



Профессионализм, опыт и энергия молодости UPC 20 лет!



Компания UPC занимает лидирующее положение на рынке процессинговых услуг в Украине и является одним из самых крупных и передовых процессинговых центров в Центральной и Восточной Европе. Успех UPC - в синергии опыта и постоянного развития. О достижениях и новых проектах компании, тенденциях развития платёжного рынка журналу ФУЭТЕ рассказывает председатель правления UPC Антон Романчук.

– С чем UPC подошел к своему двадцатилетию? Что достигнуто за последнее время?

– Не хотелось бы сильно уходить в ретроспективу – стараемся больше смотреть в будущее, чем оглядываться назад. Несмотря на стагнацию рынка за последние несколько лет, Украина двигалась в тренде стран Центральной и Восточной Европы, где люди пользуются карточками всё чаще и чаще – это касается покупок в первую очередь. За счёт этого рынок развивался, шёл вперед, и уже в этом году UPC вернётся к докризисным объёмам по числу обработанных транзакций и даже их превысит.

Не скрою, это связано не только с тем, что рынок восстанавливается в Украине. Бизнес UPC растёт быстрее, в том числе за счёт зарубежных клиентов. Несмотря на то, что Украина несколько лет подряд не сходила с передовиц газет из-за военных действий и прочих турбулентностей, нам удалось продолжить привлечение зарубежных клиентов. К нам пришли на обслуживание несколько банков Группы Райффайзен (Raiffeisen Bank International, Austria). Мы начали предоставлять сервис и по эквайрингу, и по электронной коммерции крупным торговым сетям и компаниям в Центральной и Восточной Европе. Это известные мировые бренды. И мы продолжаем работать в этом направлении – UPC участвует в тендерах, в конкуренции в Европе. Безусловно, не просто убедить кого-то привести в Украину кри-

тический сервис, поэтому необходимо быть гибче и дешевле. Кроме того, мы построили резервный дата-центр в Вене для большего спокойствия и уверенности клиентов. Сегодня уже более 15% в структуре доходов UPC приходится на доходы из-за рубежа, и их доля продолжает расти.

В то же время, нельзя не отметить, что большинство клиентов UPC в Украине достойно прошли время кризиса, приняли правильные управленческие решения, оптимизировали бизнес. И сейчас эти клиенты растут быстрее рынка. Большинство из них – это дочерние структуры зарубежных банков, вместе с которыми на украинский рынок пришли западные культура и модель ведения бизнеса, стандарты риск-менеджмента и организации операционных процессов.

Поэтому, главное достижение UPC за последние годы – то, что мы смогли проникнуть и закрепиться на рынке Европы и пройти с нашими Украинскими клиентами достаточно непростые времена, когда, например, нам приходилось, повышать цены, потому что валютные затраты выросли в разы после девальвации. При этом мы сохраняем фокус на местных клиентов.

– Как развивается инфраструктура UPC?

– Мы смогли сохранить темп инвестиций в инфраструктуру и не затягиваем циклы обновления систем и оборудования. В прошлом году, например, мы меняли дисковые массивы на более вместительные и производительные, в этом году меняем серверное оборудование, а в следующем году планируем обновить телекоммуникационное оборудование. Почему это важно? Потому что не приносят удовольствия хорошие продукты и современные сервисы, если ваши системы работают плохо и ваши встречи с клиентами сводятся к обсуждению качества услуг, SLA (Service Level Agreement) и всяких базовых вещей, вместо того, чтобы обсуждать развитие бизнеса.

Поэтому мы стараемся повышать качество работы и операционные процедуры. Могу сказать, что в этом году в UPC первые четыре месяца доступность критических систем составила 100%. Это большое достижение. Я помню, что 10 лет назад остановки процессинга на достаточно длительное время считались вполне допустимыми. Хотя мы сейчас находимся в проекте замены основной системы на более современную, и у нас предусмотрены плановые остановки, но это связано с техническим прогрессом и развитием компании.

То, что мы не останавливали развития в это непростое время – тоже одно из важных достижений UPC. Мы убедили собственников продолжать проект по замене процессинговой системы. Это дорогостоящий проект, потому что мы купили одну из лучших и перспективных, на наш взгляд, процессинговых систем на сегодня

– Authentic. Ведь для эффективного решения любых задач, которые могут возникнуть в будущем, необходимы гибкость, умение быстро интегрироваться и подключаться к новым сервисам, новым возможностям, быстро реализовывать их. Именно поэтому мы меняем нашу старую систему, которая хорошо работает, "вычищена, вылизана", как говорят айтишники. Но жизнь не стоит на месте, и нам необходима более гибкая система нового поколения, для того чтобы быть конкурентными и здесь, и за рубежом.

