

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ ДЛЯ ПАРТНЕРОВ И СОТРУДНИКОВ

ЕВРОПЕ не хватает
туристов

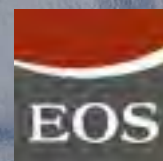
**ПРЕЗИДЕНТ
MASTERCARD
EUROPE:** "Россия - один
из самых продвинутых
платежных рынков в
Европе"

**ЦЕССИЯ КАК
КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР.**
Рынок проблемных
долгов в европейских
странах

ЧИСЛО личных
банкротств россиян
удвоилось после отмены
самоизоляции

ЦБ ВПЕРВЫЕ сообщил
о росте платежей в
экономике выше
докризисного уровня

**Шок "карантинного
кризиса" заканчивается. Но
страна на пороге новых
экономических испытаний**



10 Июля 2020

News digest

EOS Россия

В мире 2

Европе не хватает туристов. Работу может потерять каждый второй сотрудник туристического сектора 2

IT. Digital. Интернет. Телеком. Кибербезопасность 4

Деньги перевелись: кибермошенники переключились на онлайн-торговлю 4

Экономика. Финансы. Потребительский рынок, рынок труда 6

Шок «карантинного кризиса» заканчивается. Но страна на пороге новых экономических испытаний, предупреждают эксперты ЦМАКП 6

Число личных банкротств россиян удвоилось после отмены самоизоляции 7

Мимо кассы: трафик в торговых центрах не восстановился после карантина 9

Минэкономразвития заявило об отсутствии резкого падения доходов россиян 10

ЦБ впервые сообщил о росте платежей в экономике выше докризисного уровня 12

Банковский сектор. МФО. Тренды. Показатели. Риски. Регулирование. 13

У заемщиков бедновато с доказательствами. На кредитные каникулы не хватает документов о падении доходов 13

Приоделись в долг: в июне спрос на небольшие покупки в кредит почти восстановился 14

Сбербанк сообщил о запуске системы платежных сервисов SberPay 16

Рынок взыскания 17

Цессия как ключевой фактор. Рынок проблемных долгов в европейских странах. Зарубежная практика — бенчмарк для российского долгового рынка 17

Интервью 17

«Россия – один из самых продвинутых платежных рынков в Европе». Президент Mastercard Europe Марк Барнетт рассказывает о конкуренции и кооперации платежных систем и о том, что станет с пластиковыми картами 18

В мире

Европе не хватает туристов. Работу может потерять каждый второй сотрудник туристического сектора

Европейские страны постепенно открывают границы для путешественников. Но отели, рестораны, музеи и другие предприятия туристического сектора не могут похвастать привычной для высокого сезона заполненностью даже в самых популярных уголках Старого Света, например на Лазурном берегу во Франции или на озере Комо в Италии. Причина – в списке стран, гражданам которых Европейская комиссия дала добро на въезд.

Рады гостям из Руанды

С 1 июля этот список выглядит следующим образом: Австралия, Алжир, Грузия, Канада, Марокко, Новая Зеландия, Руанда, Сербия, Таиланд, Тунис, Уругвай, Черногория, Южная Корея и Япония. Однако только две страны из этого списка – Австралия и Канада – входят в первую пятерку государств, откуда в Европу приезжает больше всего путешественников (Япония занимает 7-е место).

Больше всего туристическому сектору Европы не хватает в этом списке трех главных «поставщиков» туристов: США, России и Китая (откуда в 2019 г. приехало 29,1 млн, 10 млн и 10,5 млн человек соответственно). Однако первая страна из этой тройки может попасть в список не скоро из-за второй волны эпидемии коронавируса, Россия пока не входит в него, поскольку эпидемия в нашей стране началась позже, чем в странах Европы, а Китай окажется в нем только после того, как сам разрешит въезд гражданам стран ЕС.

«Скорее бы уже американцы решили свои проблемы с коронавирусом, а то от нашего бизнеса останутся одни руины», – цитирует The Wall Street Journal (WSJ) Маурицио Риццо, художника и владельца небольшой галереи в городке Белладжо на озере Комо. По его словам, американцы составляют до 99% его клиентуры. В его городке, привыкшем в период с марта по октябрь принимать огромное количество туристов, две трети из которых приезжают из США, сейчас закрыто большинство отелей, а магазинчики, кафе и живописные улочки пустуют. Больше всего от отсутствия американцев, среди которых много обеспеченных людей, пострадали

4- и 5-звездочные отели на озере Комо. В городке Чернобььо расположена Вилла д'Эсте, один из самых дорогих и роскошных отелей в Италии. Стандартный номер без вида на озеро в высокий сезон стоит 920 евро в сутки, а номер люкс с одной спальней и окнами на озеро обойдется в 3350 евро. Сейчас отель заполнен примерно на 35%, хотя обычно в это время пустует не более 2% номерного фонда. Как рассказал WSJ генеральный директор отеля Данило Цуккетти, доля американцев в это время года составляла раньше примерно 70%. Популярность отеля среди звезд Голливуда в 50-е гг. прошлого столетия принесла ему прозвище «Голливуд на озере». Рядом с городом расположена вилла Джорджа Клуни. По словам Цуккетти, американцы были основной клиентурой отеля по крайней мере с 30-х гг. XX в., когда они облюбовали Виллу д'Эсте и приезжали в больших количествах, несмотря на Великую депрессию.

По данным Enit, национального туристического агентства Италии, в прошлом году Италию посетило 4,4 млн американцев, которые оставили в стране 5,5 млрд евро. В этом году, прогнозирует Enit, с мая по октябрь гостей из США будет на 75% меньше, но этот прогноз основан на предположении, что пандемия в США закончится в обозримые сроки. В целом в текущем году страну посетит на 44% меньше иностранных гостей, чем в прошлом, а вернуться к цифрам «как до пандемии» получится не раньше 2023 г. Но и этот прогноз основан на оптимистичных допущениях. Как будет на самом деле, пока не знает никто.

Прогнозы аналогичной точности даются и по другим европейским странам и по Европе в целом. По апрельским данным консалтинговой фирмы Tourism Economics, посещение стран Европы иностранными гражданами сократится в этом году в среднем на 40%.

Каждый второй теряет работу

Внутренний туризм не приносит Европе сопоставимых доходов. Например, по данным регионального комитета по туризму Лазурного берега, каждый американец тратил здесь в среднем 150 евро в сутки, что в 3 раза больше трат внутреннего туризма. Каждый год в Ницце бывало около 500 000 американцев, что составляло примерно 11% от общего числа туристов. WSJ приводит данные французской консалтинговой фирмы Protourisme: Францию посещает около 5 млн граждан США в год и они

оставляют здесь в общей сложности 4–5 млрд евро в год.

В бистро «Фонтан Марса» на одной из улочек около Эйфелевой башни в Париже, история которого насчитывает 112 лет, до 70% публики в обеденное время составляли американцы. Они тратили здесь в среднем около 70 евро на человека на популярные заказы вроде фуа-гра и филе из утиной грудки. Совладелица ресторана Кристиана Будон рассказала WSJ, что общие показатели работы заведения сейчас упали втрое. «До коронавируса не бывало такого, чтобы в обед в заведении не было ни одного американца», – говорит она.

25-летний официант брассери «Квазимодо Нотр-Дам», расположенного на острове Сите, с тоской вспоминает «жирные» времена, когда американцы оставляли на чай 5–15 евро, а не 1–3, как большинство французов и посетителей из других европейских стран. «Они не скупилась», – говорит он.

Согласно отчету Всемирного совета по туризму и путешествиям, опубликованному в июне, около половины из 37 млн человек, занятых в европейском туристическом секторе, могут в этом году потерять работу. Для сравнения: в конце апреля глава исследовательского отдела Европейской комиссии по туризму Дженнифер Айду оценивала рост безработицы в краткосрочном периоде только в треть от общего количества рабочих мест. На долю туризма приходится 13% доходов экономики в Италии и 9% – во Франции и в Европе в целом.

