

Криворучко С. В.

*доктор экономических наук,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,
директор Центра денежно-кредитной политики
Института финансово-экономических исследований
e-mail: gleb@33.east.ru*

Чан Шон Тунг

*аспирант,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,
кафедра «Денежно-кредитные отношения
и монетарная политика»
e-mail: tungtran.wict@gmail.com*

Развитие платежных услуг на основе мобильной связи и интернета в целях повышении финансовой доступности

В статье рассмотрены варианты использования технологии мобильной связи при оказании финансовых услуг, позволяющих снизить операционные затраты, риски, расширить охват и использование продуктов микрофинансовых организаций (МФО). Мобильные операторы предлагают услуги мобильного банкинга, которые позволяет МФО построить технологические платформы для перечисления денежных средств. Одним из пилотных проектов в этой области является M-Pesa в Кении.

Ключевые слова: *мобильные финансовые услуги, мобильный банкинг доступность финансовых услуг, риски, издержки.*

Kryvoruchko S.V.

*Doctor of Science (Economics),
Financial university under the Government of the Russian Federation,
director of the monetary policy center
of the Institute of Financial and Economic Research*

Tung Tchan Son

*Postgraduate student of Monetary relations and monetary policy department,
Finance university under the Government of Russian Federation*

The development of mobile- and Internet-based payment services as factors of financial accessibility improvement

The article describes the options of mobile technology in financial services which reduce operating costs, risks, expand coverage and use of microfinance institutions (MFIs) products. Mobile operators offer mobile banking services that allow MFIs to build a technological platform for the transfer of funds. One of the pilot projects in this area is M-Pesa in Kenya.

Keywords: mobile financial services, mobile banking, accessibility of financial services, risks, costs.

Технологии мобильной связи для микрокредитования

Согласно ежегодному докладу «Состояние индустрии 2013: Мобильные финансовые услуги для не охваченных банковскими услугами» (State of the Industry 2013: Mobile Financial Services for the Unbanked)¹, 2,5 миллиарда человек в странах с низким доходом не охвачены банковскими услугами. Кроме этого, еще свыше 1 млрд чел. являются в недостаточной степени охваченными услугами, но уже имеют доступ к мобильным телефонам, через которые могут воспользоваться финансовыми услугами.

Использование технологии мобильной связи позволяет снизить операционные затраты, риски, расширить охват и использование продуктов МФО. Мобильные операторы предлагают услуги мобильного банкинга, которые позволяют МФО построить технологические платформы для перечисления денежных средств и использования мобильного банкинга. Одним из пилотных проектов в этой области является М-Pesa в Кении. К сожалению, попытки повторить его в других странах Африки оказались малоуспешными. МФО или телекоммуникационные компании не должны следовать универсальному подходу для развития финансовых услуг.

Будет продолжено развитие партнерских отношений между телекоммуникационными компаниями и финансовыми учреждениями, чтобы предложить микро-кредиты и услуги по переводу денег для клиентов мобильной связи:

- В Кении, Safaricom в партнерстве с Коммерческим банком Африке (ЦБА) представил проект M-Shawari, микрокредитование на основе мобильной связи.

¹ См.: http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/02/SOTIR_2013.pdf.

- Танзания последовала примеру Кении, где компания Vodacom в партнерстве с центральным банком начала предоставлять банковскую услугу под названием М-Pawa, позволяющей танзанийцам сберегать и занимать деньги с помощью своих мобильных телефонов.
- BNP Paribas является партнером сервиса Orange Money в Западной Африке.

Это направление развития бизнеса повышает вероятность потенциальных слияний между телекоммуникационными компаниями и финансовыми институтами.

Возможны несколько вариантов решений (на примере подключения МФО к системе мобильных платежей М-Pesa в Кении):

I. Базовая стыковка: МФО создает коммуникационную связь между своей системой и другими платформами Р2Р. Это позволяет пользователям электронного кошелька переводить деньги между своими кошельками и счетами в МФО. Однако возникают трудности для МФО в эксплуатации такой архитектуры для привлечения новых клиентов. МФО должны опираться на заинтересованность клиента кошельков и его способность направлять систему кошелька на ведение бизнеса с конкретным МФО.

