



Эффективность, качество, движение вперёд

Украинский процессинговый центр - клиентам

О тенденциях украинского и европейского рынков платежей, о новых проектах и решениях Украинского процессингового центра (UPC) журналу ФУЭТЕ рассказывает CEO UPC Антон Романчук.



– Какие общие тенденции наблюдаются сегодня на рынке платежей – международном и в Украине?

– Мы считаем, что Украина движется в русле европейского развития. Если говорить об общих тенденциях – это, безусловно, рост транзакций и драйверы рынка.

Один из драйверов и у нас, и в Европе – бесконтактные (NFC) технологии. И в первую очередь, драйвером выступает даже не мобильный телефон, а именно бесконтактный интерфейс карточки. Он, во-первых, ускорил и упростил

процесс оплаты, при этом удобен и приятен клиентам. Во-вторых, бесконтактный интерфейс позволил карточкам покрыть такие области, как общественный транспорт, кафе и рестораны быстрого питания, в которых раньше использовать карточку по многим причинам было не всегда удобно.

NFC-технология обучила клиентов платить очень быстро. Я считаю, что это один из поворотных моментов развития платёжной индустрии. Европа и мы в том числе уже вряд ли когда-то будем использовать QR-код, чтобы платить в магазине. Технология NFC tap просто сделала неконкурентными все другие способы оплаты, которые пока что предлагаются. И мобильные кошельки возглавили уже сформировавшуюся у клиентов привычку платить бесконтактно (хотя их доля действительно пока что маленькая).

Ещё один драйвер – электронная коммерция. В принципе, электронная коммерция растёт и глобально, и в Европе, и у нас, выступая драйвером роста розничных платежей, и карточных платежей в частности, потому что в большинстве стран карточки являются исключительным, единственным средством платежа в электронной коммерции. И даже если где-то в отдельных странах и есть альтернативные способы оплаты в интернете, они пока не доминируют. Но рост карточных платежей практически везде определяется ростом электронной коммерции, особенно с появлением глобальных кошельков и технологий, которые позволяют интернет-торговцам сохранять и использовать номера карточек в безопасном виде. Это делает процесс оплаты более удобным.

Рост NFC-платежей и электронной коммерции – то, в чём украинский и европейский рынок платежей похожи.

– А в чём различия?

– В Европе появляется всё больше и больше способов (и это продвигают Еврокомиссия и банки), связанных с переводами между счетами и с оплатой напрямую со счёта. Это касается как реальных покупок – есть страны, где это происходит уже достаточно массово (например, Польша), так и электронной коммерции – есть страны, где платежи Direct to account составляют уже значительную часть. Этим мы отличаемся, в Украине такого нет. Конечно, и здесь можно заплатить со счёта, но это обычно неудобно, процесс непонятен, в ручном режиме нужно сверяться...

Следующее отличие нашего рынка от европейского – это P2P-переводы (с карты на карту). Наш рынок их воспринимает и понимает, они растут высокими темпами. В Европе этого нет, хотя уже появляются определённые идеи и попытки попробовать эту технологию и на европейском рынке. Оказывается, во многих странах не существует возможности передать деньги от человека человеку (person to person) в режиме онлайн. Да, можно из банка в банк, как мы в основном переводили деньги много лет назад, до появления онлайн карточных переводов.

Есть также различия в использовании NFC-кошельков. Во многих странах Европы до сих пор они либо вообще отсутствуют, либо не развиты, либо банки не спешат их продвигать среди своих клиентов. В некоторые страны Европы Apple Pay и Google Pay ещё даже не пришли. В Украине эта технология выглядит более распространённой, особенно в Киеве и крупных городах. Это заметное различие, и Украина находится в числе лидеров – в магазинах, ресторанах, метро многие платят телефонами.

Следующее, что отличает с точки зрения бизнес-модели, – это ставки интерчейндж. В Европе они были снижены, гармонизированы, и этот процесс продолжается. В результате баланс между эмиссией и эквайрингом выглядит несколько по-другому, чем у нас.

– Есть ли специфика во внедрении инновационных проектов в нашей стране и за рубежом?

