощенной идентификацией. Идентификация происходит так: человек подсоединяется к любому каналу общения с банком, предоставляет свои данные: ФИО, номер паспорта. В этом и заключается упрощенная идентификация.

Вопрос из зала: А где доказательства того, что это именно он предоставил этот паспорт?

Элиот ГОЙХМАН: Это и есть упрощенная идентификация, то есть, идентификация человека без личного присутствия. Таким образом, выпускаются припейды, карты «QIWI», «Яндекс.Деньги» и т.д. Т.е. это уже давно существует на рынке, это не наше изобретение.

Коллеги из банковской сферы понимают, в данном случае речь идет о том, что клиент проходит некоторую «самоидентификацию», предоставляет данные, которые в дальнейшем проходят валидацию либо через СМЭВ, либо через «Госуслуги», и этого государству достаточно. Соответственно, достаточно и нам.

Майя ГЛОТОВА (модератор): Когда вы подступались к этой теме, наверно, смотрели на то, насколько аудитория готова выходить в мессенджеры за банковскими услугами. Я помню, когда банки сами начали выходить в мессенджеры, предлагая различные P2P-переводы тех каналов, они поняли, что, во-первых, это небезопасно, а во-вторых, что клиент еще не был готов потреблять. Он готов к цифровым каналам, но он хочет работать в доверенном приложении банка. Вы как-то смотрели на это, какие там тенденции?

Элиот ГОЙХМАН: Конечно, мы должны понимать, что клиентская аудитория – сегментированная, и нельзя ко всем подходить с одной гребенкой. Мы не говорим, что это решение, которое годится для всех.

Допустим, если это супербогатый клиент, то мы, конечно, не предлагаем ему управлять финансами из мессенджеров. Но в России на текущий момент уже более 50 миллионов миллениалов и центениалов. Это те поколения, которые выросли с мобильными устройствами, привыкли общаться в мессенджерах.

Люди оберегают мессенджеры, их содержание, потому что там содержится приватная информация. Но мы используем все способы, чтобы сделать общение с банком более безопасным: шифрованные каналы связи, одноразовые пароли, которые присылаются в случае платежей. Для людей, которые требуют еще большего уровня безопасности, у нас есть опциональное приложение, которое может использоваться для того, чтобы по Face-ID или отпечатку пальца подтверждать, что это действительно отправитель платежа.

Наталья КАУРОВА: У нас происходит интересная дискуссия. В первой части мы слушали регулятора относительно того, какая должна быть конкуренция на данном рынке. Теперь мы смотрим интересные бизнес-кейсы коллег, которые представляют, на мой взгляд, достаточно продвинутые технологические решения.

Мой основной тезис, над которым я хотела бы поразмышлять – это не презентовать какой-то продукт, а рассказать о том, что наш подход к конкуренции и сама парадигма регулирования конкуренции должна быть изменена.



Мы должны перейти от модели конкуренции к модели взаимовыгодного сотрудничества, от модели «win-lose» к модели «win-win». Цифровизация, которая была заявлена в качестве основного драйвера сегодняшнего форума, как раз позволяет достичь открытости, эффекта «win-win» для всех участников рынка.

Первое – нужно посмотреть в сторону трансформации системы платежей от платежей как e2e-процесса перевода денег от плательщика к поставщику к некой экосистеме расчетов. Слово «экосистема» уже неоднократно звучало. Очень хорошо, что мы в унисон с коллегами смотрим в этом направлении. Современные технологии нам это позволяют делать. Open API и открытые платформы позволяют реализовывать не только платежные сервисы, но и сервисы, которые связывают товарно-денежные отношения поставщиков и потребителей через современные технологические решения, например, авторизованные банками смарт-контракты.

Почему я взяла рынок ЖКХ. Сегодня в «Российской газете» опубликована информация, что у нас из 4-х триллионов рублей объема рынка около 1,6 триллионов – долги. Главная социально-экономическая проблема налицо. Долги превышают 40% объема рынка, плюс износ оборудования и инфраструктуры до-

стигает критических размеров (порядка 60-80%), происходит рост тарифов, даже регулируемых (Владимир Владимирович Путин неоднократно говорил о том, что таргетируемый уровень 4% не соблюдается) и, соответственно, объем субсидий, который достаточно критичен для нашего бюджета.

При этом ЖКХ – очень интересный рынок, потому что из 4-х триллионов 2 триллиона – это платежи физических лиц, и в силу закона эти платежи являются обязательными для граждан. Несмотря на то, что они обязательны, темпы роста долгов критичны. По информации «Российской газеты», объем неоплаченных счетов вырос еще на 20%.

Как технологические решения позволят, по нашему мнению, обеспечить на данном рынке, с одной стороны, win-win, а с другой стороны, создать открытую экосистему. Мы предлагаем использовать смарт-контракт. Сегодня еще не звучал этот тезис, но мы очень ждем, что он появится определением в Гражданском Кодексе и будет легализован.

Именно такие инструменты позволяют достигать win-win для всех участников рынка. С одной стороны, это банки, которые посредством ведения счетов и доступа к информации о начислениях могут обеспечить сбор платежей в оплату услуг ЖКХ. С другой стороны, это регуляторы, такие как ФАС и Росреестр, которые могут адекватно устанавливать экономически обоснованные тарифы для данной системы. С третьей стороны, это



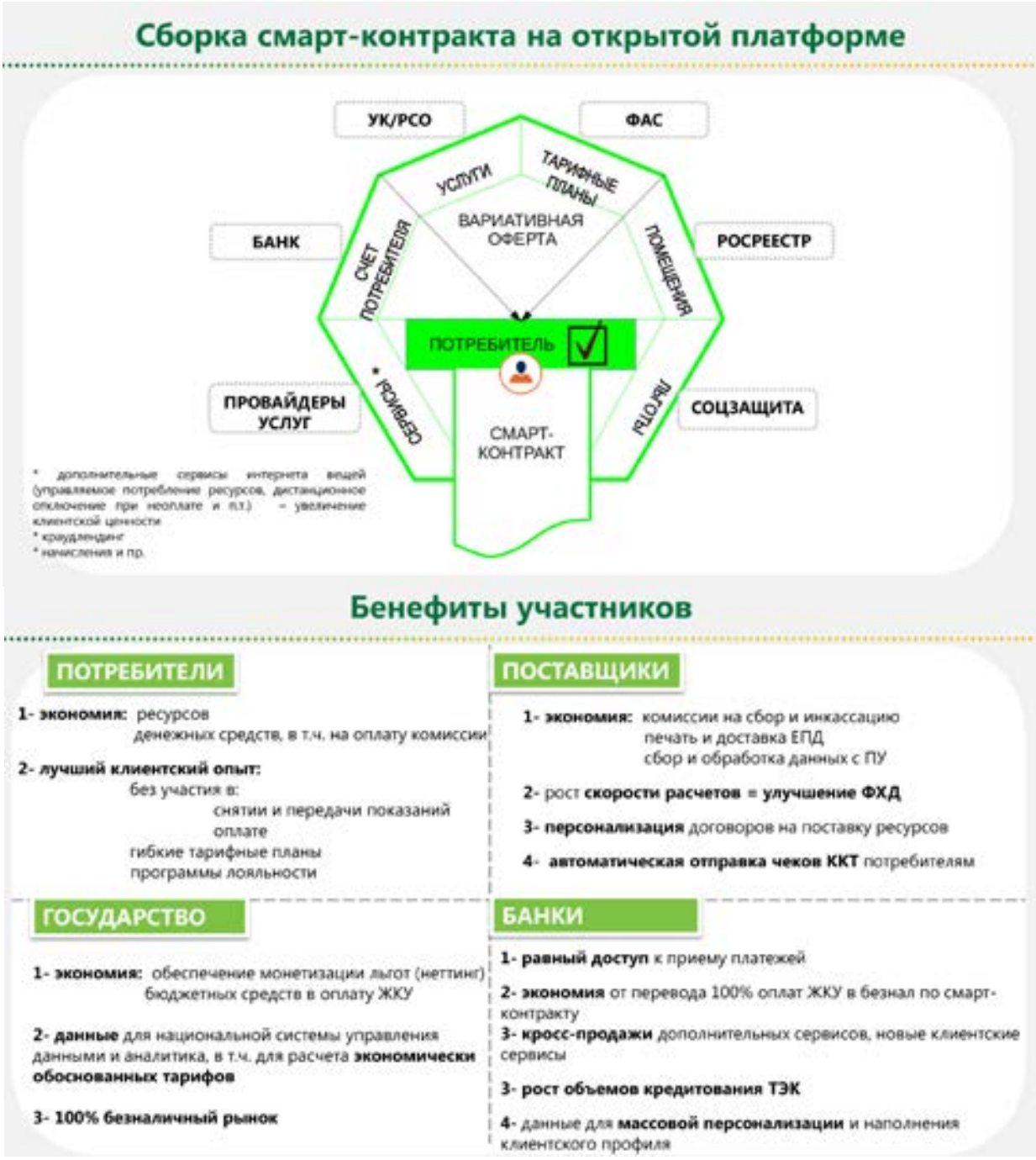
поставщики услуг, которые принимают платежи.

Сейчас всем известно, что переход на прямые договора и расчеты, который состоялся год назад, не привел к расшиванию задолженности по той простой причине, что мало просто обеспечить законодательный переход на данные прямые договора и расчеты, важно персонализировать отношения между плательщиком и поставщиком услуги. Именно в экосистеме возможно обеспечить персонализацию этих отношений, поскольку мы здесь видим сам вариант сборки смарт-контракта.

Расширение этой логики бесконечно. Мы можем накручивать IT-технологии на данную инфраструктуру, технологии краудлендинга, можем научить смарт-контракты начислять и т.д.

Бенефиты участников в случае, если мы говорим об открытых платформах и платформах, которые основаны на современных технологических решениях, налицо и достаточно равномерно распределяются по основным интересам.

Поэтому, коллеги, хотела призвать вас к тому,



чтобы более широко смотреть на тезис, что есть конкуренция.

Конкуренция – это не таргетирование верхних и нижних пределов ставок, а, на мой взгляд, расширение инфраструктуры, развитие самоорганизации в системе и формирование открытых платформ. Кроме того, со стороны регулятора это создание здоровых стимулов для развития технологий в системе.

Антон ЛИПАТОВ: Я операционный директор «Модульбанка». Я хотел бы рассказать вам про наш сервис «Мультибанк» – интерфейс доступа к счетам сторонних банков через нас. Сначала пара слов о нас, чтобы было понятно, как мы к этому пришли. Мы работаем только с малым и средним бизнесом, и нам очень нравится методология customer development. Мы постоянно общаемся с нашими клиентами, проводим глубинные интервью, смотрим, как они пользуются нашими сервисами, понимаем, какие проблемы их заботят и, исходя из этого, делаем новые сервисы. В том числе благодаря этому мы узнали, что большинство бизнесов на сегод-



ня – особенно те бизнесы, которые не совсем маленькие, – имеют больше одного счета в разных банках.

Почему так происходит? Главная причина этого – непонимание нашими клиентами, этими бизнесами того, чем руководствуется Центральный банк при отзыве лицензии. Если они открывают счета не в системообразующих банках, то они не имеют возможности узнать, как отследить тот момент, когда нужно деньги переложить в другой банк. Поэтому они открывают несколько счетов. Конечно, ими управлять неудобно. Это разные ключи доступа (хорошо, если не токены), разные логины, разные пароли. Кроме этого, если клиент заведет какого-то контрагента в справочник в одном банке, то переподгрузить его в другом банке обычно очень сложно.

То, что я назвал – это то, что лежит на поверхности. Но когда клиенты начинают работать с несколькими счетами, они понимают, что их ждет еще одна сложность. Если они вдруг заплатят налоги только с одного счета одного банка, к ним придет финмониторинг другого банка и задаст вопрос: «А где налоги? Давайте мы вам заблокируем счет или запросим у вас документы. Как только вы нам все объясните, продолжите работать».

Так мы пришли к тому, что нужен единый интерфейс, который бы позволил нашим

клиентам видеть сразу все свои денежные средства и ими управлять.

Понятно, что придумали это не мы.

Нам в целом нравится концепция open banking. Мы смотрим на Европу, нам очень нравится директива PSD2, которая начала свое действие в январе 2018 года. Она обязывает все кредитные организации Европейского Союза за два года сделать свои Open API, чтобы клиент при желании мог управлять своими средствами не только через интерфейсы конкретной кредитной организации, но и через свою разработанную систему или через систему третьей стороны. По сути, это уход от эксклюзивного пользования данными клиентов кредитными организациями.

Что мы сделали. В апреле 2018 года мы выпустили первые MVP с возможностью синхронизировать данные с тремя банками. На текущий момент у нас больше тысячи клиентов этим пользуются. Не очень много, но это все еще MVP.

Что касается функционала, мы сделали возможность просмотра информации обо всех счетах в одном окне, возможность синхронизации справочников контрагентов. Наш финмониторинг имеет доступ к информации и выпискам по всем счетам во всех банках. И, таким образом, мы уже не запрашиваем дополнительные документы, когда видим, как контрагент ведет себя в целом, как ведет себя его бизнес.

Также как бонус у нас есть услуга «Белый бизнес», которая позволяет бизнесу самостоятельно следить за тем, как сделать, чтобы его счет не заблокировали и не ввели ограничения. Это список определенных показателей, красная, желтая, зеленая зона. С этой услугой при подключенном «Мультибанке» клиент может видеть информацию не только по своему счету в нашем банке, но и информацию по всем остальным счетам.

Конечно же, мы бы хотели подключить к нашему сервису больше банков.

Многие банки на российском рынке говорят слова «open banking», «open API». Тем не менее, часто банки понимают при этом, что они хотят разрабатывать свои интерфейсы и они получать данные о счетах в других банках, но сами

свои интерфейсы никому предоставлять не желают.

Можно пересчитать по пальцам одной руки те банки в России, которые дают свои интерфейсы в управление. Мы в том числе: у нас интерфейс появился несколько лет назад.

Если смотреть в будущее, то у нас до конца года появится возможность просматривать и управлять счетами еще порядка 10-ти банков. Далее, мы начнем использовать информацию по подключенным счетам для кредитования. Во-первых, те клиенты, которые сейчас уже получают от нас кредитные решения, мы им улучшим условия, понизим ставку или повысим лимит кредита, если они дадут нам доступ к их счетам в других банках. Если это новые клиенты, о которых мы ничего не знаем, то, проанализировав их выписки по другим счетам, наряду с тем, что мы уже сейчас делаем с данными от операторов фискальных данных, мы сможем делать кредитные предложения, даже ничего не зная о них, не запрашивая дополнительных документов.

Во-вторых, мы сможем, наконец, достигнуть того, что давно хотели, – это начало работы с клиентом без открытия счета, без РКО. Если сейчас для большинства наших сервисов нужен счет (за исключением, может быть, банковских гарантий, но это разовая услуга), то в дальнейшем с «Мультибанком» мы будем привлекать клиентов, которые будут просто подключать другие счета, работать с нами, а дальше, возможно, потреблять какие-то другие наши банковские или небанковские продукты.

И, в-третьих, мы после окончательного внедрения «Мультибанка» (подключения большого количества банков), планируем внедрить финансовый автоматический эд-вайзинг, который уже сейчас делается на Западе. Это помощь малому и среднему бизнесу в финансовом учете, в контроле и предупреждении кассовых разрывов. Это то, что мы можем делать, то, что можно делать алгоритмически. Мы можем подсказывать, в каком порядке оплачивать счета, когда платить налоги. И если кассовый разрыв случается, то мы можем помочь конкретному бизнесу, как его пройти и устранить.

Сегодня присутствует много коллег из других банков, я хочу к ним обратиться.

Если вы тоже верите в open banking, в то, что интерфейсы будут отделены от держателей банковских лицензий и тех, кто держит счета, я предлагаю вам тоже открывать свои API. Давайте меняться ими, давайте строить будущее.

Валерия МАЛИНОВСКАЯ («Почта Банк»): У вас достаточно интересная теория, почему люди хотят держать денежные средства в разных банках. На мой взгляд, это, конечно, не так. Никто из юридических лиц не думает, когда у банка отзовут лицензию. Но вы правы в том, что это удобно. Есть бухгалтер, у него есть 2-3 счета. Где-то удобнее валютный контроль, где-то удобнее сервисы по автоматическому скорингу.

Когда вы привлекаете клиентов на обслуживание по open API, нет ли аналитики по поводу того, сколько из них становятся впоследствии вашими клиентами? Перетекают они или нет? Потому что мне кажется, что основная проблема, почему банки (в том числе более крупные) не хотят пользоваться этим сервисом, это возможная потеря клиентов. Учитывая, что «Marksw Webb» оценивает ваш интерфейс как один из самых удобных на рынке ДБО юридических лиц, наверное, банки опасаются, что к вам могут просто уйти.

Антон ЛИПАТОВ: Самое интересное, что, наряду с нами, остальные банки, в ТОП у «Marksw Webb», у которых вроде бы как классные интерфейсы, и которым нечего бояться, казалось бы, они тоже не дают свой API.

Что касается первого вопроса, у нас сейчас, как я сказал решение еще в виде MVP. Мы его еще дорабатываем. Сейчас, чтобы воспользоваться нашим «Мультибанком», обязательно нужно иметь счет в «Модульбанке». Мы планируем убрать это ограничение, и тогда действительно можно будет посмотреть, насколько мы сможем конвертировать клиентов, которые просто подключили в чужих банках счета уже наших клиентов в РКО. Сейчас пока мы не можем этого сделать.

Это прекрасный канал продаж. Мы можем много всего продавать, когда видим счета клиента, чем он занимается, реальный ли его бизнес. При этом наш API открыт, мы не боимся. Все, кто хочет, его уже взяли и используют. У нас много финансовых стартапов, которые работают с нашими счетами просто потому, что ими можно управлять.

Этот сервис – полностью наша разработка. Если говорить о «Белом бизнесе», то показатели (их там порядка 20-ти штук – по налогам, по зарплате, по разным направлениям) – это панель управления нашего финансового мониторинга, которую мы сделали ранее. Но в какой-то момент мы поняли, что ей можно поделиться и заработать денег. Но даже если не учитывать это, просто концептуально получается, что бизнесы сами не знают правила игры, по каким критериям банки блокируют счета. Если им дать инструмент, это будет честно.



Денис СЕРЕДЕНКО («CompassPlus»): Какая мотивация у банков открывать свои API? Понятное дело, ваш интерес, вы – высокотехнологичный фронтальный канал для банков. Какой интерес у банков открывать свои API, делать их открытыми, если не считать законодательного регулирования, которого у нас в стране пока еще нет.

Антон ЛИПАТОВ: Я считаю, что для банков это дополнительный способ привлечения новых клиентов, которым нужен этот API, которые готовы разработать собственную систему управления. Это те же стартапы, крупные корпорации, которые хотят не заходить в интерфейсы банка, а управлять при помощи своей системы.

Второе – делая такой сервис как «Мульти-банк», который позволяет управлять счетами в разных банках, мы понимаем, что на самом деле это не единственный канал продажи нашего РКО. Наше РКО – это только один из продуктов, который можно продавать. Мы так же готовы продавать РКО и в других банках. Это стандартный маркетплейс, лидогенерация. Если у вас условия лучше (клиент же будет выбирать по условиям), хорошо, пусть купит ваше РКО и сразу подключит к себе в интерфейс.

Майя ГЛОТОВА (модератор): Я бы хотела всех

участников нашего круглого стола попросить ответить на один вопрос, точнее дать собственную рекомендацию нашим коллегам в зале, на чем нужно сконцентрироваться, и одну точечную рекомендацию, на что нужно посмотреть, чтобы чуть-чуть расширить границы собственного розничного бизнеса.

Кирилл КОСМИНСКИЙ: Новые финтех-партнерства, безусловно, являются инструментом конкурентных преимуществ для банков и прочих участников финансового рынка. В своем выступлении я коротко остановлюсь на трех моментах. Первое – почему крауд-сервисы интересны для участников финансового рынка. Второе – почему это становится все более и более трендом и востребованным со стороны клиентов. И, третье, каким образом сейчас это рассматривает государство с точки зрения регулирования.

Рынок альтернативных финансовых инструментов, в частности, заемного инвестиционного краудфандинга, растет в мире и в России двукратными темпами. На слайде представлены названия финтех-компаний, часть из которых, например, «Lending Lab», уже провели IPO, другая часть пытаются стать банком. То есть, это активно растущий сегмент.

Чем интересны крауд-сервисы для банков. Во-первых, в виде краудлендинга. Это дополнительная возможность удержать клиента, если он по каким-то причинам не подходит по скорингу либо по территориальным особенностям.

Есть пример «Альфа-Потока» – «Поток.Диджитал», дочерний сервис «Альфабанка», который более рискованных клиентов предлагает инвестировать другим своим же клиентам, физическим лицам, с большей доходностью, с несколько большими рисками. Это интересно и клиенту, и банку. Есть другой кейс – кейс «Тинькофф» с краудлендинговой платформой «SimplyFi», когда крауд-площадка выступает партнером и дополняет сервисы в недавнем прошлом розничного банка.

Еще одна возможность – краудинвестинг, который предполагает возможность инвестирования в стартапы, покупку доли быстрорастущих компаний. Безусловно, это более доходный и более рискованный инструмент, но также интересный клиентам и тем, кто привлекает финансирование в лице стартапов.

Ну, и третье – это традиционный краудфандинг без цели получения инвестиционного дохода, что тоже может быть интересно финансовым организациям в контексте реали-

Мировой опыт Peer to Peer сервисов



Возможности привлечения финансирования

- Займы (краудлендинг, P2B)
- Сумма, срок и прочие условия зависят от сегмента, на котором работает p2b площадка - гибкость
- Ставка определяется предложением на платформе
- Оформление документов с использованием ЭП
- Прямые расчеты между заемщиком и инвесторами*
- Инвестиции в капитал (краудинвестинг)
- Привлечение средств в т.ч. через токены (ICO)
- * Краудфандинг (для социальных проектов)

* кроме Альфа-Потока

Рынок краудфандинга в РФ

Объем рынка в 2017 году -
составил 11,2 млрд рублей

в 2016 году -
6,2 млрд рублей

в 2015 году -
1,5 млрд рублей



Справочно:

- Объемы рынка рассчитываются Банком России на основании добровольной отчетности
- В феврале - апреле 2018 года была организована «регуляторная песочница», в которой приняли участие 10 компаний
- По экспертным оценкам на горизонте до 10 лет рынок в России вырастет до 93 млрд рублей

Данные <https://www.cbr.ru/Press/event/?id=1902>
Инфографика <https://www.kommersant.ru/doc/3675546>

Регулирование краудфандинга (проект 419090-7)

- Включение в реестр Банка России при условии соответствия требованиям
- Минимальный размер собственных средств - 5 млн. рублей
- Требования к руководителям аналогичны прочим финансовым организациям
- Лимиты на привлечение средств от инвесторов и в проекты, устанавливаемые Банком России
- Обязательное использование номинальных счетов (если иное не установлено правилами платформы)
- Публичность правил, процедур оценки проектов и предупреждение о рисках
- Привлечение средств в т.ч. через токены (ICO)

<http://sozd.parliament.gov.ru/bill/419090-7>

зации проектов устойчивого развития, либо реализации собственных или партнерских благотворительных, социальных проектов. Как пример, есть платформа «Greenpeace». Крупнейшая платформа такого плана в России – это «Planeta.ru».

Чем интересны крауд-сервисы, p2p-сервисы для клиентов. Мы уже слышали интересную статистику рукопожатий через Facebook – три с половиной вместо шести – это тренд экономики совместного потребления, шеринг не только собственности в форме автомобилей и т.д., но и совместное потребление финансовых услуг. Второй момент, что современные технологии позволяют инвестировать деньги в займы предпринимателей, не выходя из дома, достаточно иметь счет в одном из банков.

На слайде представлена статистика на основании добровольной отчетности, которую в настоящий момент собирает Банк России. Рынок небольшой. Но, во-первых, это добровольно предоставленная информация, то есть, здесь не весь рынок; во-вторых, как я уже сказал, по тем данным, которые имеются, рост рынка может достигнуть на горизонте до десяти лет 93-х миллиардов рублей, если будут сформированы новые инновационные сервисы.

Регулирование – безусловно, критически важный вопрос, чтобы при построении и планировании таких сервисов это было доходно, соблюдался камплайн и т.д. В настоящий момент обсуждается соответствующий законопроект о краудфандинге, он готовится к принятию во втором чтении, как ожидается, в декабре. И, в принципе, он установит относительно либеральные требования к крауд-платформам. Для крупных финансовых организаций и банков практически по умолчанию они будут действовать либо в виде реализации собственного сервиса, либо в виде создания дочерней структуры, а для стартапов либо новых компаний они, в принципе, условия достаточно подъемные.

Таким образом, коллеги, для банков и прочих участников финансового рынка сервисы, которые могут быть предложены клиентам через краудфандинг, это дополнительный инструмент повышения комиссионного дохода и удержания клиентов. Клиентам это может быть интересно, потому что это все больший тренд получения услуг дистанционно, и с точки зрения государства – государство в настоящий момент встраивает этот инструмент в систему регулирования участников финансового рынка, и это рассматривается в контексте финансовой доступности. Поэтому мы призываем обратить внимание на данный инструмент.

Элиот ГОЙХМАН: Я по ходу сессии сделал для себя пару пометок, чтобы с вами поде-

литься некоторыми мыслями. Основная идея – это то, что мертвый бизнес не сможет ни с кем конкурировать. Поэтому первое, что должен гарантировать себе банк, – это быть конкурентоспособным. Соответственно, нужно максимально срезать операционные расходы. Это немного прагматический совет, но в преломлении того, о чем я говорил с вами раньше, максимально думайте о том, как исключить доп. офисы, как исключить пластик из уравнения, которое требует личного присутствия и т.д. В России есть законодательство, которое позволяет делать упрощенную идентификацию, биометрию и, соответственно, сделать контакт с клиентом намного более быстрым и намного более дешевым.

И, второе, хотел бы посоветовать банкам и коллегам из финансовой сферы искать асимметричные решения. Когда мы говорим о том, как конкурировать с «большим зеленым банком», с «Тинькофф», с «Модульбанком», например, ввиду их технологичности, не каждый банк может себе позволить создавать полноценного конкурента и полноценный мобильный интернет-банкинг.

Думайте о том, какие вы можете сделать асимметричные решения, которые не конкурируют с ними в лоб, а пытаются найти какое-то уникальное предложение.

Алексей КОНОВАЛЕНКО: В моем понимании, если прямо отвечать на поставленный вопрос, то очень здорово, что в аудитории много людей, которые занимаются банковской розницей. Я лично глубоко убежден, что когда эти люди будут перекладывать тот продукт и тот бизнес, который они делают и который они создают, на себя и спрашивать себя: «Как бы мне это было удобно?», «Чего мне не хватает?»; и на базе этого расти и развиваться, тогда вопрос горизонтов развития и востребованности в том числе, удобства и комфорта этих продуктов отпадет сам собой. Вы прекрасно понимаете: вы и есть та самая розница, на которую вы же и работаете. В моем понимании это работоспособная концепция.

Наталья КАУРОВА: Я бы тоже хотела сказать, что не надо бояться конкуренции, нужно стремиться к взаимовыгодному сотрудничеству.

Нужно переходить от модели бенефитов для избранных к модели бенефитов для всех.

Как этого достичь? Через расширение гори-



зонтов, через понимание того, что такое есть банк, платежные сервисы, посмотреть на это более широко, как я уже говорила, не только как на e2e-процесс перекачивания денег, но как на целую экосистему, в которой завязаны не только денежные потоки, но и интересы получателей денежных средств и покупателей.

Мария ГЛАЗНЕВА: В докладе Натальи уже прозвучало, что партнерство и коалиция вместо конкуренции выгодны всем.

Мой тезис, наверное, такой: партнерство вместо конкуренции.

Антон ЛИПАТОВ: Я хочу порекомендовать всем смотреть в будущее и оперативно внедрять инновационные решения.

А еще сдвигать акцент с того, зачем это нужно банку и сколько банк на этом зарабатывает, на то, зачем это нужно клиенту, и как с помощью этого можно сделать его довольным.

Если клиент будет довольным – он заплатит, не сомневайтесь.

Кирилл КОСМИНСКИЙ: Поддержку. Смотреть

на 5-10 лет вперед, смотреть, какие тренды есть на прочих рынках, как в мире, так и в прочих отраслях, пилотировать те решения, которые кажутся интересными, устраивать внутренний акселератор таких идей.

Майя ГЛОТОВА (модератор): Подведу итог, что сегодня прозвучало. На мой взгляд, мы продуктивно обсудили различные практические кейсы, которые позволяют, в первую очередь, оптимизировать определенные вещи и посмотреть на эти вещи по-новому.

Действительно, как сказал Элиот, взгляните на ваши виртуальные карты не как на способ оплаты в интернете, а как на способ оптимизации вашего карточного бизнеса. Смотрите на аутсорсинг и партнерство как на обоюдное выгодное сотрудничество, где можно достичь оптимизации и сделать клиента более довольным.

Хочется отметить, что все наши сегодняшние доклады так или иначе касались темы партнерства.

Именно партнерство – основная база, на которой мы можем строить новые бизнес-модели, быть более конкурентными.

Сейчас в рамках нашей сессии и в рамках Национального платежного форума состоится



подписание меморандума о сотрудничестве между двумя компаниями – INPAS и Московским индустриальным банком. В рамках этого сотрудничества компания INPAS будет обслуживать широкую сеть оборудования Московского индустриального банка – более 11 тысяч терминалов в 28 регионах. И мы надеемся, что это сотрудничество послужит развитию и безналичных платежей в России, финансовой грамотности, сделает их более удобными, более комфортными.



Карт
Стандарт

Когда стандарт
становится эталоном

- Инновационный
предпринимательский бизнес
- Многоуровневая система
сопровождения партнеров
- Криптовалюты и инновации
для платежного рынка

Светлана
СНОПКОВА

Роман
БОЖЬЕВ

Игорь
РОДИОНОВ

Дмитрий
ГУДОВИЧ

Олеся САПА

Виктор
ЖИДКОВ

Дмитрий
КАЗАНКОВ

Екатерина
КОРОВАЙЧИКОВА

АНТ.
КУПР.

mastercard

Сделано
в России

БАНКИ И СЕГМЕНТ МСБ: МЕХАНИЗМЫ ЭФФЕКТИВНОГО ПАРТНЕРСТВА

Модераторы:

Джемал АГРБА
Mastercard

Приглашены к участию:

Роман БОЖЬЕВ
ОКБ

Дмитрий ГУДОВИЧ
МодульБухгалтерия

Виктор ЖИДКОВ
ИБ «Веста»

Дмитрий КАЗАНКОВ
Альфабанк

Екатерина КОРОВАЙЧИКОВА
ГБУ «Малый бизнес Москвы»

Антон КУПРИНОВ
Фонд содействия кредитованию малого
бизнеса Москвы

Александр ПОКЛАД
Mastercard

Игорь РОДИОНОВ
ЦФТ

Олеся САПА
«ОПОРА РОССИИ»

Светлана СНОПКОВА
Ассоциация участников Мастеркард

Джемал АГРБА (модератор): Сегодня мы собрались для обсуждения очень важной темы – развитие рынка в сегменте малого и среднего бизнеса и участие в этом развитии всех заинтересованных компаний и государства. Надеюсь, в результате обсуждения мы поймем направления развития, как нам лучше дальше двигаться, чтобы объем рынка вырос, чтобы предприниматели чувствовали себя комфортно и могли спокойно работать со всем жизненным циклом компании, в том числе и спокойно закрывать бизнес. Я говорю «закрывать», потому что зачастую (я сама имею предпринимательский опыт) закрыть бизнес намного сложнее, чем его открыть, и многие не знают, как это сделать нормальным путем.

Начнем мы нашу сегодняшнюю сессию с рассказа о деятельности Ассоциации участников Mastercard и о том, что мы делаем для малого и среднего бизнеса, о продуктах для малого и среднего бизнеса, и наших достижениях в этом году.