II. Отдельные экосистемы. МФО может установить свое мобильное приложение, и даже построить свою собственную агентскую сеть. МФО поддерживает контроль над экосистемой, в которой клиент проводит транзакции, но эта система мала и изолирована, а поэтому ее ценность ограничена. Клиенты МФО все еще должны быть клиентами в экосистеме Р2Р, чтобы воспользоваться выгодами от инфраструктуры и услуг системы Р2Р.

III. Подключенные экосистемы: МФО расширяет свою экосистему за счет присоединения к другим системам Р2Р. При этом клиенты МФО будут должны иметь электронные кошельки, чтобы пользоваться услугами агентов или сервисом Р2Р систем. Такое решение может быть неудобным для клиентов, которые должны быть способны проводить навигацию через две системы.

IV. Взаимодействующие экосистемы: В идеале МФО должны связать свои системы с Р2Р так, чтобы клиенты МФО могли проводить транзакции напрямую в других системах Р2Р на своих банковских счетах. При таком подходе клиенты МФО не должны иметь е-кошельки для проведения операций с наличными деньгами с агентами партнерских Р2Р систем. МФО удерживает своих клиентов, но создает им удобство в использовании кассовых агентов в других системах.

МФО могут допустить такую экосистему, не имея своих собственных агентов, если МФО уверена, чтоб другие P2P агенты могут представлять адекватный сервис.

V. Модификация взаимодействующих экосистем: МФО могут также расширить модель 4 за счет выстраивания собственной сети агентов. Такое становится необходимо, если МФО пожелает иметь фирменных, обученных и контролируемых агентов. При такой модели МФО сможет предоставлять два вида сервиса: фирменный и контролируемый МФО сервис через агентов МФО и услуги выдачи и получения наличных через другие партнерские платежные системы.

Ожидается следующая волна более продвинутых мобильных банковских услуг:

- мобильная связь только для микрофинансирования,
- мобильное страхование,
- развитие финансовых учреждений, предоставляющих услуги мобильной связи.

Например, Equity Bank в Кении, который был лицензирован для работы в качестве виртуального оператора Mobile Virtual Network Operator. Equity Bank был учрежден в 1984 году как ипотечное учреждение – Equity Building Society, затем он трансформировался в микрофинансовую организацию, и наконец – превратился в типовой коммерческий банк (в настоящее время это универсальный трансафриканский банк – входящий в состав холдинга Equity Bank Group, с 9,2 млн клиентов, присутствует в Кении, Танзании, Уганде, Руанде и Южном Судане ²).

Таким образом, существует потребность МФО в освоении технологий и расширении диапазона мобильных банковских и страховых услуг на мобильных телефонах, выходя за рамки простых платежей. Некоторые МФО будут разрабатывать эти новые каналы доставки продуктов и услуг, параллельно с сетью филиалов.

Другие МФО могут принять новую форму развития только мобильной телефонии, такие как Misoni в Кении (см. далее). Партнерство с банками, телекоммуникационными компаниями и технологических компаний будет все более распространенным. Роль МФО в качестве бизнес-корреспондентов, агентов и дистрибьюторов будет новой разработкой для сектора микрофинансирования ³.

² <http://equitybankgroup.com/index.php/investor-relations/financial-results>.

³ How would technological innovations influence microfinance? – MICROFINANCE BAROMETER 2014.

Тем не менее, требуется тщательный анализ всех затрат и выгод. МФО должны исследовать системы и операции для определения того, какие технологии работают, и развивать партнерские отношения с провайдерами технологий обслуживания таким образом, чтобы мобилизовать достаточные квалификационные навыки.

В будущем, эволюция мобильных технологий будет размывать границы, которые отделяют телекоммуникации от финансовых организаций. Нынешние проблемы заключаются в слабом развитии распределительных сетей и партнерства регуляторов, дороговизне соблюдения требований, а также сопротивлении телекоммуникационных компаний в открытии своих платформ, чтобы предложить МФО, которые могут подключаться к существующим платформам распределения, а также случаям мошенничества. Исследования показывают положительную динамику проникновения мобильной связи. Индустрия телекоммуникаций продолжает расширяться. На конец 2013 года насчитывалось 219 сервисных организаций в 84 странах, например, мобильный денежный перевод, в настоящее время доступен в большинстве развивающихся стран.