Если сравнивать проекты, которые мы делаем с украинскими клиентами, и проекты, которые мы делаем с европейскими клиентами, то в Европе намного выше требования к защите данных, качеству сервиса, доступности, скорости реакции на инциденты, например, нотификации при прерывании сервиса. Безусловно, поскольку системы в UPC одни и те же, у нас всё это одинаково для всех клиентов и здесь, и за рубежом. Но западные клиенты уделяют этому больше времени и внимания. Для многих украин-

ских клиентов важнее быстрее и дешевле запуститься. Ну, а в остальном можно сказать, что мы похожи.

– По количеству покупок в год на одну карту Украина сравнялась с Германией, вдвое обошла Болгарию и уверенно занимает позицию посередине. Значит ли это, что по степени развития платёжного рынка мы достигли среднеевропейского уровня. Как улучшить динамику?

– Украину можно сравнивать со странами Центральной и Восточной Европы. Мы похожи на эти страны и по развитию платёжного рынка находимся где-то посередине. Но у нас хорошие темпы роста – выше среднего. Что касается улучшения динамики, то мы и так быстро развиваемся.

Я считаю, что для роста безналичных платежей борьба с обналечиванием и выход из тени, например, может сделать больше, чем какие-то инициативы по терминализации торговых сетей. В этой части нужно, скорее, продуманное налогообложение и эффективный контроль.

– Что UPC предлагает клиентам в сфере электронной коммерции?

– Электронная коммерция – это сегмент, который будет расти опережающими темпами. Платежи вообще растут хорошими темпами, но электронная коммерция быстрее. Мы наблюдаем высокие темпы роста электронной коммерции и P2P-переводов в Украине, и поэтому у нас есть желание и планы продолжить развивать их для наших клиентов здесь, а также внедрить некоторые разработки в странах Центральной и Восточной Европы.

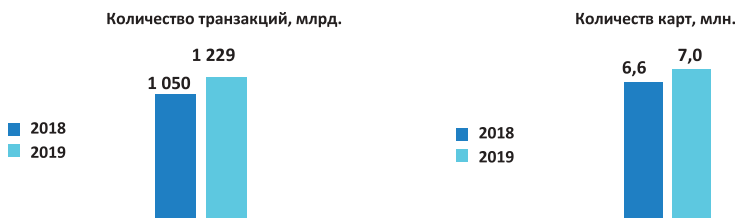
Электронная коммерция имеет свою специфику, потому что далеко не все банки видят себя в этом направлении бизнеса. Как направлением эквайринга с магазинами в реальном мире, так и электронной коммерцией занимаются не все банки. Но есть и другие профессиональные игроки, например, провайдеры платёжных услуг (Payment Service Provider – PSP), и их достаточно много. PSP-компании помогают развивать сегмент электронной коммерции, мы с ними сотрудничаем и развиваем нашу процессинговую систему и API, чтобы они могли запускать инновационные методы приёма платежей в интернете, например, с использованием Apple Pay, Google Pay и прочих глобальных кошельков.

Недавно мы разработали и уже предлагаем сервис токенизации. Для того чтобы каждый раз не вводить номер карточки, мы можем предоставить услугу по хранению, сопровождению этой токенизированной карточки на своих серверах. Да, есть глобальные сервисы токенизации от платёжных систем, но некоторые клиенты по ряду

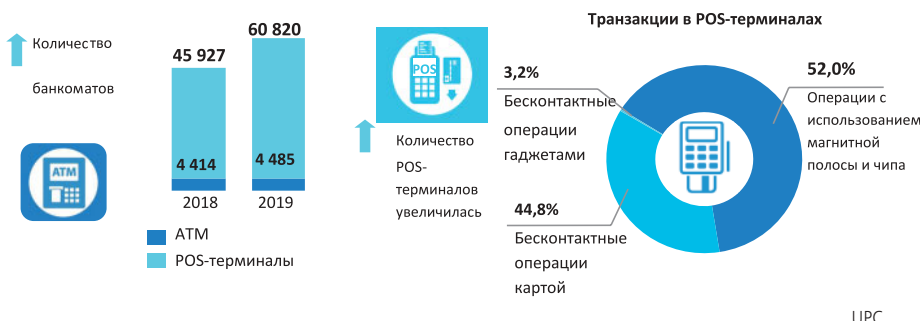
ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТРАНЗАКЦИЙ ПО КАРТАМ ЗА 2019 ГОД

Карты

- ↑ Количество обработанных в UPC транзакций увеличилось на 17% за год
- ↑ Общее количество карт увеличилось на 6%



Банкоматы и POS-терминалы



причин пока не хотят или не могут ими пользоваться.