Лето будет трудным

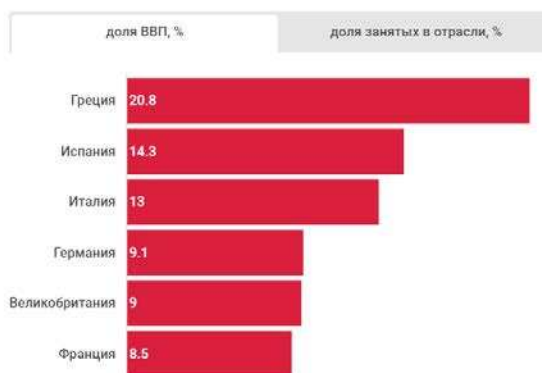
Не следует забывать, что страны Южной Европы, которые всегда принимали на себя основной поток туристов, испытывают проблемы с экономикой в целом. Италия и Греция до сих пор не вернулись к показателям, которые были у них до мирового экономического кризиса 2008 г. По прогнозам Международного валютного фонда, ВВП Италии сократится в текущем году на 9,1%, Греции – на 10% и Испании – на 8%.

Испания занимала вторую строчку в списке самых посещаемых туристами стран, принимая около 80 млн путешественников в год. По данным издания El País, в 2019 г. в Барселоне больше всего оставили денег туристы из Китая, США и России, а в Мадриде – из Китая, США и Мексики. Все эти страны пока не входят в список государств, гражданам которых разрешен въезд в ЕС. Каждый восьмой житель Испании работает в туристической отрасли, на долю которой

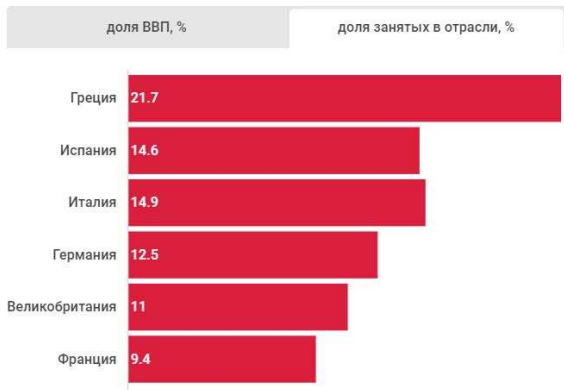
приходится 12% испанского ВВП. В июне правительство страны объявило о выделении 4,3 млрд евро для помощи терпящему бедствие сектору. Из этой суммы, как цитирует агентство Reuters официальное заявление премьер-министра Испании Педро Санчеса, примерно 2,5 млрд евро пойдут на обеспечение кредитов туроператорам. Кроме того, правительство разрешит отложить выплаты по ссудам под недвижимость на срок до года и выделит средства на обеспечение повышенных мер безопасности и обучение персонала из-за коронавируса.

В небольшом городке Утьель в Валенсии есть ресторан «Эль Вегано», который существует с 1952 г. Это семейный бизнес, и нынешняя владелица ресторана Мария Хесус Юсте рассказала WSJ, что ей пришлось отправить 11 сотрудников в неоплачиваемый отпуск, чтобы хоть как-то выплачивать 7000 евро ежемесячных расходов, включая выплаты по кредиту. Ее семья владеет также хостелом в городе, но все бронирования начиная с марта были отменены. В период с марта по июнь ресторан и хостел понесли суммарный убыток в размере 217 000 евро. Что будет дальше, она не знает, но не теряет присутствия духа. «Лето будет трудным, но 70-летняя история нашего предприятия на этом не закончится», – говорит она.

Вклад туристической отрасли в экономику европейских стран в 2019 г.



Источник: World Travel & Tourism Council



Источник: World Travel & Tourism Council

Турпоток в страны ЕС в 2019 г., млн чел.



Источник: Отчет Европейской комиссии по туризму за I кв. 2020 г.

IT. Digital. Интернет. Телеком. Кибербезопасность

Деньги перевелись: кибермошенники переключились на онлайн-торговлю

Кражи денег с карт граждан с помощью фейковых интернет-магазинов становятся массовыми: за период карантина количество таких случаев выросло в шесть раз. Мошенники заманивают клиентов на подставные сайты, которые часто маскируются под официальные и хорошо известные. На этих ресурсах для посетителя, покупающего товары или услуги, отображается платежная форма, а фактически совершается операция по переводу средств на карту злоумышленника. В июне каждый крупный банк из топ-100 зафиксировал 400–600 таких атак, говорится в исследовании Group-IB, с которым ознакомились «Известия». Эксперты связывают тенденцию с резким развитием онлайн-торговли за период карантина.

Покупай, торопись!

За время эпидемии COVID-19 количество краж средств с банковских счетов граждан с использованием переводов с карты на карту выросло в среднем в шесть раз. Об этом «Известиям» рассказали в Group-IB. По данным компании, в июне среднее число таких махинаций возросло до 400–600 случаев в месяц, тогда как в апреле на одну кредитную организацию приходилось не больше нескольких десятков инцидентов. Средний чек одного перевода составляет более 7 тыс. рублей.

Мошенники создают как безымянные онлайн-площадки для продажи ходовых товаров, например санитайзеров и масок, так и подделывают сайты крупных интернет-ритейлеров и досок объявлений. При покупке товара пользователь вводит данные своей банковской карты, которые автоматически похищаются злоумышленником и передаются в сервис p2p-платежей (переводы между физическими лицами). После этого покупателю приходит SMS-код, который он вводит на странице 3D Secure (подтверждения платежа), думая, что подтверждает покупку. На самом деле он переводит деньги на карту мошенника.

Для того чтобы покупатель не понял этого, мошенники меняют в SMS-сообщении название получателя платежа, чтобы на странице для ввода SMS-кода отображалась не вызывающая подозрений информация, например Oplata. В Group-IB связывают рост количества таких мошенничеств с бурным развитием онлайн-торговли во время эпидемии. Это и побудило преступников переключиться на схемы, связанные с интернет-магазинами.

Не всё то золото

Кредитные организации, опрошенные «Известиями», также наблюдают рост количества мошенничеств с p2p-переводами, но не только за время карантина, а с начала года. При этом в банках отмечают, что пользователям стоит внимательнее подходить к выбору онлайн-магазина.

Схема хищения денег с карт пользователей при помощи переводов на мошеннических ресурсах, скорее, сохраняет набранную в предшествующие периоды популярность, считает вице-президент, директор департамента информационной безопасности банка «Открытие» Илья Сулоев. По его словам, причина роста количества случаев в простоте создания и продвижения фейковых интернет-магазинов. Широкий охват аудитории

может приводить к успешным хищениям, добавил он.

Фишинговое мошенничество находится на стабильно высоком уровне, так как зачастую люди не соблюдают базовых мер информационной безопасности, отметили в пресс-службе ВТБ. При этом в банке подчеркнули, что любые атаки становятся возможными только при нарушении клиентами требований информбезопасности.

Заместитель начальника департамента защиты информации Газпромбанка Алексей Плешков сказал «Известиям», что кредитная организация сегодня фиксирует резкое увеличение количества попыток кибермошенничества в отношении своих клиентов – держателей пластиковых банковских карт. В среднем наблюдается около 100 обращений клиентов в неделю с жалобами на мошенничества.

Он связывает тенденцию с повышением в условиях пандемии спроса на сервисы курьерской доставки и товары на интернет-площадках.

— Часто на таких платформах можно увидеть выгодные предложения, чем и пользуются мошенники, заманивая привлекательной ценой, — добавил Алексей Плешков.

В Райффайзенбанке также отметили рост мошенничеств в сегменте интернет-торговли с января. За 2020 год кредитная организация заблокировала десятки фишинговых ресурсов.

Мошенники стали чаще использовать поддельные веб-страницы, вовлекая людей в схемы, связанные с «дешевой покупкой» и «возвратом» денег за товары на крупнейших торговых площадках Рунета, пояснил руководитель отдела информационной безопасности Райффайзенбанка Денис Камзеев. Для того чтобы усыпить бдительность пользователей, мошенники используют такие формулировки, как «передали товар в службу доставки», объясняя этим отказ от безопасной сделки на сайте площадки и предлагая провести платеж через ссылку, присланную в сообщении, добавил он.

В Сбербанке отметили, что рост мошеннических переводов с карты на карту наблюдается с начала 2020 года, что связано с появлением новой схемы, в которой используется уязвимость 3D Secure.

В кредитной организации сказали, что ранее обращались в международные платежные системы с требованием устранить уязвимость, однако они ограничились лишь рекомендациями по защите клиентов.

— В настоящее время Сбербанком внедрены алгоритмы выявления подобных операций, организовано оперативное взаимодействие с платежными системами по выявлению и блокировке таких сайтов. В результате количество мошеннических операций, проводимых по данной схеме против наших клиентов, значительно снизилось, — добавили в кредитной организации.