Светлана СНОПКОВА: В Ассоциации участников Mastercard уже несколько лет ведется работа над анализом рынка корпоративных бизнес-карт, и несколько этапов этой работы уже завершены.

Первый этап стартовал в 2017 году. Он был посвящен анализу рынка корпоративных карт в России. Анализ включал в себя юри-

дические вопросы, влияние использования бизнес-карт на налоговые последствия, которые возникают у организации в отношении расходов, оплачиваемых такими картами. Также важным моментом был сравнительный анализ механизмов бухгалтерского учета командировочных и представительских расходов с применением различных механизмов их оплаты. В итоге сравнения выяснилось, что разницы никакой нет, трудностей нет, и, может быть, наоборот, бизнес-карты с точки зрения бухучета использовать легче.

Для анализа мы привлекали аудиторскую компанию из «большой четверки». По итогам исследования был проведен большой круглый стол, на котором присутствовали эксперты порядка 70-ти банков – членов ассоциаций Mastercard. Это была очень плодотворная работа.

На следующем этапе мы сфокусировались на корпоративных картах для малого и среднего бизнеса. Этот этап мы начали в 2018 году и закончили совсем недавно. В сентябре этого года мы создали большой круглый стол.

Еще на этапе формирования ТЗ мы обращались к экспертному мнению банков и самого бизнеса, чтобы собрать вопросы, которые могли бы быть драйверами или, наоборот, выступают барьерами в развитии корпоративных продуктов в России.

Для работы над этим важным вопросом мы пригласили одну из ведущих мировых юридических компаний Bryan Cave Leighton Paisner. Это наши давние партнеры, они сегодня здесь присутствуют – руководитель коммерческой практики Влад Вдовин и руко-



руководитель налоговой практики Анна Зверева.

В этот анализ входили правовые и бухгалтерские вопросы, валютное регулирование. То есть, мы искали, есть ли какие-то разли-

СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ МСБ ЗА СЧЁТ ВОЗМОЖНОСТЕЙ БЕЗНАЛИЧНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК/ СТИМУЛЫ	МЕХАНИЗМ	КУДА ВНОСИТЬ ИЗМЕНЕНИЯ
Отмена оформления счетов-фактур при оплате бизнес-картой	▪ Заменить чеком ККТ (НДС выделен)	Налоговый кодекс
Участие бизнес-карт в программах лояльности	▪ Установление порогового значения и/или правил освобождения от налогообложения при участии в программах лояльности cash-back/ бонусов/товаров банков и партнеров	Налоговый кодекс, по аналогии с п.68, ст.217
Самоминкассия через АТМ любого банка, БПА	▪ Инкассация (возможно, в рамках суммы порогового значения) через АТМ любого банка; ▪ Расширение перечня операций БПА	161-ФЗ, № 395-1ФЗ, Положения Банка России по инкассации
Банковская выписка вместо сбора оригиналов чеков и квитанций	▪ Разрешить подтверждение (части) расходов по бизнес-карте банковской выпиской	Налоговый кодекс
Отчетность	▪ Увеличить сроки отчетности при тратах по бизнес-картам в связи с отсутствием рисков неправомерного использования денег с р/с организации	Налоговый кодекс

чительные особенности при использовании бизнес-продуктов с точки зрения валютного регулирования. Также интересным был кейс, связанный с программой лояльности. На примерах мы разбирали все эти кейсы, чтобы понять, что же мешает развитию таких продуктов.

Отчет был презентован в сентябре. На презентации присутствовало более 90 представителей банков – участников Ассоциации. Исследование имело большой резонанс, мы получили много хороших отзывов.

На этом круглом столе был проведен интерактивный опрос, который включал в себя, в том числе, вопросы законодательных инициатив. Мы просили экспертов оценить, какие конкретные барьеры мешают развивать данный рынок, и какие законодательные инициативы будут стимулировать развитие рынка. По итогам были определены пять важных пунктов.

Первым, как считает банковское сообщество и эксперты, является отмена счетов-фактур, точнее, их замена на чеки контрольно-кассовой техники с отдельно выделенным НДС. На втором месте оказалось освобождение от налогообложения или установление некоего порога по налогам в программах лояльности. На третьем месте – самоинкассация через банкоматы сторонних банков или при помощи банковских платежных агентов. На четвертом месте – банковская выписка вместо сбора чеков для подтверждения части расходов (это был очень актуальный вопрос, мы о нем много дискутировали, много над этим работали). На пятом месте – вопрос по увеличению срока отчетности о расходах по бизнес-картам, так как риск неправомерного использования этих денежных средств маловероятен.

По итогу хотелось бы акцентировать внимание, что именно эти пять пунктов в виде законодательных инициатив мы хотели бы продвигать в дальнейшем. Конечно же, внесение данных изменений потребует изменений в таких важных нормативно-правовых документах, как Налоговый Кодекс, что достаточно сложно. Но все-таки мы считаем, что это возможно, потому что все указанные стимулы действительно будут помогать развивать рынок корпоративных бизнес-карт, коммерческих продуктов в России.

Джемал АГРБА (модератор): Сложно, но возможно. Мы очень надеемся, что победим существующие барьеры.

В ходе исследования мы задавали очень много вопросов, не только по законодательным инициативам, но и по бизнес-решениям. И мы понимаем, что все это работает только в комплексе, в синергии друг с другом.

Без законодательных инициатив, без поддержки в этой области мы, может быть, сделаем что-то, но очень мало, не добьемся резкого рывка рынка, чтобы конкурировать с ведущими странами мира, которые уже давно понимают, что малый и средний бизнес – это один из столпов экономики.

Недаром прозвучал вопрос про самоинкассацию. Кажется, что это не барьер, который останавливает развитие рынка. Вместе с тем есть определенные задачи, которые нужно решить, чтобы заработал этот сервис, который востребован, важен для абсолютно каждого бизнеса, который работает с населением.

Игорь РОДИОНОВ: Тема моего выступления – самоинкассация юридических лиц.

Начну с того, почему мы считаем, что этот сервис актуален сейчас и будет актуален в ближайшее время. Наличные, вопреки борьбе с ними, существуют и будут существовать. В ближайшие 10 лет полного перехода на безналичную, на цифровые каналы мы, к сожалению или к счастью, не увидим. Такова наша реальность. Даже если посмотреть на западные страны, на Соединенные Штаты Америки, на которые зачастую многие хотят равняться, там доля наличных составляет около 50%. В европейских странах – например, в Германии – также почти 50%.

В России, по данным Центрального Банка, которые озвучивала на Финополисе Ольга Скоробогатова, доля наличного оборота также составляет около 50%. И хотя доля безналичного оборота растет, растет высокими темпами, но в основной своей массе наличные платежи не уступают. Соответственно, проблема инкассации наличных существует, она актуальна сейчас и будет актуальна в ближайшее время. Поэтому банкам, которые хотят работать в сегменте малого и среднего бизнеса, приходится сталкиваться и учитывать эту потребность ритейлеров.

Расскажу о примере конкретного кейса, который мы запустили с одним из наших банков-партнеров в кооперации с ритейлером. Это региональный банк с филиальной сетью не более 10 филиалов, в основном сосредоточенных за Уралом. Тем не менее, кейс, который мы запустили, банк распространяет не только среди ритейлеров, которые представлены у них в регионе, а также в европейской части.

Банком были выделены основные проблемы, которые связаны с инкассацией. Основное – это время инкассации. При инкассации в стандартной схеме средства поступают на

счет на следующий день – и это в лучшем случае. Также занимает много времени распечатывание сопроводительных документов, расходы на сейф-пакеты, дополнительные трудозатраты на пересчет, процедуру сдачи и так далее.

Если это небольшая точка, то затраты составляют в среднем 2 человеко\часа в день, если это большой супермаркет – до 25 человеко\часов в день.

В партнерстве с ритейлером банк просчитал схему, при которой можно эти затраты уменьшить и оптимизировать. Было предложено при работе с данной сетью ритейлеров задействовать устройство самообслуживания. При этом банк предложил исключить в принципе карту как лишнее звено в ведении инкассации юридических лиц. На первом этапе было закуплено и установлено в точках ритейлера около 200 устройств самообслуживания. По расчетам банка, которые совпадают с ожиданиями ритейлера, окупаемость специально собранных под этот кейс устройств самообслуживания составит около полутора лет на всю сеть. В дальнейшем банк собирается тиражировать до 1000 устройств за следующий год.

Актуальный вопрос: нужна ли банковская карта? Как мы видим из нашего кейса, она не всегда нужна или вообще не нужна. Мы предложили вариант, когда при заключении договора расчетно-кассового обслуживания с клиентом заключается дополнительное соглашение, в котором регистрируется и выдается логин/пароль. Используя эти данные, клиент, представитель малого/среднего бизнеса обращается в устройство самообслуживания с увеличенным купюроприемником, чтобы в любое удобное время пополнять свой счет, при этом денежные средства поступают на его счет онлайн.

На слайде приведен пример интерфейса. Банк может заводить шаблоны – совместно с клиентом, удаленно. С помощью инструментов веб-АРМов банк может контролировать наполняемость устройств, проводить заявки на инкассацию в необходимое время, когда устройство заполнено, тем самым экономя и свое время, и время своего клиента.

Подключить данный сервис очень легко, интеграция занимает порядка двух месяцев. Основное – это возможность поддержки в



АБС реестров определенного формата. Это может быть поддержка со стороны АБС, либо с нашей стороны – мы предоставляем API.

Параллельно с обслуживанием юридических лиц банк может предоставлять в устройствах услуги для физических лиц. Это могут быть различные варианты оплаты услуг – как различных агрегаторов, так и своих собственных локальных поставщиков услуг. Наш сервис, можно сказать, не имеет технических ограничений. Его можно интегрировать и с процессингом, и так далее. Но в таком режиме, про который речь шла выше, интеграция с процессингом вообще не нужна, требуется интеграция только с АБС банка.

Устройства устанавливаются в основном прямо в торговой точке. Также можно устанавливать их в торговом центре, когда, например, есть несколько представителей малого и среднего бизнеса, которые могут использовать данное устройство. Либо также в зоне доступа в отделении банка. То есть, вариантов несколько, список может быть продолжен – в зависимости от потребностей клиента.

Как итог, в плюсе остается и малый/средний бизнес – представители ритейла, так и банк. Малый/средний бизнес инкассирует себя так часто, как ему удобно, а банк инкассирует по факту заполненности сейфа.

Инкассация наличных в ритейле

- Средства на счет поступают на следующий день (в лучшем случае)
- Распечатка сопроводительных документов
- Расходы на сейф-пакеты, счетчики купюр и т.п.
- Дополнительные трудозатраты на пересчет, процедуру сдачи инкассаторам, упаковка в сейф-пакеты и т.п. от 2 чел./часов в день до 25 чел./час. в день



Сервис «Платформа банковского самообслуживания»



Сервис «Платформа банковского самообслуживания»



Идентификация через логин/номер телефона/ пароль/ОТР-пароль...

Готовые шаблоны для инкассации МСБ

Купюроприемник пачкой

Как в короткие сроки развернуть подобный сервис для МСБ?



Какие еще могут быть сервисы для МСБ и ФЛ?



Ответ
Любые, разрешенные законодательством

Сервис «Платформа банковского самообслуживания» не имеет технологических ограничений для масштабирования!

Best practice наших клиентов!

- Устройства непосредственно в торговых точках МСБ
- Устройства в специальных зонах банковских отделений
- Устройства в зонах высокого трафика людей (торговые центры, метро и т.п.)

МСБ инкассирует себя так часто, как ему удобно

Банк инкассирует устройство по факту заполненности сейфа

Вопрос из зала: Чем такое устройство принципиально отличается от банкомата?

Игорь РОДИОНОВ: Ничем, можно задействовать и банкомат, в том числе.

Что касается производства устройств, им занимаемся не мы, есть разные производители, компании-партнеры.

Джемал АГРБА (модератор): Могут ли разные компании МСБ использовать одно и то же устройство?

Игорь РОДИОНОВ: Могут. Идентификация проходит по логину/паролю, то есть, в одно и то же устройство может быть задействовано представителями разных компаний МСБ.

Джемал АГРБА (модератор): Мне кажется, это очень важно, потому что себестоимость устройства, я уверен, немаленькая, если сравнивать с оборотами микробизнеса, и для того, чтобы оно реально работало, нужно, чтобы несколько точек (на фудкорте, например) могли инкассировать себя в одно устройство. Это максимально эффективно для банка, для МСБ.

Игорь РОДИОНОВ: Действительно, это максимально эффективно.

По стоимости – это не секрет – в такой комплектации, как мы запустили, одно устройство в полной комплектации стоит порядка 250 тысяч.

Джемал АГРБА (модератор): Банки 10 тысяч на терминал бояться тратить на микробизнес.

Игорь РОДИОНОВ: Окупаемость его, повторюсь, по расчетам где-то полтора года. Полгода после запуска уже подтверждают эти цифры.

Джемал АГРБА (модератор): Я продолжу тему инкассации.

Первое, что хотел бы сказать, что вопрос о том, карты нужны или не нужны, пока что риторический. С одной стороны, конечно же, нужны, потому что мы их используем не только для самоинкассации. Да, есть у банков, карты, которые используются только для самоинкассации, но от этого банки потихонечку отказываются и идут в сферу универсальных карт. Все зависит от АБС, от функциональности карт. Естественно, гораздо удобнее иметь одну универсальную карту или несколько карт, в зависимости от того, кто ими пользуется.

По поводу самоинкассации. Не зря был задан вопрос, чем представленное устройство отличается от банкомата. Наверное, чтобы улучшить эффективность самоинкассации точек, нужно использовать весь имеющийся парк устройств, чтобы не затрачивать допол-

нительные функциональные или аппаратные мощности на инкассацию одного микробизнеса.

Нужно максимально использовать ту инфраструктуру, которая у нас в России сейчас уже присутствует: банкоматы разных банков, платежные терминалы, которые зачастую принадлежат не только банкам, но и банковским платежным агентам.

В связи с этим есть вопрос: а почему бы нам не обратить внимание на законодательство, которое отвечает за инкассацию. По-моему, сейчас законодательство говорит о том, что у нас достаточно ограниченные возможности инкассирования, допустим, своей выручки в банкомате не своего, а чужого банка. Мы сделали анализ законодательства по этому вопросу и поняли, что у нас есть законодательные ограничения таких возможностей. Но, если рассматривать «Альфа-Банк», они достаточно продвинулись в этом смысле и задействовали свою сеть партнеров, чтобы можно было инкассировать.

Если можно, пару слов про то, насколько важно, чтобы была большая сеть для использования клиентами.

Дмитрий КАЗАНКОВ: Для нас действительно очень важно наличие банков-партнеров в нашей сети, так как самоинкассация у нас в банке развивается достаточно давно, и мы одни из первых на рынке, кто стал развивать это направление.

Так как мы по регионам не так широко представлены, как крупные государственные банки, наши партнеры нам очень сильно помогают. У нас есть сети партнеров, которые работают на прием наличных. И клиент точно так же, когда инкассируется через их банкоматы, получает выручку на счет в режиме онлайн.

Также у нас есть один кейс – интеграция со «Связь-Банком», – когда у нас инкассация проходит в ПВН банка-партнера, то есть, в кассовом узле, через POS-терминал. Это очень правильное направление, мы туда смотрим.

Мы постоянно в тех регионах, где хотим развивать бизнес, ищем партнеров среди банков, чтобы заключить соглашение о такой возможности внесения наличных. Это очень правильное направление.



Антон ЛИПАТОВ: Для нас самоинкассация очень важна. Как известно, у нас нет своей банкоматной сети, и мы очень заинтересованы в том, чтобы наши клиенты могли инкассироваться через другие сети. Мы уже сейчас работаем с партнерами – и с банками, и с другими участниками рынка.

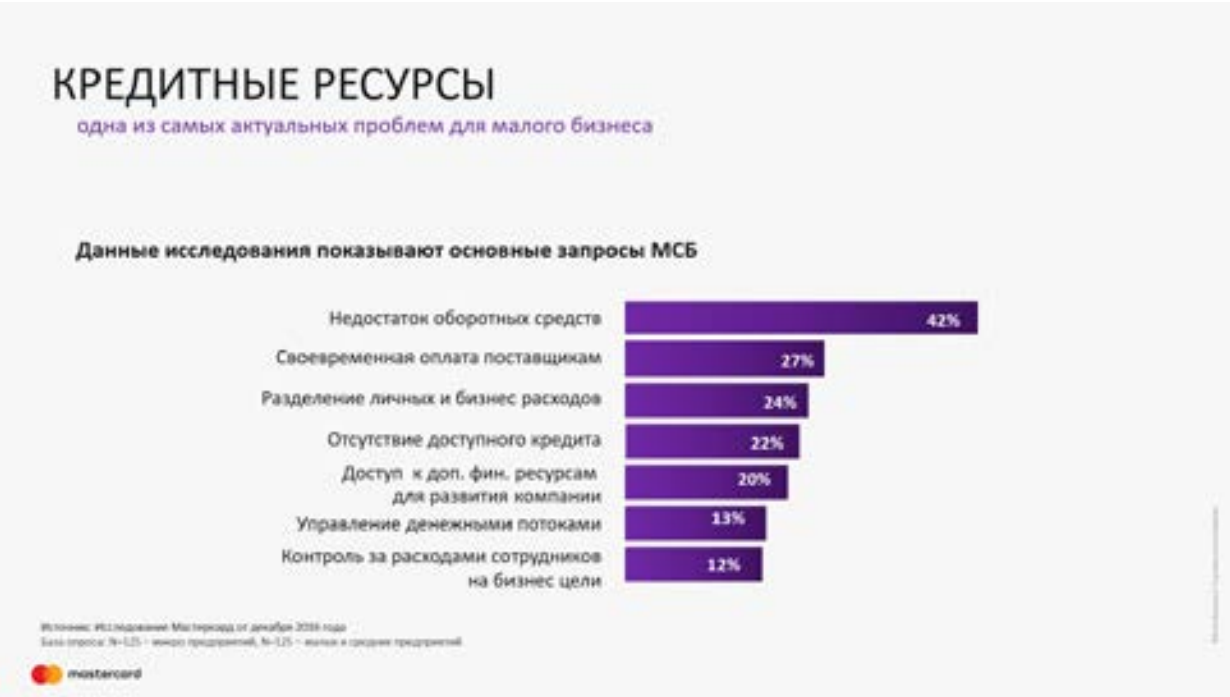
Понятно, что есть достаточно много законодательных барьеров, которые каждый раз нам приходится с каждым банком проходить. Проблема в том, что не каждому банку с большой сетью удастся объяснить, почему самоинкассацию делать все-таки можно, что у нас есть определенная схема, по которой мы работаем, и мы считаем, что она, с точки зрения закона, рабочая. Юристы не всех банков идут нам навстречу, принимают и принимают ее.

Я думаю, что если внести изменения в законодательство, то это точно сможет помочь нашим клиентам. Да и клиентам других банков, даже если у этих банков есть своя банкоматная сеть, клиенты будут довольны, если ее можно будет расширить.

Джемал АГРБА (модератор): Я считаю, что мы должны этот вопрос каким-то образом поднять на более высокий уровень совместно с государственными органами власти. Возможно, следует создать рабочую группу, круглый стол или еще как-то вынести этот вопрос на обсуждение и внести предложения по изменению законодательства, чтобы банк хотя бы мог помогать другому банку инкассировать выручку своих клиентов.

Это та задача, которая лежит на поверхности, и лично я не вижу ничего страшного в том, что в разные банки будут разные клиенты проводить внесение наличных. Представляете, как будет удобно, что по вашей бизнес-карте можно в любой день произвести инкассацию в любом банкомате, который принимает карты платежных систем.

Другая важная вещь, что все мы понимаем, что наш «малый бизнес» – это не только малый и средний бизнес, это и микробизнес, совсем маленькие ИП, где даже не миллионные обороты, но им тоже бывает нужна инкассация. Точнее даже, часто нужна инкассация. При этом в России есть банковские платежные агенты. Уже есть крупнейшие сети, в том числе уже оснащенные платежными терминалами. Мы столкнулись с тем, что они тоже не могут принимать самоинкассацию. Хотя, что может быть лучше для маленького магазина около дома? Там банк не ставит банкомат, так как невыгодно, небезопасно и еще огромная куча условий. А терминал



А пообщавшись с нашими банками-партнерами, мы поняли, что не хватает прежде всего оперативного доступа к финансовым инструментам.

Это действительно очень важно, потому что каждый малый бизнес сталкивается с тем, что когда-то происходит так называемый

кассовый разрыв. Так не только в России, но и во всем мире происходит. Кассовый разрыв может привести к гибели предприятия. Чаше не мгновенной, но постепенной, потому что оборот уменьшается постепенно, и в итоге предприятие не может выполнять свои обязательства перед своими контрагентами.

Чтобы понять, какие проблемы на рынке кредитования МСБ и что нужно развивать, чтобы мы увеличивали долю этого рынка, давайте послушаем экспертов. Сегодня у нас присутствует эксперт с глубокими знаниями в этом вопросе – Роман Божьев, который выступит перед нами со своей презентацией по вопросам кредитования малого и среднего бизнеса.

Роман БОЖЬЕВ: Я работаю в Бюро ОКБ и в компании «Интерфакс», и сегодня расскажу в целом, что, на мой взгляд, происходит с кредитованием малого бизнеса.

Начну с объема рынка. На сегодня, по последней статистике ЦБ, накопленный портфель кредитования МСБ примерно 4,5 триллиона рублей, цифра большая, непонятно, как ее оценивать.

Если смотреть на объем выдачи кредитов, то есть разные оценки: он то ли немножко растет, то ли немного падает. Но не будет большой ошибкой сказать, что в последние 4 года кредитование малого бизнеса скорее стагнирует.

Чтобы оценить, большой у нас рынок или маленький, я сравнил его с розничным кредитованием. На сегодня в России примерно 2,6 миллиона активных юридических лиц



(без ИП, только микро и малый сегменты), и, по статистике Росстата, примерно 73 миллиона экономически активного населения. При этом, по статистике Бюро, выдач займов микро и малому бизнесу в месяц происходит в среднем в этом году около десяти тысяч. При этом ссуд физическим лицам выдается 2,5 миллиона, и уже даже больше – за три миллиона перевалило в последний месяц. Мы видим, что в месяц у нас кредитуются 3,5% экономического населения, а компаний – меньше, чем 0,4%.

Вывод напрашивается сам собой: если бы в малом бизнесе с точки зрения процессов, с точки зрения доступности продуктов все было бы так же хорошо, как в розничном кредитовании, он был бы в 10 раз больше.

Почему складывается такая ситуация? Давайте посмотрим с разных сторон.

Во-первых, с точки зрения спроса, потому что об этом говорят мало. На слайде – статистика компании «Интерфакс». Мы для одного из своих проектов обзвонили 10 тысяч случайных компаний, спрашивали у них, какие у них есть потребности в кредитовании. Главный вопрос: «Насколько вам интересно банковское кредитование, в принципе?». 30%

компаний (это желтый и зеленый секторы) сказали, что они, в принципе, готовы кредитоваться в банке, им это интересно. Это очень похоже на результаты опроса НАФИ, который провели раньше и на другой выборке.

Потом с этими компаниями мы продолжили работать. Мы им предложили подать кредитную заявку, получить кредит. Эти 30% компаний мы регулярно обзванивали в течение полугода, и заявку подали только 5%. Остальные сказали: «Мы, конечно, рассматриваем, но очень теоретически, мы не готовы делать это ни сейчас, ни в течение ближайших месяцев».

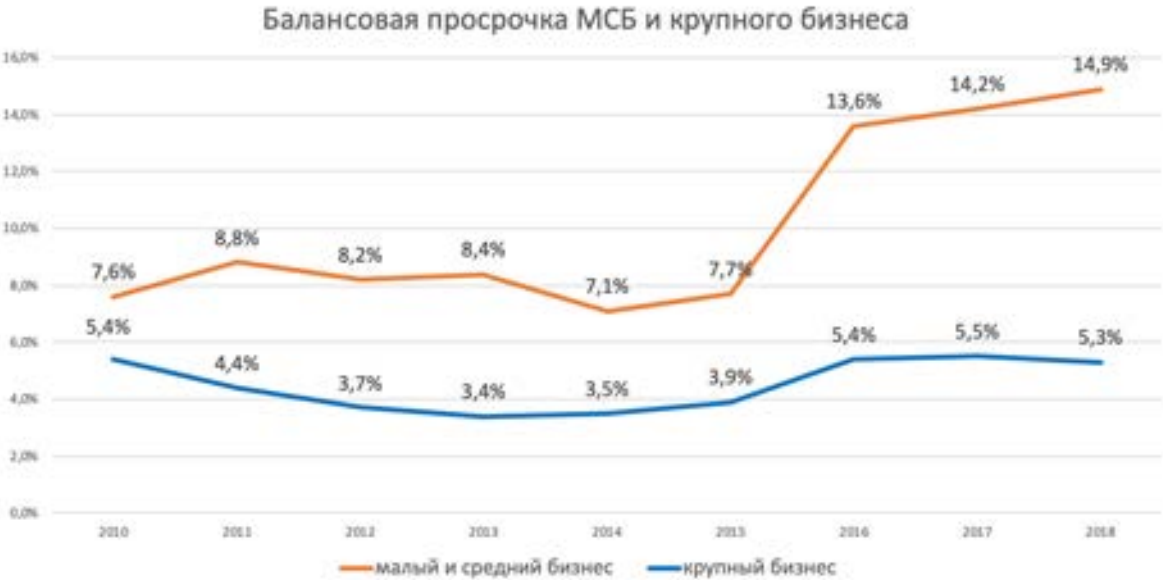
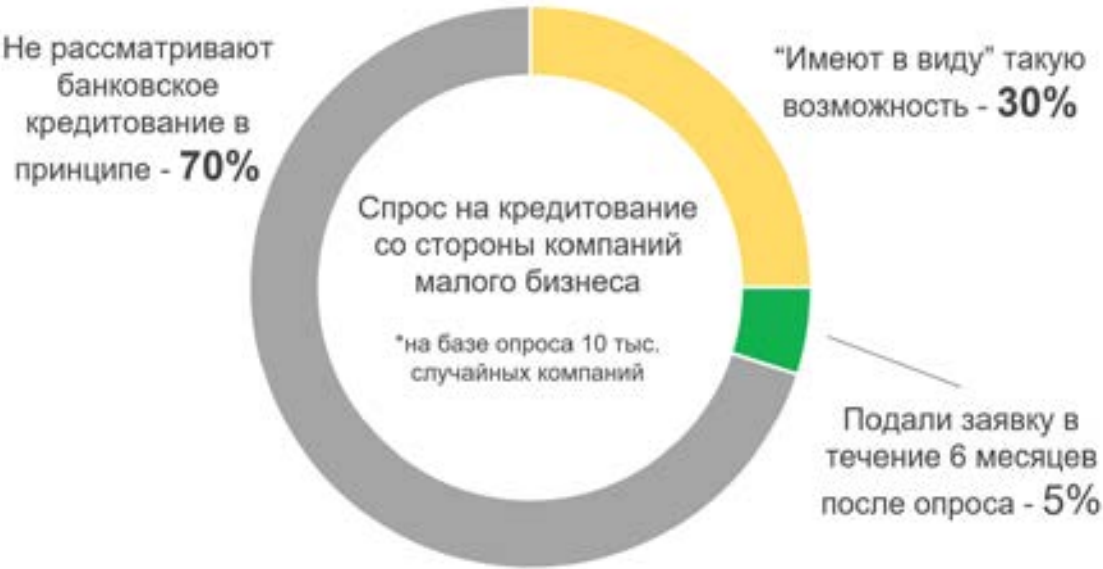
Хочу обратить внимание на вторую цифру – 70%. Две трети компаний малого бизнеса в России вообще не рассматривают банковское кредитование, даже в теории. То есть, оно находится вне поля их зрения в принципе.

Мы делали упор именно на банковское кредитование. Но компании называли в качестве источников кредитов также микрофинансовые организации, лизинг, факторинг, займ учредителей и, собственно, банковское кредитование. Оно было близко к МФО, они шли в смычке. И 70% сказали, что не рассматривают кредит.

Это происходит не просто так. Есть ряд проблем со стороны предложения. Я для себя выделяю 5 основных проблем, которые есть с предложением. Первое – это различные

	Ссуды МСБ, шт	Ссуды ФЛ, шт
Выдач в месяц, штук среднее за 2017 - 2018 годы	10 000	2 500 000
Кол-во активных МСБ компаний/экономически активных ФЛ	2 665 000	73 000 000
Доля компаний/ФЛ, кредитующихся в месяц	0,37%	3,4%

Потенциал роста кредитования МСБ - в 10 раз ↑



пробелы в продуктовой линейке. Кредитных карт практически нет. Банки, которые делают кредитные карты (то есть, продукты, очень похожие на кредитные карты) для малого бизнеса (например, «Модульбанк»), – это редкость.

Во-вторых, есть пробелы с точки зрения суммы лимита. Вы можете взять как компания, к примеру, 1 миллион в банке, МФО или еще где-нибудь; можете найти много банков, кто предлагает кредиты от 10 миллионов. Но в промежутке от 1 до 10 миллионов объективно мало предложений.

Есть целые секторы компаний, которые включены из банковского кредитования. Это все производства подакцизных товаров, ЧОП, лесозаготовка, лесопереработка, строители и так далее. Многие банки ставят их в стоп-лист.

Следующая проблема – это процесс получения кредита. Он очень длинный. Более того, на старте ни один банк не может сказать компании, сколько он займет времени, сколько потребует ресурсов. «Дайте такую бумажку, другую бумажку; пока вы искали вторую, у первой срок истек, принесите ее еще раз». Потом приезжает выездная проверка, собирает все документы, чтобы по методу ЕБРР собрать баланс ОПИУ. Все это продолжается очень долго, может занимать месяцы.

Проблема эта возникает в том числе из-за отсутствия единого подхода. На сегодня нет четкого понимания, какая компания является хорошей, какая является плохой. Критерии всех банков разные, между собой пересекаются не очень сильно.

Следующее – требования к залого. До сих пор еще многие банки просят у малого бизнеса недвижимость в залог, хотя у них нет недвижимости.

И последнее – высокие ставки в малом бизнесе. Эластичность спроса по ставке гораздо выше, чем в рознице, потому что предприниматели понимают свою маржинальность. Если маржинальность, условно, 12%, то ставка 16% означает, что никакого развития бизнеса за счет кредита быть не может.

Здесь, опять-таки, надо быть справедливым. Банки говорят, что так – неспроста, потому что очень высокие риски, они не могут сделать кредитную фабрику и простой процесс – потери огромные. Вот они и вынуждены требовать залог, и процесс длинный делать, и ставки держать на высоком уровне.