– Какие из новых проектов UPC на зарубежном рынке вам хотелось бы отметить?

– В прошлом году Группа Райффайзен опередила UPC Центром компетенции (Competency centre) по электронной коммерции (в дополнение к тому, что ранее UPC стал Центром компетенции по банкоматам, и все банкоматы Группы Райффайзен должны перейти на обслуживание в UPC со временем). Это значит, что развитие электронной коммерции во всей Группе будет также происходить с участием UPC. А

О КОМПАНИИ UPC

Украинский процессинговый центр (UPC) является частью группы Райффайзен со стопроцентным австрийским капиталом.

Компания предоставляет аутсорсинговые решения и программное обеспечение в сфере обслуживания платежных карт.

UPC обеспечивает сервис в части эмиссии дебетовых и кредитных карт, эквайринга банкоматов и POS-терминалов, электронной коммерции, переводов с карты на карту, DCC, а также предлагает индивидуальные решения для клиентов.

Компания основана в 1997 году, и сегодня услугами UPC пользуются клиенты в десяти странах Европы.

Более двухсот квалифицированных сотрудников, три дата-центра в Украине и Австрии позволяют обеспечить высокий уровень сервиса и надежности систем.

На сегодняшний день UPC процессирует 8 миллионов платежных карт 38 банков-клиентов и обрабатывает транзакции 4 475 интернет-магазинов.

www.upc.ua

Рис. 1. Рост числа операций по платёжным картам банков – клиентов UPC



мы верим, что у электронной коммерции большое будущее. В этом направлении с нами уже работают 5 банков в Европе, правда их объемы пока незначительные.

Кроме того, мы сопровождаем проект по трансграничному торговому эквайрингу (cross-border merchant acquiring) и, например, сейчас начинаем интегрировать сеть вендинговых машин для продажи кофе. Это проект с крупной компанией, в сети которой около 60 000 кофейных автоматов в разных странах Европы и отмечается большой рост числа транзакций. Они сами хотят принимать бесконтактные карточки, это удобно – клиент приложил карточку и получил кофе. В дальнейшем компания планирует сделать свой кошелек на основе сервисов глобальных платформ Visa Checkout и Mastercard. Пользователи смогут регистрировать в кошельке свои карты и платить за кофе с мобильного NFC-телефона.

Как полагают в компании, уже в ближайшее время от 20 до 30% всех операций в их сети кофейных автоматов перейдут на карточки (в странах ЕС уже у всех есть бесконтактные карты). Это 55 миллионов транзакций в год для нас, что можно, например, сравнить с крупным банком – клиентом UPC. Хотя это не значит, что нам не интересны банки. Мы, наоборот, хотим в этом году предложить очень много новых возможностей для банков-клиентов, причём именно в нашей стране. Банк пользуется намного более широким набором сервисов и с ним сотрудничать сложнее, но интереснее, если можно так выразиться. А в случае сети вендинговых автоматов или другого похожего партнерства можно одним контрактом продать сразу много однообразных услуг. Вот в этом разница.

– Что можно сказать о тенденциях развития украинского рынка платёжных карт?

– Потенциал роста платежей в принципе большой. Платежи по карточкам в Украине растут. По данным банков – клиентов UPC, количество покупок, оплаченных в 1 квартале 2017 года с помощью платёжных карт, увеличилось на 43% по сравнению с 1 кварталом 2016 года, включая покупки в супермаркетах, магазинах (рис. 1). В то же время, электронная коммерция (даже с учётом покупки билетов онлайн) росла медленнее – всего на 17% по сравнению с первым кварталом прошлого года. Но со временем темпы роста электронной коммерции будут увеличиваться. Рост переводов с карты на карту в интернете (P2P) составил 33%.

По числу транзакций на долю оплаты покупок платёжной картой приходится уже 61,5% (расчёты в торговых точках – 52,6%, электронная коммерция – 8,9%) от общего числа финансовых операций с использованием карт банков – клиентов UPC (рис. 2). Мы идём в тренде Восточной Европы, доля покупок в странах-лидерах уже превышает 80%. Причём в некоторых странах больше 30% покупок совершается с помощью бесконтактных карт. И в нашей стране использование бесконтактных карт будет расти. Людям нравится платить бесконтактными картами, и я безоговорочно верю в успешное развитие бесконтактной карточной технологии в Украине.