Создавая сайты-клоны, мошенники рассчитывают именно на новичков, которые могут не заметить отличий от оригинального сервиса, пояснил директор по информационной безопасности Ozon Александр Болотов. По его словам, покупатели переходят на сайт-подделку, чаще всего увидев объявления о скидках.

В Альфа-банке, Тинькофф Банке, Unicredit, Visa, «Авито» не ответили на запросы «Известий». Банк России и Mastercard отказались от комментариев.

Следите за руками

Ведущий эксперт «Лаборатории Касперского» Сергей Голованов согласен: количество случаев такого рода мошенничеств в последнее время увеличивается. Он отметил, что чаще всего злоумышленники пользуются низкой цифровой и финансовой грамотностью населения, а также растущей популярностью платформ для размещения частных объявлений.

— Сегодня в России существует несколько больших групп злоумышленников, которые занимаются такой деятельностью. За последние месяцы некоторым из них удалось заманить на подобные сайты примерно в четыре раза больше жертв, чем в начале года, — привел свои данные эксперт.

Пользователь может самостоятельно проверить благонадежность интернет-сайта, отметил генеральный директор компании «Интернет-розыск» Игорь Бедеров. Все интернет-ресурсы, осуществляющие обработку персональных данных граждан РФ, должны быть зарегистрированы на территории нашей страны. Поэтому любой настоящий интернет-магазин будет иметь регистрацию в РФ, пояснил он. Проверить это можно на многочисленных сервисах WHOIS (позволяют получить данные о владельцах доменных имен и IP-адресов). Сайты мошенников в 90% случаев не зарегистрированы на территории РФ, а данные владельцев и их контакты скрыты, добавил Игорь Бедеров.

Эксперт рекомендует также обращать внимание на данные о шифровании на сайте интернет-

магазина. Об этом будет свидетельствовать наличие в начале гиперссылки HTTPS — расширения протокола HTTP. Внедрение на сайт шифрования требует лишних средств, и мошенники часто игнорируют его, добавил он. Кроме того, можно изучить и само содержимое сайта интернет-магазина, в частности, найти правила обработки персональных данных, которые должны быть размещены на нем. В этом документе также указывают реквизиты конкретного юридического лица — владельца интернет-ресурса, пояснил Игорь Бедеров. ■

Экономика. Финансы. Потребительский рынок, рынок труда

[Шок «карантинного кризиса» заканчивается. Но страна на пороге новых экономических испытаний, предупреждают эксперты ЦМАКП](#)

Удар «карантинного кризиса» заканчивается, констатируют в своем новом докладе аналитики Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП). По мере отмены карантинных ограничений стала восстанавливаться покупательская активность потребителей, а в промышленности после глубокого спада наступила стабилизация.

Эксперты ЦМАКПа отмечают, что в целом российская экономика перенесла «вирусно-нефтяной шок» вполне достойно: спад в промышленности оказался умеренным — до 90,4% от прошлогоднего показателя в мае (после 93,4% в апреле). Однако средние цифры плохо отражают ситуацию в отдельных отраслях.

В частности, можно выделить целый кластер «сверхпострадавших» отраслей, где объем выпуска в апреле упал в разы, а восстановление идет очень медленно. Это преимущественно секторы, связанные с производством потребительских товаров длительного пользования — автомобилей, бытовой техники, мебели, ювелирных изделий, обуви.

К группе умеренно пострадавших — «не сильно просевших или быстро отскочивших» — отраслей можно отнести производителей сырья и комплектующих, а также потребительских товаров с устойчивым и стабильным спросом. Удивительно, что в этой группе оказались производители одежды: по итогам мая их объемы производства оказались всего на 4% ниже, чем годом ранее.

Наконец, можно выделить большую группу отраслей, практически не пострадавших или даже выигравших от кризиса. Так, уровень выпуска продукции остался стабильным в пищевой промышленности, производстве бумаги и бумажных изделий, химической промышленности, газодобыче и электроэнергетике. А нарастить объемы производства смогли фармацевтика и медицинская промышленность, что вполне понятно в период пандемии.

Накопились риски

Эксперты предупреждают, что говорить об окончании кризиса в отечественной экономике пока преждевременно. Поскольку, например, в сфере корпоративных финансов кризис сейчас в самом разгаре. «Накопившиеся в карантинный период дисбалансы, когда поток доходов иссяк, а многие расходы остались неизменными, могут во втором полугодии привести к волне банкротств», — отмечают аналитики ЦМАКПа.

Еще один серьезный риск для экономики связан с возможностью ускорения инфляции. Сейчас цены растут умеренно — инфляция за июнь в годовом выражении составляет всего 3,2–3,3%. Однако высока вероятность, что во втором полугодии курс доллара может вырасти, результатом чего неизбежно станет рост цен на многие товары. «Здесь, вероятно, только еще идет накопление потенциала кризиса», — предупреждают эксперты ЦМАКПа, оговариваясь, что он может и не произойти, если цены на нефть повысятся.

Вдобавок российской экономике предстоит столкнуться с кризисом государственного спроса. «Согласно заявленным приоритетам бюджетной политики в следующем году номинальный объем бюджетных расходов будет зафиксирован на уровне текущего года. Это означает, что в реальном выражении государственный спрос неизбежно сократится», — отмечается в докладе ЦМАКПа.

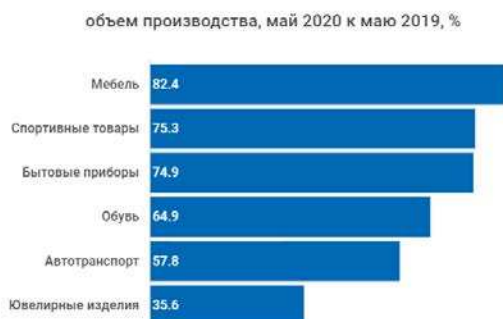
Но главной опасностью для экономики следует считать негативные ожидания граждан и руководителей предприятий. По данным фонда «Общественное мнение», почти половина россиян считает, что страна сильно пострадает из-за кризиса. Основными причинами этого, по мнению опрошенных, станут рост безработицы; остановка производств из-за пандемии; падение цен на нефть и газ, следствием чего станет экономический спад, снижение доходов бюджета и как результат — падение уровня жизни и доходов населения.

Проблема в том, что ситуация может стать «самоухудшающейся»: россияне будут экономить на покупках, исходя из пессимистического видения ситуации в будущем. В результате производители столкнутся с низким спросом и будут вынуждены сокращать производство. Похоже, что руководители российских предприятий именно так и представляют себе ближайшую перспективу.

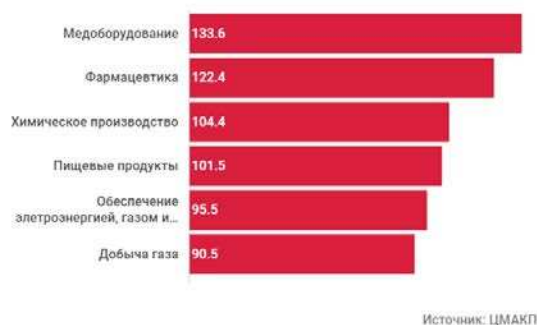
В апреле оценки экономической ситуации в России представителями компаний резко упали: индекс менеджеров по закупкам PMI снизился до минимального значения за весь период наблюдений – 31,3 пункта (значение ниже 50 означает ухудшение ситуации, выше – улучшение). В мае индекс подрос, но не сильно – до 36,2 пункта.

«В идеальном случае в текущем году можно ожидать спада ВВП на 4,2–4,5%», – прогнозируют аналитики ЦМАКПа. Если ситуация будет развиваться по негативному сценарию, включающему кризис неплатежей, новую волну пандемии коронавируса с глобальными карантинными ограничениями и новым падением спроса на углеводороды, российская экономика, по их оценкам, может сократиться на 8%.