Давайте разбираться. Когда говорят про просрочку в сегменте МСБ – в корпоративном, в обычном, приводят следующие данные. График на слайде – это данные Центрального банка, я их взял не напрямую, а у НАФИ. Этот график видел много раз. Его показыва-

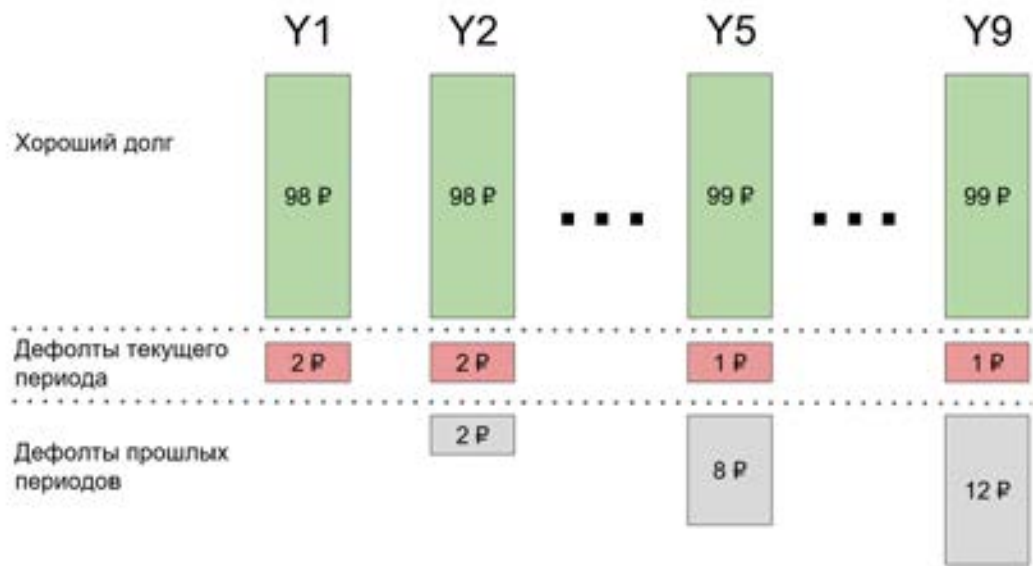
ют и эксперты, и рейтинговые агентства, и корпорация МСП, и даже ЦБ. Буквально на прошлой неделе была публикация на «Коммерсанте», где Ольга Полякова сказала, что просрочка малого бизнеса превысила 14%. Цифры чуть-чуть плавают от источника к источнику, чуть-чуть по-разному их интерпретируют, но динамика примерно такая, пугающая. Просрочка очень высокая, она растет, и у малого бизнеса она почти втрое больше, чем у крупных корпоративных клиентов.

Я хочу здесь сделать два акцента. Первое – портфель малого бизнеса стагнирует. И второе – на слайде представлена балансовая просрочка, то есть, это отношение просрочки на балансе банков относительно всего накопленного долга, что важно.

Давайте рассмотрим гипотетическую ситуацию. У нас с вами появился новый рынок кредитования, которого раньше не было. В первый год на этом рынке выдано 100 рублей, из них 98 рублей погашено, 2 рубля – дефолт. Это очень хорошие показатели. Допустим, средний срок кредитования – год (на рынке малого бизнеса почти две трети кредитов сроком до 12 месяцев). Второй год у нас то же самое: 100 рублей, 2 рубля ушли в дефолт, 2 рубля осталось на балансе с прошлых периодов. Рынок стагнирует, объем один и тот же из года в год. И к пятому году рынок научился оценивать риски лучше, в дефолт теперь уходит только 1 рубль, все очень здорово. Дойдем до девятого года, чтобы у нас был промежуток такой же, как на предыдущем графике (с 2010-го по 2018-й, 9 лет). Выглядит все очень здорово, рынок просто прекрасный, все зарабатывают, потери под контролем.

При этом, если смотреть график, то просрочка растет, она очень высокая, все выглядит очень плохо. Мы с вами видим только то, что под этими цифрами лежат очень хорошие выдачи, банки на этом заработали. Проблемы этого графика в том, что он включает потери прошлых лет и показывает результаты накопленным итогом. На стагнирующем портфеле балансовая просрочка падать не может, потому что знаменатель находится все время на одном уровне, любое добавление даже небольшой просрочки ведет к тому, что просрочка растет и это нормально.

Вернемся к реальному графику. Когда мы на него смотрим и задаем себе вопрос, что мы можем себе сказать о качестве портфеля. Ответ: мы не можем сказать ничего, потому что этот график к качеству портфеля отношения не имеет никакого. Достаточно показательно, что рост в 2015 году с 7,7% до 13,5% связан с тем, что в 2015 году банки практически остановили кредитование. Портфель сильно съёжился, а просрочка никуда не делась, доля ее выросла. То есть, новых просрочек не по-



- 1 Текущий уровень потерь кредитования МСБ - около 2%
- 2 Огромный потенциал роста
- 3 Необходима стандартизация и упрощение процессов (как в розничном кредитовании)
- 4 Необходимо расширять продуктовую линейку

явилось, в числителе ничего не поменялось, поменялось в знаменателе.

Осталось разобраться, почему у нас в малом бизнесе в 3 раза хуже, чем в крупном корпоративном. Казалось бы, те же самые принципы должны быть применимы и для него. Есть также несколько причин. Во-первых, крупный корпоративный портфель растет. Он рос последние 4 года. Не так, чтобы ошеломляющими темпами, но не стоял на месте, не падал. Во-вторых, в крупном портфеле плохие долги принято прятать – реструктуризация, рефинансирование. В малом бизнесе такого не происходит: дефолт – так дефолт. Так что все объясняется этими двумя причинами: в корпоративном бизнесе не вся просрочка видна на балансе – по крайней мере, не все дефолты.

И последнее – это то, что в малом бизнесе практически не списывают долги с баланса и не продают коллекторам, как в рознице. Если однажды у вас случился дефолт, он будет висеть на балансе почти вечно.

Если этот график не показательный, как же оценивать качество портфеля? Я работаю в Бюро, поэтому у меня есть доступ к более широкой статистике, чем та, которую банки отправляют в ЦБ.

На слайде пара графиков по итогу винтажного анализа, анализа выдач по поколениям. Под поколением имеется в виду каждый отдельный календарный месяц выдачи. Красный график – это просрочка 90+ через два года после выдачи. Это самое правильное определение дефолта в малом бизнесе. Желтый график – это то же самое, 90+ через год, чтобы динамика была видна ближе к нашему времени.

По этому графику мы видим, что, во-первых, уровень потерь очень низкий: начиная с 2016 года – между 2% и 3%. Во-вторых, по желтому графику видно, что тенденция идет к снижению просрочки. И, третье, с 2012 по 2015

годы у нас очень большой разрыв между желтым и красным графиками. Этот разрыв объясняется тем, что рынок отыграл макроэкономический форс-мажор 2014-2015 годов (санкции и падение курса рубля в 2 раза). Все дефолты случились тогда, когда этот форс-мажор случился. Это, в принципе, не характеристика рынка, просто так случилось. И это не значит, что малый бизнес плохой. Последний пик был в ноябре 2015 года – там было очень мало выдачи, это просто статистический выброс.

Выводы по итогу небольшой презентации. Первое – это то, что текущий уровень потерь кредитования МСБ – низкий, 2%. Это огромный потенциал роста, пока что абсолютно не реализованный. Далее, на этом рынке жизненно необходимы стандартизация и упрощение процессов, нужно перенимать опыт из розницы. И, последнее, необходимо расширять продуктовую линейку. Опять же, из опыта розницы: больше продуктов – больше возможностей для клиентов. И кто первый это сделает, соберет все сливки.

Джемал АГРБА (модератор): Интересно мнение по поводу озвученного не только банковского сообщества, но и государства. Начнем с ГБУ «Малый бизнес Москвы». Екатерина, что вы думаете по поводу того, как нам лучше развивать кредитование?

Из доклада Романа я понял, что, наверное, не государство виновато в этом, а больше банки, которые неправильно оценивают портфели, или просто не научились с ними работать.



Екатерина КОРОВАЙЧИКОВА: ГБУ «Малый бизнес Москвы» – та структура, куда предприниматели обращаются за консультацией, поддержкой, субсидиями.

Действительно, есть проблема, которую выявили коллеги, что процентные ставки высоки, и не все организации попадают по критериям. Очень много стартапов, которые обращаются к нам (большая часть наших заявителей – это стартапы), может быть, были бы и рады привлечению кредитных средств, но, к сожалению, банки на это не идут, потому что это высоко рискованный сегмент.

Дефицит финансов есть. Государство со своей стороны субсидии предусматривает, в том числе, и наш профильный департамент. Но у нас очень узкий сегмент – это в основном инновации и производство. К сожалению, основной сегмент остается недофинансированным. Единственное предложение для них – это привлечение финансовых инструментов банка или, например, поиск инвестора и возможность воспользоваться займами от Фонда содействия венчурным инвестициям.

Мы сотрудничаем, в том числе, с корпорацией МСП. Они со своей стороны предпринимает много усилий, чтобы процентные ставки были снижены. Мы знаем про программу «6,5». Но, к сожалению, так получилось, что не все банки оперативно сумели отработать информацию, как говорили выше, слишком долгий был процесс. Пока этот процесс шел, средства, которые Министерство экономического развития выделило, к сожалению, уже

закончились.

Была на одном мероприятии, где присутствовал представитель крупной клиники, которая попала в такую ситуацию. Не удалось привлечь для них льготный кредит по программе по ставке 6,5%.

Где-то год назад мы общались с представителями, кажется, ВТБ. У них планировался проект кредитования стартапов, которые действуют по франшизе. Мы знаем, что франшиза – это уже 70% успеха, потому что уже есть готовая бизнес модель. Но, к сожалению, пока об этом проекте ничего неизвестно. И там, хоть и процентная ставка была достаточно комфортной, но под залог шло имущество. Это то, о чем коллеги говорили, – что банки требуют в залог имущество, чтобы покрыть свои риски.

Виктор ЖИДКОВ: Мне кажется, что в презентации было смешано несколько тем. Малый и средний бизнес – это может быть выручка и один миллион, и один миллиард в год. Это совсем разные бизнесы.

Начну с того, что малый и средний бизнес – это, прежде всего, функция экономики. Когда экономика растет, нужно кредитовать все, что способно что-то создавать; если экономика не растет, то малый бизнес становится большой проблемой. Готовы ли банки принимать на себя все риски? Я думаю, что сегодня – нет. Потому что сегодня нужно хотя бы с изменением ситуации в экономике справиться, с большими проблемами.

Во-вторых, мы понимаем, что малый и средний бизнес долго жил в очень серьезном налоговом арбитраже, когда конкурентные возможности формировались за счет, скажем так, игнорирования части налоговой нагрузки. Сейчас государство стало фискальную политику увеличивать.

Недавно, кто-то из чиновников сказал, что рост налоговых сборов превысил 37% в относительном выражении. У нас экономика стоит, а налоговые сборы растут до 37%. Это означает, что ликвидируется существовавший ранее гэл. Это означает, что любое предприятие, которое раньше занималось малым и средним бизнесом, становится на грань выживания, потому что раньше конкурентным преимуществом были неуплата в фонд оплаты труда, пошлин на ввоз продукции и так далее. Готовы банки принимать такие риски? Не готовы.

Следующий момент. Когда мы говорим о малом и среднем бизнесе, мы понимаем, что очень многие бизнесмены экономят практически на всем. Офис не там, где есть регистрация, а там, где дешевле аренда. Перерегистрация юридического лица с одного места на другое – это практически сразу же камеральная налоговая проверка. Поэтому, когда ко мне в банк приходит такой предприниматель, я понимаю, что завтра ко мне придет Банк России и скажет: «У предприятия нет реальной деятельности, потому что то, что предприниматель банку показывает, скорее всего, не существует, и, скорее всего, банк профинансировал компанию, которая выводит деньги».

Объективно этот сегмент рынка по статусу, как пасынок. Мы строим цивилизованную систему финансирования бизнеса, а про этот бизнес забыли, что он не может так существовать. Например, рестораторы, когда платят все налоги, они уходят практически в минус. Но сейчас ситуация изменилась, и я верю, что все это придет в какое-то нормальное состояние. Недавно люди, которые занимаются ресторанным бизнесом, сказали, что перед Чемпионатом мира в Москве решили открывать ресторанные веранды и это упростило настолько, что получить лицензию или какую-то разрешительную документацию теперь, как выпить чашку кофе. Выручка выросла в разы, потому что приехали туристы, и они готовы заплатить налоги, потому что теперь они в прибыли.

В данном случае нельзя говорить, что есть какие-то злые банки, которые не замечают этот бизнес. Если будет прибыль, туда сразу же пойдут все банки, построят конвейеры, отладят процессы. Вопрос в том, что сейчас там нет экономики.

Микрофинансовые организации пошли в финансирование бизнеса, но кому нужен кредит под 40%? Человек берет кредит, потому что понимает, что сорвет поставки и так далее, но потом он его не гасит.

Поэтому, коллеги, я предлагаю фокусироваться не на том, что сегодня банки чего-то не могут, неправильно считают, и кто-то снимет сливки. Никаких сливок там, к сожалению, нет.

Надо разбираться в целом с проблемой: научиться выгодно заниматься бизнесом, притом выгодно заниматься бизнесом, платя все налоги, и только потом банки подставят финансовое плечо. Поверьте, сейчас кредитовать некого. Когда будет кого, банки встанут в очередь и сделают процессы, сделают удобно, с минимальными издержками. Но сейчас, к сожалению, мы находимся в ножницах, когда и налоги, и экономика падает, и модели бизнеса, когда привозят импортные товары за счет девальвации. Может быть, только какой-то сервис где-то работает. Так что не банки не видят своих возможностей – возможностей просто нет.

Роман БОЖЬЕВ: Я, наверное, соглашусь с такой позицией. Вероятно, я односторонне показал низкий спрос – со стороны предложения банков, но это единственное.

Я с Виктором совершенно согласен. Действительно, бизнесом заниматься очень сложно, и предприниматели не думают о развитии, им не до того – им бы выжить. И для банков это очень сложный сегмент, где от любого дуновения ветерка на макроэкономическом поле все меняется.

Джемал АГРБА (модератор): Получается замкнутый круг.

Комментарий из зала: Есть выход из этого круга.

Виктор Жидков говорит про коммерческие банки, которые поставлены в жесткие условия в части кредитования малого бизнеса и всего, что касается инноваций. А теперь посмотрим, как государство кредитует и финансирует инновационный бизнес. За 5 лет истрачено около триллиона рублей на финансирование Сколково, по линии РВК и всех остальных.



Есть ли хоть какая-то отдача от этого? Никакой отдачи нет! Кто это делал? Многочисленные наблюдательные советы, которые оценивают, прибыльный бизнес/не прибыльный. Там сидят профессора. Они уважаемые люди, умные, кандидаты наук. Я тоже кандидат наук, но я не бизнесмен. Они не берут на себя риски. Так и выходит – триллион рублей впустую.

Есть вторая реальность, которая существует параллельно с жесткой реальностью, в которой работают коммерческие банки.

Джемал АГРБА (модератор): Давайте зададим вопрос коммерческому банку, который идет в кредитование с удовольствием.

Представитель коммерческого банка: Я бы согласился с Виктором. Потому что малому/среднему бизнесу действительно живется тяжело. Мы постоянно общаемся с клиентами, мы это слышим и видим. Но если у крупных классических банков есть выбор, у нас выбора нет. Мы работаем с малым/средним бизнесом, поэтому мы учимся, кредитруем, выстраиваем для них воронки, процессы и так далее. Да, это сложно, но это наш путь.

Мы заинтересованы в том, чтобы происходили законодательные изменения, чтобы жизнь малого и среднего бизнеса становилась легче, проще, чтобы они думали не о выживании, а о развитии. Это всем принесет пользу. И тогда, конечно же, не только мы с нашими небольшими объемами будем кре-

дитовать эти предприятия, а пойдут классические банки, это будет всем интересно, и все на этом заработают.

Джемал АГРБА (модератор): Долгое время в сегменте МСБ ничего, кроме, возможно, усилий научного сообщества и государства, не происходило. Но в последние два-три года мы видим, как ради сегмента малого бизнеса создаются банки, как банки поворачиваются к этому сегменту, формируют сервисы, которые помогают этому сегменту спокойно себя чувствовать. Теперь можно прийти в банк, открыть счет, зарегистрировать бизнес, получить бухгалтерию, кассу, ОФД и т.п.

Сегодня на сессии присутствуют представители двух сервисов онлайн-бухгалтерии – Модуль.Бухгалтерия и Мое дело – Интернет-бухгалтерия. Вы как-то можете помочь в кредитовании малого бизнеса с точки зрения обогащения данных?

Дмитрий ГУДОВИЧ: Я представляю Модуль.Бухгалтерию, «дочку» Модульбанка, которая занимается аутсорсингом бухгалтерских услуг.

Если рассматривать проблему с точки зрения кредитования малого/среднего бизнеса, то я уверен, что можно выстроить (и мы выстраиваем) автоматические алгоритмы таким образом, чтобы предпринимателю, которого мы кредитруем, мы могли предоставить кредитные средства без каких-либо мучений,

для него в том числе.

Если мы опускаемся в сторону бухгалтерии, то всем известно, что предприятия малого/микробизнеса могут вести упрощенный бухгалтерский учет. Это разрешает законодательство, есть законодательные основы. Там де-факто все сводится к оценке прихода и расхода денежных средств и анализу этого расхода и прихода по расчетному счету в банке. Поэтому, возникает вопрос: может, бухгалтерский баланс не нужен? И я верю в то, что он действительно не нужен.

Сегодня Светлана Снопкова натолкнула на одну мысль, которая «сидит» у нас в бухгалтерском сервисе, и очень здорово, что в этом поле ведется законодательная работа. Еще несколько лет назад (может быть, лет 5-6 назад) многие налоговые службы при различных проверках просили платежное поручение, заверенное банком. Все организации ходили в банки, получали выписки с кучей платежей, где были печати, подписи и так далее. На текущий момент налоговая служба отказалась от этого, потому что они видят все движения средств по расчетным счетам юридических лиц.

Далее, если мы идем в сторону операций по пластиковым карточкам, то по сути своей это та же банковская выписка. Один из пунктов в презентации Светланы Снопковой был «Возможность подтверждения расходов путем банковской выписки» (определенного типа расходов, которые несет предприниматель).

Не так давно появился 54-й ФЗ об онлайн-кассах, который говорит, что любая операция по расчетам пластиковой картой должна сопровождаться электронным кассовым чеком, который в себе содержит, в том числе, перечень того, что кто-то купил, отдельной строкой НДС и систему налогообложения, которую применяет продавец.

Если мы сейчас смотрим, как организации оформляют операции с банковскими картами, то это действительно похоже на авансовый отчет, как раньше выдавали деньги под отчет и человек собирал чеки, чтобы отчитаться. Налоговые органы, к сожалению, все еще требуют – даже несмотря на то, что онлайн получают все данные, – распечатывать кассовый чек при проверках.

Я веду к тому, что нужно посмотреть в плане законодательной инициативы немного дальше. Кассовый чек, в принципе, очень сильно похож и имеет большинство реквизитов (коллеги меня поймут) из 402-го федерального закона о бухучете «Требования к первичной учетной документации». Там есть семь реквизитов, которые обязательно должны быть на первичном учетном документе. И, кажется, у кассового чека они есть. Чек составляется и передается в электронном виде.

Мы все смотрим в сторону цифрового правительства, услуг и сервисов в режиме онлайн. Может быть, нам стоит подумать о том, чтобы при операциях по пластиковым картам превратить кассовый чек в аналог западного инвойса, который является одновременно счетом на оплату, счетом-фактурой для НДС и актом выполненных работ либо товарной накладной в наших реалиях. То есть, предложение – слегка усовершенствовать помимо того, что вы предлагаете, еще 402-й ФЗ и 54-й ФЗ, чтобы онлайн чек, который получает наше государство в режиме реального времени прямо здесь и прямо сейчас по каждой операции с картой, был аналогом инвойса.

Антон МЕЗЕНКОВ («Мое дело»): Полностью поддерживаю слова Дмитрия.

По сути, бухгалтерия, тем более такая, как наша, которая имеет возможность формировать те же самые выписки из большого количества разных расчетных счетов, может давать банку для кредитов всю необходимую информацию. Вопрос в том, что банки ее не примут.

Неделю или две назад ФНС анонсировала, что они дают API, чтобы можно было напрямую из ФНС брать данные с онлайн-касс по онлайн-чекам и так далее. И у нас сотрудники сейчас ее прорабатывают, просматривают. Мы готовы брать все это, мы готовы все это формировать в неотредактируемых форматах и так далее, и отдавать в банки, чтобы банки давали кредиты.

Но, вопрос первый, будут ли банки эту информацию принимать? И вопрос второй: все это «работает» только на том бизнесе, который уже 10 лет ведет и активно показывает какую-то деятельность, у которого есть обороты и так далее? Если, как говорила Екатерина Коровайчикова, приходят стартапы, либо компании, которые отработали полгода, год, которые, возможно, завершили первые/вторые раунды, которые закончили с разработкой продукта и так далее, то какие мы данные по ним дадим? Этих данных нет.

Возможно, как говорил Роман, появились бы

кредиты от одного до трех миллионов или от трех до семи миллионов. Но для того, чтобы мы могли полностью весь малый, средний, микробизнес покрыть, инструментов, на мой взгляд, - огромное количество, а вот желание регуляторов и банков недостаточное.

Джемал АГРБА (модератор): Резюмируя этот момент, получается, что малый и микробизнес делится на два сегмента. Есть стартапы, которые еще не имеют за собой обороты, и там нужны риски брать. Тут государство должно помогать, наверное. Но их нужно отделить от того бизнеса, который уже работает и где можно посчитать, что он делает (с помощью онлайн-касс, бухгалтерии, налоговой). Надо только сделать скоринговые модели, которые немного отличаются от крупного бизнеса. Это то, о чем говорил Роман Божьев.

И тут я соглашусь, что можно по-другому смотреть на бизнес. Тот же Сбербанк смотрит туда. Мы с ними очень плотно общаемся, они начали работать над этим вопросом, и работа уже видна.

Антон КУПРИНОВ: Давайте не будем испытывать особых иллюзий: не будут банки практически никогда кредитовать стартапы. Это не их задача, какую господдержку ни предложит. Потому что господдержка все 100% не закроет, 30-50% придется закрывать банкам и это не из чего будет закрыть. А господдержка в лице фонда, как наш, помогает решить проблему с обеспечением.

У Романа Божьева был график, где были компании, которые даже не задумываются о кредитовании, потому что им нечего показать банкам. Это либо микробизнес, либо малый бизнес. У них не то, что залога нет, у них и отчетности нормальной нет. Тема нашего сегодняшнего дня – это как можно им помочь показывать больше.

К нам приходят очень интересные компании, они ведут бизнес, но они его подтвердить ничем не могут. И сколько бы наши крупные банкиры, руководители крупных банков (и частных, и государственных) ни призывали их отказаться от «тетрадки», пока это не получается. А жалко, потому что мы, например, смотрим по официальной отчетности клиента. Если есть и неофициальная, серая часть, мы ее не проверяем, хотя она могла бы закрывать проблему. Переход от управленческой отчетности к официальной, конечно, крайне желателен, потому что это то, что сейчас сильно ограничивает возможности предприятия в кредитовании.

К сожалению, должен отметить не очень приятную вещь. За последние полгода-год увеличилась тенденция ухода в конверты, в серую, обналачивание. Поменялись формы, но в значительной степени явление возвращается. И это крайне печально, тем более

сейчас, когда есть технологические решения, как показывать отчетность, и когда у нас вроде не самые большие налоги.

Пока не будет, с одной стороны, технологических решений и, с другой, определенной смены ментальности, роста кредитования не будет.

Екатерина АГЕЕВА (Промсвязьбанк): Я хотела поделиться опытом своих коллег из кредитного подразделения, которые буквально полгода назад запустили новый продукт – онлайн-кредит для клиентов, с которыми банк уже работает. Это простое получение кредита в интернет-банке без документов за одну секунду до 5 миллионов рублей для малого и среднего бизнеса. И вторая вещь – это интеграция с Эвотором при работе с внешними клиентами. Мы получаем данные от Эвотора и не просим клиентов нести кипу документов.

Все возможно, опыт есть.

Джемал АГРБА (модератор): Наконец-то оптимизм в сфере кредитования.

У нашей компании тоже есть взгляд на то, как надо развивать этот рынок. Как развивается наш бизнес за рубежом, какие инструменты могут быть сейчас очень сильно востребованы, я попрошу рассказать моего коллегу.

Александр ПОКЛАД: Я в Mastercard отвечаю за продуктовую разработку платежных инструментов для юридических лиц. Мы много изучаем рынки, где представлены продукты Mastercard и где для юридических лиц этот сегмент сильно развит, смотрим, какие продукты там представлены.

К примеру, если взять Турцию, там очень развит малый бизнес и большая часть кредитования сфокусирована в сегменте кредитных бизнес-карт. Это новая вещь для российского рынка, только Сбербанк начал запускать такой продукт и еще несколько банков, которые только планируют эти продукты выпускать на рынок.

Наше видение заключается в том, что, может быть, с точки зрения Центрального Банка стоит такие инструменты выделять в отдельные нормы по регулированию и требованиям к банкам в части скоринговой модели. Здесь речь не идет о кредитах в миллионы, предназначенных для расширения и развития бизнеса. Кредитные бизнес-карты – это, к примеру, закрытие кассовых разрывов, то есть, поддержание операционной деятельности компании.

В той же самой Турции есть примеры, когда такие карты выдаются, например, фермерам. Фермеры могут закупить по карте удобрения для своей деятельности в начале сезона, весной, а вернуть эти средства в конце сезона, осенью, когда они продали урожай. Им не нужно инвестировать свои деньги и банк им таким образом помогает.

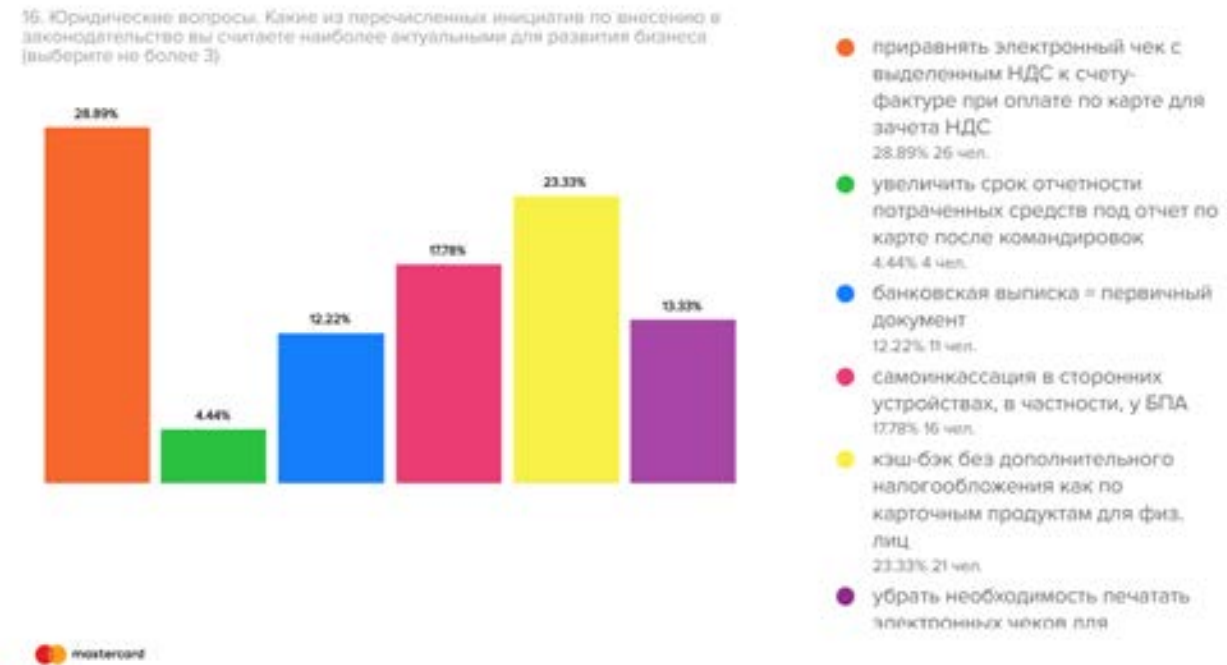
Если говорить о России, то это будут суммы до 1 миллиона.

И для банка есть возможность проконтролировать целевое использование средств, так как это карточный инструмент, то есть, им можно управлять, а не просто дать деньги, чтобы держатель карты их получил на расчетный счет и куда-то дальше по своему усмотрению потратил. Могут быть разные варианты, как это можно в дальнейшем развивать и облегчить такие инструменты.

Джемал АГРБА (модератор): К сожалению, сегодня здесь не смог присутствовать представитель Сбербанка. Они запустили с нами кредитную карту с льготным периодом – новый инструмент для российского рынка для малого, среднего и микробизнеса. Такая же кредитная карта, как мы привыкли для «физиков», с льготным периодом минимум 50 дней, максимум – довольно много, в зависимости от партнера, с которыми они работают. Продукт интересный, он развивается.



Мы провели опрос с коллегами, со Светланой Снопковой, какие банки также планируют такого рода продукты выпускать, и увидели, что как минимум 50% из присутствующих банков собираются это делать.



Резюмируя этот вопрос - нужен комплексный подход. Нужно, чтобы банки поворачивались лицом к клиенту, изменяли скоринговые модели. Нужно, чтобы ЦБ по возможности пересмотрел или дополнил свои нормативы для кредитования этого сегмента рынка, возможно, разделил на подвиды. Нужно, чтобы развивались и продолжали развиваться онлайн-сервисы, онлайн-кассы, бухгалтерия, реклама, таргетинг и т.п. Все, что может дать возможность как можно быстрее предпринимателю начать и развивать свой бизнес.

Еще один важный аспект – это финансовая грамотность. Столкнувшись с развитием данного сегмента, мы поняли, что один из самых серьезных факторов медленного развития этого сегмента рынка – это низкая финансовая грамотность с точки зрения понимания наших банковских, транзакционных инструментов и законодательных основ.

К слову, я очень рад, что банки начали разворачиваться лицом к клиенту и начали предлагать упрощенные пакеты – минимальное, что нужно предпринимателю для начала бизнеса. Например, стартапом можно назвать что-то технологическое, когда я разрабатываю мобильное приложение на базе машинного обучения с искусственным интеллектом, и все это на блокчейне. А можно просто кофейню открыть – это тоже стартап, но гарантированно будет какой-то результат в ближайшее время – по крайней мере, оборот пойдет.

Плюс есть, как я считаю, интересный инструмент – навигатор МСБ, где можно посмотреть, где лучше открывать бизнес. Надеюсь, он будет развиваться, но он уже помогает это делать.

Я бы хотел еще немного вашего времени потратить на то, чтобы немного раскрыть те моменты, которые мы выявили с точки зрения того, что мешает развиваться, и что мы вместе можем сделать.

Дмитрий Гудович уже начал обсуждать тему оформления счетов-фактур при оплате бизнес-картой, когда чек формируется с указанием НДС. Есть все реквизиты, почему бы не задуматься над этим вопросом? Мы понимаем, что процесс перепроверки, сверки – это не такой простой процесс, но то, что его надо упрощать, для того чтобы двигать инновационные платежные инструменты, которые в итоге увеличивают долю безналичного оборота, это точно.

Я не буду говорить абсолютных цифр, но POS-оборот по бизнес-картам Mastercard вырос за те два года, как мы начали заниматься этим сегментом, в 5 раз.

Это очень много. Вырос – потому, что банки начали уделять внимание этому сегменту. Конечно, имеет место и комплаенс со стороны ЦБ, когда закручиваются гайки с точки зрения наличных, но эти карты существуют не как инструмент для того, чтобы обналичивать, как многие думают. Это универсальный платежный инструмент, и порой люди просто не могут расплатиться бизнес-картой, поэтому снимают наличные. Это уже другая проблема, ее нужно с другой стороны решать.

Программы лояльности. Мы столкнулись с тем, что один из еще одних факторов, который и не сдерживает, но и не отпускает рынок развиваться, – отсутствие лояльности в бизнес-инструментах. Некоторые банки уже начали путь в эту сторону, в том числе, я сегодня прочитал, что программу лояльности развивает для своих клиентов «Альфа-Банк». Другие банки это тоже делают.

Вопрос в том, что сейчас мы ограничены законодательством, то есть, там нельзя сделать так много, как для физических лиц, где можно от банка начислять кешбэк, устраивать различные акции. Все это упирается либо в дополнительный налог, либо вообще в отсутствие возможности сделать акцию, потому что это может быть классифицировано как коммерческий подкуп компании. Это тоже стоит пересмотреть, потому что нам нужно стимулировать и развивать безналичный оборот.

Если предприниматель понимает, что у него есть инструмент для физического лица, а там есть хороший бонус, и инструмент для юридического лица, где ничего нет, то он будет все деньги переводить на карту физического лица. А мы же хотим, чтобы как можно больше было оборота, как входящего, так и исходящего. Для этого нужно работать с этим сегментом. Я не буду сейчас перечислять различные наши инструменты, но мы, в том числе, тоже даем рынку возможность этим пользоваться, потому что мы понимаем, что это нужно. Но этого не хватает, нужно законодательное движение в эту сторону. Пускай не в целом для всего бизнеса, но для ИП для начала, или для упрощенной системы налогообложения – сделать возможным включение программ лояльности. Несмотря на это мы все равно запустили свою программу лояльности для бизнеса «Бизнес-бонус», но мы понимаем, что действуем в рамках определенных ограничений.