– Какие решения разрабатывает UPC, чтобы улучшить клиентский опыт в электронной коммерции?

– Сейчас происходит существенное усовершенствование стандарта (назову это так) оплаты в интернете как на стороне эмиссии, так и на стороне эквайринга. Это было вызвано тем, что количество неуспешных, незавершённых транзакций в электронной коммерции росло быстрее, чем объёмы рынка.

Всё больше людей совершают всё больше покупок в интернете, и это происходит на разных сайтах, с использованием разных интерфейсов, где-то оплату нужно подтверждать в браузере, где-то приходит СМС-сообщение, где-то PUSH-уведомление. Проблема в том, что клиент находится в напряжении, не чувствует комфорта.

Платёжные системы уже поняли, что надо улучшить клиентский опыт, ведь за покупками в интернете будущее. Они решили, что можно собирать больше информации на стороне эквайринга и давать её эмитенту, для того чтобы тот избегал проверки клиента в виде ввода одноразового пароля в ряде случаев: например, если видно, что клиент использует своё обычное

устройство, идентифицировался с помощью биометрии, не совершает рискованную транзакцию, а страна, где находится телефон, совпадает со страной, где происходит транзакция. При проверке и оценке параметров не нужно будет ничего вводить. По оценкам, 80% транзакций будут проходить таким "бесшовным" и незаметным для клиента способом. Но для этого всю инфраструктуру электронной коммерции нужно существенно модернизировать, поскольку вместо того, чтобы собирать единицы каких-то дополнительных полей данных в транзакции, теперь таких полей может быть больше сотни.

К концу 2019 года мы получили от компании Visa подтверждение об успешном тестировании решения и готовности осуществлять интернет-транзакции

EMV 3DS в части эквайринга. В части эмиссии мы ещё находимся в процессе, но уже близки к завершению, получены все поставки, решение сертифицировано в EMVCo и платёжных системах. Мы проводим тесты по интеграции, отлаживаем ошибки, чтобы предложить своим клиентам 3-D Secure 2.1 (дальнейшие изменения к 2.2, 2.3 уже не будут иметь такого принципиального характера). При использовании сервиса EMV 3DS 2.0, в отличие от 1.0, обеспечивается быстрая и незаметная для клиента аутентификация, что упрощает оплату. Это возможно за счет безопасной аутентификации на стороне эмитента по операциям клиента, которые признаны низко-рисковыми банком – эмитентом карты. В отличие от одноразовых паролей, в 3-D Secure 2.0 также могут использоваться новые методы аутентификации, такие как биометрия и аутентификация на основе токенов.

И как я уже сказал, многие банки не занимаются электронной коммерцией в части привлечения торговцев к обслуживанию. Но на рынке присутствуют ещё и небанковские игроки, и они очень сильные, это их основной бизнес, они делают лучше, быстрее, удобнее, красивее, но берут за это плату. Мы сотрудничаем и с ними, расширяем, развиваем свои процессинговые сис-

темы, стараясь соответствовать всем трендам, и поддерживать все современные методы. Банкам мы также предлагаем ряд функционалов, которые они могут использовать, если захотят заниматься электронной коммерцией.

– Особенности использования мобильных кошельков в электронной коммерции...

– В электронной коммерции интересно также направление, которое подразумевает использование глобальных кошельков Masterpass и Visa Checkout. Эти технологии предложены самими платёжными системами и существенно упрощают банкам возможность вместе со своими клиентами и партнёрами запустить приём платежей в мобильном приложении. Например, сети супермаркетов, заправок, кофе-машин (если у них есть приложение) могут таким образом интегрироваться достаточно быстро. Они могут выбрать один из глобальных сервисов от платёжных систем (Masterpass или Visa Checkout) и очень быстро подключиться к такой оплате. По технологии это будет электронная коммерция. Но по сути, клиент будет при этом стоять в реальном магазине или на заправке, или возле кофейного аппарата и платить в приложении на смартфоне. Клиент присутствует, но это электронная коммерция. И это не всегда самообслуживание – кассир сидит в супермаркете, но покупатель использует не POS-терминал, а кошелек, который "вмонтирован" в приложение супермаркета, и сразу происходит оплата. По сути, электронная коммерция, несмотря на всю сложность и технологичность, уже понемногу "наступает" и на мир реальных покупок. Уже появляются какие-то симбиозы, которые позволяют использовать эти технологии в неожиданных ещё несколько лет назад направлениях и проектах.