«Сверхпострадавшие» отрасли экономики



Наименее пострадавшие



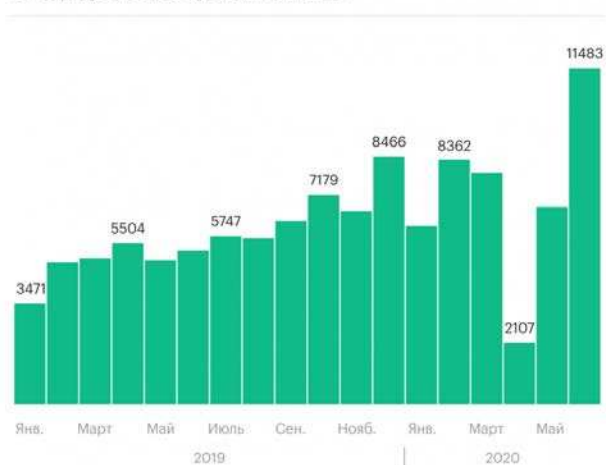
Число личных банкротств россиян удвоилось после отмены самоизоляции

В июне российских граждан, объявленных финансово несостоятельными, стало

рекордно много. Пока на это повлияло временное закрытие судов, а не резкое падение доходов. Пандемия отразится в банкротствах не раньше весны 2021 года

В июне суды признали банкротами 11,5 тыс. россиян, включая индивидуальных предпринимателей. Это в 2,2 раза больше, чем годом ранее, следует из статистики «Федресурса» — Единого федерального реестра сведений о банкротстве, — поступившей в РБК. Такого количества рассмотренных дел о финансовой несостоятельности не наблюдалось ни в один месяц с момента возникновения нормы о банкротстве физлиц в 2015 году, уточнили там.

Количество новых решений судов о банкротстве физлиц и ИП



Источник: сообщения арбитражных управляющих в «Федресурсе» (fedresurs.ru) © РБК, 2020

Всего за первое полугодие банкротами стали 42,7 тыс. человек. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года их число выросло на 47%. Но во втором квартале темпы признания граждан финансово несостоятельными замедлились: так, в апреле—июне суды вынесли 20,4 тыс. решений против 22,3 тыс. за первые три месяца года. В годовом выражении спад составил 29,6%.

Всплеск банкротств в июне, как и общий спад количества дел по итогам второго квартала, — следствие ограничений, введенных на фоне пандемии коронавируса, объясняет руководитель проекта «Федресурс» Алексей Юхнин.

«Суды в период ограничений с 19 марта по 11 мая редко рассматривали банкротные дела компаний и меньше, чем обычно, в отношении граждан. Уже в конце второго квартала, вернувшись к стандартному режиму работы, суды отчасти компенсировали недобор решений в предыдущие месяцы», — поясняет он.

Когда кризис и пандемия повлияют на

банкротства

Высокие темпы роста личных банкротств сохранятся во второй половине года и в итоге количество завершенных дел превысит показатели прошлого года в 1,8–2 раза, прогнозирует Юхнин. В 2019 году в России суды признали финансово несостоятельными 69 тыс. человек. «До конца года все еще будут действовать «доковидные» факторы: повышение информированности граждан, наработка технологий управляющими и практики судами плюс отложенный спрос», — считает руководитель проекта «Федресурс». По его словам, не все заемщики, пострадавшие от кризиса и пандемии, будут вынуждены инициировать собственное банкротство. «Примерно к осени у них накопится 90 дней просроченного долга. Разумеется, не все несправившиеся пойдут в банкротство, ведь и до пандемии потенциальных банкротов было более 1 млн. Плюс возможности судов тоже ограничены», — говорит Юхнин. По его оценкам, факторы, связанные с пандемией, не будут отражаться на динамике банкротств как минимум до весны следующего года.

Сколько россиян имеют проблемы с погашением кредитов

По данным Национального бюро кредитных историй (НБКИ), на 1 апреля в стране насчитывалось 1,08 млн потенциальных банкротов — заемщиков с долгами от 500 тыс. руб., которые не платят по обязательствам свыше 90 дней.

С апреля 2020 года в России начали действовать программы поддержки заемщиков, попавших в трудное финансовое положение из-за кризиса и пандемии. Банки и МФО стали предлагать клиентам кредитные каникулы и реструктуризацию по новому федеральному закону (106-ФЗ), а также по своим собственным программам. По данным ЦБ на 17 июня, кредиторы реструктурировали обязательства 1,3 млн россиян на 587 млрд руб. Еще 213 тыс. граждан получили кредитные каникулы по 106-ФЗ.

Банк России пока не оценивал эффекта от новых мер поддержки российских заемщиков. Но, как отмечала глава ЦБ Эльвира Набиуллина, похожий механизм получения отсрочки по жилищному кредиту — ипотечные каникулы — помогает 76% заемщиков. Именно столько

клиентов, обратившихся за льготой, возвращаются к прежнему графику платежей. «Всплеск банкротств в ближайшее время не кончится. Точнее это, скорее всего, не будет именоваться именно всплеском, а просто ростом количества в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. И увеличение банкротств граждан будет связано, несомненно, с последствиями эпидемии», — говорит партнер фирмы «Рустам Курмаев и партнеры» Дмитрий Клеточкин. По его словам, решающую роль в этом процессе будет играть рост долговой нагрузки на фоне падения реальных располагаемых доходов.

Как банкротится бизнес

В первом полугодии 2020 года количество новых банкротств компаний сократилось более чем на четверть (26%): суды признали несостоятельными 4,5 тыс. юрлиц. Во втором квартале, когда в большинстве регионов вводились ограничения из-за пандемии COVID-19, число завершенных дел упало на 39,8% в годовом выражении, до 1895. Но уже в июне зафиксировано восстановление динамики банкротств юрлиц.

При этом «Федресурс» фиксирует значительный «перевес намерений над реальными банкротствами»: количество сообщений компаний о намерении обанкротить партнеров или самих себя значительно превышает число начатых судебных процессов.

«Кредиторы и должники в первой половине этого года заявили в три раза больше намерений, чем было реальных корпоративных банкротств, в первом полугодии 2019-го навес был меньше — 2,5 раза», — отмечает Юхнин. Он связывает это с перебоями в работе судов весной, а также с мораторием на банкротство, введенным правительством.

С апреля фирмы и ИП, работающие в пострадавших от кризиса отраслях, а также системообразующие компании получили временную защиту от кредиторов. Их контрагенты не могут обратиться в суды с требованием обанкротить компанию, если та попала под мораторий. По данным ФНС, мера распространилась почти на 950 тыс. индивидуальных предпринимателей и 350 тыс. компаний.

Мораторий вряд ли повлиял на статистику бизнес-банкротств, считает Клеточкин: «Сокращение числа банкротств компаний, на мой взгляд, связано с тем, что до банкротства требуется пройти судебную процедуру взыскания, что при

закрытых судах проблематично». Юрист ожидает в дальнейшем увеличения количества дел о несостоятельности в отношении компаний. Уже во втором полугодии показатели банкротств юрлиц вернутся к прежнему уровню, соглашается Юхнин.

Мимо кассы: трафик в торговых центрах не восстановился после карантина

Число посетителей торговых центров в конце июня — начале июля не вернулось к «доковидным» показателям ни в одном из крупных городов России. Об этом говорится в исследовании IT-компании «Эвотор», с которым ознакомились «Известия». При этом быстрее всего потребительская активность восстанавливалась в Тюмени, Ижевске и Севастополе, а самые низкие результаты зафиксировали в Казани, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. Падение трафика — критичное явление для отрасли и по итогам этого года ее ждет убыток, заявили эксперты. При этом они уверены, что о массовом закрытии моллов говорить не стоит — один неудачный год не способен разрушить такие проекты.

Лидеры и аутсайдеры

Наиболее активно покупательский трафик восстанавливается в Севастополе, Ижевске и Тюмени, следует из данных «Эвотора». Число посетителей торговых центров Севастополя начало расти сразу после майских праздников на фоне снятия ограничений, а к концу июня показатель достиг 84% от докарантинного уровня. В столице Удмуртии запрет на работу ТЦ был упразднен позже — с 9 июня, но это не помешало трафику в местных моллах взлететь до 87%. В Тюмени торговые центры заработали только в конце июня, но количество посетителей уже восстановилось на 94%.

Чуть менее быстро потребительская активность возвращается в ТЦ Ульяновска: несмотря на то что магазины открылись еще в апреле, трафик рос постепенно и на начало июля составил 82%. В ряде крупных городов посещаемость торговых центров установилась в промежутке от 70 до 80% от докарантинного уровня: например, во Владивостоке она достигла 78%, в Краснодаре — 77%, в Перми — 76%, в Уфе и Омске — 75%, а в Иркутске — 74%. В Ростове-на-Дону трафик составил 73%, а в Самаре — 67% от показателей до пандемии.