Самоинкассацию мы сегодня уже обсудили, и я думаю, что все поняли важность этого мо-

мента. Это касается каждого бизнеса. Надо включать их в рабочие группы в обсуждения законодательства. Надеюсь, коллеги из государственных компаний могут помочь нам с этим, чтобы поднять на какой-то уровень эти вопросы.

У нас сегодня присутствует представитель «Опоры России», Олеся Сапа. Скажите, вы нам сможете помочь, чтобы такие законодательные инициативы донести до наших законодателей?

Олеся САПА: Я записала себе каждую из ваших инициатив.

Уменьшение бумажного оборота и необходимости, чтобы предприниматель бегал между банком, ФНС и другими госорганами, очень важно. Сейчас вся информация есть в личном кабинете налогоплательщика, в банках, но предприниматель все равно идет ногами из одного места в другое, что не очень правильно.

Мы на эту тему очень плотно работаем с Промсвязьбанком, эту тему мы обсуждали и в Центральном Банке на рабочей группе по кредитованию малого и среднего бизнеса, и обсуждали с ФНС.

Но здесь возникает странная вещь: ФНС говорит, что сделать это – приоритет Банка России, а Банк России говорит, что это приоритет ФНС. Вопрос в том, что необходимо отказаться именно от того, что предприниматель должен предоставить бумажные документы. Мы опять уткнемся в вопросе со счетами-фактурами и онлайн-кассой.

Нужно в этом вопросе идти всем вместе, со всех сторон: со стороны Mastercard, со стороны банков, общественных организаций. Мы эту тему пытаемся прорабатывать уже на протяжении двух лет. Причем у нас в союзниках и Сбербанк, который тоже пытается это сделать. В правительстве даже был законопроект на эту тему, но он так и не сдвинулся с мертвой точки.

Что касается онлайн чеков, это на самом деле один из способов уменьшения отчетности в мире. Это действительно фантастический ресурс, который позволяет малому бизнесу, с учетом того, что практически всех обязали установить онлайн-кассы, хотя бы получить какие-то бонусы от того, что эта касса стоит.



Еще я отметила у коллег из банков, что все банки хотят получить хорошего клиента. Это объяснимая вещь, но малый бизнес – это не всегда хороший клиент. Правильную вещь сказали, что нужно разделять микро, малый и средний бизнес. Потому что средний и малый бизнес – достаточно окрепший. Особенно средний бизнес – у него и хорошие основные средства, и хорошая история. Это то, что позволяет кредитовать и поддерживать такой бизнес.

Но у нас есть микробизнес. Микробизнес, который, как было показано, в 76% случаев не рассчитывает на кредиты. Здесь присутствует недоинформированность. То есть, предприниматели не знают обо всех возможностях, которые они могут получить в различных банках, и идут по накатанной. Есть недоинформированность о мерах поддержки. Есть не только московские, но и федеральные программы, по нашим вопросам мы также себе это отмечаем. Также это в какой-то мере недоверие. У сегмента микробизнеса очень большое недоверие как к банкам, так и к государству. И они считают, что они делают бизнес, и лучше их не трогать. Самая главная их просьба всегда: «Не мешайте. Условия стабильные, не трогайте нас, не меняйте налогообложение, не вводите дополнительную отчетность. Просто не трогайте».



Когда проводим опросы, есть еще один вариант ответа, который я не увидела этого на представленных слайдах, к сожалению. Предприниматели занимают деньги у родственников. Они не идут в финансовые организации, они им не доверяют, а доверяют своим родственникам.

Это сегмент микробизнеса, это иногда и стартапы. Я говорю не про технологические стартапы, для которых создано очень много. Я говорю про стартапы которые мы видим вокруг нас. Это тот бизнес, про который сказали, что таких предприятий три миллиона. МСП суммарно – шесть с лишним миллионов, включая индивидуальных предпринимателей. И бизнес весь разный. Невозможно создать продукт под каждый, это понятно.

Но, на мой взгляд, то, что всем нам надо делать, – это действительно упрощать возможность предпринимателям вести бизнес, начинать бизнес, и до них это доносить различным образом. Потому что мы пытаемся им объяснять, рассказывать. Но пока не будет доверия и шагов со всех сторон, ничего не выйдет. Потому что понятно, что банки – это тоже бизнес. И маленькие, и коммерческие банки – это тоже бизнес.

Призываю коллег всех вместе заниматься

тем, что развивать доверие и информированность.

Джемал АГРБА (модератор): Я надеюсь, что мы сможем изменить озвученные вещи, потому что мы их определили. Предложено мер больше, но мы постарались основные определить после нашего заседания с банками.

Два слова еще скажу про банковскую выписку и отчетность. Мы пользуемся корпоративными картами сами, и у нас есть возможность отчитываться достаточно просто. Мы фотографируем чеки, загружаем в определенную систему, автоматически формируются отчеты, и потом это идет в бухгалтерию.

Все это можно сделать в России. Но сколько мы ни разговаривали с компаниями, практически все пользуются или наличными или переводят на свою карту, потом бумаги, отчеты, авансовые отчеты и т.п. Это столько времени занимает, которое можно потратить на развитие бизнеса. Если посчитать, что есть десять менеджеров, летающих в командировки, встречающихся и развивающих бизнес, то одного можно было бы убрать, настолько большое количество времени тратят, чтобы проводить эту, так сказать, работу с чеками. Можно было бы, если мы с вами дадим возможность (я имею в виду государство) по тем инструментам, которые прозрачны (те же бизнес карты), по безналичным платежам более легко все учитывать, более легко вести бизнес, чем по наличным. Сейчас различия нет. Что ты картой пользуешься, что кэшем.

Примерно все одно и то же. Тогда мы будем стимулировать безналичный оборот. А это, мне кажется, важно, когда ты понимаешь, кто где расплатился и за что. И контроль, и увеличение понимания, и уменьшение серой зоны и т.п.

Таким образом, на основании проведенного обсуждения мы сформируем план совместных действий, нацеленный на снятие тех барьеров, которые мешают развитию финансирования МСБ и в следующем году постараемся продвинуться в его реализации.



Алия
ЮСУПОВА

Валерия
ЮРТАЕВА

Арий БОЖОР

Роман
ПРОХОРОВ

Андрей
ЛИСИЦЫН

Сергей
ЗОЛОТУХИН

ПОТРЕБИТЕЛЬ И ЕГО ПРАВА НА ПЛАТЁЖНОМ РЫНКЕ

Модераторы:

Роман ПРОХОРОВ
АФИ

Приглашены к участию:

Юрий БОЖОР
Банк России

Павел КРЫЛОВ
Group-IB

Ольга КРАЕВА
Банк России

Андрей ЛИСИЦЫН
НП «НПС»

Елена МАРТЫНОВА
инклюзивный проект Everland

Илья СУЛОЕВ
Банк «Открытие»

Валерия ЮРТАЕВА
Академия доступной среды

Алия ЮСУПОВА
Центр цифровой экономики и
финансовых инноваций
МГИМО МИД РФ

Роман ПРОХОРОВ (модератор): Тема нашей сессии связана с тем, как бизнес относится к потребителю и как потребитель в ответ на это отношение относится к бизнесу, как в итоге бизнес получает прибыль, потому что задачей любого бизнеса является прибыль. Но это не значит, что получение прибыли должно происходить через нарушение его прав. Потому что в итоге это вернется отношением потребителя к компании, и краткосрочный успех сменится долгосрочными проблемами.

Тема нашего круглого стола – потребитель и его права на платежном рынке. На слайде я попробовал изобразить тезис, о котором все время говорю: финансовые услуги – это, прежде всего, доверие. Это базис, на котором все строится и без которого оказание любых финансовых услуг невозможно.

На чем строится доверие потребителей? Я выделил три вещи, которые мы обсудим в рамках нашего сегодняшнего круглого стола: безопасность потребителей, доступность услуг и надлежащая защита прав потребителей.

Буквально два слова о том, что сегодня происходит с несанкционированными операциями. Мы взяли информацию из обзора

переводов денежных средств за 2017 год, который готовит ФинЦЕРТ Банка России. Это информация размещена на сайте Банка России и показывает динамику несанкционированных операций с использованием платежных карт.

Можно увидеть, что, несмотря на некоторые волны в динамике, существует тренд на снижение доли несанкционированных операций, в особенности, если их относить к общему объему операций с платежными картами. На следующем графике ярко виден соответствующий тренд, которому способствуют две вещи: первое – увеличение общего объема операций, и второе – это те усилия, которые предпринимаются и со стороны регулятора, и со стороны участников рынка в отношении несанкционированных операций. Они дают определенный результат, и это позволяет поддерживать уровень несанкционированных операций на значениях в разы более низких, чем, например, в Европе и США.

Если говорить о том, какие каналы наиболее подвержены воздействию мошенников, то статистика подтверждает достаточно очевидное предположение, что это так называемые операции «card not present», осуществляемые через Интернет и устройства мобильной связи (верхняя кривая на графике). Банкоматы, терминалы и организации торговли и услуг демонстрируют очевидный тренд снижения (нижние кривые).

Но, что интересно с точки зрения ситуации с защитой потребителей, это то, что показывает статистика обращения в правоохранительные органы. Из нее мы видим, что сведениями о том, обращались ли клиенты в правоохранительные органы, кредитные организации обладают только в 4% случаев. В остальных случаях, то ли клиенты об этом не сообщают, то ли кредитным организациям это не очень интересно, но в итоге, по 96% случаев такой информации нет вообще. А подтвержденная информация о том, что сведения доводились до правоохранителей – это всего 1%.

Соответственно, на базе этой картинки мы понимаем, что наши претензии и претензии клиентов к правоохранителям о том, что они не борются с несанкционированными операциями, в значительной степени могут быть возвращены в адрес тех же самых клиентов. Потому что, если клиент не подает соответствующее заявление, и никто его к этому не стимулирует, то и мошенники остаются, к сожалению, безнаказанными.



То, о чем я рассказал, явилось одной из предпосылок к проведению исследования, которое по нашему заказу исследование проводила компания НАФИ. Исследовали мы эффективность реализации принципа нулевой ответственности российскими кредитными организациями. Целью была оценка эффективности реализации принципа нулевой ответственности и выявление лучших практик.

Исследование проводилось по модели «тайных покупателей» через звонок в колл-центр банка с легендой о том, что звонящий хотел бы стать клиентом кредитной организации, но у его знакомых были проблемы с другими кредитными организациями при возмещении денежных средств по несанкционированным операциям. Соответственно он задает вопрос о том, каким образом эти проблемы будут решаться в рамках данной кредитной организации. Мы проводили исследование на базе 30 кредитных организаций, которые обслуживают физических лиц, 20 федеральных и 10 региональных, верхнюю часть рейтинга оценки качества обслуживания с портала banki.ru.

В результате мы получили вывод, что банки в значительном числе случаев перекладыва-

Динамика несанкционированных операций

Количество и объем несанкционированных операций с использованием платежных карт



* По данным «Обзора несанкционированных переводов денежных средств за 2017 год» ФИНЦРТ Банка России

Доля в общем объеме операций

Доля несанкционированных операций с использованием платежных карт в разрезе их объема



* По данным «Обзора несанкционированных переводов денежных средств за 2017 год» ФИНЦРТ Банка России

Динамика по условиям проведения

Динамика несанкционированных операций с использованием платежных карт в разрезе условий их проведения



* По данным «Обзора несанкционированных переводов денежных средств за 2017 год» ФИНЦРТ Банка России

По обращениям в правоохранительные органы

Распределение по обращениям в правоохранительные органы (несанкционированные операции с использованием платежных карт) (%)



- Сведения о направлении информации в правоохранительные органы отсутствуют
- Информация направлена в правоохранительные органы
- Сведения не направлялись в правоохранительные органы

* По данным «Обзора несанкционированных переводов денежных средств за 2017 год» ФИНЦРТ Банка России

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ



ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Оценить эффективность реализации принципа «нулевой ответственности» (механизм урегулирования последствий несанкционированных операций с денежными средствами) федеральными и региональными российскими банками;
- Выявить лучшие практики реализации принципа «нулевой ответственности» российскими банками.



ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Изучить, сценарии коммуникации сотрудников сай-центров федеральных и региональных банков с потенциальными клиентами по вопросу взаимодействия с кредитной организацией в случае неправомерных операций с банковским счетом;
- Оценить уровень готовности сай-центров федеральных и региональных банков для консультации клиентов по проблеме неправомерных операций с банковским счетом;
- Оценить наличие различий в уровне компетентности между сай-центрами федеральных и региональных банков в способности разъяснить порядок действий банка в случае возникновения проблемы неправомерных операций с банковским счетом клиента;
- На этапе второй волны исследования планируется оценить с участием экспертов возможные направления совершенствования реализации принципа «нулевой ответственности».

СТРУКТУРА ИССЛЕДОВАНИЯ



РЕАЛИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В сай-центр Банка звонит потенциальный клиент, ранее столкнувшийся с ситуацией несанкционированного снятия денег и не получивший возмещения убытков в другом банке. После этого клиент обратился в сай-центр другого банка с вопросом о порядке действий банка в случае возникновения аналогичной ситуации.



ГИПОТЕЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Банки не считают несанкционированные операции со счетами своих клиентов проблемой банка

Детализированные формулировки об ответственности клиентов в договорах банков со своими клиентами позволяют банкам отказывать клиентам в возмещении денежных средств.

- Некомпетентность сотрудников сай-центров в консультации клиента по решению проблемы несанкционированных операций может говорить о том, насколько серьезно банк относится к проблеме неправомерных операций с банковским счетом

Сотрудники сай-центров могут быть некомпетентны в вопросе урегулирования проблемы несанкционированных операций даже в случае, если в банке имеются соответствующие стандартные процедуры. Способность сотрудника сай-центра этот вопрос разъяснить является одним из индикаторов того, насколько серьезно банк относится к реализации принципа «нулевой ответственности».

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



Метод исследования

Mystery calling - проведение «тайных консультаций» с сотрудниками call-центров банков



Респонденты

Сотрудники call-центров федеральных и региональных банков

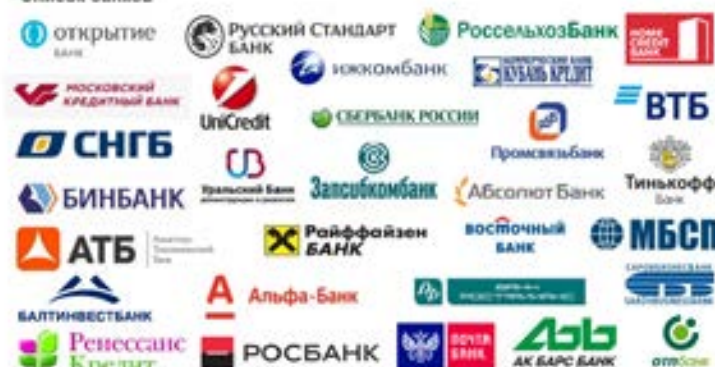


Выборка

30 банков (20 федеральных и 10 региональных), обслуживающих физических лиц*



Список банков



*Список банков составлен на основе рейтинга средней оценки качества обслуживания <https://www.banki.ru/>

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



БАНКИ ПЕРЕКЛАДЫВАЮТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НА КЛИЕНТА И НЕ ГАРАНТИРУЮТ ВОЗВРАТ ДЕНЕГ

Хотя сотрудники call-центров банков заявляют о готовности банков работать с проблемой несанкционированных операций и нести ответственность в случае установления этого факта, но фактически ответственность за эту проблему перекладывается на клиента. Чаще всего опрошенные сотрудники указывают, что без идентификационных данных клиента совершение операций по счету невозможно, а ответственность за сохранность этих данных в тайне несет сам клиент.



ПРОБЛЕМА КОММУНИКАЦИИ С КЛИЕНТОМ: СОТРУДНИКИ CALL-ЦЕНТРОВ НЕ ВСЕГДА ГОТОВЫ ПРЕДОСТАВИТЬ КЛИЕНТУ ИНФОРМАЦИЮ О ПРОЦЕДУРЕ РАБОТЫ СО СЛУЧАЯМИ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ

В банках существуют регламенты действий в случае обращения клиента по поводу пропажи денег со счета. Эту информацию не всегда способны донести сотрудники call-центров, что негативно влияет на восприятие банка клиентом, а также может служить дополнительным подтверждением непрозрачности процедур по работе со случаями несанкционированных операций с картами.



РЕАКЦИЯ НА ПРОБЛЕМУ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ В ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКАХ СХОЖА, НО ИМЕЮТСЯ РАЗЛИЧИЯ В УРОВНЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОТРУДНИКОВ CALL-ЦЕНТРОВ

В целом, сотрудники call-центров как федеральных, так и региональных банков воспроизводят похожие модели реагирования на запрос о порядке действий банка при возникновении проблемы несанкционированных операций по счету клиента. Однако комплексная оценка компетентности сотрудников показывает, что федеральные банки реагируют на подобные запросы несколько лучше, чем региональные.

СЦЕНАРИИ КОНСУЛЬТАЦИИ КЛИЕНТОВ И ТОЧКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРОБЛЕМ

СУЩЕСТВУЕТ ТРИ ОСНОВНЫХ СЦЕНАРИЯ консультации, которые реализуют сотрудники CALL-ЦЕНТРА БАНКА: ПОЛНАЯ, ЧАСТИЧНАЯ И НЕИНФОРМАТИВНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ.

ПОЛНОТА консультации определяется через несколько индикаторов:

СПОСОБНОСТЬ СОТРУДНИКА САМОСТОЯТЕЛЬНО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬ КЛИЕНТА, КОМПЕТЕНТНОСТЬ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКА



СПОСОБНОСТЬ СОТРУДНИКА ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬ КЛИЕНТА ПО ПРОБЛЕМЕ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ

ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ ОПРОШЕННЫЕ СОТРУДНИКИ CALL-ЦЕНТРОВ БАНКОВ ОСВЕДОМЛЕННЫ О ПРОБЛЕМЕ НЕСАНКЦИОНИРОВАННОГО СНЯТИЯ ДЕНЕГ С КАРТЫ КЛИЕНТА. ОДНАКО ТОЛЬКО **ПОЛОВИНА** КОНСУЛЬТАНТОВ ЗНАЮТ, КАК ИХ БАНК РЕШАЕТ ПРОБЛЕМЫ С НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫМИ ОПЕРАЦИЯМИ, **ТРЕТЬ** СОТРУДНИКОВ CALL-ЦЕНТРОВ НЕ СМОГЛИ САМОСТОЯТЕЛЬНО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬ КЛИЕНТА БОЛЕЕ ЧЕМ В **ПОЛОВИНЕ** СЛУЧАЕВ СОТРУДНИКИ CALL-ЦЕНТРА СМОГЛИ БЕЗ ДОЛГОГО УДЕРЖАНИЯ ВЫЗОВА СОРИЕНТИРОВАТЬ КЛИЕНТА ПО СРОКУ ПОДАЧИ ЗАЯВЛЕНИЯ, ВЕРОЯТНОСТИ ВОЗВРАТА ДЕНЕГ, А ТАКЖЕ СПОСОБАХ ЗАЩИТЫ КАРТ, ПРЕДЛАГАЕМЫХ БАНКОМ.

Компетентная поддержка

- ✓ Быстрая консультация
- ✓ Переговоры с одним сотрудником
- ✓ Сотрудник вовлечен в проблему клиента
- ✓ Компетентность сотрудника:
 - знание причин несанкционированного снятия денег
 - знание способов защиты карты банком

Некомпетентная поддержка

- ✗ Продолжительная по времени консультация
- ✗ Переговоры более, чем с двумя сотрудниками, при длительном удержании вызова
- ✗ Сотрудник НЕ вовлечен в проблему клиента
- ✗ Некомпетентность сотрудника:
 - Незнание причин несанкционированного снятия денег
 - Незнание способов защиты карты банком

КОМПЕТЕНТНОСТЬ СОТРУДНИКА: ВРЕМЯ РАССМОТРЕНИЯ ЗАЯВЛЕНИЯ И ВЕРОЯТНОСТЬ ВОЗВРАТА ДЕНЕГ

БОЛЕЕ **ПОЛОВИНЫ** СОТРУДНИКОВ БАНКА ОСВЕДОМЛЕННЫ О ВРЕМЕНИ РАССМОТРЕНИЯ ЗАЯВЛЕНИЯ ПО ФАКТУ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ, ПОСКОЛЬКУ ЭТО ЯВЛЯЕТСЯ СТАНДАРТНОЙ ПРОЦЕДУРОЙ В РАБОТЕ БАНКА. ОДНАКО СООБЩИТЬ ЗАРАНЕЕ КАКОВА ВЕРОЯТНОСТЬ ВОЗВРАТА ДЕНЕГ СОТРУДНИКИ **ЧАЩЕ ВСЕГО НЕ МОГУТ**, Т.К. ЭТОТ ВОПРОС НЕ ВХОДИТ В СФЕРУ ИХ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Время рассмотрения заявления



Вероятность возврата денег



«Заявка рассматривается 30-60 дней (в особо сложных случаях до 180), после проведения расследования при установлении виновности клиента деньги банк возвращает. Но 100% защиту гарантировать невозможно»

Альфа Банк

«Нужно подать обращение и банк оценит ситуацию. В случае, если клиент не дал своих данных и кодов, банк вернет деньги. Обращение рассматривают в течение 3-10 дней, если ситуация сложная, срок рассмотрения увеличивается»

Россельхозбанк

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКА CALL-ЦЕНТРА В ПРОБЛЕМУ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО КЛИЕНТА

БОЛЕЕ **ПОЛОВИНЫ** СОТРУДНИКОВ БЫЛИ ВОВЛЕЧЕНЫ В КОНСУЛЬТАЦИЮ КЛИЕНТОВ - СТАРАЛИСЬ УТОЧНЯТЬ ДЕТАЛИ ПРОИЗОШЕДШЕГО СЛУЧАЯ, ОПИСАТЬ ВОЗМОЖНЫЕ ПРИЧИНЫ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ И РАССКАЗАТЬ О СПОСОБАХ ЗАЩИТЫ КАРТЫ/СЧЕТА В ИХ БАНКЕ. **ТРЕТЬ** СОТРУДНИКОВ НЕ БЫЛИ ВОВЛЕЧЕНЫ В КОНСУЛЬТАЦИЮ, ЧТО СОЗДАВАЛО ВПЕЧАТЛЕНИЕ НЕКОМПЕТЕНТНОСТИ СОТРУДНИКА И НЕЖЕЛАНИЯ БАНКА НЕСТИ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПОДОБНОГО РОДА ПРОБЛЕМЫ



Полностью вовлечен

«Мы, как правило, общаемся с клиентами, и в каждой ситуации подходим индивидуально. Если вы не вводили информацию на мошеннических сайтах, вероятность возврата денег очень высока, как и при считывании данных карты банкоматом, хотя у нас банкоматы хорошие, и их немного. В любом случае, все заявления мы принимаем, даже если вина клиента, все отказы возврата аргументируем».



Частично вовлечен

«Обратитесь в банк с заявлением, расследование будет проводиться в течение 30 дней, если списание было не по вашей вине и вы никому не предоставляли смс код, то будет возврат денег».

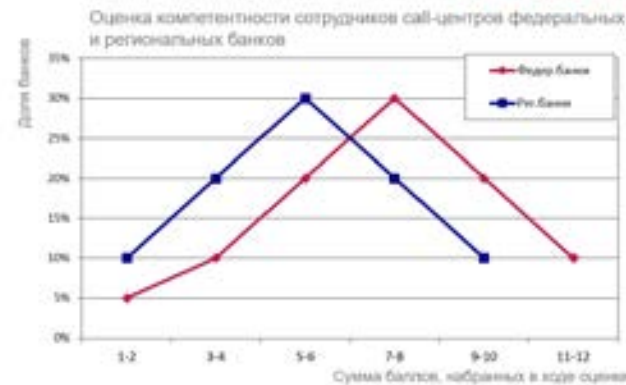


Абсолютно не вовлечен

«Вам нужно обращаться в свой банк. Все вопросы индивидуальные, я, к сожалению, тут ничем помочь не могу»
«Способов мошенничества много, обратитесь в полицию».

КОМПЕТЕНТНОСТЬ СОТРУДНИКОВ CALL-ЦЕНТРОВ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ

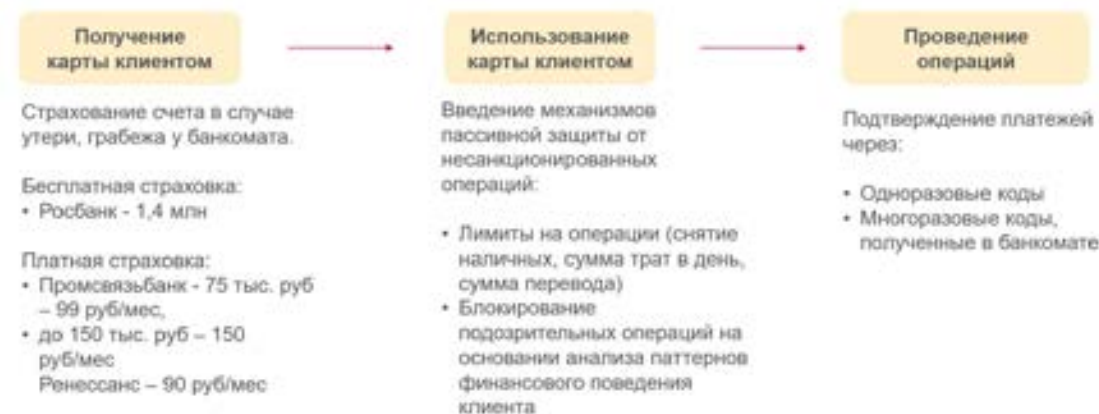
МОДЕЛЬ РЕАГИРОВАНИЯ НА ОБРАЩЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО КЛИЕНТА ПО ВОПРОСУ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ СО СЧЕТОМ СХОЖА В CALL-ЦЕНТРАХ КАК ФЕДЕРАЛЬНЫХ, ТАК И РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ. ОДНАКО ОПРОШЕННЫЕ СОТРУДНИКИ CALL-ЦЕНТРОВ ФЕДЕРАЛЬНЫХ БАНКОВ В СРЕДНЕМ ДЕМОНИСТРИРУЮТ **БОЛЕЕ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ** КОМПЕТЕНТНОСТИ



- 0-2 балла** – полное отсутствие компетентности и вовлеченности сотрудника в проблему;
- 3-4 балла** – сотрудник частично осведомлен о способах защиты карты от несанкционированных операций;
- 5-6 баллов** – сотрудник способен самостоятельно проконсультировать клиента, но некомпетентен в процедурах решения проблемы;
- 7-8 баллов** – сотрудник обладает высокой компетентностью и вовлеченностью в проблему, но имеет средний уровень знаний о проблеме несанкционированного снятия денег;
- Свыше 9 баллов** – сотрудник дал комплексную консультацию, обладает высоким уровнем знаний по проблеме и высокими компетенциями.

ПРАКТИКИ ПРЕВЕНТИВНОЙ ЗАЩИТЫ КЛИЕНТОВ ОТ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ

БАНКИ **ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ** В МИНИМИЗАЦИИ СЛУЧАЕВ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ДЕЙСТВИЙ СО СЧЕТАМИ СВОИХ КЛИЕНТОВ И ПОЭТОМУ АКТИВНО ПРИМЕНЯЮТ РАЗЛИЧНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРЕВЕНТИВНОЙ ЗАЩИТЫ.



МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПА «НУЛЕВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ» РОССИЙСКИМИ БАНКАМИ

БАНКИ РЕАЛИЗУЮТ ПРИНЦИП «НУЛЕВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ» В СЛУЧАЕ, ЕСЛИ ПО ИТОГАМ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРИЗНАЮТ ФАКТ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ В ОТНОШЕНИИ СВОЕГО КЛИЕНТА. ОДНАКО НЕ ВСЕ ОБРАЩЕНИЯ КЛИЕНТОВ ПО ФАКТУ ПРОПАЖИ СРЕДСТВ СО СЧЕТА РАСПОЗНАЮТСЯ КАК РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЙСТВИЙ МОШЕННИКОВ.



КЕЙСЫ ЭФФЕКТИВНЫХ КОНСУЛЬТАЦИЙ БАНКОВ ПО ПРОБЛЕМЕ НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ ОПЕРАЦИЙ

ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КОНСУЛЬТАЦИИ СОТРУДНИКИ БАНКОВ ПРИДЕРЖИВАЮТСЯ СТАНДАРТНОГО СЦЕНАРИЯ КОНСУЛЬТАЦИИ. НАИБОЛЕЕ УСПЕШНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ – ТЕ, В КОТОРЫХ СОТРУДНИК ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНО РЕКОНСТРУИРОВАЛ ПРОБЛЕМУ, УСТАНОВИЛ СПОСОБ НЕСАНКЦИОНИРОВАННОГО СНИЯТИЯ ДЕНЕГ И ОПИСАЛ ВОЗМОЖНЫЕ ПРИЧИНЫ ЭТОГО СНИЯТИЯ, ЗАТЕМ РАССКАЗАЛ О РАБОТЕ БАНКА И ОПИСАЛ МЕРЫ ЗАЩИТЫ, ПРЕДЛАГАЕМЫЕ БАНКОМ

	Федеральный банк (Хоум Кредит Банк)	Региональный банк (Саровскийбанк)
Способность сотрудника самостоятельно проконсультировать клиента по проблеме несанкционированных операций	«У нас стандартные действия проводятся: доступ в интернет-банк по логину и паролю, никто туда не зайдет [без них]» «Если вы хотите зайти в личный кабинет, то вам приходит код на телефон - без этого кода операция невозможна»	«Все индивидуально, например, если карта оверлимитирована на каком-нибудь мошенническом сайте, но это делали не мы, тут вероятность возврата денег очень высокая. Но если вы сами зашли на [подозрительный] сайт, не подумали, то не будет возврата»
Уровень знаний сотрудника банка о проблеме	«Заявление рассматривается в зависимости от того, каким способом была совершена покупка, если онлайн, то до 45 дней претензионная работа, если снятие было через банкомат, то это решается через полицию, чтобы они запрашивали камеры и выяснили, кто с вашей карты снял деньги – это до 60 дней»	«Если мошенники оверлимитовали карту, но у нас такого не было, у нас банкоматы хорошие и являющиеся, тут тоже вероятность»
Компетентность сотрудника: время рассмотрения заявления и вероятность возврата денег	«Если снятие произошло онлайн, то банк подает заявление на charge back, на розыск платежа в системах Visa и MasterCard, говорим, что произошло несанкционированное снятие денег, но клиент не сообщает данные третьим лицам и они проводят работу, если мошенническое действие подтверждается, то деньги переводим на карту»	«Не дольше 10 рабочих дней. В любом случае все заявления принимаем, даже если вы сами совершили списание, если есть возможность вернуть деньги, то возврат будет совершен, отказы аргументируем»
Осведомленность сотрудника о способах защиты от несанкционированных операций	«У нас есть служба безопасности, которая проверяет каждую операцию вручную и смотрит, есть подозрительные операции»	«Вы можете поставить лимиты на интернет-операции и никакие операции невозможны будут, только снятие наличных и оплата в магазинах»

ЧТО ДАЛЬШЕ ?

ОПРОС ЭКСПЕРТОВ

- Результаты исследований и вопросник (размещен на сайте www.afii.ru), направлены в Банк России, Государственную Думу, участникам рынка;
- Приглашаем Вас принять участие в опросе.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

- Оценить с участием экспертов и регуляторов возможные направления совершенствования реализации принципа «нулевой ответственности»;
- Подготовить и спланировать реализацию предложений.

ЧТО ДАЛЬШЕ ?