В настоящее время, согласно данным доклада «Состояние индустрии 2013: Мобильные финансовые услуги для не охваченных банковскими услугами», в мире функционирует 17 сервисов мобильного кредитования, в т.ч. 2 схемы были запущены в 2013 году. Кроме того, 8 респондентов сообщили, что планируют запустить мобильное кредитование в течение последующих двенадцати месяцев.

Несколько кредитных услуг с использованием мобильной связи могут быть предложены на одном мобильном приложении, таком как м-Shwari (услуга, предлагаемая компанией Safaricom в Кении) и Мусони (услуги, предлагаемые сторонним поставщиком — см. ниже), доказывая, что эти услуги не являются строго областью мобильных денег и что есть возможности для других сторонних поставщиков услуг. Все приложения требуют, чтобы пользователи имели денежные счета у оператора мобильной связи (счета мобильных денег), так как мобильные кошельки используются для всех займов и погашений.

Проект высоких технологий МФО в Кении: Musoni Microfinance
Компания Musoni основала в Кении свою первую микрофинансовую организацию на основе 100% проведения безналичных расчетов в 2010 году и с того времени выдала более 50 000 микрокредитов, а объем обрабатываемых транзакций превысил более 1 млн с 99% автоматическим распределением. МФО использует модель гибридного

развития каналов доставки, когда еще существуют отделения на местах с кредитными специалистами, продающими кредитные продукты, с обучением и оценкой кредитных заявок, однако все это происходит с помощью мобильных устройств, осуществляющих денежные переводы для выдачи всех займов, депозитов и погашений кредита. Эта модель первоначально показала свою эффективность в основном на уровне бэк-офиса, устранив необходимость обработки наличных денег и связанных с ней рисков, а также как следствие — значительно сэкономить на расходах в филиалах. Среди других преимуществ модели — возможность получения точной и почти в реальном времени информации, что в результате улучшило контроль, создало возможность проведения электронного аудита и в итоге, повысило качество кредитного портфеля. Для клиентов это означает, что не требуется носить с собой наличные, удобства для совершения сделок, уменьшения времени на поездки, очереди, и повышение его эффективности при плодотворных встречах и получении кредита, которые происходят в тот же день, как обратился клиент за заявкой. Был добавлен модуль SMS, призванный облегчить общение с клиентом и эффективность работы фронт-офиса и мидл-офиса отделений, а также улучшено качество обслуживания клиентов за счет оцифровки ключевой документации за счет использования планшетных компьютеров. В настоящее время нет необходимости вести бумажную работу, а кредитные комитеты работают более эффективно.

Эта модель обеспечивает решение проблемы предоставления финансовых услуг населению в сельских районах. Отделения на местах стали низко затратными, и сотрудники могут проникать в отдаленные места, посещая клиентов и обрабатывая данные, используя свои портативные компьютеры. Musoni расширяет свою деятельность в сельской местности Кении и готовится к разворачиванию в регионе, начиная с Уганды с конца 2014 года. Кроме того, компания начала разрабатывать ИТ-решение, доступное для третьих сторон, позволяя и другим извлечь выгоду из этого эффективного проекта.

В ближайшие годы, как полагает менеджер компании ⁴, ожидается дальнейшее развитие автоматизированной системы кредитного скоринга и доставки финансовых услуг на базе интернет-решений, поскольку смартфоны становятся все более доступным товаром.

⁴ Mobile-banking and technological innovation in Musoni Microfinance. — MICROFINANCE BAROMETER 2014.

Авторы доклада «Микрофинансирование и мобильный банкинг: стирание границ» (исследовательский проект Всемирного банка Consultative Group to Assist the Poor)⁵ пришли к следующим выводам:

- Отсутствуют доказательства того, что МФО или их клиенты являются движущей силой развития мобильного-банкинга (м-банкинга). МФО, которые успешно используют в своей работе м-банкинг, как правило, расположены в странах, в которых м-банкинг уже находит широкое применение. На рынках таких стран клиенты МФО могут даже ожидать или требовать от МФО предложения услуг м-банкинга для погашения своей задолженности.
- Выгоды услуг м-банкинга для МФО во многом зависят от успеха самой существующей услуги м-банкинга. На тех рынках, на которых м-банкинг занимает прочные позиции, МФО и их клиенты могут скорее получить определенные выгоды. В настоящее время МФО наиболее часто используют м-банкинг для погашения кредитов. Большее число МФО используют м-банкинг для привлечения сбережений, а не выдачи кредитов.
- Доказано, что обычно высказываемые МФО сомнения в отношении м-банкинга в связи с тем, как он может повлиять на динамику группы и показатели возвратности кредитов, как увязать его с системой управленческой информации и как клиенты и персонал смогут приспособиться к новым платежным механизмам, вполне могут быть преодолены. МФО обычно не имеют достаточных возможностей для создания собственных систем м-банкинга и взамен должны стремиться использовать существующие системы.
- Собранные данные свидетельствуют о смешанных результатах выполнения МФО функций агентов для систем м-банкинга, главным образом, вследствие затрат на управление ликвидностью и структуры стимулов в виде комиссионных сборов. Нет реальных свидетельств того, что благодаря м-банкингу МФО удастся охватить клиентов в новых географических регионах или сегментах с низкими доходами. Существуют качественные доказательства того, что МФО используют м-банкинг для получения конкурентного преимущества; однако эти преимуще-

⁵ См.: Ханух Мишель и Ротман Сара. Микрофинансирование и мобильный банкинг: стирание границ. — CGAP. — Август 2013 года. — № 88. — <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Microfinance-and-Mobile-Banking-Aug-2013-Russian.pdf>.

ства, вероятно, будут снижаться по мере того, как все большее число МФО будут интегрировать м-банкинг в свои операции.

- Степень снижения операционных издержек МФО, которые используют м-банкинг, зависит от того, насколько эти МФО уже переложили расходы, связанные с погашением кредитов, на заемщиков. Аналогичным образом, степень эффективности привлечения сбережений посредством м-банкинга в плане снижения стоимости средств для МФО частично зависит от того, оплачивают ли транзакционные сборы МФО или клиенты. Поступает все больше свидетельств, указывающих на то, что клиенты МФО ценят экономию времени и затрат при использовании м-банкинга для погашения кредитов, а также повышение уровня обслуживания при возможности осуществлять платежи посредством м-банкинга. Одним из основных определяющих факторов выбора клиентом метода погашения кредита является такой простой фактор, как близость нахождения агента по сравнению с близостью расположения банковского отделения.
- Даже в стране с жизнеспособной системой м-банкинга могут быть институциональные или специфические рыночные причины для отсрочки интеграции м-банкинга. Одним из примеров этого является ухудшение качества портфеля кредитов. Новые МФО должны с самого начала внедрять услуги м-банкинга, в целях избегания расходов и проблем, связанных с процессом управления организационными изменениями, а также обеспечения избегания двойных расходов, чтобы вложения в м-банкинг заменили собой другие расходы, а не были бы дополнением к параллельным расходам на осуществление операций с наличными. Одно из самых больших недавних преимуществ, вытекающих из пересечения микрофинансирования и м-банкинга, заключается в появлении новых бизнес-моделей микрофинансирования, в которых мобильная телефонная связь и услуги агентов используются для подачи клиентами заявлений на получение кредитов, проведения проверки клиентов и принятия решений о выдаче кредитов. По оценкам экспертов М. Фламинга и Дж. Мудри, инвестиция одного МФО в развитие мобильных финансовых услуг составит до \$5 млн, но окупаемость наступит не раньше, чем через 5 лет, поскольку этот канал сбыта позволяет экономить 15–20% расходов на содержание фили-

альной сети⁶. Многие МФО работают на рынках, где платформы P2P предлагают услуги электронного кошелька для многих клиентов МФО. Пока многие МФО не имеют подключения к P2P платформам, потому клиенты МФО не могут проводить транзакции между своими МФО и счетами электронных кошельков.

Библиографический список

1. Криворучко С.В., Родионов А.А. Мобильные платежи как стратегическое направление развития розничных платежей // Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. — 2009. — № 5. — С. 66—78 с.
2. Ханух Мишель и Ротман Сара. Микрофинансирование и мобильный банкинг: стирание границ. — CGAP. — № 88. Август 2013 года/ — <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Microfinance-and-Mobile-Banking-Aug-2013-Russian.pdf>.

⁶ How would technological innovations influence microfinance? — MICROFINANCE BAROMETER 2014.