Дополнительным фактором роста числа посетителей в торговых центрах стал выходной посреди недели: в некоторых регионах пик активности посетителей пришелся на 1 июля, отметили в «Эвоторе». Однако даже с учетом этого ни в одном из субъектов России докризисные показатели посещаемости достигнуть не удалось.

Более того, на трафик ТЦ в ряде регионов негативно влияют ограничительные меры, которые сохраняются и сегодня, сообщили в «Эвоторе». Так, например, в Казани посещаемость торговых центров на прошлой неделе составила лишь 28% от средних значений до пандемии, в Санкт-Петербурге — 34%, в Екатеринбурге — 36%, а в Красноярске и Иваново — 38%. В Новосибирске этот показатель достиг 54%, в Челябинске — 61%, в Воронеже — 45%, а в Нижнем Новгороде — 42%.

Исследование проводилось на основе данных, полученных через Wi-Fi-сеть онлайн-касс «Эвотор» (более 650 тыс. устройств в России), пояснили в IT-компании. Информация по посещаемости в июне, а также на неделе с 29 июня по 5 июля сравнивалась со средними недельными показателями до пандемии (в период с 27 января по 15 марта). В анализе были использованы данные по 25 городам с наибольшим трафиком в ТЦ до введения режима самоизоляции.

«Известия» направили запросы в пресс-службы субъектов с просьбой прокомментировать результаты исследования.

Столица шопинга

В Москве посещаемость ТЦ постепенно росла с начала июня, сообщили в «Эвоторе». Но если в первую неделю работы непродовольственной розницы трафик в столичных магазинах не достиг и половины от «доковидных» показателей, то к началу июля вырос до 70%. Это подтвердил «Известиям» президент Российского совета торговых центров (РСТЦ) Дмитрий Москаленко. Такая динамика может быть связана с кратковременным изменением покупательского поведения, которое произошло за период самоизоляции, предположил он.

По данным консалтинговой компании «Магазин магазинов», в наиболее популярных торговых центрах Москвы трафик восстановился на 60–80%. В частности, в ТЦ «Атриум» он вернулся на 50%, при этом падение оборотов арендаторов в среднем по этому торговому центру составляет от 4 до 15%. В объектах группы ТЭН («Город

Лефортово», «Город на Рязанке», Л-153, «Облака») поток посетителей вернулся в среднем на 75–80%. Корпорация АНД отмечает восстановление трафика в своих объектах («Калейдоскоп», «Калужский», «Смоленский Пассаж») до 60–70%. В ТРЦ Columbus показатель составляет 60–70%.

Доля пустующих площадей в торговых центрах столицы за первое полугодие 2020-го составила 10%, в сравнении с аналогичным периодом прошлого года показатель увеличился на 2,9 п.п., рассказала «Известиям» директор департамента торговой недвижимости Knight Frank Евгения Хакбердиева.

Это самый низкий показатель с прошлого кризиса 2014–2015 годов, когда предложение было на рекордно высоком уровне — 13,1%, подчеркнула она.

— В целом трафик восстанавливается. Хотя пока еще шопинг скорее необходимость, чем удовольствие, но если не будет второй волны пандемии, рынок постепенно полностью восстановится, — считает ведущий аналитик компании «Магазин магазинов» Ярославна Шилова.

Торговля на грани

В «Эваторе» сдержанную потребительскую активность в торговых центрах по России объяснили ужесточением мер безопасности и снижением покупательской способности населения. Кроме того, зачастую из-за ограничительных мер часть объектов в ТЦ не работает — например, развлекательные зоны, фитнес-центры, салоны красоты и фудкорты.

Доходы россиян за время карантина действительно сократились: это видно по поступлениям НДФЛ в мае, которые снизились на 14% по сравнению с прошлым годом, отметила директор — руководитель группы региональных рейтингов АКРА Елена Анисимова. По ее словам, это удерживает граждан от посещения торговых центров.

Восстановление трафика в моллах также тормозит отсутствие туристического потока, добавили в «Эваторе». На сокращение потока покупателей в магазинах влияет и новая привычка россиян заказывать товары онлайн.

Доходность сдачи в аренду торговой недвижимости редко превышает 15%, примерно на тех же уровнях находится маржинальность бизнес-предприятий, которые располагаются внутри ТЦ, сообщил аналитик «Фридом Финанс» Валерий Емельянов. Поэтому падение трафика

ниже 85% от среднегодового уровня — критичное явление для отрасли. В среднем по году торговые центры потеряют более 20% выручки и покажут убыток вместо прибыли, прогнозирует эксперт. Но он считает, что массового закрытия торговых центров ждать не стоит. Многие компании-арендаторы могут разориться, но сами торговые площадки имеют большой запас прочности: это капиталоемкие проекты со сроками окупаемости в течение 7–10 лет. Один неудачный год — это слишком мало для краха, оптимистичен Валерий Емельянов.

Минэкономразвития заявило об отсутствии резкого падения доходов россиян

Потребительский спрос с мая показывает рост, что говорит об отсутствии резкого падения доходов россиян, утверждает Минэкономразвития, ссылаясь на данные ФНС и ЦБ. Доводы министерства не слишком убедительны, полагают экономисты

В Минэкономразвития опровергли «данные СМИ» о резком падении доходов населения на фоне пандемии, следует из сообщения министерства, размещенного во вторник, 7 июля.

РБК ранее опубликовал результаты опроса СК «Росгосстрах Жизнь» совместно с научно-техническим центром «Перспектива», согласно которым каждый пятый в России столкнулся со значительным падением доходов с начала распространения в России пандемии и введения карантинных ограничений, а каждый десятый — с полной потерей заработка. За время пандемии и режима самоизоляции доля россиян со среднемесячным доходом ниже 15 тыс. руб.

возросла с 38,1% в феврале почти до 45% в июне. Опрос прокомментировали в Кремле: пресс-секретарь президента Дмитрий Песков заявил, что это исследование в администрации президента не изучали, но «выборка не самая большая, на основе такой выборки делать выводы по федеральному уровню некорректно». В телефонном опросе участвовали 1,5 тыс.

россиян старше 18 лет из всех федеральных округов. Две волны опроса проводились до введения основных карантинных ограничений (с 26 февраля по 3 марта) и в июне — после ослабления режима самоизоляции.

В исследовании за основной показатель принята не зарплата, а названный респондентом средний доход за месяц без учета того, официальный он или нет. Доход приведен в расчете на одного

члена семьи. Например, если глава семьи зарабатывает 25 тыс. руб., у него жена домохозяйка и двое детей, среднемесячный доход на одного члена семьи составляет чуть больше 6 тыс. руб. Погрешность результатов опроса составила 3,3%.

Аргументы Минэкономразвития

- В своем опровержении Минэкономразвития приводит данные Росстата об уровне средней номинальной зарплаты, которая в апреле составила 49,3 тыс. руб., а также напоминает о том, что реальные зарплаты, то есть начисленные суммы с учетом инфляции, снизились в апреле на 2% к апрелю 2019 года. Тем самым министерство указывает на отсутствие резкого падения доходов в стране.

Министерство приводит статистику о зарплатах, которые не сопоставимы с данными о доходах, которые проанализированы в исследовании, сказала РБК заведующая лабораторией исследований рынков труда и пенсионных систем РАНХиГС Елена Гришина. «Зарплата — важная часть, но не весь доход домохозяйства», — подчеркнула эксперт.

Кроме того, Росстат учитывает только данные о зарплатах на средних и крупных предприятиях, а с учетом малых предприятий и ИП сокращение реальных зарплат могло быть существеннее, заметила она. На средних и крупных предприятиях, по оценке директора Центра трудовых исследований НИУ ВШЭ Владимира Гимпельсона, работают около 32 млн человек из 75 млн экономически активного населения. Соответственно, зарплата 43 млн россиян госстатистикой не учитывается, говорил он.

В опросе также не приводилось никаких различий между официальными и неофициальными доходами. В России около 20% всех занятых трудятся в неформальном секторе, следует из данных Росстата. Около 13 млн работников невидимы для налоговой службы, оценивало в конце 2019 года рейтинговое агентство НКР. Реальные располагаемые доходы населения, то есть денежные доходы минус обязательные платежи (налоги и сборы, проценты по кредитам и т.д.), скорректированные на инфляцию, по данным Росстата, начали сокращаться уже в первом квартале 2020 года: они снизились на 0,2% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. К уменьшению реальных располагаемых

доходов привели ослабление рубля из-за обвала цен на нефть и потеря доходов предпринимателями, начавшими страдать от распространения пандемии еще в феврале, говорили РБК экономисты.

