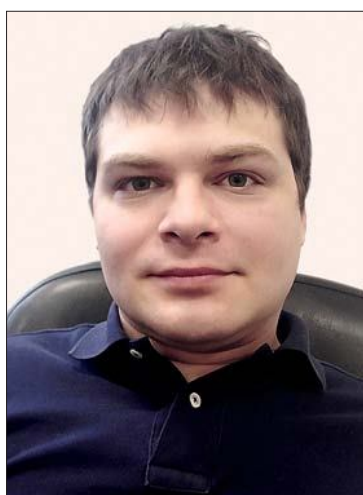




Мобильный эквайринг по модели in-house

Интервью с **Сергеем Поповым**, исполнительным директором компании «Центр Корпоративных Технологий»



«Мир карточек»: Насколько российский и мировой рынки готовы к внедрению и использованию mPOS`ов?

Сергей Попов: Такое явление, как mPOS, появилось не так давно. Пионером стала компания Square, созданная в США в 2009 г., а уже в 2012 г. анонсировавшая годовой оборот свыше 10 млн долл. Также мы можем наблюдать множество аналогичных успешных проектов в Европе и Азии. Из этого можно сделать вывод, что рынок позитивно воспринял данное технологическое новшество. На мой взгляд, феномен mPOS является отражением общей тенденции

мобилизации сервисов и услуг, которую мы наблюдаем в обществе повсеместно. Ведь еще пять лет назад мало кто всерьез задумывался о мобильном банкинге, но сегодня вряд ли найдется крупный розничный банк, не предлагающий этого сервиса своим клиентам.

«М. К.»: Какое место mPOS`ы занимают в бизнесе вашей компании? Кого вы видите своими клиентами?

С. П.: Деятельность нашей компании сосредоточена в секторе мобильной коммерции, а специализацией является разработка мобильных приложений для корпоративного сектора, с фокусом на банки. Разрабатывать собственное решение mPOS мы начали одними из первых в России. Проект назвали M4Bank.mPOS. Он был разработан на базе нашей платформы мобильной коммерции M4Bank и стал первым проектом, внедренным в банк по принципу in-house. Заказчиком выступил «Московский Кредитный Банк», что нашло отражение в выборе платформы разработки (Oracle/JAVA), а также в том, что на всех этапах мы уделяем особое внимание вопросу безопасности.

Наше решение построено на основе современных принципов проектирования корпоративных систем. Разработка и его успешное внедрение в банке в короткий срок стало возможным благодаря имеющимся разработкам (собственная платформа мобильной коммерции M4Bank) и многолетнему опыту нашей команды в индустрии банковских карточек и процессинга. Если говорить о других отличительных особенностях нашей системы, то мы изначально закладывались на поддержку как разных моделей ридеров, так и разных типов ридеров. Это позволяет предлагать нашим заказчикам широкий спектр решений для различных бизнес-кейсов.

В настоящий момент мы тиражируем и продолжаем активно развивать наш продукт. Он занимает одно из ключевых мест в бизнесе нашей компании. Сегодня M4Bank.MPOS — это комплексный продукт для запуска проекта мобильного эквайринга в банке по модели in-house.

«М. К.»: Сегмент растет быстро или же нет? Каковы предпосылки для развития мобильного эквайринга?



С. П.: Основная экономическая предпосылка для развития мобильного эквайринга — низкая стоимость кардридера, что позволяет говорить о новом сегменте для эквайринга как такового. Другой предпосылкой является повсеместное распространение смартфонов, а также увеличение карточной эмиссии, в том числе кредитных карточек.

Насколько новый бизнес актуален для сегмента B2B, можно судить по темпам роста бизнеса наших клиентов, — на сегодняшний день темпы роста впечатляют.

«М. К.»: **Насколько актуален мобильный эквайринг в условиях низкой доли безналичных платежей в общем объеме транзакций?**

С. П.: Действительно, сегодня в России все еще доминируют наличные платежи. Но почему же это происходит? Одним из факторов, объясняющих такой низкий процент безналичных платежей, является недостаточный уровень проникновения платежной инфраструктуры не только в регионах, но даже и в столице. Людям просто негде платить карточками.

Несмотря на то что мы не работаем с фирмами напрямую, мы все же общаемся с многими компаниями и видим большой интерес среди предпринимателей к данной услуге. Доля безналичных платежей будет неизбежно расти, об этом говорят и последние инициативы российского правительства в этой сфере.

«М. К.»: **Что сможет служить препятствием для**

широкого внедрения данного вида технологического решения?

С. П.: Основное препятствие, на наш взгляд, — высокая комиссия, установившаяся на рынке по сравнению с обычным эквайрингом. Также некоторым препятствием служит недоверие держателей карточек к данной новинке. Говоря о недоверии, я бы сравнил ситуацию с использованием информационно-платежных терминалов для транзакций по банковским карточкам. Еще три года назад люди относились с недоверием к данному типу устройств, а сейчас уже вряд ли использование подобных устройств вызывает у кого-то затруднение. По мере развития рынка и конкуренции оба фактора будут нивелироваться.

«М. К.»: **Насколько данный вид платежных транзакций безопасен, если учесть, что транзакции проходят по магнитной полосе, а не по чипу? Что можно поставить в противовес утверждению, что с точки зрения безопасности — это шаг назад?**

С. П.: Прежде всего, давайте разберемся с определениями. Что мы называем мобильным эквайрингом? Если понимать данный термин узко — как магнитный кардридер, то это будет не совсем корректно. Ведь уже сегодня имеются чиповые ридеры и мобильные пинпады. То есть термин «мобильный эквайринг» в нашем понимании, с точки зрения используемых устройств и их возможностей,

распадается на три сегмента. Первый — только магнитная полоса, второй — чип без пина, третий — полноценный чип + пин. Мы активно развиваем платформу M4Bank.MPOS и предлагаем нашим клиентам решения во всех трех сегментах, и все три можно отнести к мобильному эквайрингу.

По сути, теперь у эквайера появляется выбор, какое именно устройство использовать, и на какие сегменты позиционировать свой бизнес. Причем мобильные PIN-Pad'ы в плане безопасности ничем не уступают традиционным POS-терминалам.

Когда мы говорим о безопасности, то, наверное, имеет смысл рассматривать структуру карточной эмиссии в России. В случае если для осуществления операции используется не EMV-карточка, то безопасность магнитного кардридера ничем не хуже обычного POS-терминала, считывающего данные карточки по магнитной полосе: ПИН-код не вводится, а данные карточки шифруются в аппаратном устройстве.

«М. К.»: **Какова емкость рынка мобильного эквайринга?**

С. П.: Мы оцениваем рынок мобильного эквайринга в России в 2 млн устройств. При этом услуга вряд ли будет востребована крупным и средним ритейлом. Скорее, я бы говорил об открытии для безналичных платежей новых сегментов, нежели о вытеснении традиционных POS-терминалов из существующих секторов рынка. ■