ВОПРОСЫ ЭКСПЕРТАМ

- Как Вы оцениваете текущую ситуацию в России с возмещением средств по неправомерным операциям с денежными средствами в рамках требований Закона о НПС?
- Повлияло ли принятие законодательных требований на существовавшую практику возмещения/отказа в возмещении клиентам по оспариваемым операциям с денежными средствами?
- Какое влияние оказывает существующая в настоящее время практика возмещения/отказа в возмещении клиентам по оспариваемым операциям на взаимоотношения с существующими клиентами/привлечение новых клиентов и развитие безналичных расчетов в целом?
- Существуют ли в настоящее время лучшие практики реализации порядка возмещения средств по неправомерным операциям, соблюдающие интересы как клиентов, так и кредитных организаций?
- Необходимы ли на Ваш взгляд законодательные инициативы, которые будут способствовать развитию лучших практик реализации порядка возмещения средств по неправомерным операциям?
- Возможно ли внедрение лучших практик реализации порядка возмещения средств по неправомерным операциям в рамках действующего законодательства на основе, например, отраслевых стандартов?
- Ваши предложения по изменению/уточнению порядка возмещения средств по неправомерным операциям и возможным путям их реализации.
- Иные мнения/предложения по данной теме.

ОТВЕТЫ ОЖИДАЕМ НА INFO@AFII.RU

вают ответственность на клиентов. В принципе, этот вывод предполагался, исходя из существующей судебной практики и из сообщений в соцсетях. (Один из следующих докладов будет посвящен анализу судебной практики).

Второе, что было выявлено, это коммуникативная проблема, когда колл-центр оказывается не готов к ответу на клиентские вопросы. Что никак не способствует решению проблемы доверия, о которой мы говорили в самом начале.

Мы вывели различия в подходе к подготовке сотрудников колл-центра у федеральных и региональных банков, в том числе, по тем операциям, о которых мы говорим. Хотя в целом, в моделях ответы схожи, но уровень подготовки по федеральным банкам оказался выше.

На слайде приведены возможные сценарии консультации: либо консультация приводит к полному ответу на вопрос клиента, либо удается получить частичный ответ, или консультация оказывается полностью неинформативной, то есть, сотрудник колл-центра не смог ответить на вопросы клиента вообще. В ходе исследования мы увидели, что только в половине случаев сотрудник колл-центра смогли сориентировать клиента по основным вопросам, связанным с возвратом средств по несанкционированным операциям. При этом треть самостоятельно проконсультировать не смогли вообще.

С точки зрения ответов на вопросы мы взяли для примера время рассмотрения заявления и вероятность возврата денег. По времени рассмотрения заявления скрипты консультантов работают нормально – более половины сотрудников смогли сообщить клиенту такую информацию.

А, вот, по вероятности возврата денег ситуация обратная: 70% не смогли ответить на вопросы клиентов вообще.

Вовлеченными в консультацию оказались порядка половины сотрудников колл-центров. Не знаю, насколько это хороший результат. С одной стороны, может быть, не самый плохой, но явно не самый лучший. То есть, каждый второй клиент, звонящий в колл-центр, попадет на не вовлеченного оператора. Это не самый лучший результат для наших кредитных организаций.

На слайде приведены результаты для федеральных и региональных банков. И тут видна ситуация, что федеральные банки, благодаря эффекту масштаба и тому, что у них есть финансовые возможности для более деталь-

ной проработки скриптов колл-центра, оказываются по количеству набранных баллов по консультированию клиентов в среднем на два балла выше, чем региональные банки. Это является одной из клиентских проблем, с точки зрения продвижения финансовых услуг.

С точки зрения практики превентивной защиты от несанкционированных операций, мы изучали ситуацию на нескольких этапах: получение клиентом карты, ее использование, проведение операций. Очень интересный опыт у Росбанка, который представляет бесплатную страховку до 1,4 млн. рублей по этим операциям. У остальных банков из выборки такая страховка есть, но она, как правило, платная.

Используемые при совершении операции механизмы лимитирования, блокирования подозрительных операций, коды, пароли – стандартны и используются практически всеми.

На слайде показывается механизм, как реализуется принцип нулевой ответственности, то есть возмещение по несанкционированным операциям. Приведены два кейса: это Хоум Кредит банк и Саровбизнесбанк. Этот выбор не значит, что данные практики – самые лучшие из лучших, просто они показались нам более достойными. На слайде можно увидеть выдержки из ответов, которые давали клиентам сотрудники колл-центров этих банков.

Сейчас мы проводим второй этап исследования, который включает в себя анализ судебной практики, информации в соцсетях и сбор ответов экспертов на вопросник, который размещен у нас на сайте. На базе собранной информации мы будем формировать пакет предложений по уточнению механизма реализации возмещения средств по несанкционированным операциям.

Алия ЮСУПОВА: Судебная практика, действительно, очень интересная и ее очень ожидали, когда вступал в силу ряд положений 9-ой Статьи Федерального Закона «О национальной платежной системе» 1 января 2014 года. Банки боялись увеличения мошенничества и не понимали, как работать с этими нормами, как доказывать ненадлежащее использование электронного средства платежа клиентом.

Большую часть вопросов вызывала не 12-я статья Закона, которая предусматривала безусловный возврат средств в случае, если банк исполнил операцию после того, как клиент уведомил о негативных событиях с его электронным средством платежа. Наибольшее количество вопросов вызывала именно 15-я часть 9-ой статьи Закона, которая предусматривала возврат средств, если ненадлежащая несанкционированная операция совер-

шена до уведомления банка, при этом банк не смог доказать, что вина за ненадлежащее использование электронного средства платежа лежит на клиенте. Все этого опасались, не знали, что будет, как доказывать факт ненадлежащего использования электронного средства платежа клиентом. Кроме того, опасались, что судебная практика по этой норме может пойти в ту сторону, что банки обяжут возвращать денежные суммы клиенту, а потом разбираться и доказывать, что была вина на стороне клиента.

Банк России тогда ответил, что никаких изменений в 161-й Закон не будет, и что предусмотренное 9-ой статьей соответствует мировой практике регулирования платежей. Кроме того, ЦБ предложил подождать, как сложится судебная практика, и дать какие-то материалы или дополнительную информацию по итогам.

К сожалению, мне не удалось найти этих материалов. Опубликованы официально на сайте Банка России они не были. Дополнительных информационных писем также не было. Поэтому, когда я готовилась к этой сессии, смогла посмотреть только существующую судебную практику. Конечно, не всю, но выборочно.

Могу сказать, что огромное количество дел по данной проблеме поступает в суды, и практика, на самом деле, сложилась.

В основном ситуация выглядит следующим образом: банк выступает ответчиком, физическое лицо – истец – обращается в суд и просит вернуть деньги по поводу транзакции, которую оно якобы не совершало. Суды, в первую очередь, устанавливают юридически значимый факт – было ли ненадлежащее использование электронных средств платежа на стороне клиента. Эта процедура осуществляется на основании анализа условий договора, который был заключен между банком и клиентом. То есть суды тщательно анализируют условия договора, заключенного между банком и клиентом, и ссылаются на эти условия. Как правило, суд устанавливает, каким образом была проведена операция, были ли введены все необходимые реквизиты карты для совершения того или иного платежа.

И тут начинается самое интересное. Если все, что необходимо в конкретный момент времени для совершения данной операции, было введено (были и дела, когда требовалось ввести минимальное количество таких реквизитов), суд однозначно встает на сторону банка. При этом приводится следующее обоснование со стороны суда. Если банк видит, что клиент авторизовался, подтвердил операцию всеми необходимыми кодами и паролями, то у банка нет основания эту операцию не выполнить, поскольку все идентификационные данные по клиенту, необходимые для



авторизации данной операции, были введены. И суд не рассматривает, использовалась ли какая-то социальная инженерия или нет. Были дела, связанные с тем, что клиент в ходе беседы с одним или другим контактным лицом сообщал реквизиты карт. Суд в данном случае также однозначно принимает решение в пользу банка. Считается, что данная операция была совершена клиентом, потому что вся информация по карте была введена, а банк действовал в соответствии с законодательством, и не нарушал существующих норм.

У банка, как считает суд, есть некая презумпция. В соответствии с условиями договора, клиент, как правило, обязан заботиться о карте, стремится сохранить все необходимые для совершения платежей реквизиты в тайне от третьих лиц. Банк, получая о транзакции информацию, которая является достаточной для ее проведения и должна быть известна только клиенту, операцию проводит.

Таким образом, в случае, если доказана вина клиента в разглашении конфиденциальной информации, связанной с пин-кодами, паролями и прочими реквизитами, суд однозначно встает на сторону банка.

Эта ситуация типична. 5-10% из тех решений, которые я рассмотрела (я не могу сказать, что видела много – только то, что опубликовано в открытом доступе), принимались в пользу клиента, все остальное – в пользу банка.

Клиенты, видя складывающуюся судебную практику, обратились в Конституционный суд Российской Федерации с заявлением о неконституционности ряда норм Федерального закона 161-ФЗ в части того, что сложившаяся судебная практика способствует тому, что банки уходят от ответственности и не возмещают денежные суммы клиентам. Конституционный суд жалобу отклонил, потому что у банка есть право отказать в возмещении только в случае, если доказано, что клиент ненадлежащим образом использовал электронное средство платежа. Такой была аргументация. Это то, как складывается текущая судебная практика.

Что касается ситуации со стороны банков. Банки готовились к вступлению в силу этих норм 161-ФЗ. Во-первых, они перешли на чиповые карты, чтобы усилить безопасность транзакций. Во-вторых, в банках стали использовать средства механического решения проблемы: системы лимитов, усиление защиты механизма доступа к счету с использованием электронного средства платежа.

Кроме того, банки ужесточили условия договоров. Я посмотрела oferty крупных банков и могу сказать следующее. Вся ответственность за сохранность электронного средства платежа, неразглашение реквизитов и прочее возлагается на клиента. Есть условия, что клиент сам отвечает при выборе мерчанта, точки интернет-торговли за ее надежность, банк ответственности за это не несет. И ряд условий, при которых банк не отвечает за то, что клиент не получил информацию о совершении операции с использованием электронного средства платежа не по вине банка. Грубо говоря, банк отправил SMS-сообщение или другими способами проинформировал клиента о совершении операции, исполняя требования 9-ой статьи, но, если клиент сообщение не получил, то банк не отвечает за это.

Банкам тут помогает, безусловно, Банк России, который не устанавливает способы, которыми необходимо уведомлять клиентов о совершении той или иной операции. Уведомление – ключевое квалифицирующее условие, связанное с установлением вины в случае несанкционированных транзакций. И хотя один из способов уведомления должен быть бесплатным, строгие сроки уведомления также не установлены. Клиент, к примеру, может получать выписки по банковскому счету, когда приходит в банк, и таким образом узнавать о совершении той или иной операции с использованием его электронных средств платежа.

Безусловно, развитие платежного пространства будет идти более высокими темпами, если клиенты – физические лица, плательщики – будет иметь более серьезные гарантии безопасности операций. Но нужно упомянуть еще одно обстоятельство, которое мы с вами не можем не вспомнить.

Вступил в силу Федеральный закон 167-ФЗ, в котором появилась обязанность банка отслеживать подозрительные операции в соответствии с теми критериями, которые обозначены Банком России, и приостанавливать подозрительную операцию на 2 дня, чтобы связаться с клиентом и уточнить, каким образом дальше поступать банку – списывать средства со счета или нет. Конечно, самым интересным станет то, как будет развиваться судебная практика, когда суды начнут учитывать эти новые требования федерального законодательства. Надеюсь, через год мы с вами сможем встретиться и это отдельно обсудить.

Напоследок хотела бы упомянуть одно судебное дело из всех, которые были мной просмотрены, где со ссылкой на нарушение прав потребителя по «Закону о защите прав потребителей» было принято решение в пользу клиента. Суд решил, что клиент был недостаточно информирован, в этом была вина ответчика. Все остальные дела были в пользу банков.

Владислав КОНТОРОВИЧ: Хотел бы уточнить, как банки, выполняя 161-ФЗ, доказывают «вину клиента», потому что могут возникнуть вопросы.

Роман ПРОХОРОВ (модератор): Очень просто доказывать – неисполнением условий договора, в которых написано, что клиент обязан следить за своими кодами и паролями.

Алия ЮСУПОВА: Приведу в пример конкретное дело. Была несанкционированная транзакция. Клиент уехал в Мексику, там у него украли карту. Он позвонил в банк и уведомил о краже карты. Карту заблокировали, но, тем не менее, по итогам денежную сумму списали. Для совершения операции на территории Мексики потребовалось минимальное количество реквизитов карты.

Почему, какие доводы были представлены ответчиком, и как поступил суд? Суд сказал, что поскольку истец не обращался в органы внутренних дел Мексиканских Соединенных

Штатов, то нет подтверждения, что карту украли. К сожалению, такого подтверждения истец представить не смог. И решение было принято в пользу банка.

Владислав КОНТОРОВИЧ: Ровно год назад, на такой же сессии при обсуждении аналогичной проблемы коллеги рассказывали, что в большинстве случаев, которые проходили через них, когда проблемой было появление вируса на устройстве клиента, который что-то перехватывал и что-то направлял, у клиента на устройстве стояла актуальная версия антивируса. Вопрос: какие претензии могут быть к клиенту?

У меня есть большие сомнения в том, что банки выполняют закон в том виде, в котором он написан, и ничего не доказывают.

Роман ПРОХОРОВ (модератор): У нас тоже есть такие подозрения, мы хотим вторым этапом исследования их подтвердить. Алия Юсупова упомянула о вступлении в силу 167-ФЗ. Андрей Лисицин в своем докладе более подробно расскажет об этой теме.

Андрей ЛИЦИН: Я решил взять тематику, которая позволит проиллюстрировать эффективность не только 167-го закона (для краткости его можно назвать «законом об антифрод»), но и 9-ой статьи, которая регулирует порядок возмещения в случае несанкционированного доступа к электронному средству платежа. Это тема, которая может потенциально сделать неэффективными – и уже есть признаки этого – большинство мер, которые внедряются сейчас с организационной и технической точки зрения в сфере информационной безопасности при осуществлении платежей. Тема имеет рабочее название «Социальная инженерия» или «Социальное мошенничество».

Начать я хотел со статистики, но, учитывая, как подробно ее дал Роман Прохоров, не буду на ней долго останавливаться. Обращу только внимание, что статистика, которую я привел на слайде, взята из пояснительной записки к 167-му закону, когда он проходил слушания в Думе. Там указаны довольно большие цифры и, что самое главное, показано, что текущая система регулирования работает с физическими лицами, но не работает с лицами юридическими. При этом по юридическим лицам риски не меньшие, а может, даже и большие.

Важное в этой статистике, что по 2017-му году было показано снижение объемов потерь. Однако нужно учитывать, что существуют вопросы и надо детально проработать методологию сбора статистики. Потому что есть подозрение, что текущая методология показывает статистику не полностью.



Следующий момент, который я хотел бы озвучить, это то, почему, даже если реализующиеся меры отчасти в первом моменте могут приводить к снижению рисков убытков, очень важна работа с потребителем, разъяснение ему основ информационной безопасности. Как показывает практика, инженерия работает не только с теми клиентами, которые находятся в зоне риска (прежде всего, люди пожилого возраста и молодые, склонные к риску), но и с довольно с образованными людьми, в том числе, и с работниками сферы информационной безопасности, как выясняется в частных беседах.

Социальная инженерия – это использование психологических мер воздействия. Хотел бы обратить внимание, что, хотя речь будет все время идти о физическом лице, мы хорошо понимаем, что этим физическим лицом может быть не только клиент, но и работник клиента банка, то есть юридического лица. И методы воздействия в данном случае мало чем отличаются, потому что сотрудник юриста также может находиться в затруднительной жизненной ситуации, быть должным большую сумму денег и т.п., и меры психологического воздействия будут примерно такие же. Может, более сложные, потому что нужно осуществить более сложный комплекс действий, вместе с тем влияние на процесс осуществления транзакции может быть более серьезным.



Оценка рисков



Ист: <http://word.parliament.gov.ru/download/83430602-26CE-46F9-AC56-208040AC9C3D> (поискит. к 167-ФЗ)

*в 2017 по данным ЦБ объем снизился на 11% (http://www.cbr.ru/stat/statistics/14433/survey_transfers_17.pdf), но это данные отчетности (т.е. данные под репутационным и лицензионным риском)



Риски социальной инженерии для индустрии



Механика социальной инженерии в платежах



Формы социального мошенничества в платежах



Особенности защиты прав пользователей ЭСП по Закону о НПС (до изменений по 167-ФЗ)



Новое законодательство об антифроде (167-ФЗ)





Теперь о факторах, из-за которых социальное мошенничество может в ближайшее время стать еще более значимым. Прежде всего, это низкая затратность: не нужно серьезных технологических внедрений, достаточно иметь телефон, либо электронную почту и базовые навыки в сфере психологического воздействия, которые прививаются в течение двух-трех дней на определенных тренингах.

Следующее, что может создавать условия для применения социальной инженерии, – это то, что текущая экономическая ситуация толкает в эту сферу, как со стороны мошенников, так и со стороны жертв, все большее и большее количество людей. Социальные проблемы ведут к тому, что люди становятся более склонны ко всякого рода сомнительным выгодам.

Еще один фактор – это то, что достаточно трудно выявлять. На стороне мошенников находится некий обезличенный человек, большая сеть лиц. Причем, как показывает практика, эта сеть часто находится в местах не столь отдаленных и, соответственно, расследовать становится довольно сложно.

Об этих рисках важно говорить, потому что, как я уже сказал, использование средств социальной инженерии снижает эффективность всех затрат, которые банки делают для обеспечения информационной безопасности. Менее эффективными становятся и технические средства, и организационные средства. В контексте внедрения систем фрод-мониторинга в силу принятия 167 закона это становится наиболее актуальным, тем более с усилением требований в этой части затраты и Банка России, и коммерческих банков будут расти. Существуют также репу-

тационный риск, риск снижения лояльности клиентов. Это очень важная составляющая, которая может самым неожиданным образом влиять на финансовую стабильность банковской системы.

И следующая область, которая мотивирует к обсуждению этой проблематики и работе с ней, это то, что сейчас активно применяются и внедряются различного рода сервисы, которые являются областью риска для такого рода социального мошенничества. Причем областью риска являются не только продукты, которые реализуются в рамках этого сервиса.

Элементарный пример: большинство крупных банков, выдавая клиенту карту, дают доступ в онлайн через свои интернет-банки не только к средствам на привязанных к карте счетах, но и, например, к банковским вкладам, которые открыты в этом же банке. Соответственно, клиенты часто не осведомлены об этом и это порождает не только риски фрода, но и недовольство со стороны клиента, а недовольство создает репутационный риск для всей банковской системы и формирует потери.

Механизм использования средств социальной инженерии я подробно рассматривать не буду. Единственное, на что хотел бы обратить внимание, это на то, что, какие бы действия ни осуществлялись, как бы ни выманивалась информация, в итоге происходит перевод денежных средств на некие счета и кошельки. Этот перевод, с точки зрения текущего регулирования и тех предложений, которые я попытаюсь в конце сформулировать, является ключом для создания системы противодействия не только социальному, но

и любому мошенничеству.

Мы должны обратить внимание, что при осуществлении социального мошенничества используются два базовых механизма. Первое, клиента склоняют к тому, чтобы он сам осуществил некие действия. Как я уже сказал, не только физическое лицо, но и работника юридического лица, чтобы он сам осуществил списания, думая, что он его осуществляет в каких-то благих целях. Ну, или понимающего, что он совершает противоправное действие, но находящегося под каким-то воздействием.

Второе, это подмена пользователя, когда у клиента выманивают данные, и мошенник с использованием этих данных осуществляет транзакцию от имени клиента. Это та проблема, которая возникает по 9-ой статье. Для клиента доказать, что не он осуществлял соответствующую транзакцию, становится крайне проблематичным, что показала Алия Юсупова, озвучивая данные судебной практики.

Понятно, что выманивание данных бывает как открытое, когда клиента просят сообщить какой-либо код и т.д., так и закрытое. Но чаще всего используется комбинация этих форм.

Какие есть средства для защиты пользователя? Первое – уже обсуждавшаяся 9-я статья, которая упоминалась сегодня, поэтому на ней останавливаться не буду. Единственное, что хотел бы заметить, процедура там достаточно формализованная. Это видно из судебной практики, все основано на системе уведомлений и подтверждении того, что действительно была осуществлена несанкционированная транзакция, клиент утратил электронное средство платежа, утратил доступ к нему в связи с неправомерными действиями третьих лиц, а не сам совершил соответствующие действия. Эти факторы заставили регуляторов через депутатский корпус инициировать изменения в процедуру противодействия мошенническим действиям и принятие 167-ФЗ. Можно говорить о том, что сейчас появилось очень правильное по своему смыслу движение в регулировании, принятие законодательства об антифроде.

Самое важное, это то, что у регулятора появились полномочия по внедрению системы признаков, по которым должны блокироваться не только сама транзакция, но и электронные средства платежа. Появился механизм работы для банков с юридическими лицами. И это можно рассматривать, как позитив. Другой вопрос, то, как написан закон и какие проблемы это создает для банков.

Следующий слайд назван не «оценка эффективности», а «неэффективность» намеренно, чтобы обратить внимание на то, что в этом за-

коне содержится ряд серьезных «подводных камней», которые могут привести к большим проблемам не только для отдельных банков, но и для банковской системы в целом, и для Центрального банка, в частности.

Во-первых, в законе содержится ряд положений, которые довольно сложно реализовать на практике и которые потенциально могут порождать риск судебных претензий со стороны клиентов и самого регулятора. Например, предполагается, что операция будет «приостановлена», но по большинству видов карточных транзакций понятие «приостановление операции» просто отсутствует. Это, конечно, потребует разъяснения со стороны регулятора, а, может, и изменения в сам закон для большинства транзакций, осуществляемых в онлайн, что карточных, что в сети Интернет, которые формально и по технологическим процедурам не являются в чистом виде «карточными» транзакциями по оплате конкретного товара. Я сейчас не буду углубляться в технологию, важно то, что большое количество транзакций этим законом хоть и охватывается, но не очень понятно как реализовывать соответствующий механизм. Требуется как минимум разъяснения регулятора и, скорее всего, совместной работы по внесению изменений.

Следующий момент, который важен для практики борьбы с мошенничеством, это то, что данное регулирование не описывает четко (и не дает полномочий тому же регулятору описать) порядок доказывания того, что транзакция осуществлена правомерно или неправомерно. Если, предположим, блокировка произошла по ошибке – денежные средства переводились не мошеннику, а банк, исходя из признаков, установленных Центральным банком и конкретизированных во внутренних документах, заблокировал соответствующую транзакцию – транзакцию нужно разблокировать либо по истечению срока, либо по предоставлению документов владельцем или получателем.

Какие документы в таком случае являются подтверждающими, как проверять их подлинность, как проверять их достаточность, как удостовериться, что это действительно мошенник? Закон никаких механизмов не дает. И, как я уже сказал, скорее всего, таких механизмов не даст и регулятор, по той причине, что у него нет таких полномочий.

С моей точки зрения, это одно из ключевых упущений данного регулирования. То есть, несмотря на всю позитивность, закон при-

ведет к тому, что банки будут вынуждены в любом случае рисковать: либо перед клиентом, то есть совершать действия, выходящие за пределы их гражданско-правовых полномочий по договору, либо перед регулятором, который может прийти с проверкой и сказать, что банк недостаточно правильно применяет законодательство о противодействии мошенничеству.

Этот момент, мне кажется самым плохим. Причем, он дополняется еще одним фактором, о котором я хотел сегодня сказать. Система Центрального Банка, которая создается в связи с данным регулированием, по большому счету, представляет собой файлообменник, куда передается информация о компрометированных устройствах, местах и лицах, замешанных в подобных случаях. Сама система не анализирует поток. Т.е. не создается правильный инновационный продукт, который не только выявляет признаки, но и дает, как минимум, сигнал по неявным признакам, что скорее всего произошло мошенничество.

Второй минус – это то, что система не дает возможности пресекать деятельность мошенников и, что самое важное, восстанавливать права.

Если деньги уже пришли на счет мошенника, то 167-ФЗ никаким образом не регулирует эту ситуацию и не позволяет, в конечном итоге, никак, кроме как по суду, вернуть деньги обратно.

С моей точки зрения, раз уж мы пошли по пути борьбы с мошенничеством, необходимо подумать о механизмах, когда денежные средства возвращаются обманутому лицу, жертве со счета получателя. Это очень тонкий вопрос, требующий детальной проработки и обсуждения. На таких форумах, как сегодняшний, и стоит начать обсуждение.

Алия ЮСУПОВА: Как было сказано, очень тяжело вернуть денежные средства со счета, на который они были зачислены после кражи.

Судебная практика в этом же направлении идет. Решения судов чаще всего заключаются в том, что если денежные средства зачислены на счет получателя, то вернуть их невозможно в рамках текущего судебного процесса, нужно вести отдельное судебное разбирательства.

Точнее, можно и в этот же судебный процесс рассмотреть вопрос, но это технически очень

сложная процедура.

Юрий БОЖОР: Я поделюсь видением скорее не со стороны регулятора, а со стороны защиты прав потребителей. Это очень важная тема. Цифровизация и переход в цифру порождает, помимо плюсов, достаточно большое количество проблем.

Я остановлюсь на трех аспектах. Первое – это защита потребителей цифровых услуг, связанная с его недостаточным уровнем знаний об услуге. Второе, проблема касательно продажи услуг, немного коснусь misselling-a. И третье, немного расскажу о наших подходах к защите прав потребителей из социально уязвимых слоев населения.

Говоря об информировании, есть финансовая доступность и есть финансовая грамотность.

Как говорят, финансовая доступность без финансовой грамотности – это опасно, финансовая грамотность без финансовой доступности – бесполезно. Поэтому нужно идти по двум направлениям.

Безусловно, вопрос понятного и хорошо прописанного продукта, когда документарная часть написана простым языком, когда не спрятаны основные нюансы в мелком шрифте – это, конечно, важный момент, и мы будем в этом направлении двигаться. У нас стартовало новое направление: уже год мы занимаемся поведенческим надзором. В отличие от пруденциального надзора, это надзор, основанный на анализе взаимодействия финансовой организаций и ее клиента.

Во всем мире есть интересные примеры, в частности, в Португалии, в Ирландии, когда на базе поведенческого надзора формируются некие баллы, которые потом учитываются при расчете нормативов.

При этом важен сам факт того, что во всем мире идет постепенное движение в сторону цивилизованного оказания услуг. И вопросы этики оказания услуг становятся очень важными. В ситуации, когда, скажем, из десяти менеджеров по продажам восемь «волков с Уолл-Стрит» и два высокоморальных человека, естественно, эти два человека будут проигрывать. Когда число высокоморальных людей достигнет восьми, то те двое будут проигрывать в конкурентной борьбе, потому что люди пойдут к тем людям, кому они будут верить.

Например, на Wall Street есть пара банков, где работают мормоны. Лозунг «вы не в церк-



ви, вас не обманут» они трактуют по-своему, и люди к ним идут.

То есть вопрос этического оказания услуг, вопрос правильного информирования клиента об услугах нам очень важен, и мы это учитываем, особенно в поведенческом надзоре.

Второй вопрос, что именно продают. Например, звонит менеджер банка и говорит, что условия по вкладам сейчас плохие, но есть хороший продукт, который принесет больше прибыли. Человек приобретает продукт, не понимая, что на самом деле приобрел накопительное страхование жизни или инвестиционное страхование под видом вклада, и что его средства не защищены.

Мы начинаем следить за тем, как организованы продажи. У нас есть специальное подразделение, которое занимается misselling-ом. Есть разные способы анализировать, и сейчас мы нарабатываем нормативную базу. В итоге это будет тоже тема, на которую мы будем смотреть.

В частности, мы сейчас продвигаем определенную идеологию маркетплейса. Маркетплейс – как платформа, на которой с одной стороны присутствуют поставщики услуг, с другой – продавцы, которые делают витри-

ны. Сейчас вопрос ставится таким образом, что организация, которая продает продукты, в части информирования клиента несет те же обязанности, что и сам поставщик продукта. Это очень важная тема, потому что клиент должен быть проинформирован и принять на себя риски. Это тема, к которой мы движемся, и она будет только усиливаться.

В этой связи очень важен вопрос распределения обязанностей банка и клиента в части карточного фрода, потому что невозможно защититься от фрода, если клиент сам сообщает мошенникам все коды, а потом говорит, что ничего не говорил. Куда в этом случае деваться банку? Если сказать, что в этой ситуации банк не прав, то бизнес будет закончен.

Но, с другой стороны, понятно, что продавать клиенту продукт, риски которого он не понимает, это тоже вещь, которая должна как-то регулироваться. Сейчас мы движемся в направлении квалифицированных инвесторов по разным рынкам. И здесь мы встречаем большое сопротивление. В частности, сейчас находится на втором чтении закон о привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ, мы выдерживаем дикие битвы. Люди протестуют против введения некой квалификации инвестора. Я понимаю, что неквалифицированному инвестору проще продать. Но когда человек вкладывает сумму выше определенного порога, безусловно, необходимо подтвердить, что он понимает риски данного продукта и что он

вкладывается в него абсолютно осознанно.

Третья тема, которую хотел бы затронуть, это то, что новые современные технологии, безусловно, снимают барьеры, но они не должны создавать новых барьеров. У нас есть специальная рабочая группа Банка России по повышению финансовой доступности для людей с инвалидностью, пожилого и маломобильного населения. И мы стараемся объяснять финансовым организациям, в том числе, требовать в части поведенческого надзора, особенно по дистанционным услугам, что они должны учитывать разный уровень людей, и что в соответствии с «Конвенцией о правах инвалидов» (которая уже 10 лет как существует, и Россия к ней, естественно, присоединилась) есть вопрос о том, что оказывать услуги нужно так, чтобы они были предлагались в доступной форме.

Возвращаясь к вопросу цифровых финансовых услуг, мы сейчас дорабатываем вопрос и, думаю, будет введено требование, что если организация оказывает услуги в дистанционной форме, то на главной странице должна быть кнопка, которая бы давала возможность человеку обратиться в надзорный орган. Человек должен до приобретения услуги понимать, куда и как он должен обратиться, если у него что-то случилось не так, если услуга оказана ненадлежащим образом, или человек был ненадлежащим образом проинформирован о сути услуги.

Итак, три вещи, которых мы добиваемся. Во-первых, новые технологии не должны создавать новых барьеров, но устранять предыдущие. Во-вторых, клиент должен быть достаточным образом информирован. И, в-третьих, клиент должен иметь возможность, когда он в виртуальном пространстве, отстоять свои права установленным законом способом так же, как он это может сделать в физическом офисе.

Как все знают, в силу вступает закон «О финансовом омбудсмене». С 3 декабря начинают в добровольном порядке присоединяться страховые компании. Постепенно, за три года весь финансовый рынок станет обязан использовать процедуру финансового омбудсмена.

Процедура обращения через финансового омбудсмена значительно проще для потребителя и позволяет решить вопросы в более короткие сроки. Мы думаем, что это также позволит нам увеличить защиту прав потребителя и поддержать добросовестных участ-

ников рынка.

Вопрос из зала: Я работаю в социальном секторе. Вы сказали о том, что есть закон, касающийся работы с инвалидами как потребителями. Это будет обязательное требование для всех финансовых институтов? Если да, то в каком временном диапазоне?

Юрий БОЖОР: В 181-ом законе о защите прав инвалидов есть положение о физической доступности. В частности, эти положения предусматривают, что организация, вновь создающая или капитально конструирующая офисы, обязана обеспечивать физическую доступность для людей с инвалидностью. То есть должны быть пандусы, кнопки, дверь должна открываться правильным образом и так далее.

Мы договорились полгода назад с министерством строительства, что все эти приспособления добавляются в объекты благоустройства, и теперь будет проще их согласовывать, исключены разные неприятные ситуации, особенно в регионах.