– UPC предлагает клиентам API. Почему это актуально?

– Мы понимаем, что помимо всех тех интеграций, в проведении которых мы готовы помогать нашим клиентам, в электронной коммерции нужно развивать API. Потому что у банков сегодня настолько креативные продуктовые менеджеры, agile-команды, что ты просто не успеваешь каждый раз сделать для них отдельную и полную разработку под их конкретную идею. Но если ты предложишь всем продуманный API, который позволяет делать набор каких-то необходимых вещей, то они сами найдут, как его использовать в соответствии со своими идеями. API – универсальное средство, которое позволяет каждому строить уникальное клиентское предложение. Поэтому мы развиваем API, исходя из специфики наших сервисов.

– Что происходит в таком быстрорастущем сегменте, как P2P-переводы?

– Мы развиваем направление P2P-переводов и в 2020 году предложим клиентам ряд новых технологий, связанных с возможностью интеграции по API. Кроме того, у нас есть желание попробовать технологию P2P-переводов на рынках других стран – в Центральной и Восточной Европе.

Но есть и сложности – например, как сделать процесс P2P-перевода понятным и удобным для клиента. В разных странах Европы абсолютно разные требования по KYC при осуществлении таких операций. Это усложняет запуск подобных проектов в Европе. Однако и у нас до сих пор часто интерфейсы непонятные, тариф слишком высокий, а сервис часто не работает, и нельзя понять почему, и никто тебе не поможет, если возникла проблема. Тем не менее, число операций в сегменте P2P-переводов быстро растёт.

Очень часто во всём этом переплетении – банки, PSP, процессинговый центр – клиенту сложно найти правду, если что-то не работает. А, к сожалению, не работает часто по разным причинам. Поэтому чрезвычайно важно сделать всё понятным и простым, а также сделать так, чтобы клиент мог куда-то обратиться, и чтобы ему там помогли. Я обращаю внимание банков – наших партнёров – это очень важный нюанс.

Мы тем временем делаем большие ставки на API к нашей платформе для P2P-переводов (уже разработали и тестируем API) и готовы предложить ряд интересных возможностей, а банки сами решат, хотят они ими воспользоваться или нет. Но мы надеемся, что это будет интересным. Мы усилили product management этого направления, потому что считаем его перспективным, и будем здесь представлены более существенно, чем просто switch.

– На рынок платежей выходят небанковские организации, финтех-компании, небанки. Что делать банкам – отдать платёжный бизнес или бороться за него?

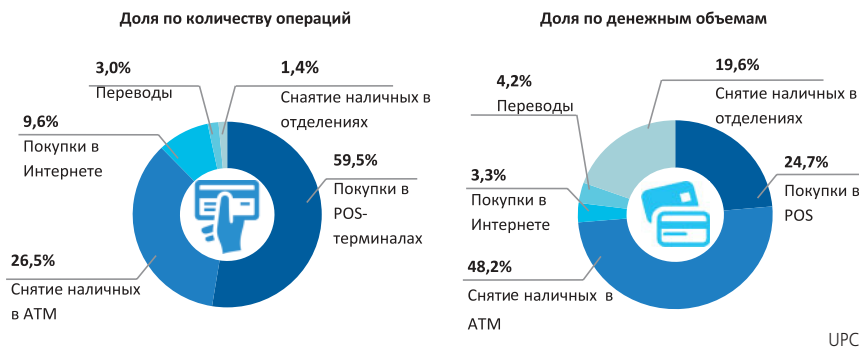
– Я вижу, что во многих банках бизнес платежей недооценен по сравнению с кредитами и депозитами. Внимания к нему недостаточно, это слабая сторона многих банков. С другой стороны, у многих финтех-компаний бизнес и экспертиза платежей переоценены, а остальное недоразвито. Скорее всего, банки и финтех движутся навстречу друг другу.