– А как вы смотрите на перспективы использования токенизации?

– По нашему мнению, токенизация – это очень перспективная технология, и не только применимо к мобильным кошелькам, как она сегодня используется. В чём её суть? Для конкретного направления или устройства, или торговца вы можете к платёжной карточке привязать токен и использовать его вместо настоящего номера этой карты. Клиент банка может управлять токеном и, например, использовать данный токен только для оплаты он-лайн телевидения у конкретного оператора, не беспокоясь о безопасности карточных данных. Например, подобный проект сейчас реализует Netflix, насколько мне известно. Торговцу или поставщику услуг не нужно устанавливать арсенал технических средств для защиты карточных данных, не нужно проходить сертификацию на соответствие PCI DSS. Технология токенизации открывает большие возможности для проектов по подпискам, по платежам, для развития Интернета вещей.

Рис. 2. Распределение количества операций по платёжным картам банков – клиентов UPC, 1 квартал 2017 года



– Какие новые разработки с использованием передовых технологий проводит сейчас UPC?

– UPC находится в процессе интеграции с глобальными платформами MDES (Mastercard Card Digital Enablement Service) и VTS (Visa Token Service), а также с платформами Masterpass и Visa checkout.

Кроме того, недавно Visa представила новую технологию mVisa, которая открывает новые возможности для рынка, позволяя покрыть сегменты, которые до сих пор считались слишком рискованными либо низкодоходными для того, чтобы принимать платёжные карты классическим способом через POS-терминал. И мы постараемся дать клиентам UPC возможность использовать mVisa для развития бизнеса. Технология mVisa позволяет тому, кто платит, контролировать процесс платежа, то есть покупатель, а не продавец инициирует и подтверждает сделку. С другой стороны, использование такой технологии позволяет избежать покупки дорогостоящего оборудования в сегментах, где это нецелесообразно, и максимально приближает место операции к клиенту, поскольку смартфон есть у очень многих, а скоро будет почти у каждого.

– UPC – участник национальной платёжной системы "ПРОСТІР". Как идёт её развитие?

– Могу сказать, что ПРОСТІР растёт намного быстрее рынка, хотя объёмы этой платёжной системы пока несравнимы с другими. В основном рост происходит за счёт нескольких банков-эмитентов, и Райффайзен Банк Аваль – крупнейший из них в части эмиссии среди клиентов UPC.

Сегодня ПРОСТІР – это фактически более доступная альтернатива международным платёжным системам, хотя в части инновационного развития несколько отстает от них, во всяком случае, на сегодня. UPC подключён к центральному маршрутизатору и предоставляет своим клиентам сервисы эмиссии и эквайринга. В этом году мы запустили чиповый эквайринг в ПРОСТІР.

– Услугами UPC пользуются клиенты в десяти странах Европы, в том числе в Украине...

– Что касается украинских клиентов, то, безусловно, сложно говорить об успехах в части их привлечения, поскольку число банков очень существенно сократилось за последние 3 года и продолжает сокращаться. Тем не менее, к нам на обслуживание за это время в Украине пришёл один достаточно крупный банк – это Мегабанк.

Среди зарубежных клиентов мы подключили четыре банка за последние три года на тот или иной сервис. Мы предоставляем разные сервисы – это может быть и электронная коммерция, и поддержка 3D Secure, и торговый эквайринг. Как я уже сказал, нашими клиентами стали несколько крупных торговых сетей. И по электронной коммерции – одна очень большая европейская low-cost авиалиния. Как я уже говорил, один такой клиент может дать очень большой объём транзакций при относительно несложной конфигурации, в отличие от интеграции нового банка в Европе, например. В проекте с банком мы должны обеспечить все элементы обслуживания, включая операционные моменты и даже найти локального партнера для операционной

поддержки в некоторых случаях. Конечно, интереснее делать разнообразные вещи, но в случае крупных торговых сетей – объём большой. Поэтому мы находим баланс и видим преимущество такой диверсифицированной бизнес-модели – с нею легче кризисы преодолевать. Нам повезло – UPC обслуживает разных клиентов по разным направлениям: в нашей стране и за её пределами, банки и небанковские компании, крупные и среднего размера, в коммерческом и даже немного в государственном секторе...