Мы хотели бы, чтобы в финансовых организациях, которые используют дистанционные каналы продаж, использовали эти каналы доступным способом. В частности, есть ГОСТ по доступности сайтов для людей с проблемами зрения. Мы сейчас дорабатываем его и скоро выйдет новая версия. Мы бы хотели в закон о правах инвалидов или какое-то другое законодательство внести единые поправки, которые обязывали бы финансовые организации обеспечивать инклюзивную среду.

На самом-то деле, если посмотреть 181-й закон, то там есть такое положение, что услуга должна быть оказана доступным способом. В принципе, если постараться, то можно в случае судебных прецедентов доказать, что организация, работающая дистанционно, обязана обеспечивать доступность. Сейчас очень многие банки идут нам навстречу. У нас есть рабочая группа, о которой я говорил. Фактически все крупные банки доработали свои мобильные приложения.

Это опять к вопросу этичного оказания если услуг, что даже стало темой конкуренции. Недавно известный банк, кичащийся своей клиентоориентированностью, доработал свое приложение, которое стало одним из лучших на рынке.

Я думаю, что отношение общества меняется. Очень надеюсь, что вскоре человек, когда будет выбирать банк, будет в большей степени принимать во внимание, какие социальные задачи решает банк, как он обслуживает инвалидов.

Но, кстати говоря, даже простое развитие эмоционального интеллекта персонала банка привлекает больше клиентов и повышает



рост клиентской базы. Например, известный английский банк добавил на сайт кнопку изменения размеров шрифта на всех страницах. За полтора месяца они получили 1,5% роста клиентской базы. Простой способ.

Поэтому мы будем стараться стимулировать. В прошлом году мы опросили все банки по исполнению наших рекомендаций. Рекомендации не обязательные. Сейчас мы делаем на этой основе некие баллы для поведенческого надзора. В декабре мы опять планируем направить запрос, что изменилось за год. Рейтинговые агентства строят рейтинги, в прошлом году рейтинг был очень хорошо проработан. Сейчас будет сделан рейтинг по мобильным сайтам. То есть мы движемся, так скажем, убеждением, а не принуждением.

Роман ПРОХОРОВ (модератор): Очень здорово, что профильный регулятор, Банк России, а не только Роспотребнадзор, понимает важность проблем защиты прав потребителей и доступности услуг.

Сергей ЗОЛОТУХИН: Если мы говорим о правах потребителя, то невозможно не затронуть вопрос защиты прав потребителей, тем более в новой, информационной среде, где совершаются платежи. Киберпреступность является достаточно новым явлением в интернет-среде, и зачастую мы видим только верхнюю часть айсберга. Все преступления готовятся в «подводной» части: ищутся исполнители, разрабатываются новые методы взлома. К сожалению, общество еще не

очень хорошо осознало проблему киберпреступности.

Киберпреступность – это организованные группы, у которых есть разделение труда. Кто-то делает атаки, проникает в сети, кто-то пишет вредоносный код, кто-то выводит деньги. То есть это сложные, организованные инфраструктуры, имеющие международный характер в связи с международным характером информационной среды.

И здесь возникает коллизия между локальным характером регулирования и глобальным характером киберпреступности.

Это достаточно большая проблема в мире, в том числе и в России. Хотел бы сказать, что в России это решается, я покажу, как. Причем, движение идет в самых разных направлениях.

Мы, компания Group-IB, пытаемся заглянуть в мир киберпреступности, увидеть готовящиеся преступления, поскольку знания о методах и приемах действий киберпреступников позволяют не реагировать на преступления, не учитывать их в статистике, принимать меры и разрабатывать новые пути борьбы с ними, а эти преступления предотвращать и пресекать.

Антивирусы не помогают

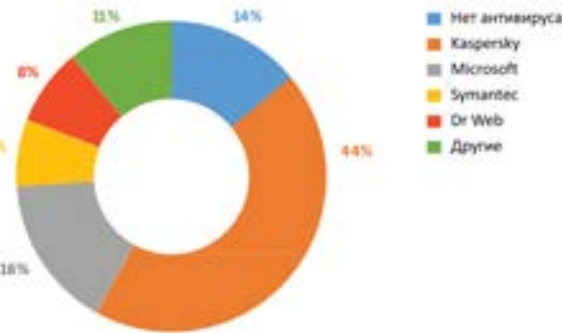
86%

компьютеров в ботнетах имеют установленное антивирусное средство

1.5M

компьютеров в России заразил ботнет Carberg

Использование антивирусов на заражённых компьютерах



Фишинг – самая массовая угроза

80%

фишинга приходится на следующие категории

- финансовые сервисы
- облачные хранилища
- почтовые сервисы

3 : 1

соотношение количества жертв фишинга к количеству жертв банковских ПК и Android троянов

Адреса для сбора логинов и паролей

gmail.com	80%
yahoo.com	6%
yandex.com	5%
hotmail.com	3%
outlook.com	1%
mail.com	1%
aol.com	1%
mail.ru	1%
other	3%

Фишинговые сайты по категориям



Android трояны – основная угроза для клиентов банков

Все новые банковские Android трояны созданы русскоговорящими разработчиками

Схемы хищений

- Хищение через SMS банкинг
- Переводы с карты на карту
- Переводы через интернет-банкинг
- Перехват доступа к мобильному банкингу
- Поддельный мобильный банкинг
- Покупки с помощью Apple Pay

Тотальная автоматизация

Либо полностью автоматизированное хищение, либо хищение «одной кнопкой»

Трояны под SMS банкинг (только в России)

Agent.SX
Flexnet
Agent.BiD
Granzu
Cron
Fakeinst.FB
Optake.A

Трояны с веб-фейками (Россия)

Limebot
Honit
Asucub
Agent.BiD
ApiMaps
Cron
Tiny.z

Трояны с веб-фейками (мир)

Maza-in
Alien-bot
Catelites Android Bot
Instant VBV Grabber
Eany
UfoBot
Relio
Loki
Red Alert
Vavys Bot
EkoBot
Reich
Marcher
Skunk
Abrvall
Xbot
GMBot
Spy.agent.SI

Антифрод нового поколения

Secure Bank

загружается вместе с веб-страницами банка, выявляет банковские трояны, несанкционированное удаленное подключение, фишинг/фарминг-атаки, проникновение через 0-day уязвимости и множество других индикаторов подготовки мошеннической схемы на стороне клиента

Антифрод

- не выявляет подготовку к проведению мошеннического платежа
- анализирует транзакции, а не сессии, срабатывая уже после приема мошеннического платежа
- оставляет мало времени на принятие решения



К сожалению, технологически сейчас мы отстаем. Антивирусы не работают. Сегодня уже говорилось, что антивирусы не мешают проводить хищения злоумышленникам. Звучал также тезис о том, что фишинг очень сильно распространен, и это та тема, где киберпреступники используют человеческую слабость. Каждый 10-й посетитель фишингового сайта вводит свои данные, предоставляет карты, переходит по ссылке. С этим надо работать, хотя тренд к снижению таких случаев есть. Роман Прохоров указал, что снизился объем мошеннических операций примерно раза в 3. Тем не менее, за счет роста базы и количества подключаемых клиентов, использующих смартфоны, использующих интернет-технологии, проблема остается, как никогда, актуальной.

Еще один момент, связанный с распространением мобильных технологий. Злоумышленники давно освоили приемы хищения с компьютеров у частных лиц, у юридических лиц, у банков. Эти знания они применяют для атак на массово распространенные мобильные устройства. Суммы хищения меньше, но объем гораздо больше.

Надо заметить, что Россия является одним из ключевых регионов происхождения угроз. Это действительно так. Мы не очень любим, когда говорят «русский хакер» и поправляем: «русскоязычный хакер». Так правильнее говорить, имея в виду, что, во-первых, это не только русские, но все, кто говорит на русском языке, то есть весь бывший СНГ – Россия, Украина, Казахстан. И, второй момент, организованная киберпреступность – имеющая разделение труда среда, и люди, которые пишут код, не делают преступления сами. Они код перепродают, ищут исполнителя, размещают заказы, принимают заказы, размещают объявления на теневых форумах

о продаже новых вредоносных программ. И, да, хищения происходят действительно с использованием вредоносных программ, которые написаны в России, но используются они другими группами и по всему миру. Поэтому очень важно исследовать преступность в регионе, где она происходит, откуда распространяется по миру.

Мы занимаемся киберразведкой, следим за преступниками в местах их естественного обитания – в теневом интернете. Мы используем ручные технологии анализа и выявления преступников и понимаем, что очень важно не просто осознание обществом, что проблема существует, но и поиск путей решения этих проблем. Это и повышение информированности, обучение людей, которые отвечают за информационную безопасность, и развитие правовых механизмов регулирования в обществе, и развитие технологий, которые позволяют выявлять и предотвращать атаки на ранней стадии.

Очень важная тема – кто защитит пользователя. Сегодня мы обсуждали, что банк часто пытается отстоять свои права, доказать, что он не виноват в том, что произошло хищение. Обсуждалось хищение в Мексике – яркое проявление международного характера преступности и локального характера регулирования. И тут очень важно, если говорить о защите прав потребителей, на государственном уровне понять проблему, что пользователь не защитит себя сам.

Защита граждан – это одна из функций государства, в том числе, и в новой среде, интернет-пространстве.

К счастью, мы видим огромные шаги в этом

направлении с точки зрения регулирования: появление ФинЦЕРТ, появление 167-ФЗ с возможностью останова операций при признаках мошеннических платежей. Многие банки внедряют технологии, которые позволяют выявлять мошенничество на стороне клиентов на ранней стадии.

Я расскажу буквально в нескольких словах, насколько это отличается от традиционных антивирусов или других традиционных средств защиты. Речь идет об антифрод-новом поколении, который не требует установки на устройство клиента, не требует обновлений, настроек. Это небольшой код, который загружается на компьютер вместе со страничкой интернет-банка или платежной системы и отслеживает признаки устройства и поведение пользователя. Если устройство подменено, этот небольшой Java-скрипт сообщит об этом в антифрод-службу. Если произошла инъекция вредоносного кода, то программа, работающая вместе с кодом портала, сообщит и об этом. Или если видны признаки удаленного управления (а клавиатурный почерк у каждого человека разный, как и характер движения мышки). Около 30-ти или даже 50-ти признаков могут позволить идентифицировать то, что за компьютером иной человек, при этом, не влезая в тему персональных данных, просто по характеру поведения человека с устройством.

Что это дает. Классический антифрод работает в тот момент, когда нажата кнопка «провести» платеж и остается очень мало времени на принятие решения. В нашем же случае контроль начинается с того момента, когда человек вошел на сайт. Его поведение начинает исследоваться в тот момент, когда он только переходит между окнами, вводит данные. И уже в этот момент есть возможность вывести рейтинг, оценку потенциальной опасности сессии и уведомить пользователя, прервать сессию или предпринять другие шаги, в зависимости от того, какой стратегии придерживается банк.

Такое решение работает в Сбербанке и защищает более 50 миллионов пользователей – частных лиц, и больше 10 млн юридических лиц. Это наш открытый кейс-референс. Такие технологии внедряются еще в нескольких банках, о чем я, правда, не могу говорить, так как этот референс не является открытым. Тем не менее, я приглашаю всех познакомиться с нашим решением, мы готовы показывать, рассказывать, как мы работаем. И уверен, что совместными усилиями регуляторов, бизнеса, который осознает необходимость защиты своих пользователей, и самих пользователей в части повышения грамотности, гигиены, эта проблема будет решаться и, как видите, она решается.

В завершение хотел предупредить, завтра «черная пятница», распродажи в интернете.

Будьте внимательны: мы выявили четыре сайта, подделывающихся под Алиэксспресс, и еще 200 сайтов, маскирующиеся под популярные бренды. Если вы будете покупать в интернете сегодня или завтра, будьте особенно внимательны.

Вопрос из зала: При регистрации на booking.com гостиница обязательно просит ввести данные карточки с CVV кодом. Я, естественно, не ввожу. Это нормальное требование или это мошенническое действие со стороны booking.com? Обязательно ли вводить эти данные: номер карты, срок действия, как написана фамилия, и код CVV?

Сергей ЗОЛОТУХИН: Про booking.com не могу рассказать.

То решение, о котором я говорил, может, конечно работать и на порталах электронной коммерции, в том числе, booking.com, авиа-перевозчиков, любых других. И мы выступаем за то, чтобы такие технологии внедрялись.

В Европе есть регулирование для защиты персональных данных – GDPR, но риски остаются и хорошо, что мы их осознаем. На мой взгляд, вообще садись за компьютер, как в лес идешь: шапку надел, репелленты использовал, резиновые сапоги надел, потому что понимаешь, что есть риски. У компьютера точно также есть некоторые риски.

Вопрос из зала: Я совершенно не профессионал в этой теме, но слышала, что продукцией компании Apple пользоваться безопаснее, чем операционной системой Android. Ваше мнение на этот счет?

Сергей ЗОЛОТУХИН: Действительно, это так. Количество атак на устройства Android гораздо больше, чем на устройстве Apple. Это связано с архитектурой решений. Сейчас Apple более безопасен. Но мы понимаем, что как только российская бухгалтерия, основная масса бухгалтеров будет работать на Apple, злоумышленники сделают все, чтобы организовать и автоматизировать хищения, в том числе и на этой платформе. Поскольку для них главное – финансовая мотивация.

Комментарий из зала: Я хотел добавить по поводу платежей на сайтах. Когда у вас запрашивают CVV-код, в обязательном порядке проверьте сертификат, по которому работает страница. Сверху страницы всегда есть значок. И в зависимости от того, что будет в этом сертификате, принимайте решение, вводить код или нет.

Вопрос из зала: Сергей, в какой-то момент доклада вы сказали, что пользователь не сможет защитить себя сам. Уточните, пожалуйста, кто должен это делать?

Сергей ЗОЛОТУХИН: Может, это прозвучало достаточно императивно и правильное ска-

зать, что пользователю скорее сложно защитить себя самому. Здесь появляется вторая сторона, с которой пользователь взаимодействует, например, банк, или портал госуслуг, или коммерческий портал, который должен понимать, что, чтобы сохранять пользователя и свою репутацию, нужно защищать своего пользователя. Заботиться о своем пользователе – это нормально. И, мне кажется, государство должно выступить в данном случае на стороне пользователя, поскольку это задача государства – обеспечивать безопасность, предотвращать правонарушение в интернет-среде.

Вопрос из зала: Правильно ли я понимаю, что представленная вами система работает только на веб-интерфейсах? То есть, условно, в банк-клиенте, когда я сам ввожу на сайте какую-то карточку, эта система уже не работает?

Сергей ЗОЛОТУХИН: Если вы работаете через интернет-портал, эта система работает.

Вопрос из зала: Вы видите какие-то такие же самообучающиеся системы, интеллектуальные технологии в системах без веб-интерфейса, когда речь идет о классическом банк-клиенте, об автоматизированной работе платежной системы Банка России?

Сергей ЗОЛОТУХИН: Да, в этом случае мы используем технологии сетевого анализа, выявляем коммуникацию потенциально зараженной машины с командным центром злоумышленника.

Когда злоумышленник получил контроль над рабочим местом бухгалтера и пытается установить программу, которая подменит реквизиты платежа, мы можем выявить не только загрузку самой программы безсигнатурными методами, без антивирусов, но и на поведенческой основе. Программа запускается на отдельной виртуальной машине, до того как поступит на целевой компьютер, и по поведенческим признакам выносится вердикт о ее вредоносности. Например, программа запросила языковую версию, какие интернет-браузеры стоят на компьютере, зачем-то обратилась к памяти, еще что-то сделала. Это свидетельствует о том, что программа вредоносна, и что она ведет себя не как офисный документ.

Мы умеем выявлять коммуникацию, когда компьютер только заражен и только обращается к командному центру: что мне сделать, какую программу загрузить. Мы эти коммуникации можем выявить, и это совсем другие технологии, работающие на уровне защиты сети и инфраструктуры конкретной организации.

Вопрос из зала: Сколько вашему решению требуется времени на обучение? Допустим,



я вошел на тот же booking.com, загрузился Java-скрипт, я для него новый пользователь, как быстро он определит, где работаю я, а где, возможно, перехвачено?

Сергей ЗОЛОТУХИН: Сначала программа определит, что появился новый клиент с нового компьютера. И когда вы в следующий раз будете заходить, то тогда, со следующего сеанса и начнется сравнение. В первом сеансе ведется контроль, если вдруг злоумышленник делает инъекцию в код, подменяет код программы для того, чтобы переводить деньги. Тоже одна из схем мошенничества.

Роман ПРОХОРОВ (модератор): Юрий Божор в своем вступлении от лица регулятора упомянул тему доступности услуг, в том числе, для инвалидов. Следующие два доклада посвящены этой теме.

Елена МАРТЫНОВА: Я представляю инклюзивный проект Everland, в котором работают люди с разными видами инвалидности. Наша команда на 90% состоит из таких специалистов. Это люди с абсолютно разными ограничениями – слух, зрение, опорно-двигательный аппарат, но они зарабатывают вполне рыночные деньги.

Мы столкнулись с проблемой, что человек, зарабатывая деньги, не может их потратить, потому что среда, услуги и инфраструктура

зачастую недоступны. И тогда у таких людей возникает вопрос, для чего работать и зарабатывать. И рынок не видит таких клиентов, потому что они не зарабатывают и не платежеспособны.

Мы решили провести исследование, которое называется «Disquestion» (образовано от «disability» и «question»), то есть неудобные вопросы о доступности сферы услуг. Целью исследования было понять, что сегодня является камнем преткновения и попробовать этот камень подвигать, чтобы люди с разными видами инвалидности все-таки могли получить реальный доступ к разным услугам.

По статистике, у нас по очень скромным подсчетам 13 млн людей с разными видами инвалидности, которые имеют «розовую справку», а всего порядка 40-70 млн относятся к маломобильным и временно потерявшими возможность передвигаться.

Мы рассмотрели 6 сфер, каждая из этих сфер является ключевой, подход был комплексный. Мы хотели попробовать выявить, что происходит внутри каждой сферы, и попробовать найти специфику, чтобы дальше предложить бизнесу возможность для диалога. То есть наша задача, скорее, не навязывание мер для регулятора, не призыв к ответственности, а именно попытка диалога.

Исследование было завершено в сентябре этого года, у нас было большое обсуждение,

где участвовали представители разных секторов, крупные игроки рынка.

Мы увидели, что из-за кризиса интерес к обсуждаемой клиентской аудитории растет, то есть, бизнес начинает смотреть в эту сторону.

Digital дает возможность делать доступность дешевле. Речь уже не только про пандусы, а про архитектуру услуги.

И под «дизайном» здесь подразумеваются не только средства доступа, кнопки, тактильная плитка и подобное, а дизайн услуги в целом.

Исследование проходило в несколько этапов. В первом, экспертном этапе мы определили критерии и попробовали замерить их внутри каждой сферы. Было выделено шесть критериев. Поскольку сферы разные, в каких-то сферах одни критерии имеют ключевое значение, в каких-то являются вторичными, и наоборот.

Своей главной задачей мы видим содействие реальным изменениям. Не рейтинги, не требования регулятора, потому что мы все знаем про пандусы, которые установлены, но абсолютно недоступны. Здесь скорее вопрос взаимного интереса.

В опросе участвовали 27 экспертов – люди с разными видами инвалидности, представители разных экспертных организаций. Кроме того, в рамках онлайн-опроса, который являлся частью исследования, приняло участие достаточно большое количество как лю-

EVERLAND

ИНКЛЮЗИВНЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ | РАБОТАЕТ С 31 АВГУСТА 2016 ГОДА

ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ РЕАЛИЗОВАТЬСЯ В ПРОФЕССИИ

В проекте работают и стажировются люди с разными нозологиями из разных регионов России и стран СНГ. Они составляют 90% нашей команды

Сегодня это 46 человек – дизайнеры, контент-специалисты, веб-разработчики, юристы, интернет-маркетологи. Наша команда оказывает услуги бизнесу и НКО

DisQuestion:

Экономика универсального дизайна

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

DisQuestion – первое открытое исследование доступности услуг для людей с разными видами инвалидности

- Disability (англ) инвалидность, нетрудоспособность, неспособность, бессилие, неправопоспособность
- Question (англ) вопрос, проблема, сомнение

Цель исследования состоит в выявлении проблем и поиске возможных решений в обеспечении доступности услуг в разных сферах потребителям с разными видами инвалидности

Данные Минтруда России, исследование РАНХиГС, 2014-2016

40 млн

людей с ограничениями здоровья

13 млн

людей с инвалидностью

РИТЕЙЛ

БАНКИ

ЖИЛЬЕ И ИНФРАСТРУКТУРА

ТУРИЗМ

МОБИЛЬНАЯ СВЯЗЬ

HORECA

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- выявить реальные потребности клиентов с инвалидностью
- оценить ситуацию в сфере услуг в России в 2018 году
- организовать открытое обсуждение проблем и возможностей их решения
- сформировать рекомендации для потребителей с инвалидностью, представителей бизнес-сообщества, государственных органов контроля и законодательного регулирования

Исследование носит открытый характер. Это значит, что каждый потребитель с инвалидностью может высказать свое мнение и внести вклад в его результаты

ЭТАПЫ

1

декабрь 2017 – апрель 2018 комплексная экспертная оценка

2

май - август 2018 онлайн-опрос и обсуждение с широкой аудиторией на площадке медиа TheQuestion и в других СМИ

3

сентябрь 2018 подведение итогов, рекомендации к изменению ситуации

DisQuestion: Экономика универсального дизайна

При оценке доступности каждой из сфер услуг учитывались следующие критерии:

- доступность **онлайн-инфраструктуры** – сайт, мобильное приложение
- доступность **оффлайн-инфраструктуры**
- наличие дистанционных и **специализированных услуг**
- наличие и адаптированность **специальных тарифов и предложений**
- внутренняя политика и **обучение персонала**
- комплексность и **системность** подходов к работе с данной категорией клиентов

В каждой из сфер эксперты выделили:

- **ключевые факторы**, обеспечивающие реальную доступность услуги
- **дополнительные факторы**, влияющие на доступность услуги, но не являющиеся ключевыми для потребителей с инвалидностью

Сферы, выбранные экспертами на первом этапе исследования, относятся к наиболее востребованным в повседневной жизни любого человека – мобильная связь, банки, продуктовые магазины, туризм, жилье и инфраструктура, кафе и рестораны

DisQuestion:
Экономика универсального дизайна

НАША ЗАДАЧА – СОДЕЙСТВОВАТЬ
РЕАЛЬНЫМ ИЗМЕНЕНИЯМ

27
экспертов

люди с разными видами инвалидности, представители НКО и бизнеса

45
вопросов

комплексный подход, только то, что важно для самих клиентов с инвалидностью

839
участников
онлайн-опроса

люди с инвалидностью и их родственники ответили на 26 вопросов

Общественные слушания в Общественной палате Российской Федерации
«Обеспечение доступности сферы услуг для людей с разными видами инвалидности»

15 мая 2018г.
Москва

Общественная палата
Банк России
Роспотребнадзор
ИКОМ России
Ассоциация «Финансовые инновации»
Национальная платежная Ассоциация

Колесо обозрения
Everland
Банк «Открытие»
ПАО Вымпелком
ВкусВилл
БФ «Действуй!»
Бюро:Установка

ОРГАНИЗАТОРЫ | ПАРТНЕРЫ | СПИКЕРЫ

дей с инвалидностью, так и их родственники, которые сталкиваются с проблемой.

Мы провели два больших мероприятия. Одно из них – в Общественной палате, когда было обсуждение с представителями рынка и Банка России. Затем провели «opentalk», где тоже было много спикеров и экспертов. Мы увидели абсолютно разные практики.

Самая интересная часть – это результаты экспертной оценки. Эксперты посмотрели все сферы, выделили ключевые вещи в архитектуре услуги, которые влияют на доступность и критически важны для людей с разными видами инвалидности, и те, которые вторичны, то есть, желательные, но необязательные требования. Например, доступность офлайн-инфраструктуры банков и наличие специальных адаптированных тарифов и предложений – это вообще не важно. В каждой сфере картина была разная.

В ходе исследования возникла ситуация, что представители одних сфер положительно отреагировали и охотно шли на контакт, им было очень интересно обсуждать доступность, различные критерии. Это, в частности, ритейл, банки, телеком, туризм. Но представители HoReCa и Development заняли в некотором роде нейтральную позицию. Здесь мы встретили очень осторожное отношение в связи с тем, что другим клиентам может быть «не очень приятно», когда придут люди с инвалидностью, хотя исследование показывает, что люди с инвалидностью могут быть

Критерий	Банки	Мобильная связь	Ритейл	Туризм	HoReCa	Девелопмент
доступность онлайн-инфраструктуры – сайт, мобильное приложение						
доступность офлайн-инфраструктуры						
наличие дистанционных и специализированных услуг						
внутренняя политика и обучение персонала						
комплексность и системность подходов к работе						
наличие и адаптированность специальных тарифов и предложений						
Общая оценка доступности по мнению экспертов	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
1 место	Тинькофф Банк	Билайн	Вкусвилл	Cosmos Group	*	*
2 место		МТС	Перекресток / Азбука вкуса	Park Inn / Amaks	*	*
Основная сложность	Дистанционные услуги	Разные каналы коммуникации	Помощь персоналу	Доступность офлайн-инфраструктуры для людей с инвалидностью	Обучение персонала	Доступность интернет-услуг клиентов с ограниченными возможностями

Критерий не адаптированность
 Адаптированность нежелательна
 DisQuestion ЭКОНОМИКА УНИВЕРСАЛЬНОГО ДИЗАЙНА

* Оценка отдельных участников рынка не проводилась
 Все исследование на www.dsq-exland.ru



Банки

Результаты экспертной оценки

Оценивались кредитные организации, которые **преимущественно** работают с клиентами с инвалидностью – Сбербанк, ВТБ (более 90% клиентов данной целевой группы)

По итогам экспертной сессии было предложено также включить в исследование Тинькофф Банк, как кредитную организацию, работающую в онлайн-модели

Основная проблема, выявленная нами в рамках первого этапа исследования в этой сфере, – невозможность получить дистанционно отдельные услуги или помощь в экстренных ситуациях в банках, которые преимущественно работают с данной категорией клиентов – Сбербанке и ВТБ.

При этом такого рода проблемы наблюдаются для потребителей со всеми видами инвалидности.

Вместе с тем, на примере Тинькофф Банк мы увидели: организовать доступность возможно и все перечисленные проблемы могут найти свое решение.

Из положительных аспектов можно отметить адаптированность сайтов и мобильных приложений банков для программ голосового доступа, которыми пользуются люди с проблемами зрения на компьютерах и мобильных устройствах.



Банки

Результаты экспертной оценки

На реальную доступность услуги влияет

- доступность онлайн-инфраструктуры – для всех видов инвалидности
- наличие дистанционных и специализированных услуг
- комплексность и системность подходов к работе с данной категорией клиентов
- внутренняя политика и обучение персонала

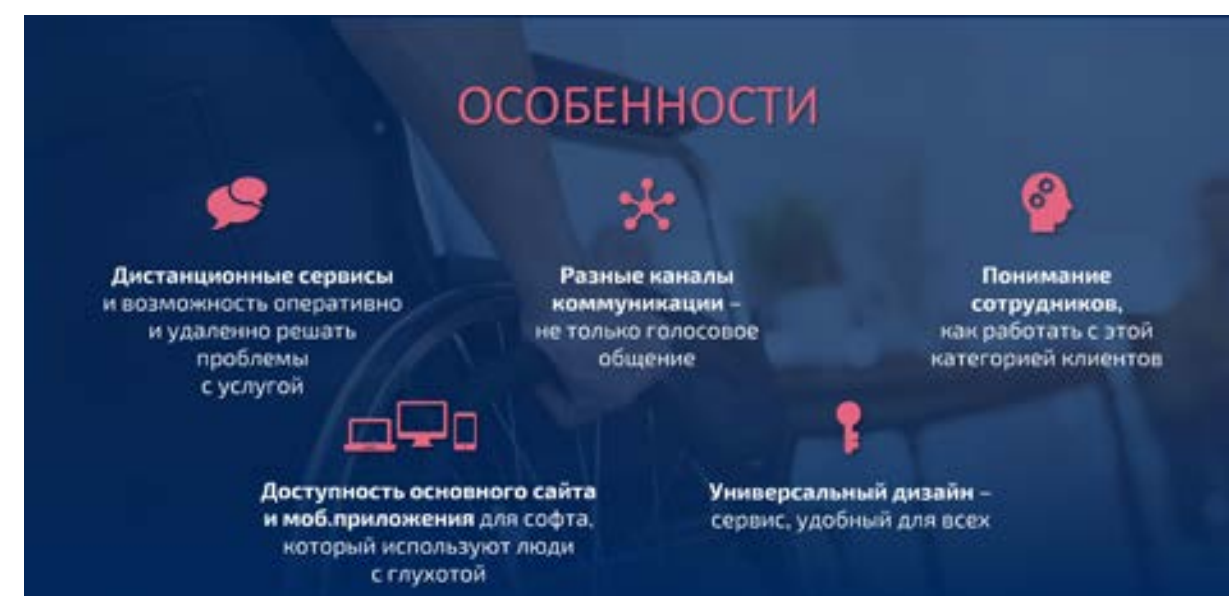
Дополнительный критерий

- доступность офлайн-инфраструктуры
- наличие и адаптированность специальных тарифов и предложений

Доступность банков для людей с инвалидностью без посещения офиса

	Заявка и переводы карт	Оплата услуг, открытие счетов и депозитов	Привоз карт и других вещей	Решение кредитных запросов	
Тинькофф Банк					
СБЕРБАНК					
ВТБ					

Доступность банковских услуг ★★★★★



ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Бизнес чаще всего **не видит** данную категорию клиентов

При разработке и оценке доступности инфраструктуры и сервисов **редко** привлекается сама ЦА

Наиболее сложная ситуация в инфраструктуре и жилье – **ключевой сфере**

Сегмент HoReCa скорее с **опасением** реагирует на эту категорию клиентов

DisQuestion: Экономика универсального дизайна

СОЗДАНИЕ СКРИПТОВ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ КЛИЕНТОВ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ

1 декабрь 2018 – январь 2019
проведение фокус-групп и встреч с ЦА

2 формирование 4 скриптов по комплексному обслуживанию клиентов с инвалидностью для компаний из сферы услуг

3 конец февраля 2019
подведение итогов и публикация результатов

очень даже платежеспособным и могли бы быть интересным клиентским сегментом.

В связи с тематикой форума я остановлюсь только на результатах работы по банкам. Возвращаясь к критериям доступности, ими являются: онлайн-инфраструктура для всех видов инвалидности, наличие дистанционных и специализированных услуг, комплексность, наличие понимания специалистов, как работать с этой целевой аудиторией. Доступность онлайн-инфраструктуры и каких-то скидок, специальных подходов, тарифов для инвалидов – это все вторичные вещи.

В каждой сфере мы попробовали оценить как в целом ситуацию, так и попробовали выделить отдельных игроков рынка. Везде это было по-разному, абсолютно разная картина. Среди кредитных организаций мы выбрали две, которые преимущественно работают с данным клиентским сегментом и заявляют об этом, – Сбербанк и ВТБ. Кроме того, по результатам обсуждений с экспертами решили включить еще и Тинькофф.

В ходе исследования мы увидели, что кредитные организации пока видят доступность очень сегментировано. Нет понимания ар-

хитектуры услуги и нет понимания запроса клиента с точки зрения логики. Например, доступна ли сегодня для людей с инвалидностью платежная карта. В целом, да: люди со слепотой могут прикладывать карту к терминалу и что-то оплачивать, люди с глухотой тоже могут это делать, люди с проблемами передвижения могут оплачивать в интернете. Но если мы посмотрим, на такие простые вещи, как заказ и перевыпуск карты, ее получение, например, если ты не ходишь, это большая проблема.

Такая простая операция, как привязка к карте другого номера телефона, от людей с инвалидностью зачастую требует похода в банк, а для них это большая проблема. Или решение возникших сложных ситуаций через дистанционные каналы: если у тебя проблемы со слухом и ты видишь мошенническое списание по своей банковской карте, то ты не можешь ее заблокировать, потому что ты не можешь позвонить в колл-центр. (На момент проведения исследования кредитные организации не предоставляли возможность делать это через чат. В Сбербанк и ВТБ ситуация, насколько я знаю, сейчас меняется).