Но банку, чтобы реально зарабатывать, все равно нужно выпускать кредитные карты!

– Мы знаем, что недавно на процессинг UPC перешёл Окси Банк (обслуживающий

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРАНЗАКЦИЙ за 2019 год

Транзакции (эмитентские)



ют на это особого внимания, для них это стало само собой разумеющимся. Важный момент – мы стараемся (и уже по-другому не можем), чтобы наши core-системы не простаивали долгое время (критичное). Да, бывают остановки – ручные, плановые, но мы научились переключаться и стараемся делать многие вещи non-stop. Мы много инвестируем, чтобы работал core-сервис.

мобильный sportbank). Какие преимущества банкам предлагает UPC в отличие от других процессинговых центров?

– Я бы хотел со стратегии начать. Мы себя считаем очень надёжным партнёром, поскольку наш акционер – западная банковская группа, и кроме того, у нас очень диверсифицированная бизнес-модель. Мы занимаемся разными направлениями, каждому из них уделяем внимание и подходим серьёзно.

В UPC уже есть определённая диверсификация по странам, по валютам. Мы много вкладываем в безопасность, стабильность систем. По нашему мнению, главное преимущество сотрудничества с нашей компанией состоит в том, что наши клиенты, реализуя проекты и решая свои задачи, могут не "оглядываться постоянно назад", а делать своё дело. У них полно работы – создавать хороший интерфейс, придумывать маркетинг, улучшать клиентский опыт, и они могут на ней сосредоточиться. Это если принципиально смотреть на ситуацию.

Также мы считаем, что у нас лучший на рынке карточный бэк-офис IS-Card (и функционально, и по стоимости). Мы его постоянно совершенствуем, расширяем возможности. IS-Card вырос на нашем рынке и принёс на него много своего опыта и хороших решений. Он не отстаёт в развитии инноваций. Это касается грейс-периода кредитных карт, оплаты частями, пороговых начислений ставок, пакетной тарификации, бонусов, кэшбэков... Это всё функциональное и, мы считаем, лучшее на рынке.

Ещё одно преимущество – доступность процессинговой системы. Наши украинские клиенты фактически находятся на одной платформе с очень чувствительными западными клиентами, например, с крупными супермаркетами в Европе, у которых очень высокие требования к уровню доступности (5 минут простоя – это уже проблема). А наши клиенты уже и не обраща-

– Как в UPC проходит замена основной системы на новую процессинговую систему Authentic?

– Нужно сказать, что основные преимущества и возможности мы надеемся получить после миграции на новую систему. Это будет и гибкость, и скорость, и новый бизнес-функционал. Будет совсем другая по возможностям платформа. У нас несколько изменились приоритеты в части того, что мы быстрее продвинули банкоматную функциональность. Изначально у нас стримы назывались 1,2,3,4. Третий стрим – эмитентская часть, которую ждут клиенты, и она даст много. Четвёртый стрим – банкоматы. Мы хотели оставить банкоматный отрезок на самый конец, но нам пришлось его ускорить. В итоге эти два стрима мы ведем параллельно. Но весь проект закончится, как и планировалось.

В конце 2019 года у нас в новой системе появились первый банкомат и первый клиент в эмитентской части. В 2020 году мы должны завершить миграцию на новую систему нескольких банкоматных клиентов. В основном, это будут клиенты в Европе и два банка здесь, в Украине. Также в 2020 году мы закончим тестирование эмитентского функционала (авторизация, счета и карточки), а с середины года продолжим миграцию клиентов у нас в стране (думаю, что они все не успеют мигрировать до конца этого года). То есть мы продолжим миграцию как банкоматов, так и эмитентской части в 2020 году. К середине 2021 года мы должны закончить миграцию клиентов в эмитентской части. Миграцию банкоматов мы завершим к концу 2021 года, может в начале 2022.

На новую систему уже переведён ряд функционалов – платёжные системы, POS-эквайринговый бизнес, хостовые соединения (которые мы обслуживаем вместе с нашими партнёрами), электронная коммерция, Money Transfer. Там мы уже можем делать намного больше, и это заметно.

Эмитентская часть и банкоматы в большинстве ещё находятся в старой системе. Она хорошая, дешёвая, производительная, но архитектурно уже устарела. Поэтому мы приняли решение: "Меняем". С тем, что у нас уже есть в новой системе, мы всеми силами можем идти вперёд, ведь сейчас у банков множество идей.