Два года назад Группа Райффайзен решила создать на базе UPC центр разработки программного обеспечения, назвав его Ukrainian Delivery Centre (UDC). Это признак доверия и веры не только в нашу компанию, но и в нашу страну. В этом центре уже работают 35 человек, а до конца года их планируется 60-70 человек. Они работают над различными проектами, в основном не связанными с платёжными картами...

– Карты уходят – и остаются...

– Мы видим, что в некоторых случаях интерес к картам поутих. Просто карты очень долго остаются "в лучах прожекторов", и к ним все привыкли. Но это же неоспоримый факт, что у банков во всех странах банковская карта – самый массовый способ доступа к банковскому сервису и ключевой элемент розничного бизнеса. Кредитная карта (при нормальных условиях) – это то, что приносит основной доход в рознице. А дебетовая карта – это то, что создает отношения с клиентами (текущий счёт, зарплатный проект и т.д.). И это не изменилось. Да, появился интернет-банкинг, возникла конкуренция в части удобства платежей, появились финтех-компании, но пока что их немного и бизнес-кейса пока там особого нет, у нас, во всяком случае. Я не говорю о платёжных сервис-провайдерах, тут как-раз все ОК;) Поэтому платёжные карты есть и еще достаточно долго будут, даже если они мигрируют в какие-то устройства или приложения, в мобильные телефоны. Но всё равно, это будет номер карточки, пускай не физическая пластиковая карта, а токен в телефоне – не важно. Но и для принимающей стороны – это будет как карта. И для получателя транзакции и эмитента тоже.

Поэтому и да, и нет. Хотя во многих странах мы уже видим тенденцию, что рядом с карточными розничными платежами и переводами очень быстро возникают переводы со счёта на счёт (с использованием мобильного телефона или с использованием просто IBAN – где как). И мы тоже постараемся в этом участвовать. Ведь технологии очень похожи. Как для нас, технологически перевод со счёта на счёт даже проще будет.

Но всё-таки, я бы посоветовал не выбрасы-

вать платёжные карты из зоны внимания руководства банков.

– Из последних тенденций нашего рынка – Укрпочта хочет помочь банкам быть рядом с клиентами. Получится ли у неё?

– Мы верим в это. Собираемся участвовать в тендере Укрпочты на процессинговые услуги. Стараемся им помогать, где можем – они уже запустили P2P-переводы, например.

– Что можно сказать об отношениях банков и финтеха?

– Фактически это превращается в партнёрство, поскольку финтехи более гибкие, готовы терпеть неудачи, а многие не боятся даже разориться, а банки, в свою очередь, имеют право хранить и переводить настоящие деньги.

По моему мнению, стратегически банки больше смотрят, как на конкурентов на гигантов – Google, Apple, Facebook, Amazon. Эти компании просто ещё "не добрались" до банковского бизнеса, поскольку он очень сильно зарегулирован – требуется очень много соответствий и очень много риск-менеджмента. Пока что они заняты намного более лёгкими и интересными вещами. Но первые попытки, безусловно, есть – платёжные сервисы у Google, Apple, Amazon. А взаимоотношения банков и финтех-компаний будут, скорее, партнёрскими, когда финтех помогает банку сделать удобное решение технологичным.

В настоящее время Евросоюз, внедряя директиву PSD2, идёт к тому, чтобы банки открылись больше друг другу и провайдерам финансовых сервисов. Что это значит? В принципе, заходя или в банк, или к тому, кого сертифицирует Европейский регулятор, клиент сможет увидеть все балансы по своим счетам даже в разных странах. И тогда банку уже придётся доказать, что его сервис самый удобный, надёжный, привлекательный, если он хочет, кроме текущего счёта, предлагать клиенту ещё какие-то сервисы, кредиты, карты, ипотеку и т.п.

– Насколько реально построение у нас в стране Cashless Economy?

– Это будет. Только вопрос – когда? Нужно делать максимум, что можно сделать, и смотреть, что получилось.

У компании UPC и ее австрийского акционера есть долгосрочное видение, мы идём своим путём. У нас хорошая система, процедуры, построенные на основе международных стандартов и передовых технологий, высокопрофессиональная команда. Мы крепкие люди, идем вперед и уверенно смотрим в будущее :)