- Одним из основных индикаторов доходов населения является потребительский спрос, который с мая, по данным ФНС и ЦБ, показывает рост, утверждает Минэкономразвития. «Во второй половине июня потребительский спрос превысил уровень марта — 114,4 млрд руб. в период 16–30 июня против 108 млрд руб. [в марте]», — говорится в сообщении министерства. Источник указанных данных не приводится. Ведомство также ссылается на данные ЦБ о покупках по банковским картам, которые «показали возврат к обычному уровню потребления».

РБК направил запросы в Минэкономразвития, ФНС и ЦБ с просьбой пояснить источники представленных данных. Известно, что у Минэкономразвития есть доступ к оперативной статистике ФНС об обороте предприятий торговли на основе онлайн-данных контрольно-кассовой техники.

Комментарий Минэкономразвития в доказательной части основывается на росте спроса населения в июне, но это произошло после значительного проседания в апреле—мае и представляет собой ожидаемый отскок после карантина и закрытия многих магазинов, отмечает главный экономист BCS Global Markets Владимир Тихомиров. Это еще не говорит о том, что падения доходов не произошло, подчеркнул он. «Впрочем, сам Минэк этого не отрицает: их аргумент только в том, что «резкого» падения не было», — сказал он, добавив, что доказательства министерства «неубедительны».

Банк России данных по покупкам по банковским картам, которые бы свидетельствовали «о возврате к обычному уровню потребления», в открытом доступе не публиковал. Сведения по операциям по оплате товаров и услуг с использованием расчетных и кредитных карт регулятор представил пока только за первый квартал 2020 года.

Информация Минэкономразвития о восстановлении потребительского спроса не опровергает результаты опроса о падении доходов, полагает Гришина. «В период, когда непродовольственные магазины и предприятия сферы услуг были закрыты, доступ к

значительной доли товаров и услуг был ограничен, а объемы онлайн-торговли все равно не покрывали эти потребности. Восстановление потребительского спроса в июне связано не столько с доходами населения, сколько с открытием непродовольственных магазинов и предприятий сферы услуг», — замечает она. По данным Росстата, объем платных услуг, оказанных населению, рухнул в мае 2020 года на 39,5% относительно мая прошлого года после обвала на 37,9% в апреле (к апрелю прошлого года). Падение розничного товарооборота в мае сократилось в годовом измерении и в сопоставимых ценах до 19,2% после минус 23,2% в апреле.

Аналитики лаборатории Сбербанка по анализу и обработке больших данных «СберДанные» сообщили, что первая неделя июля оказалась лучшей для потребительской активности с начала апреля. Рост трат при этом они связали с социальными выплатами (речь идет о разовом пособии семьям с детьми в размере 10 тыс. руб., выплатах медицинским и социальным работникам, безработным) в начале месяца.

Оценки падения доходов

Падение реальных располагаемых доходов россиян во втором квартале 2020 года даже с учетом реализации антикризисных мер поддержки населения может составить 18% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, оценивали в Центре развития НИУ ВШЭ в начале июня. По итогам 2020 года, согласно прогнозу экономистов ВШЭ, реальные располагаемые доходы россиян могут сократиться на 8,2% в базовом сценарии и на 12,1% — в пессимистичном.

Тихомиров ожидает значительного снижения доходов населения во втором квартале из-за остановки многих производств, сферы услуг и предприятий малого и среднего бизнеса.

«Антикризисные меры правительства немного сгладили это падение, но однозначно были слишком малы, чтобы его компенсировать», — заметил он. По оценке экономиста, во втором квартале реальные доходы могли упасть на 7,8% в годовом выражении, а реальные располагаемые доходы (за вычетом обязательных платежей) могли сократиться еще сильнее.

Официальный прогноз Минэкономразвития с учетом пандемического кризиса до сих пор не утвержден правительством. Согласно последней версии документа министерство ожидало

снижения реальных располагаемых доходов на 3,5% по итогам текущего года. В мае министр экономического развития Максим Решетников сообщил журналистам, что во втором квартале года реальные располагаемые доходы россиян снизятся на 6% в годовом выражении.

Росстат представит официальные данные о динамике реальных располагаемых денежных доходов населения за второй квартал года 17 июля, уточнило Минэкономразвития.

ЦБ впервые сообщил о росте платежей в экономике выше докризисного уровня

Входящие платежи в отраслях российской экономики, отражающие выручку за товары и услуги, на прошлой неделе впервые превысили докризисную норму, сообщил ЦБ. Динамика ВВП в июле—сентябре все равно будет в минусе, говорит эксперт

Объем ежедневных входящих платежей в отраслях российской экономики за неделю с 29 июня по 3 июля впервые с конца марта превысил «нормальный» уровень, сообщил Банк России в очередном выпуске своего мониторинга отраслевых финансовых потоков. С этой точки зрения российская экономика преодолела дно и вернулась к докризисному уровню.

«Динамика входящих платежей указывает на усиление экономической активности в конце июня — начале июля», — заявил ЦБ.

За отчетную неделю превышение входящих платежей в целом по экономике над нормальным уровнем составило 4,9% против отклонения вниз на 7,6% неделей ранее, следует из данных ЦБ.

ЦБ наблюдает за входящими платежами в отраслях с начала апреля 2020 года. Платежи взвешиваются по доле отраслей в ВВП (добыча полезных ископаемых — около 13%, торговля — около 14% и т.д.). Под «нормальным» уровнем подразумевается средний уровень дневных сезонно сглаженных входящих платежей за период с 20 января по 13 марта 2020 года.

Банк России анализирует платежи, осуществленные через Национальную платежную систему, — они охватывают менее половины

проводимых платежей. Входящие платежи в отрасли — это приблизительный индикатор ежедневной валовой выручки отрасли за предоставленные товары и услуги.

- По данным ЦБ, в отраслях конечного потребления величина входящих

платежей превысила «нормальное» значение на 12,3%, увеличившись по сравнению с неделей ранее (2,2%).

- Единственной группой отраслей, в которой на отчетной неделе сохранилось отклонение вниз от «нормального» уровня, были отрасли государственного потребления (-6,1%).
- Входящие потоки в наиболее пострадавших отраслях остаются в минусе: в туризме и сфере творчества и развлечений — на 76%, производстве кино и видео — на 28%, разработке компьютерного программного обеспечения — на 30%, деятельности воздушного и космического транспорта — на 39%.

Данные ЦБ по финансовым потокам не приведены в годовом исчислении (базой сравнения является докризисная часть первого квартала 2020 года) и представлены в номинальном выражении, указывает экономист «Ренессанс Капитала» по России и СНГ Софья Донец. «Поэтому сложность заключается в том, что если мы выходим в плюс в номинале, мы остаемся в небольшом минусе в реальном выражении», — пояснила она.

Динамика входящих платежей действительно говорит о восстановлении экономики, третий квартал 2020 года в части потребительской активности будет приближен к результату третьего квартала 2019 года, но сектор услуг, транспорт пока отстают. Тем не менее динамика реального ВВП в третьем квартале в годовом выражении останется в отрицательной зоне — минус 4–5% (почти в два раза меньший спад, чем во втором квартале), заметила Донец.

Положительная динамика входящих платежей связана с тем, что с июля российская экономика функционирует без карантинных ограничений, но часть восстановления активности может объясняться фактором отложенного спроса, считает главный экономист Альфа-банка Наталия Орлова. Динамика входящих платежей — оперативный «кризисный» индикатор, который позволяет оценить, находится ли экономика в состоянии спада или возвращается к нормальному состоянию, отметила она. ■

**Банковский сектор. МФО. Тренды.
Показатели. Риски. Регулирование.**

[У заемщиков бедновато с доказательствами. На кредитные каникулы не хватает документов о падении доходов](#)

Схема предоставления кредитных каникул в рамках госпрограммы с отсрочкой оформления документов на 90 дней создала проблемы для многих заемщиков и банков. Срок подачи документов сейчас истекает у первых претендентов, но доля тех, кому удалось это сделать, невелика. Чтобы избежать роста просрочки и дефолтов, банки проводят реструктуризацию уже по своим программам. Но их условия менее благоприятны, а в ряде случаев потерь не избежать, и уже осенью они отразятся на банках. Речь может идти о платежах на миллиарды рублей. Для банковской системы в целом это не принципиально, но десятки тысяч граждан с проблемами по кредитам — потенциально серьезная социальная проблема.