При слепоте, получая карту с пин-конвертом, ты не можешь никак, кроме как передав конверт третьему лицу, активировать и использовать ее. Клиенты хотят видеть сервис комплексным.

Самая основная сложность – всегда присутствующая зависимость от третьих лиц. Люди с инвалидностью – такие же люди, как каждый из нас. Они не обязательно должны ходить с сопровождающими. Они работают и за свои деньги хотели бы просто получать обычную услугу, как каждый из нас, и имеют на это право.

Очень коротко результаты онлайн-опроса. Ключевой миф, что люди с инвалидностью привязываются к одному поставщику услуги и потом никуда не мигрируют. Это не так, они готовы менять кредитную организацию.

Люди с инвалидностью хотят путешествовать и хотят сделать это со своей семьей, а не организованными группами на колясках и т.п. Главное, что они платят за это и готовы платить. И готовы ходить в кафе и рестораны, но, опять же, не группами по одной нозологии, а со своей семьей и своими друзьями.

Выводы, которые мы сделали по итогам исследования. Дистанционные сервисы – это очень важно. Важно иметь возможность

быстро решить проблему, получить карту на дому. Если, например, у тебя ДЦП, и ты пишешь ногами, но работаешь и зарабатываешь (и таких людей достаточно много), то поездка в банк по какой-то сложной ситуации для тебя целый квест. Нужно вызвать социальное такси, заплатить за него большие деньги, приехать в банк, подписать ногами бумаги и вернуться обратно. Таких клиентов достаточно много, и кредитная организация, если не учитывает такие ситуации, ставит такого клиента, платящего ей деньги, в заведомо сложную ситуацию. С другими нозологиями примерно такая же картина.

Понимание сотрудников, как работать, это тоже очень важный момент.

Универсальный дизайн, когда продукт доступен для всех и когда вы не выделяете инвалидов в отдельную категорию. Когда они могут пользоваться, приходить в кафе со своим родственниками, путешествовать точно также, как любой из нас.

И готовая инфраструктура, отзывчивость ее в программах экранного доступа. То есть не нужно создавать специальные сайты, нужно использовать то, что есть сейчас, оно просто должно быть доступно.

Относительно кредитных организаций в качестве проблемного момента я бы еще, наверное, добавила понимание комплексности. Когда ты держишь деньги в кредитной организации, то кредитная организация ставит тебя в зависимость от себя. И если ты не можешь получить свои деньги в какой-то сложной критической ситуации, то это повод подумать, потому что этот клиент заранее поставлен в уязвимую ситуацию.

Мы приступаем к следующему этапу исследования. Одним из партнеров исследования выступила Ассоциация Финансовые инновации, большое спасибо Роману Прохорову. Мы приступаем к разработке скриптов, которые можно будет использовать в дальнейших исследованиях, они будут открыты. Всех приглашаем интегрироваться в эту работу. Информация доступна на сайте Ассоциации и Everland.

В конце я хотела бы показать ролик про клиента, который является заложником описанной сложной ситуации. Этот ролик мы готовили по результатам исследования.

Текст видеоролика:

- Если я не слышу, это не значит, что мне не нужны услуги. Я не хочу привлекать родственников и друзей к решению своих проблем.
- Слепота не может быть ограничением для активной жизни, она не мешает мне трудиться, самостоятельно делать по-

купки, путешествовать и вести активный образ жизни.

- Каждого из нас в детстве раздражало, многих бесило, что родители нам всегда помогают, что мы не можем самостоятельно что-то достать, что-то сделать. Так вот, для меня положение людей с инвалидностью это некое детство, когда нам постоянно нужны какие-то помощники. Но я могу и хочу все делать самостоятельно. Нужно только создать доступную среду.
- Когда вы попадаете в сложную жизненную ситуацию, например как у меня, рак гортани и потеря голоса. Может случиться так, что вы не сможете подтвердить платеж банковской картой и вас заблокируют.
- Мне кажется, абсолютно нормально, если человек, любой человек заплатил какую-то денежку и получил услугу в том объеме, в котором она оказывается вообще за деньги или, может, она совсем бесплатна. Он тоже должен ее получить в том объеме, в котором все люди получают, не важно, с инвалидностью этот человек или без.

Доступность услуг – это важная тема для каждого из нас, даже для тех, у кого все в порядке со здоровьем. Это просто несправедливо, когда человек, получив инвалидность или имея ее с самого детства, оказывается выключенным из среды.

Наше исследование это не только попытка выявить узкие места, но еще и возможность показать бизнесу, что с инвалидностью можно работать, что это клиенты, которые хотят получать услуги. Давайте все вместе посмотрим на эту целевую аудиторию и попытаемся понять, как быть взаимополезными.

Роман ПРОХОРОВ (модератор): Елена, действительно, делает очень важное дело. Исследование, которое было проведено ее командой, действительно первое в России, с учетом тех секторов, которые были проанализированы. Самое главное, что оно было проведено силами людей с инвалидностью. В нем не просто кто-то оценивает, что для инвалидов будет лучше, а что хуже, а сами инвалиды это делают, и это повышает репрезентативность исследования.

Валерия ЮРТАЕВА: Я, с вашего позволения, так же, как и Елена, расширю границы рынка платежных услуг до рынка финансовых услуг.

Елена уже коснулась статистики. Каждый третий житель нашей страны либо человек с ограниченными возможностями здоровья, либо маломобильный гражданин. При этом это потребители финансовых услуг, которые имеют абсолютно такие же права, как и любой другой потребитель, на качественное оказание услуг.

Термин «доступная среда» в настоящее время является неотъемлемой частью бизнес-процессов многих структур, в том числе банковского сектора. Но, к сожалению, акцент большей частью делается на организацию физической доступности в части архитектурно-пространственных решений, организации пространства.

При этом не менее важной составляющей является ментальная доступность – понимание сотрудниками организаций, как нужно общаться, взаимодействовать с такого типа клиентами. Каждый третий житель страны требует повышенного внимания, но не буквального внимания, а внутренней работы сотрудника со своими коммуникативными и психологическими навыками.

Банк России закрепил необходимость усиления коммуникативного блока в части реализации финансовых услуг в таких документах, как Дорожная карта повышения доступности и в Информационном письме. И хотя некоторые банки уже реализуют данные меры, но воспринимают они их как меры рекомендательного характера.

Летом НАФИ представило исследование по доступности российских банков для людей с ограниченными физическими возможностями. Хотелось бы обратить внимание, что в нем основными проблемами как раз были обозначены те вещи, которые к большей части относятся к организации пространства. Например, отсутствие адаптации отделения под потребности людей, недоступность входа, отсутствие контрастных маркировок, звуковых пультов и так далее. Поэтому в настоящее время мы дополняем вместе с коллегами из НАФИ данное исследование и будем внести туда как раз коммуникационный блок.

К примеру, в проведенном исследовании анализируются данные по точкам контакта с банком по направлениям: визит на сайт, визит в банк, звонок в колл-центр, но отсутствует блок, как сотрудник взаимодействует с клиентом.

В настоящее время на рынке существуют инструменты, которые помогают сотрудни-



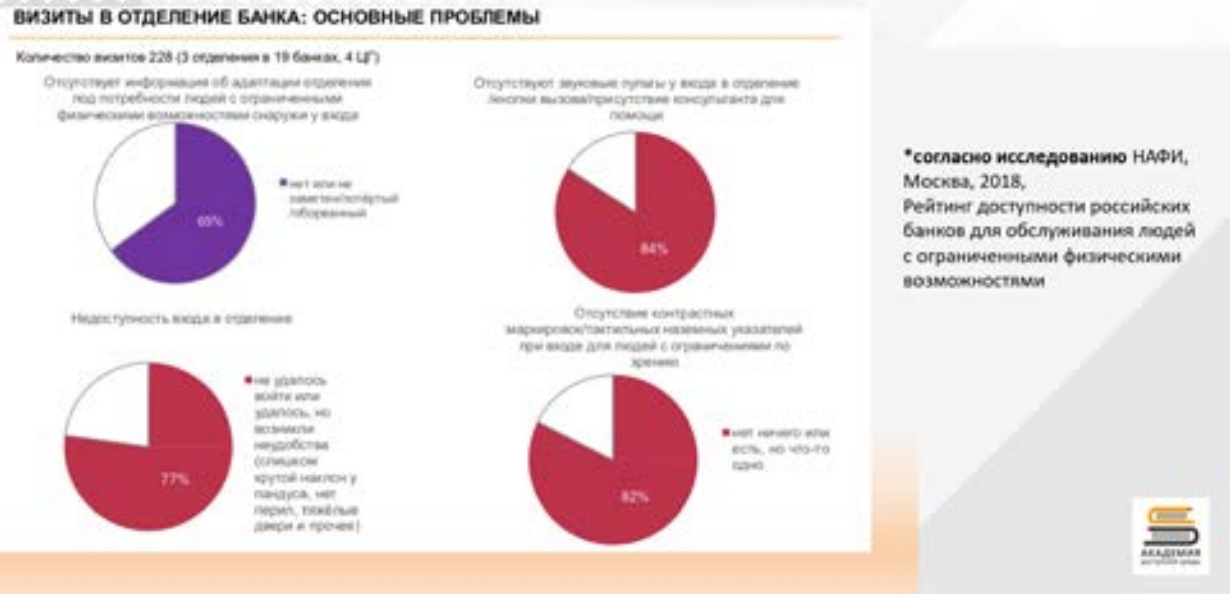
кам пройти обучение. Например, информационный портал дистанционного обучения персонала по взаимодействию с такого типа клиентами. Портал имеет модульную структуру и учит персонал навыкам корректного общения.

Важно понимать, что такие инструменты для рынка есть, их можно активно использовать для создания доступной среды и они обладают всеми качествами цифрового продукта. В настоящее время обучение по такому формату прошли уже восемь субъектов Российской Федерации в пяти федеральных округах.

Это представители разных секторов рынка: банковский сектор и ритейл, аптеки, государственные учреждения. Сейчас мы сотрудничаем в этом направлении с волонтерскими движениями, со спортивными объектами.

В заключении хотелось бы сказать, что коммерческий сектор очень часто воспринимает решение данной социальной задачи как издержки. А я хотела бы обратить ваше внимание на позитивную составляющую: данная категория клиентов, как правило, самые верные клиенты. Если такому клиенту понравится, как оказана та или иная услуга, то

Доступная среда в российских банках*



или иное отделение банка, то он будет очень лояльным.

Юрий ВОРОНЕНКОВ: Я возглавляю Фонд развития финансовой грамотности, и мы работаем с регионами России.

В ноябре я вернулся из Новосибирской области, где мы с полпредом и с замгубернатора ездили в поселок лесорубов, который находится в 300 километрах от Новосибирска. За годы после перестройки и прочих изменений оттуда ушла Почта, ушел Сбербанк и прочие. Там живут триста человек. Они устроили бунт, дописались до полпреда в Новосибирск с вопросом, зачем над ним «издеваются с помощью пластиковых карт».

Дело в том, что леспромхоз переводит им зар-

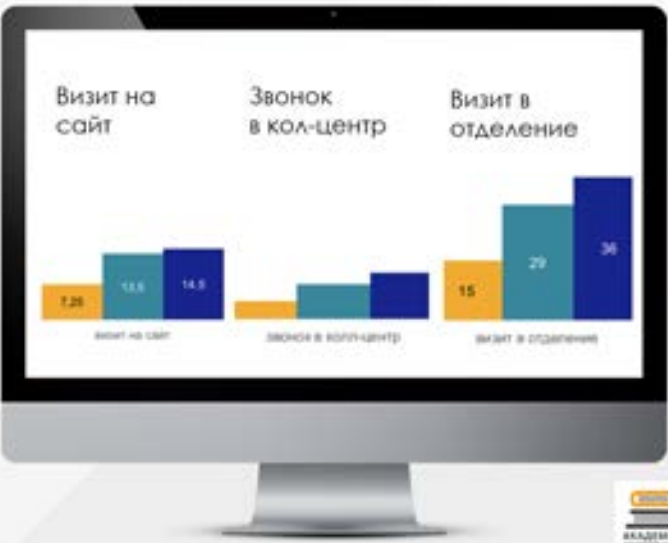
плату на пластиковые карты, а ближайший банкомат находится в городе Новосибирск. Мобильного интернета нет – мобильной связи в поселке нет. Я попытался с компьютера главы поселения войти в электронную почту и 40 минут ждал подключения – такой там модемный интернет.

Если мы посмотрим статистику, то 66 млн человек живут вне зоны мобильного интернета, в населенных пунктах с населением меньше 100 тысяч человек. По программе Минкомсвязи ожидается, что потенциально мобильный интернет должен будет быть обеспечен в населенных пунктах с населением от 10 тысяч человек. Если посмотреть ту же статистику, в поселениях от 1 до 10 тысяч человек проживают 26 миллионов человек. Эти люди по нынешним национальным про-

Критерии оценки доступности

КОММУНИКАЦИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

- ОБРАЩЕНИЕ,
- ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПОМОЩИ,
- СИТУАЦИОННАЯ ПОМОЩЬ,
- ОБЩЕНИЕ С СОПРОВОЖДАЮЩИМ?
- ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СОБАКОЙ-ПОВОДЫРЕМ,
- ПОМОЩЬ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ АССИСТИВНЫХ СРЕДСТВ



Партнеры

АКАДЕМИЯ доступной среды

Информационный портал для дистанционного обучения персонала взаимодействию с клиентами с инвалидностью

ектам никогда не будут подключены к замечательным мобильным сервисам.

Получается, что на сегодняшний день в таких поселениях не выполняются многие законы ввиду их бессмысленности. К примеру, в упоминавшемся поселке есть промтоварный магазин, продуктовый магазин, есть кафе. Жители долго жаловались, чтобы деньги им завозили наличными. Администрация отказывалась это делать по той причине, что хранить деньги нелегко, а провоцировать криминал никто не хочет. Но в итоге нашли выход. Поскольку есть участковый, есть оружейная комната, участковому вменили в обязанность держать конверты с зарплатой в оружейной комнате. Зарплата приходит раз в месяц, и люди по мере надобности забирают у участкового зарплату. Это нарушение

всего, чего только можно, правил денежного оборота, но это нормальные люди, которые хотя отложить деньги к отпуску, хотя пользоваться какими-то благами.

Причем за рубежом такие проблемы решаются. Я был в Лапландии, где есть поселения по 20 жителей. У них есть специальный оранжевый контейнер, при котором есть специально обученный сотрудник, а на контейнере стоит спутниковая тарелка. Туда всегда можно прийти, сделать перевод, даже прессу получить в бумажном виде через принтер. Есть подписка в электронном виде. Кнопка нажимается – выезжает газета, на которую подписался.

Такие вопросы можно решать. Мы сегодня говорим о важных технологиях, о развитии

Модульная система обучения



Коммуникации



Ситуационная помощь



Конфликты



Нормативная база



Преимущества

- 01 Агрегатор разрозненной информации
- 02 Дистанционное онлайн обучение
- 03 Сертификация
- 04 Готовые инструкции к действию
- 05 Быстро, удобно, понятно
- 06 Индивидуальный подход (вебинар, offline)



5 федеральных округов

- 01 Саратовская область
- 02 Алтайский край
- 03 Вологодская область
- 04 Республика Ингушетия
- 05 Ивановская область
- 06 Республика Тыва
- 07 Оренбургская область
- 08 Чеченская Республика

финансовой грамотности. Но когда половину населения мы вычеркиваем, то фактически ведем Россию к разделению на две цивилизации: городскую и сельскую.

Президент говорил о пространственном развитии России, впервые поставил вопрос, что это наше конкурентное преимущество. Но нужно понимать, что из 143 млн половина находится и долго будет находиться вне тех проектов, которые мы сегодня обсуждали. Нужно пересматривать нормативы Минкомсвязи по развитию мобильного, спутникового интернета и, где нужно, оптоволокну. Нужно пересматривать нормативы мобильных касс с нынешних 40 миллионов до, может быть, 240 тысяч, как с самозанятыми, чтобы использовать эти кассы даже в малых магазинах, чтобы не под запись в тетрадки велся расчет.

У нас слишком много серых зон. Например, Крым, где нет booking.com. Если ты по booking.com приехал, тебя просят тут же отказать, потому что не хотят платить сервису. Крым – серая зона, Новосибирск – серая зона, Архангельск, Якутия – серая зона. Что у нас не серое? У нас 15 городов-миллионников – это Россия?

На сегодняшний день мы берем деньги и работаем с теми, где светло. Мое предложение компетентным организациям – включить в наш национальный проект развития платежной системы прекращение дискриминации удаленных населенных пунктов.

Роман ПРОХОРОВ (модератор): Кратко подведем итоги нашей панели.

Пока наша безопасность в финансовой сфере, которая все больше и больше становится цифровой, как уже отметил представитель регулятора, остается в наших с вами руках. Посмотрим, как будет работать 167-й закон, как он будет защищать нас от атак злоумышленников. Но пока что ситуация такая, никто нас, кроме нас самих, не защитит.

В этом отношении тема повышения финансовой грамотности приобретает особую важность как переход от финансовой грамотности к правильному финансовому поведению. В этом у нас основная проблема, потому что клиенты и даже сотрудники кредитных организаций, несомненно, финансово грамотны, но очень часто становятся объектами успешных атак социальной инженерии. Мы видим это по сотрудникам подразделений кредитных организаций, в том числе, даже по сотрудникам подразделений безопасности, которых никак не обвинишь в незнании способов мошенничества.

С точки зрения защиты прав потребителей, мы видим, что в какой-то мере это работает, в том числе и судебная защита прав, но явно



есть поле для того, что можно было бы улучшить в этом направлении. Поэтому я призываю всех посмотреть тот вопросник, который мы готовили, потому что на его основе мы будем давать предложения по изменению регулирования в данной сфере.

Доступность услуг в регионах как финансовых, так и вообще всех услуг существенно отличается от возможностей в крупных городах. В этом отношении очень здорово то, что делают наши коллеги. Это создание доступной среды для инвалидов, наименее защищенных наших клиентов.

Очень важно, что бизнес начинает понимать, что это не только чрезвычайно важная социальная функция бизнеса, но и возможность получения реальной бизнес-отдачи, потому что были обозначены цифры, описывающие количество таких клиентов. Они действительно очень большие, это очень большой пласт, мы зачастую не видим, не сталкиваемся с этими людьми. Проблем очень много, но возможности для развития бизнеса с такими клиентами тоже есть. Действительно, это такие же люди, как и мы с вами. Они также нуждаются в получении услуг, в том числе, финансовых услуг. Возможность предоставить и получить такие услуги у них должна быть.

И ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

КРУГЛЫЙ СТОЛ

Модератор: Ирина Левова, Экспертный совет



Искендер
НУРБЕКОВ

Татьяна
ОБЧИННИКОВА

Андрей
ПЕКО

Гурген
ОСИМОВ

Ирина
ЛЕВОВА

БАНКИ И ОПЕРАТОРЫ СВЯЗИ: СОДЕРЖАНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Модераторы:

Ирина ЛЕВОВА

Экспертный совет при Правительстве
России

Приглашены к участию:

Искендер НУРБЕКОВ
Сбербанк

Галина ОВЧИННИКОВА
ПАО «Мегафон»

Гурген ОСИПОВ
Минкомсвязи

Андрей РЕГО
ПАО МТС

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Наша секция посвящена взаимодействию банков и операторов связи и обсуждению того, какова должна быть технология такого сотрудничества с различных точек зрения.

Мы с 2015-го года занимаемся повышением эффективности борьбы с мошенничеством при банковском обслуживании. Вы знаете, что есть два конкурирующих законопроекта: А.Аксакова и Л.Боковой, которые преследуют схожую цель, но с разными способами ее достижения. Мне кажется, что в дискуссиях вокруг текстов законопроектов мы ушли от самой задачи, которую ставим перед собой, вводя то или иное регулирование.

Поэтому первый вопрос, который я хотела бы задать участникам сессии:

Как вы считаете, какую цель должна преследовать та или иная технология информационного обмена между банковским сектором и оператором связи? Какова суть того, что мы должны урегулировать? Какова концепция регулирования, которое мы должны предложить?

Гурген ОСИПОВ: Взаимодействие банков и операторов связи важно, прежде всего, для финансовых организаций, чтобы они решали задачи, которые перед ними ставятся в 115-ФЗ, и 230-ом Законе. Информация операторов связи нужна финансовым организациям для того, чтобы они могли, например, идентифицировать своих клиентов. Насколько я понимаю, упрощенная идентификация предусмотрена в 115-ом Законе. Эта информация нужна, чтобы микрофинансовые организации могли взаимодействовать с клиентами для взимания задолженности. Эта информация нужна банкам и финансовым организациям, чтобы они могли получать сведения при обращении клиентов в Бюро кредитных историй.

В целом, как мы видим, информационное взаимодействие должно проходить по четким правилам. Перечень информации, который передается должен быть тоже ограничен.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): То есть, в конечном счете, это скорее не вопрос банковской отрасли? И операторы, и банки преследуют общую конечную цель – защита граждан от мошенничества, и защиту себя в том числе, потому что они несут риски.

Андрей РЕГО: Проблема информационного взаимодействия кредитных организаций и операторов связи имеет свою историю. Около трех лет назад мы впервые вместе с представителями банковского сообщества подняли эту проблему и пришли для общения по поводу этого взаимодействия в Роскомнадзор.

Мы тогда рассказали, что у операторов связи есть техническая информация, которая позволяет минимизировать риски возникновения фрода. В частности, это информация о смене SIM-карты, о прекращении обслуживания в рамках абонентского договора, о включении услуги переадресации и так далее.

Получение актуальной информации кредитными учреждениями позволило бы, соответственно, прекращать обслуживание в виде дистанционных сервисов для конкретных пользователей и проводить дополнительную их идентификацию, чтобы минимизировать возникающие риски.

На той встрече в Роскомнадзоре нам было сказано о том, что эта информация действительно важна банковскому сообществу, но для того, чтобы операторы связи могли ее передать, необходимо законодательное ре-



шение. Мы, соответственно, удивились, ведь операторы связи могут получить согласие у своих клиентов на передачу соответствующей информации банкам, в том числе, письменное согласие. Но позиция регулятора была однозначная: чтобы передать эту информацию, необходимо на уровне закона предусмотреть такую возможность. Потому что операторы связи собирают информацию и обрабатывают персональные данные с целью предоставления услуг связи, что никак не связано с деятельностью кредитных организаций и предоставлением финансовых услуг. Поэтому без законодательного решения такой инфообмен невозможен. Именно в этот период возникла необходимость обсуждения законодательного решения.

На сегодняшний день мы также подтверждаем, что эта информация есть, мы можем ее предоставлять в ретроспективном режиме, и она не касается персональных данных. Обладание данной информацией позволит кредитным организациям минимизировать риски и выполнить 382-е Положение Центрального Банка, которое предполагает обязательное приостановление дистанционных сервисов, когда соответствующая информация появляется у кредитных организаций.

Но, если говорить о перечне информации, то, безусловно, мы считаем, что он должен

быть конечен. Он должен быть четко определен на уровне закона, поскольку все-таки мы говорим об информационном обмене без согласия абонентов для цели защиты наших граждан.

Поэтому для достижения наших целей на уровне закона должны быть решены, в первую очередь, эти задачи.

Галина ОВЧИННИКОВА: Я хотела присоединиться к уже сказанным замечаниям. Я, в принципе, соглашусь и с Ириной, что основная цель, которую мы ставим – это защита и безопасность средств потребителей.

Здесь очень важно помнить и о персональных данных наших граждан. Андрей Рего указал, что мы обмениваемся такой информацией без получения согласия пользователей. Но, вместе с тем, здесь нет никаких нарушений, потому что информация передается либо в зашифрованном виде, либо в виде ответов «да/нет». То есть, нет риска утечки данных, что сейчас является достаточно острой проблемой. Естественно, что одна из наших основных целей – не только обезопасить платежи и снизить риск мошенничества, но и обеспечить сохранность персональных данных. Это две основные цели, которые мы себе ставим.

Конечно же, перечень информации должен быть ограничен, чтобы не возникало каких-либо злоупотреблений, как со стороны кредитных организаций, так и операторов связи. И в дальнейшем было бы замечательно, если бы обмен был двусторонним, то есть, предусматривал бы не только обязанности операторов связи по подтверждению данных, но и запрос информации операторами связи у банков. Потому что технологии развиваются, и у операторов связи появляются разные продукты, связанные не только с оказанием услуг связи, но и финансовые услуги. Поэтому для нас информация от банков тоже была бы актуальной, интересной, но это вопрос дальнейшей проработки и перспективы.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Как я поняла из первых трех выступлений, основной проблемой является нахождение баланса между защитой персональных данных и защитой пользователей. По большому счету, это та же самая проблема, с которой мы сталкиваемся при таком регулировании, как «пакет Яровой». Возникает вопрос: мы можем или не можем собирать большое количество данных и передавать большое количество данных куда-то без согласия гражданина? В нашей дискуссии важным является именно этот вопрос – каким образом нам найти ту грань, когда мы одновременно и данные граждан защитим, и сможем повысить безопасность платежей. Именно от этого необходимо отталкиваться, предлагая то или иное

регулирование.

Искендер НУРБЕКОВ: Первоначальной причиной необходимости обмена данными действительно была защита от фрода. И, надо сказать, что защита от фрода может быть квалифицирована как защита законных прав и интересов граждан, что является исключением в законе о персональных данных, соответственно, может не требовать согласия.

Я не знаю, как именно структурирован обмен информации с конкретными операторами у разных банков. Но если говорить про наш банк, у нас есть договоры с несколькими крупнейшими операторами по обмену данными для целей противодействия мошенничеству в интересах наших клиентов. И эти договоры обусловлены, прежде всего, интересами наших клиентов и защитой их от мошенничества.

При этом я думаю, что если смотреть на рынок, то потребность в данных сотовых операторов у банков не удовлетворена в полной мере. И здесь возникает вопрос: что является стандартом обслуживания для рынка? Является ли защита клиента от фрода делом конкретного банка, либо это требование на уровне регулирования? На наш взгляд, это вопрос каждого конкретного банка. При этом обмен данными между сотовыми операторами и банками возможен, но он сейчас затруднен, ввиду общей неясности режима обработки персональных данных. Сейчас идет много дискуссий на этот счет.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Сейчас президент поручил ратифицировать еще и 108-ю Конвенцию в новой редакции.

Искендер НУРБЕКОВ: Да.

Я бы сказал, что самый актуальный вопрос – это обмен данными в целях противодействия мошенничеству. Потому что все остальное выходит в сферу коммерческого взаимодействия, и может быть решено на уровне двусторонних отношений, с учетом общего режима защиты данных.

Потому что фрод – это вещь, которую нельзя выпускать из внимания. А вопрос получения прибыли за счет обработки данных – это вопрос, который требует более глубокой двусторонней проработки, и с учетом интересов клиентов, прежде всего.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Я – правда, как пользователь, имею позицию по вопросу защиты данных. На одном из совещаний я за-

дала вопрос. Если, допустим, я клиент Сбербанка и МТС и хочу, чтобы они между собой обменивались информацией по моему поводу, а все остальные были не в курсе. Можно ли каким-то образом это обеспечить? И имею ли я право запрашивать такого рода услугу?

Искендер НУРБЕКОВ: В деловой практике таких случаев нет, надо признать, чтобы пользователь обратился в банк или к сотовому оператору с просьбой передать кому-то конкретные какие-то свои данные, либо никому не передавать...

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Вопрос не в запрещении, а в ограничении перечня лиц, которым передаются эти данные.

Искендер НУРБЕКОВ: У нас в законодательстве, как это ни странно, у пользователей нет проактивных прав в отношении обработки персональных данных. Законодательство воспринимает персональные данные как нематериальные блага, часть права на частную жизнь. Поэтому ни пользователь, ни банк, не в праве этим нематериальным благом распоряжаться ввиду его режима, а также контуров регулирования, которые заложены и в Европейской конвенции, и в Российском законодательстве.

В этом смысле, ваш пример все равно является гипотетическим. По крайней мере, для текущей практики.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Но ведь есть механизм получения согласия, и я даю согласие на обработку только своему оператору и своему банку, больше никому?

Искендер НУРБЕКОВ: Да, ограничить своего оператора и свой банк в обработке данных возможно. И делается это как раз путем принятия либо неприятия согласия.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Я подвожу к вопросу, что у нас есть, соответственно, два решения. У нас есть централизованное решение, когда создается некая система, куда агрегируются данные операторов связи, и они передаются банкам по, допустим, фиксированной цене. Банки, в свою очередь, должны будут соблюдать требования к тому, как они обрабатывают эти данные, и им устанавливают тариф на то, по какой цене они могут использовать их.

И есть второй способ – это цифровой механизм, когда мы создаем инфраструктуру, прежде всего, на законодательном уровне, которая позволяет легитимно осуществлять обмен, и, соответственно, повышать уровень безопасности транзакции.

По мнению Минкомсвязи, какое решение является более предпочтительным?

Гурген ОСИПОВ: Мы рассматривали обе иници-

иативы в виде федеральных законов и готовили официальные заключения, отзывы правительства.

Первый вариант, создание системы, в целом был больше поддержан в Министерстве, в связи с тем, что эта система, как нам кажется, позволяет установить более четкие правила. Эта система может позволить пользователям, физическим лицам ограничить использование их данных, потому что только система может позволить фиксировать передачу информации третьим лицам и так далее. То есть, если мы создаем систему и фиксируем любую передачу, мы знаем, куда дальше может уйти информация.

Если мы говорим про вторую инициативу, которая не предполагает создание системы, то мы понимаем, что регулятор не будет знать, что передается. Можно ограничить на уровне закона, что передавать, но какие есть договоры, сколько их – это невозможно отследить, и в этом случае уже и гражданин не будет знать, что происходит с его данными.

Андрей РЕГО:

По мнению нашей компании, государство должно на уровне законодательного решения определить перечень информации и то, кому эта информация может передаваться. Через какие каналы будет использоваться соответствующая передача – это, наверное, не вопрос прямого государственного регулирования. Можно проконтролировать абсолютно любое взаимодействие любых участников, если они четко определены, если определен порядок их взаимодействий и перечень передаваемой информации.

Поэтому, с нашей точки зрения, централизованная система, которую предлагает отраслевое министерство, несет в себе, наоборот, определенные риски. Во-первых, риск монополизации данного сегмента рынка.

Во-вторых, с точки зрения защиты от сбоев, прекращения деятельности в случае возникновения непредвиденных обстоятельств, распределенная система в любом случае лучше.

Опыт операторов телекоммуникационной сферы говорит о том, что территориально



Что мы уже обсуждали на пленарной сессии: насколько государство хочет вмешиваться в уже существующие отношения, хочет ли оно поддержать то, что складывается сейчас на рынке, или оно каким-то образом регулирует, тем самым поставив «под удар» и ограничив деятельность хозяйствующих субъектов.

И, в-третьих, целостность и устойчивость, как я уже сказал, это, безусловно, важное качество, которое в себе несет именно территориально распределенная система, за что, наверное, каждый из операторов связи на сегодняшний день выступает.

распределенная система и возможность взаимодействия каждого участника с каждым участником как напрямую, так и через любые другие формы дает целостность и устойчивость этого процесса.

Кроме того, с нашей точки зрения, создание единой системы, во-первых, очень длительный процесс, который потребует определенных затрат из бюджета. Во-вторых, нельзя отрицать уже существующие каналы взаимодействия между операторами связи и участниками рынка.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Андрей Рего упомянул про затраты из федерального бюджета. А как на это смотрит Минфин? На совещаниях Центральный Банк не смог ответить, из каких средств планируется оплата создания централизованной системы, и Минсвязи поручили разобраться в этом вопросе.