Мы хотим получить ещё "заряд" функциональных возможностей, даже таких, о которых ещё не знаем. Новая архитектура системы и гибкость даст нам возможность быстро и эффективно поддерживать наших клиентов в будущей конкуренции.

Еще раз о планах миграции. В 2020 году мы продолжим эмитентскую миграцию в Украине с середины года, потому что большинство клиентов этого очень ждут, и закончим миграцию эмитентской части в 2021 году. Мы сделаем несколько пробных миграций на первых банкоматах в 2020 году. У наших клиентов очень много моделей банкоматов (так исторически сложилось) – cash-in, cash-out, на платформах Wincor, Diebold, NCR – какие угодно. И провести миграцию надо так, чтобы это было незаметно и безболезненно для клиентов, а это нелёгкая задача. Миграцию банкоматов мы продолжим в 2021 году и закончим в 2022-м.

– Какие тренды можно отметить в сегменте банкоматов?

– Банкоматы перестали быть интересны банкам. Хотя парадоксально – количество банкоматов снижается, а количество банкоматных транзакций увеличивается, и их суммы растут. Доля транзакций в банкоматах снизилась по количеству операций, но по сумме не снизилась. Конечно же, всем хочется говорить, что мы побеждаем кэш, но по цифрам это не всегда так.

Банкоматы уже не определяют конкуренцию, поэтому не очень интересны банкам. Если банкоматы нормально работают – выдают деньги, а некоторые и принимают, поддерживают NFC и DCC (дополнительный заработок на конверсии валют) – что ещё нужно банку? Хотя в некоторых странах, например, Балканских, банкоматы в отделениях превращаются в многофункциональные машины, которые обеспечивают приём и выдачу наличных, поддерживая связь напрямую с банковской системой, погашение кредитов... Но я не уверен, что это путь для нашего рынка. Мы уже перешагнули этот этап, стоит ли в него инвестировать? Скорее мы сразу пойдём в мобильные решения, не тратя время и силы на интеграцию банкоматов в платёжные сервисы, тем более в Украине уже есть огромная сеть кэш-киосков. Но если кто-то из клиентов захочет установить такие машины, мы готовы их поддерживать как процессинг.

– Вы предложили клиентам технологию Paperless PIN. Как идёт её внедрение в банках?

– Мы подошли к функционалу безбумажного ПИН не традиционно – "отправь СМС и ты получишь ПИН", а разработали целую логику. Нам приятно, что многие клиенты это оценили и активно используют. Мы подумали, что клиент в 21-м веке должен сам себе выбирать ПИН. А уже банк должен ему объяснить: не говори никому, не ставь одинаковый на все карты, не ставь дату рождения. Это современное и удобное для клиента решение. Оно реализовано разными банками во всех каналах обслуживания: интернет и мобильное приложение, AVR в колл-центре, POS-терминал в отделении банка и даже в банкоматах.

– Что важно при внедрении инноваций?

– Инновации важны, но не нужно забывать, что они не приносят радости, если нестабильно работают в твоей системе. Поэтому мы стараемся придерживаться баланса между быстрым запуском новых технологий и инвестированием в стабильное развитие. Что-то мы внедряем быстрее рынка, что-то медленнее. Стараемся при этом делать всё правильно и качественно, сильно не накапливая так называемый "технический долг". Если можем при этом делать быстро – хорошо. Если нет – мы, скорее, будем делать дольше, но правильно. Тем более что часть сервиса уже находится на новой платформе, где мы имеем больше возможностей и более высокую скорость внедрения.

О КОМПАНИИ UPC

Украинский процессинговый центр (UPC), лидер на рынке процессинговых услуг, работает в Украине с 1997 года, а с 2007 года - в других странах Центральной и Восточной Европы и является частью группы Райффайзен со стопроцентным австрийским капиталом.

Более 300 квалифицированных сотрудников, 3 дата-центра в Украине и Австрии позволяют обеспечить высокий уровень сервиса и надежности систем клиентам в нашей стране и 13 европейских странах. Сегодня UPC процессирует свыше 7 млн. платёжных карт 34 банков-клиентов.

www.upc.ua