С момента старта госпрограммы предоставления кредитных каникул прошло три месяца, то есть у первых претендентов на льготы истекает срок их документального обоснования. “Ъ” выяснил у крупных банков, насколько активно граждане подтверждают право на каникулы.

Госпрограмма кредитных каникул для пострадавших от пандемии коронавируса (в рамках закона 106-ФЗ) заработала в начале апреля. Граждане сразу начали массово обращаться к банкам за отсрочками. Каникулы кредитор мог одобрить сразу, но закон давал 90 дней на представление доказательства снижения доходов заемщика на 30% и более. Если подтвердить это не удастся, кредит считается просроченным на три месяца со штрафами, пенями и записью в кредитную историю.

Банкиры отмечают, что многие воспользовавшиеся каникулами в рамках 106-ФЗ документы в итоге и не представили. По словам директора департамента кредитования розничного бизнеса Абсолют-банка Елены Ковырзиной, доля клиентов, которые подтвердили снижение дохода, составляет около 55%, но большая часть документов не соответствует требованиям 106-ФЗ.

В Сбербанке на данный момент снижение дохода на 30% подтвердили не более 40% клиентов,

получивших каникулы в соответствии с 106-ФЗ. Аналогичная ситуация и в других банках.

Регулятор уже признал проблему и в конце прошлой недели опубликовал письмо для кредиторов. Вероятны ситуации, когда заемщик не сможет в срок подтвердить снижение дохода на 30%, говорится в документе, но для добросовестных заемщиков невозможность подтвердить право на использование кредитных каникул не должна оборачиваться болезненными последствиями.

Регулятор предлагает банкам реструктурировать эти кредиты по их собственным программам.

Банкиры утверждают, что уже делают шаги в этом направлении. «Понимая, что не все клиенты смогут представить документы, подтверждающие снижение доходов более чем на 30%, мы заранее начали работу по переводу таких клиентов на подходящие собственные программы банка по реструктуризации задолженности», — рассказали “Ъ” в Сбербанке. В ВТБ сообщили, что при отключении каникул по 106-ФЗ банк «исходит из клиентской ситуации», в том числе предлагая свои программы каникул. «По собственной программе ВТБ уже пошел навстречу заемщикам и отменил для подавляющего большинства из них требование представлять документы, подтверждающие снижение дохода», — пояснили в банке.

Но, подчеркивает управляющий директор по валидации агентства «Эксперт РА» Юрий Беликов, для заемщиков собственные программы реструктуризации банков могут обернуться менее благоприятными последствиями: «Это касается стоимости реструктуризации, ее сроков и отражения соответствующих фактов в кредитной истории».

Кроме того, по мнению Юрия Беликова, на просрочку неизбежно выйдет некоторая часть реструктуризаций, проведенных как по государственной, так и по собственным банковским программам, осенью начнется отражение потерь по ним. Уже сейчас видно, отмечает эксперт, что банки аккумулируют буфер капитала для абсорбирования этих убытков в приоритетном порядке по сравнению с приростом доходных активов.

Цена вопроса в данном случае вряд ли будет значима с точки зрения экономики в целом.

Банк России с марта по июнь публиковал достаточно подробную статистику заявок на реструктуризацию кредитов физлиц в бюллетене «Финансовый пульс». Последний отчет в этой серии появился 19 июня, и в нем приводятся

данные опроса 75 крупнейших банков по обращению и реструктуризации долгов граждан с 20 марта по 17 июня. Всего заемщики-физлица за этот период направили в адрес банка 2,2 млн обращений об изменении кредитного договора, из которых удовлетворено 1,3 млн — на общую сумму 587 млрд руб. Из числа этих заявлений в рамках именно закона 106-ФЗ подано около 15%, 336 тыс., удовлетворено — 202 тыс. Распределение размера кредитов неизвестно, но вряд ли оно сильно отличалось от основной массы реструктуризации, а общий их объем составит 83 млрд руб.

Исходя из статистики ЦБ, речь идет об около 50 тыс. ипотечных кредитов, чуть более 80 тыс. потребительских кредитов, 60 тыс. кредитов по картам и 6,5 тыс. автокредитов. Если даже 70% заемщиков не смогут в итоге подтвердить падение своих доходов, то в среднем речь будет идти о 130–140 тыс. заемщиков по всей стране, которые будут должны банкам трехмесячные проценты по кредитам на сумму порядка 50 млрд руб.

Очевидно, что речь может идти о предъявленных в течение нескольких месяцев платежах на сумму в несколько миллиардов рублей. Для банковской системы в целом это не принципиально, однако десятки тысяч граждан, которым не удалось получить поддержку в виде каникул — это потенциально большая социальная проблема. С высокой вероятностью большинство клиентов банков, которые подали заявки именно по 106-ФЗ, под критерии собственных программ банков не подходили уже летом 2020 года. Значительная часть их, видимо, не будет платежеспособна и в следующие месяцы.

[Приоделись в долг: в июне спрос на небольшие покупки в кредит почти восстановился](#)

С приходом лета к россиянам вернулись потребительские настроения. В июне практически до докризисного уровня восстановился спрос на небольшие покупки в долг — так называемые POS-кредиты. Такие данные приводит Национальное бюро кредитных историй (НБКИ). За день граждане в среднем подавали 150 тыс. заявок, что составляет 97% от мартовского объема. В наибольшей степени спрос восстановился в категории кредитов до 30 тыс. рублей и 30–100 тыс. рублей. Эксперты

связывают это с тем, что в ситуации падения доходов люди откладывают приобретение дорогостоящих товаров на будущее. Кроме того, качественные заемщики с хорошей кредитной историей и доходами стараются в кризис снизить долговую нагрузку, а не обраться новыми обязательствами. Для всех остальных банки ужесточили требования, что сказывается на низком уровне одобрения заявок. В любом случае, эксперты видят позитивный сигнал в восстановлении потребительского спроса, который необходим для возвращения экономики к докризисному состоянию.

Назад в март

Сегмент POS-кредитования первым отреагировал на снятие большинства ограничений, связанных с пандемией коронавируса. По мере возвращения к трудовой деятельности и привычной жизни начала восстанавливаться и потребительская активность. В том числе, люди стали активнее занимать у банков на покупку товаров, которые они опасались приобретать в нестабильной ситуации. Прежде всего это, как показывают данные НБКИ, отразилось именно на рынке POS-кредитования.

После резкого падения числа заявок от заемщиков — со 154,3 тыс. в день в марте до 101,5 тыс. в апреле — в последний весенний месяц этот показатель начал снова расти. А в июне практически восстановился до докризисного уровня. Так, в начале лета банки получали уже 149,4 тыс. заявок ежедневно. При этом наиболее показательным процесс восстановления оказался в сегменте кредитов на приобретение товаров на сумму до 30 тыс. рублей (85,5 тыс. заявок против 87,4 тыс. в марте) и 30–100 тыс. рублей (57 тыс. против 58,3 тыс. в марте). А вот запрос на дорогостоящие покупки — от 100 тыс. рублей в долг — и в июне был всё еще далек от былых достижений (6,9 тыс. заявок против 8,6 тыс. в марте).

— По мере снятия ограничительных мер в связи с карантином россияне возвращаются в торговые сети, — считает директор по маркетингу НБКИ Алексей Волков. — В сегменте небольших POS-кредитов мы фиксируем практически полное восстановление спроса заемщиков. Однако, в сегменте кредитов на сумму свыше 100 тыс. рублей спад остается значительным — заявок подается на 20% меньше, чем в марте.

Отложенные покупки

Рынок товарных кредитов постепенно возвращается к докризисным значениям, считает директор департамента развития бизнеса банка Хоум Кредит Владимир Борисенко.

— Это связано с восстановлением розничной торговли и открытием стационарных магазинов, — отметил он.

Сегмент POS-кредитов восстанавливается быстрее остальных на банковском рынке, согласен и вице-президент, директор по развитию партнерской сети Почта Банка Андрей Павлов.

— Оживление в POS-кредитовании можно объяснить двумя основными факторами — отложенным покупательским спросом и общим падением доходов в связи со снижением зарплаты или потерей работы. Но в целом рынок, конечно, еще не вернулся к показателям прошлого года, — подчеркнул представитель Почта Банка.