Гурген ОСИПОВ: Это поручение мы блестяще исполнили и доложили в Правительство. Была проработка вопроса с ЦНИИС, и было представлено в Аппарат решение, которое не требовало создания государственной системы, а предполагало формирование информационной системы, оператором которой будет институт. Система может быть создана за счет института, эксплуатация предполагалась за счет средств, которые оператор может получать за транзакции. То есть, использование денег из бюджета не предполагалось.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): То есть, государство предлагает, чтобы банки с операторами взаимодействовали на независимой площадке, и напишет закон, каким образом это взаимодействие будет осуществляться?

Гурген ОСИПОВ: Поручение состояло в том, чтобы определить, нужна система или нет. Министерство решило, что такая система нужна, необходимы требования к этой системе, к информации, к режиму передачи информации. Но, в целом, законопроект, внесенный А. Аксаковым, да, предполагал регулирование.

Галина ОВЧИННИКОВА: Хотела бы добавить к тому, что рассказал Гурген Осипов.

То есть, получается, что, если государство не планирует каким-либо образом финансировать систему, финансирование ляжет на плечи основных пользователей, которыми являются банки и операторы связи.

Что, в конечном итоге, естественно, будет переложено на наших потребителей, на наших абонентов. То есть, будет увеличение тарифов за связь и банковское обслуживание.

Не понятен бенефициар этой системы. Основная цель, получается, отслеживание платежей, так? Не понятна цель с точки зрения такой постановки вопроса. То, как сейчас происходит обмен, полностью удовлетворяет заявленным целям по безопасности платежей и противодействию мошенничеству.

Конечно, не хватает регулирования в отношении персональных данных, получении согласия пользователей на обработку, как уже сказал Искендер Нурбеков. Этим вопросом мы активно занимаемся. Людмила Бокова на пленарной сессии рассказывала про инициативу, которая сейчас находится в активной проработке. На декабрь 2018 назначено дальнейшее движение по этому вопросу. Поэтому мы надеемся, что централизованная система все-таки не будет создана, и в том формате взаимодействия, который представлен сейчас, нас законодатель поддерживает, и мы останемся в рамках рыночных механизмов без какого-либо государственного тарифного регулирования.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Искендер, вашему банку такая система нужна?

Искендер НУРБЕКОВ: Я выскажу личное мнение как эксперт. Если смотреть целиком на индустрию, где есть большое количество сотовых операторов, большое количество банков разного рода, наверное, для большей части мелких и средних участников рынка и их клиентов важно иметь быстрый и понятный механизм либо стандартизированных договоров, либо систем.

Гурген ОСИПОВ: Добавлю. То поручение, ко-

Но, если говорить про наш банк как потребителя информации в целях предотвращения мошенничеству, то нас устроят оба варианта. При этом вопросы обмена информацией мы бы, естественно, хотели бы оставить вопросом

двусторонних отношений, потому что внутри централизованной системы все варианты двустороннего обмена предусмотреть невозможно.

торое было дано нам Министерством, предполагало не решение вопроса с позиции Министерства, а всего лишь означало, что мы должны были выяснить, нужна система или нет. Так что это не позиция Министерства по поводу системы, а позиция по поводу возможности создания системы. Чтобы было правильное понимание.

Окончательное решение еще не принято на уровне Правительства.

Искендер НУРБЕКОВ: Продолжу.

Нас как банк при этом настораживает тенденция, которая вводит обязанность для нас как участников финансового рынка использование данных сотовых операторов и прочих, чтобы проводить процедуры ПОД/ФТ, коллэкшн и так далее. Нас это категорически не устраивает как обязанность, в каком бы виде мы эту информацию ни получали, прежде всего, потому что эта информация по естественным и историческим причинам не очень релевантна.

Зарегистрированный на меня номер сотового телефона может находиться у моих родственников или наоборот. Что никогда не вызывало ни у кого никаких проблем – ни у банков при обслуживании, ни у портала государственных услуг при идентификации через ЕСИА.

Сейчас, если вы обратите внимание, использование мобильных номеров сотовой связи при регистрации либо при аутентификации на ЕПГУ совсем не включает в себя проверку принадлежности вам сотового номера. И мы сейчас находимся в ситуации, что у нас в государстве нет ни одного валидного источника принадлежности сотового номера конкретному физическому лицу. И это никого не травмирует.

Нашему банку как потребителю эта информация нужна, и нам не так важно, будет ли это одним или другим образом сделано, но нам важно, чтобы информацию, которую мы получаем, мы не были обязаны использовать в силу закона или в силу какого-либо обязывающего правила для каких-либо обязательных процедур. Именно потому, что никто к

этому не готов. И это происходит не потому, что кто-то хочет сэкономить деньги или т.п., а в силу того, что никто не готов физически.

Гурген ОСИПОВ:

У нас вызывает большие вопросы то, что вместе с изначально ставящимися перед этим регулированием целями по снижению мошеннических действий фактически начинают появляться и другие цели, связанные с идентификацией пользователей или абонентов через базу данных операторов связи. Нам кажется, эти два вопроса нужно, все-таки, разграничивать. Если мы хотим использовать данные, которые есть у операторов связи, в качестве дополнительного источника идентификации, то это отдельная проблема, и ее нужно решать отдельно, не смешивая с проблемой фрода и минимизации мошенничества.

Для целей минимизации мошенничества не имеет принципиального значения, на кого зарегистрирован тот или иной абонентский номер. Для банка и для другой кредитной и некредитной организации важно понимать, что конкретный пользователь, который когда-то пришел в офис банка, продолжает пользоваться абонентским устройством, а не произошла замена SIM-карты, не произошло прекращение абонентского договора и передачи номера третьему лицу.

Что касается данных о пользователях у операторов сотовой связи, думаю, для целей идентификации они подходят в меньшей степени или, сказать честно, вообще не подходят. Потому что, как минимум, треть абонентской базы у операторов связи – это номера, зарегистрированные на юридические лица. Соответственно, данные по физическим лицам, которые в действительности пользуются этими абонентскими номерами, на сегодняшний день у операторов связи отсутствуют, есть данные лишь о юридическом лице.

Когда с этим абонентским номером человек приходит в банк и подключает соответствующее приложение, с помощью которого совершаются дистанционные платежи либо какие-то иные значимые действия, данный факт никого не пугает. Но если банк будет обязан запрашивать информацию у операторов связи, то в отношении данного абонента он не сможет подтвердить данные о физическом

лице.

Это треть абонентской базы. Ещё около трети абонентской базы – это фактические пользователи, наши родственники, которые реально потребляют услуги, но абонентами не являются. Это данность, из которой необходимо исходить. Как правило, кто-то в семье приобретает SIM-карты и эти SIM-карты передаются родителям, детям. И до 30% фактического использования этих SIM-карт не совпадает с реальными данными, даже если к оператору связи пришло физическое лицо и заключило соответствующий договор.

Таким образом, на сегодняшний день мы уже имеем 60% абонентской базы, которую невозможно будет проверить, если мы все-таки ставим цель использовать номер как дополнительный способ идентификации пользователей либо абонентов через операторов связи.

Я не знаю, зачем эта информация будет нужна кредитным организациям, и как она будет использоваться.

Ну, и поскольку история заключения абонентских договоров и подключения услуг связи имеет уже достаточно длительный период, первые контракты заключались в 1993-ем году, многие данные, которые есть у операторов связи, требуют проверки. Совсем недавно в рамках изменения в Законе о связи операторы связи получили возможность подключаться к системе межведомственного электронного взаимодействия СМЭВ, чтобы проверять свою абонентскую базу. Конечно, это будет способствовать в будущем проверке данных, сделает более качественными сведения, которые есть у операторов связи. На сегодняшний день в ряде случаев эти сведения могут просто не совпадать. Когда мы сегодня начинаем работать с системой межведомственного электронного взаимодействия, мы видим, что порядка 15% тех данных, которые мы пытаемся проверить через эту систему, требуют дополнительного подтверждения, дополнительной явки абонентов в офисы операторов связи, и предоставлении дополнительных сведений.

Таким образом, 75% абонентской базы может быть нерелевантно тем целям, которые мы сейчас обсуждаем. Поэтому, с моей точки зрения, нужно разграничивать данные, которые позволяют минимизировать риски мошенничества при совершении дистанционных платежей, и идентификацию клиентов кредитных организаций через базу данных операторов связи.



Ирина ЛЕВОВА (модератор): Совершенно согласна. У нас есть, конечно, требования, но нет такого ограничения в законе, чтобы нельзя было купить сто SIM-карт на свой паспорт и раздать их, кому я считаю нужным.

Галина ОВЧИННИКОВА: Я хотела рассказать о нашем продукте. Нашими клиентами являются Сбербанк и многие другие банки-агрегаторы. То есть, мы покрываем этой услугой практически 100% рынка кредитных организаций.

Услуга называется «Статус». Она позволяет решить сразу четыре проблемы: дублирование SIM-карты, утрата устройства, вирусное ПО, смена геолокации. Те проблемы, которые очень часто возникают именно при мошеннических операциях, наш продукт позволяет решить.

Стоимость определяется на индивидуальной основе. Банк или другой клиент (это может быть агрегатор) выбирает перечень абонентов по номерам, передает нам эту информацию. Мы не знаем, кто эти физические лица, их ФИО, мы знаем только номер. И на основании этих данных мы проверяем либо уникальный идентификатор SIM-карты IMSI, либо геолокацию и т.п. Мы отвечаем в формате «да\нет», то есть не происходит передачи каких-либо персональных данных.

Проверка вирусного ПО – тоже очень интересная услуга. Насколько я знаю, за три года работы со Сбербанком, очень много мошен-

нических операций было предотвращено именно потому, что мы осуществляем нахождение вирусного ПО.

Функционал такого продукта, пожалуй, не мог бы быть покрыт обсуждаемой единой системой.

В случае, если инициатива пройдет в том виде, в котором есть сейчас, и кредитная организация и операторы связи смогут обмениваться данными только исключительно в ней, то часть рисков, связанных с мошенничеством, получается, будет не покрыта.

То есть, таким образом мы приходим к новым рискам.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Искендер, достаточно ли такого решения? Вы говорили, что много маленьких банков, поэтому должна быть информационная система. Галина говорит, что есть у них своя система, которая работает с агрегаторами и покрывает 100% рынка. В чем тогда проблема для маленьких банков?

Искендер НУРБЕКОВ: Как я сказал, это была моя личная точка зрения. Может быть, она обусловлена тем, что я не так понимаю структуру и состояние рынка. Но, подчеркну,

что нужна система или не нужна для всех – это была моя личная оценка.

У банка, как я сказал, есть прямые отношения с крупнейшими операторами, и для меня как для потребителя не так важно, как он будет эту информацию получать. Поэтому у банка отношение к системе нейтральное.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): А вы не боитесь, например, что во-первых будете обязаны эту систему использовать, а во-вторых, соблюдать технические нормативы, установленные ЦБ по вопросам такого использования, и что будут проводиться проверки?

Искендер НУРБЕКОВ: Касательно обязанностей я уже прокомментировал, что мы удивлены тем подходом, который был проявлен в опубликованных законопроектах.

Что касается выполнения нормативки регулятора, то если она будет, мы будем ее выполнять, потому что эта тема возникла не просто так, а в ответ на существующие потребности защиты клиентов. И мы уже сейчас выполняем эти требования – путем интеграции с системами операторов связи по каждому отдельному случаю.

Поэтому нельзя говорить о том, что появление системы повлечет создание чего-то уникального в плане технических доработок, просто потребуются дополнительная техническая интеграция. При этом, в большей степени нас волнует именно проблема обязательность использования этих данных.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Но это фактически избыточное регулирование.

Мне кажется, что если есть рамочные требования по поводу того, какого типа информация может передаваться и какие требования к безопасности этой информации, то зачем нужно создавать именно централизованную систему и на уровне ФЗ? Можно установить рамки, и, может быть, какой-либо участник рынка скажет, что будет агрегатором. Почему должен быть именно ЦНИИС? То есть, тут возникает сразу несколько вопросов.

Мне кажется возможным вариант, когда будет конкуренция между такими системами. А если будет конкуренция, то цена будет дешевле. А если не будет конкуренции, то цена будет фиксированная.

Гурген ОСИПОВ: Хочу отметить, что тот самый законопроект, который вы обсуждали, предполагал госрегулирование цены получения такой информации. К этому пункту у нас были замечания как у Министерства, что он требует дополнительного обоснования.

Но, чтобы не возникало спорных вопросов, чья именно система должна быть, законопроект устанавливал только требования к системе, но не предполагал выбор конкрет-

ного решения. Рынок, наверное, мог бы сам определить.

То есть, закон о создании системы не предполагает назначение конкретного оператора. Оператора должно назначить Правительство.

Вопрос из зала: Когда я был за границей, я приобрел две SIM-карты зарубежных операторов. Когда я покупал, просто отдал деньги и получил симки (без проверки данных). Если будет внедряться централизованная система, значит ли это, что, если я попытаюсь привязать онлайн-банк к такой SIM-карте, то мне откажут в банковском обслуживании?

Гурген ОСИПОВ: Действительно, сразу встанет вопрос роуминга. Система, наверное, не будет предполагать взаимодействие с зарубежным оператором. То есть, вам придется все-таки приобрести местную SIM-карту.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): У нас в России другая система, чем в ряде зарубежных стран. Российское законодательство с некоторых пор требует, чтобы SIM-карта была привязана к паспорту гражданина. Поэтому Ваши данные как пользователя услуг связи зарубежного оператора никуда не передаются. Никто не знает, кто Вы и когда Вы используете эту SIM-карту.

У нас регулирование по идентификационным модулям было введено с целью повышения безопасности. Страна большая, с оперативно-розыскными мероприятиями у нас дела обстоят тяжело, поэтому у нас SIM-карты привязаны к паспорту.

Требования к защите персональных данных в Российской Федерации достаточно жесткие. Но насчет персональных данных, если мы перешли к этой теме, в Европейском Союзе, как вам, наверное, известно, приняли General Data Protection Regulation. Это максимальная степень защиты персональных данных: там EMEI относится к персональным данным. Нам пока таких требований и не снилось.

У нас единственное достаточно странное требование – это локализация. По факту, оно не работает.

Анна БАХАЕВА (Bryan Cave Leighton Paisner): Услышала от Галины Овчинниковой по поводу агрегаторов и у меня возник вопрос.

Когда осуществляется двусторонний обмен информацией между банком и оператором связи, то, в принципе, можно с высокой степенью вероятности обеспечить хорошую защиту при обмене данными. Другая ситуация, когда третьим участником вступает агрегатор.

Требования к агрегаторам все-таки гораздо ниже, чем к банкам или операторам связи, с точки зрения их регистрации и работы на рынке. Агрегатор сегодня есть, завтра его нет. И куда денутся персональные данные, которые через этого агрегатора прошли, гораздо сложнее отследить.

Галина ОВЧИННИКОВА: Я хотела бы еще раз подчеркнуть, что двусторонний или трехсторонний обмен не подразумевает под собой передачу персональных данных. Осуществляется передача в зашифрованном виде или в виде ответа «да/нет». То есть, персональные данные нигде не хранятся, ни у кого, нет никакого риска утечки.

В случае, если заключается трехсторонний договор с агрегатором и с банком, то, соответственно, согласие мы получаем на обработку и банком, и третьим лицом. Права граждан, таким образом, защищены.

Андрей РЕГО: С моей точки зрения, можно таким образом выстроить отношения, что агрегатор в принципе не будет видеть информацию, которая передается. Можно все сделать в зашифрованном виде. Точно так же, как, например, сейчас идет взаимодействие между операторами связи через центральную базу переносимых номеров ЦНИИС. ЦНИИС в принципе не видит инфообмен, который осуществляется между оператором-донором и оператором-реципиентом, когда абонент хочет перенести свой абонентский номер другому оператору связи.

Здесь вопрос в том, должен ли в принципе агрегатор иметь доступ к этой информации. С моей точки зрения, не должен. И второй вопрос – метод, который можно использовать, чтобы этот участник не имел доступа к информации.

В разных отраслях рынка можно найти множество примеров, когда посредники организуют техническое взаимодействие между получателем и отправителем информации, но при этом не имеют непосредственный доступ к этой информации, а только предоставляют соответствующие каналы. Как только в России появится соответствующее регулирование, я думаю, появятся такие посредники. Или, по крайней мере, могли бы появиться, если бы было введено обязательное требование о том, что они не должны иметь доступ к передаваемой информации.



Соответственно, обеспечение технической защиты передаваемой информации, чтобы доступ к ней не имел никто, кроме отправителя и получателя, будет уже обязанностью оператора связи и банка. А уже через кого, через какого посредника это будет осуществляться, не имеет никакого значения.

Я приведу другой пример – услуги роуминга. Они оказываются в любой точке мира, практически любым оператором связи, куда бы ни приехал абонент. Соответственно, если вы спросите у крупнейших операторов России, со всеми ли этими роуминг-партнерами заключены прямые договоры, они ответят, что не со всеми. Есть прямые договоры с большинством. Например, у нашей компании таких договоров заключено около 600. Со всеми другими участниками мы взаимодействуем через информационных посредников, которые дают нам возможность организовывать необходимое взаимодействие, при этом они не имеют доступ к той информации, которую мы передаем. То есть, практика такая есть.

Вопрос в том, что для того, чтобы этот рынок

начал развиваться, нужны определенные правила игры. Что мы, соответственно, и пытаемся донести до наших регуляторов.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): До регуляторов, мне кажется, мы уже донесли все, что могли донести, и поставили их в тупик: у них два конкурирующих законопроекта, никто не может понять, как лучше. Сейчас мы с вами пытаемся обсудить, как же лучше.

Насколько я понимаю, чаша весов во всех обсуждениях перевешивает в сторону, что централизованную систему с фиксированными тарифами создавать как-то неправильно, не рыночно и небезопасно – что самое важное.

Мы уже три года обсуждаем этот вопрос, и я ни разу не видела, чтобы в этих баталиях Центральному Банку удавалось отстоять свою точку зрения, потому что всегда есть вопросы, на которые нельзя ответить. Например, почему мы все должны скинуться и передать данные в какую-то информационную систему, если мы хотим этим заниматься самостоятельно. У нас рыночная экономика, а ведем себя иногда, словно при плановой.

Вопрос из зала: Операторы связи обладают техническими возможностями отслеживать состояние SIM-карты и проставляют статусы по этим событиям. А как реагируют операторы связи на обращение банков, либо клиентов, связанных с тем, что к ним поступают звонки с номеров, используемых мошенниками?

Ирина ЛЕВОВА (модератор): А у операторов есть обязанность отслеживать это?

Андрей РЕГО: Мы не можем отслеживать, относится ли конкретный звонок к мошенничеству или нет. Обязанность оператора связи – обеспечить организацию телефонного соединения от абонента, который инициирует такое соединение, до абонента, который соответствующий вызов принимает. Мы не влезаем в содержание той информации, которая передается в результате организации такого канала.

Поэтому, естественно, бороться с мошенничеством путем отсечения каких-либо вызовов, которые организуются в адрес конкретного абонента, мы не можем. Мы обязаны, как и Почта России, доставить любое сообщение, которое поступает в нашу сеть с другой сети либо от другого абонента.

Другое дело, что мы, безусловно, стараемся минимизировать случаи распространения SIM-карт без соответствующей идентификации. И как раз это дает возможность правоохранительным органам и, в конечном итоге, тем гражданам, которые получают соответствующие вызовы, находить тех, кто организует соответствующие звонки, отправку SMS-сообщений, и т.д. Поэтому, в этой части,

безусловно, определенная работа ведется.

А заниматься «недоставкой» сообщений либо звонков, которые могут нести угрозу мошенничества, к сожалению, мы не можем, потому что мы обязаны обеспечивать организацию доставки любых сообщений. Абонент может самостоятельно блокировать номера, с которых получает такие сообщения.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Во-первых, действительно, можно заблокировать номер. Во-вторых, если есть предписание со стороны МВД оператору о том, что, с такого-то номера поступил мошеннический звонок и требование заблокировать, то это делается, разумеется. Но самостоятельно операторы не могут ограничивать право на связь.

Возвращаясь к вопросу инфообмена, надо понимать, что это интерес двухсторонний. Информация интересна банкам, и операторам ее интересно продавать. С другой стороны, операторам, наверное, было бы интересно и покупать у банков информацию.

Вопрос состоит в том, что сейчас нет правовых оснований, чтобы это делать по определенному перечню сообщений, и определенному перечню организаций, который интересен той и другой стороне.

Обсуждаются два варианта. Один вариант – это непосредственный информационный обмен между банками и операторами и данные на уровне федерального законодательства условия этого обмена. Второй вариант – создается единая информационная система, к которой все обязаны присоединиться и обмениваться этой информацией по единому тарифу.

Вопрос стоит именно так, и пока решение никто принять не может по этому поводу. Поэтому мы интересуемся мнением разных сторон. Регуляторы отрасли связи представляют вполне разумные аргументы. Банковская отрасль говорит, что ей все равно, главное, чтобы помогли бороться с фродом. И так далее.

А по поводу того, что оператор связи превентивно что-то может делать с номером, лично я бы не хотела, чтобы оператор что-нибудь сделал с моим номером телефона. Я готова дать согласие, своему банку и своему оператору. Больше никому.

Вопрос из зала: Все слова очень правильные. Но для мошенника получаются благоприятные условия. Потому что покупается SIM-карта, покупается на юридическое лицо, включается автоматический дозвон на сотни телефонов. Клиенты обращаются в банк, говоря о том, что звонят от имени банка, шантажируют, или производят какие-то другие нехорошие действия, требуют перевести куда-то деньги. Банк обращается к оператору мобильной связи, тот говорит: «Идите в суд».

Сейчас нет какой-то процедуры, которая могла бы помочь. Может быть это должно быть упрощенное судебное решение. Недавно вышел 167-ФЗ, где есть различные требования по информированию ЦБ о случаях или попытках несанкционированного списания. А мошенники даже этим сумели воспользоваться. Они, ссылаясь на этот Федеральный закон, сумели наладить такие процедуры, которые позволили обобрать население.

Я говорю сейчас о том, что при создании таких нормативных актов, надо думать и о том, как ими могут воспользоваться люди, которые имеют криминальную направленность.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Да, это очень справедливое замечание, что нужно всегда думать о том, как будут пользоваться законом люди, которые имеют криминальную направленность.

Для примера можно привести «пакет Яровой», который уже вступил в силу. Когда такие объемы информации начнут храниться на различных серверах, очевидно, возможно злоупотребление, в том числе, в силу человеческого фактора: кто-то эту информацию будет продавать и эти базы каким-то образом смогут появляться на черных рынках. От этого никто не застрахован. Потому что, как и в реальной, в виртуальной действительности есть мошенники. Кроме того, как уже упоминал Андрей Рего, централизованная система – это небезопасно.

Хотелось бы задать вопрос Гургену Осипову как представителю Минкомсвязи. Мы уже столько лет обсуждаем эти вопросы, к какому решению в большей степени склоняется министерство?

Мне кажется, дискуссия к чему-то рано или поздно должна привести. И в ближайшем времени видна уже точка, когда должно быть принято какое-либо решение. Может, есть возможность какой-то промежуточный вариант сделать?

Гурген ОСИПОВ: На уровне Правительства, я думаю, решение будет принято в ближайшее время, а дальше Министерство готово работать в любом из указанных направлений.

Какое будет решение принято, мы пока не знаем. Есть два варианта, которые предполагают одинаковый итоговый результат. Какое решение будет выбрано, мы не можем комментировать, потому что окончательного решения еще нет. Но, думаю, что максимум через неделю решение будет уже принято.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Я, честно говоря, настроена оптимистично. Думаю, что Правительство примет правильное решение, и у нас не будет централизованной системы.

Вопрос из зала: В экспертном сообществе специалистов спецслужб обсуждается ва-



риант, когда социально-значимые действия, то есть, общение с банком, вхождение в мобильный интернет и т.д. можно будет осуществлять только с национальной карты, которая куплена на конкретный паспорт конкретного человека и принадлежит этому человеку.

Вот у меня вопрос к операторам связи, смогут ли они идентифицировать, что это действительно тот самый человек, позволяют ли это делать современные технологии? Или такое ужесточение это возврат к прошлому? Я еще помню 1997-й год, когда при пользовании телефоном нужно было получать справку, что я имею право пользоваться таким устройством связи. Я эту справку сохранил на память.

Галина ОВЧИННИКОВА: Я считаю, что для нас нет ничего невозможного. Каждый раз, когда я встречаюсь с нашими разработчиками, с нашей технической службой, я все время удивляюсь тому, как они шагнули вперед, и что они могут делать. Мы развиваемся.

Андрей РЕГО: Я думаю, что даже если такое решение и появится когда-то, чтобы организовать такую проверку, операторы связи вынуждены будут более тесно сотрудничать с производителями устройств, с помощью которых осуществляется соответствующий доступ.

Я не думаю, что что-то подобное в ближайшие год-два произойдет, потому что проверить, кто на другом конце устройства, можно только через идентификацию или биометрию и т.п. Вряд ли такой сервис в ближайшее время заработает.

Да сейчас уже начинает появляться для отдельных операций такая возможность, но, наверное, говорить о том, что оператор связи со стопроцентной уверенностью сможет проводить идентификацию конкретного пользователя, я, наверное, отнесусь к этому со скепсисом.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Это очень сложно. Для этого потребовался бы постоянный обмен данными – одновременно с сессией сотовой связи будет еще и идентификационная сессия...

Галина ОВЧИННИКОВА: Кстати, это есть и сейчас. Насколько я знаю, мы проверяем каждые 15 секунд, сканируем геолокацию в рамках услуги «Статус», о которой говорилось выше.

Есть, например, запрос от Сбербанка на получение точной геолокации для подтверждения того, что абонент находится именно в этом отделении, когда он, например, хочет снять деньги с вклада. На текущий момент, действительно, есть некоторые сложности с реализацией такого запроса и с точки зрения регуляторных рисков, и с точки зрения технической реализуемости.

Вопрос из зала: Мне как дилетанту кажется, что для пользователя было бы гораздо удобнее, если бы это был банк от самого МТС или Мегафона, как с точки зрения защиты информации, так и удобства использования. Насколько мне известно, у МТС есть свой банк. Насколько вам кажется логичным, что МТС может стать конкурентом топовым банкам?

Андрей РЕГО: Ну, банковский бизнес является не основным для оператора связи, хотя мы и развиваем сервисы в сотрудничестве с другими банками. Ключевые продукты, новые продукты мы создаем не только в сотрудничестве с МТС банком, но и другими банками, которые технологически готовы к решению этого вопроса.

Если бы мы были ориентированы только на свою дочернюю компанию, на МТС-банк, я думаю, мы не имели бы такого широкого развития финансовых услуг совместно с операторами связи, поскольку абоненты предпочитают пользоваться услугами разных банков. Поэтому ориентир только на свой банк – это, наверное, тупиковый путь.

Вопрос в том, что оператор связи должен сотрудничать с той кредитной организацией, которая в большей степени обеспечивает безопасность и имеет возможность предоставлять современные услуги своим клиентам. Первые мобильные платежи, например мы организовали не с нашим дочерним банком, а с Банком Москвы.

Галина ОВЧИННИКОВА: У нас тоже в структуре компаний представлен банк Раунд. Не то, чтобы только у МТС есть банк.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Появился уже и Тинькофф Мобайл. То есть, есть еще другая тенденция, когда банки идут в операторский бизнес.

Если посмотреть на рынок в целом, люди понимают, что нужно заниматься всеми смежными бизнесами, чтобы быть максимально эффективным. У Aliexpress есть свое производство, своя логистика, свой сайт, своя платежная система. Есть взять контент-бизнес, у Netflix свое производство контента, свои студии, сами продюсируют, своя доставка контента, кинотеатр свой. Полный цикл.

Андрей РЕГО: При этом используют сети операторов связи.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Гугл уже строит свои сети в США. У нас, понятно, более закрытая страна.

Но, если посмотреть, что происходит в мире, то все движется к некоторой конвергенцией. То есть, Netflix – купил все, Disney – купил все, полный цикл. Google: кэширующие сервера – свои, оператор связи – не только в США, но и в ряде стран тоже – свой, самый мощный сервис контента – есть. То есть, общий тренд к созданию монополий.

Рекомендую почитать книгу Тима Ву «Главный рубильник», которая посвящена расцвету и гибели информационных империй, начиная от телеграфа и радио, как это все происходит и к чему все движется. Книга заканчивается описанием интернета, то есть, касается это и телекоммуникационного бизнеса. Поэтому я не думаю, что то, что банковский бизнес не является основным для телекоммуникационной индустрии, это аргумент, чтобы этим не заниматься.

Андрей РЕГО: Вопрос не в том, чтобы этим не заниматься, а в том, что эти сервисы нужно развивать с теми участниками рынка, которые в наибольшей степени готовы предоставлять технологически продвинутые услу-

ги.

Если это может сделать дочерняя компания, дочерний банк, эти сервисы должны появиться. Но если это можно сделать в партнерстве с другим участником рынка, то почему бы нет? И здесь как раз возникает вопрос технического и информационного взаимодействия.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Мы с вами можем подвести итоги по нашему обсуждению.

Не знаю, насколько для вас прозвучавшее было новым, для нас обсуждение вопроса информационного обмена между банками и операторами – это еженедельное мероприятие уже несколько лет.

Надо не забывать, прежде всего, что цель, которая ставится и банковским сообществом, и операторами связи – это повышение безопасности платежей в дистанционном банковском обслуживании. И очень бы хотелось попросить Минсвязи не забывать, что цель в первую очередь – это защита граждан, а не создание очередной государственной или негосударственной информационной системы. Надеюсь, что, по крайней мере, эту мысль мы до вас донесли сегодня и как-то немножко продвинулись в обсуждении. Может быть, это какую-то пользу это принесет при принятии решения Правительства.

Андрей РЕГО: (В ответ на вопрос о том, как будут обслуживаться банками абоненты зарубежных сотовых операторов после принятия закона). Если на уровне законодательства будет предусмотрено, что банк обязан запрашивать у российского сотового оператора сведения в отношении клиента, то да, банк не сможет предоставить услугу, не запросив соответственно информацию у оператора связи. Банк откажет в силу того, что на уровне закона будет предусмотрена соответствующая его обязанность обратиться к российскому оператору связи.

Ирина ЛЕВОВА (модератор): Я-то согласна с вашим вопросом. Мы против этого проекта. Это проект А. Аксакова. Мы говорим как раз не о системе, которая предполагает обязанность банка запрашивать такую информацию у оператора связи.

Если такая обязанность будет, то, да, будут проблемы такого рода. И вы правильно обратили на это внимание. Если нет, то, как мне кажется, не будет никаких препятствий для обслуживания с зарубежной SIM-картой. Эта норма будет носить рекомендательный характер. И если ваш банк сочтет необходимым заключить договор с зарубежным оператором, то он заключит, правда банку это никак не поможет.

Кстати, вам это тоже никак не поможет повысить безопасность банковского обслужи-

вания дистанционным способом. Вот в чем дело. То есть, задача стоит не в том, чтобы не хуже абоненту сделать, а сделать так, чтобы транзакции этого абонента были более защищены.

Вопрос из зала: До сих пор отсутствует возможность оплачивать парковку с телефона, который находится на корпоративном тарифе. Когда я пытаюсь выяснить, почему, мне объясняют что-то очень сложное. Но факт есть – платить нельзя.

Вопрос следующий. Это как раз информационное взаимодействие между банком и сотовым оператором. В чем тут проблема? Почему нельзя это оплачивать? И когда вопрос этот будет решен?

Андрей РЕГО: Источник этой проблемы в законе «О национальной платежной системе», который запрещает проведение расчетов электронными денежными средствами между юридическими лицами. Чтобы обеспечить возможность совершать такие платежи, некоторое время назад были внесены изменения в Закон о Национальной платежной системе, которые предполагают ведение отдельного лицевого счета.

Если Вы заведете на себя как физическое лицо отдельный лицевой счет, такие платежи станут возможны. Но с лицевого счета, который принадлежит абонентскому номеру, зарегистрированному на организацию, к сожалению, закон «О национальной платежной системе» не разрешает совершать подобные платежи.