Рынок товарных кредитов показывает лучшие результаты, чем другие сегменты потребкредитования, поскольку растет за счет спроса со стороны самых необеспеченных граждан, считает главный экономист рейтингового агентства «Эксперт РА» Антон Табах. Эти люди, полагает он, не имеют кредитных карт и не могут рассчитывать на кредиты наличными.

— Но деньги нужны, а банкам нужно выполнять планы продаж. В текущей ситуации они оказываются более выгодными для всех: заемщикам в силу доступности, а банкам — из-за небольших размеров, — пояснил Антон Табах.

Поскольку средняя сумма POS-кредита составляет в среднем 30–40 тыс. рублей, а значительная их часть приходится на длительные беспроцентные рассрочки, эти кредиты быстрее всех начинают реагировать на положительные макроэкономические изменения, добавил Владимир Борисенко.

На покупку каких товаров россияне занимают у банков? По словам представителя банка Хоум Кредит, в июне был зафиксирован рост выдач в таких сегментах, как одежда и туризм. Кроме того, на фоне многочисленных акций ритейлеров наблюдается активный рост спроса на бытовую электронику.

Андрей Павлов из Почта Банка отметил, что в июне наблюдалось и изменение структуры сегментов. Например, увеличилось количество заявок на товары, кредиты на которые

традиционно имели низкий процент одобрения — мобильные телефоны, смартфоны и аксессуары для сотовой связи.

К изменению структуры потребления привели ограничительные меры и падение доходов, считает старший аналитик банковских рейтингов рейтинговой службы Национального рейтингового агентства (НРА) Надежда Караваева.

— Население, очевидно, предпочитает покупать только необходимые товары низкого и среднего ценового сегмента, а спрос на более дорогостоящие товары отложен на неопределенный срок, — отметила эксперт. Об этом, предположила она, может свидетельствовать тот факт, что положительная динамика наблюдается в нижнем сегменте POS-кредитования, а в верхнем — отсутствует.

Процент неодобрения

Несмотря на восстановление спроса со стороны населения, отмечают в НБКИ, банки не спешат его удовлетворять: уровень одобрения в июне 2020 года остается на 5–6 п.п. ниже, чем в марте. Например, если в первом весеннем месяце кредитные организации одобряли 27% заявок на сумму до 30 тыс. рублей, то с апреля этот показатель держится на уровне 21%. Примерно такая же картина наблюдается и по более крупным кредитам. С той лишь разницей, что процент одобрения по ним несколько ниже — 19% и 12% на суммы покупок 30–100 тыс. и свыше 100 тыс. соответственно.

Как пояснил Алексей Волков из НБКИ, в связи с ужесточением кредитной политики банки более пристально смотрят на качество заемщика.

— При этом люди, которые имеют высокий персональный кредитный рейтинг (ПКР), — более 600 баллов — не спешат покупать товары в долг. Эта категория граждан, по нашему мнению, на протяжении последних трех месяцев придерживается тактики сокращения долговой нагрузки и более осторожного принятия на себя новых кредитных обязательств, — уточнил представитель НБКИ.

Надежда Караваева из НРА также полагает, что причина снижения одобрения заявок в том, что банки на фоне сокращения базы качественных заемщиков ужесточили кредитную политику. При этом для качественных заемщиков они создают более комфортные кредитные продукты — например, продажу в рассрочку, когда выплаты процентов отсрочены.

Впрочем, как подчеркнул Владимир Борисенко, среди всех необеспеченных потребкредитов,

POS-кредиты имеют самый низкий профиль риска. Это связано с относительно небольшой суммой, целевым использованием и коротким средним сроком кредитования. Поэтому, отметил эксперт, в кризисные периоды уровень их одобрения снижается меньше по сравнению с прочими сегментами.

Сбербанк сообщил о запуске системы платежных сервисов SberPay

Сбербанк запускает новую систему платежных сервисов SberPay, сообщили РБК в компании. Сервис будет доступен как для физических лиц, так и для бизнеса.

При помощи SberPay можно будет оплатить покупки как онлайн (на сайтах и в приложении), так и офлайн (в торговых точках, оснащенных POS-терминалами и принимающих бесконтактную оплату). Для этого необходимо установить мобильное приложение «Сбербанк Онлайн».

В случае оплаты онлайн клиент сможет выбрать любую из имеющихся у него карт. Остаток средств на карте будет виден сразу, указали в Сбербанке. При использовании SberPay клиентам банка не потребуется вводить данные карты на сайтах интернет-магазинов и платежных сервисов, а также ждать подтверждения по СМС.

Для частных лиц услуга SberPay будет бесплатной, а для бизнеса будут взиматься тарифы за использование онлайн-оплаты. Они не будут отличаться от тарифов на обычный эквайринг и будут зависеть от сферы деятельности, объемов бизнеса и прочих факторов, говорится в сообщении.

Использование SberPay онлайн бизнесом повысит количество завершенных покупок, отметили в Сбербанке. Кроме того, сервис позволит отправлять пуш-уведомления на оплату. Для этого клиент должен позвонить в call-центр, чтобы купить конкретный товар, а продавец вышлет на номер телефона клиента пуш-уведомление со ссылкой, которая откроет приложение «Сбербанк Онлайн».

Сервис офлайн-оплаты доступен владельцам любых Android-смартфонов с поддержкой технологии беспроводной связи NFC (near field communication — англ. «ближняя бесконтактная связь»). На первом этапе оплатить покупки офлайн можно будет при помощи карты Visa, но в ближайшее время Сбербанк планирует добавить карты других платежных систем. ■

Рынок взыскания

Цессия как ключевой фактор. Рынок проблемных долгов в европейских странах. Зарубежная практика — бенчмарк для российского долгового рынка

Продажи проблемных портфелей продолжают играть ключевую роль при решении проблем просроченной задолженности в странах ЕС.

Финансовый и долговой кризис 2008–2013 годов породил огромные проблемы в банковских системах стран ЕС, связанные с критическим ростом проблемных кредитов на балансах банков. К 2014 году объем плохих долгов достиг 1 трлн евро. Масштаб возникших проблем заставил Совет по экономическим и финансовым вопросам (ECOFIN) сформулировать, а Совет ЕС анонсировать план действий для решения проблемы плохих кредитов в банковском секторе, который получил красноречивое название NPL action plan. Помимо регулятивных требований (к капиталу и резервам) план прямо и недвусмысленно указывал на необходимость создания национальных компаний по управлению плохими активами и активного развития рынка цессии — продажи плохих долгов коллекторским агентствам.

NPL action plan предусматривал создание единого европейского рынка, в рамках которого банки могли бы продавать свои просроченные кредиты инвесторам по стандартизированным и унифицированным процедурам. Европейская банковская ассоциация опубликовала единые стандарты по работе с просроченными портфелями (The EBA standardized NPL templates).

За три года действия плана, несмотря на медленную европейскую бюрократию, были запущены процессы адаптации национальных законодательств к требованиям NPL action plan с точки зрения лицензирования покупателей и создания компаний по управлению активами.

Однако главным результатом был рост продаж просроченных долгов коллекторским компаниям. Объем переуступленных в рамках цессионных сделок портфелей практически удвоился всего за два года, достигнув более 200 млрд евро в 2018 году по сравнению со 108 млрд евро в 2016-м.

Общий объем проданных коллекторам портфелей за 2017–2019 годы составил 496 млрд евро. В результате принятых мер объем европейского NPL снизился с 1 трлн евро

в 2014 году (год начала работы Единого надзорного механизма Европейского центрального банка) до 587 млрд евро в марте 2019 года. Доля просроченной задолженности также уменьшилась с 8% в 2014 году до 3,7% в 2019-м. Рынок цессии в ЕС стал более диверсифицированным с точки зрения как классов активов, так и типов кредитов, которые предлагаются к переуступке. Снизился возраст уступаемых долгов, что позволяет банковской системе поддерживать свое «здоровье». Фокус продаж смещается из сегмента «bad loans» (360+ дней) в сегмент «unlikely to pay» (180+ дней). С 2017 года фиксируется постоянный рост продаж долгов сегмента REO (real state owned). Объем ежегодно закрываемых в рамках цессии сделок в странах ЕС составляет 35% общего объема проблемных долгов. Для сравнения: в России аналогичный показатель составляет порядка 15%. При этом ежегодные продажи долгов в странах Восточной Европы (сравнимых по опыту с РФ) составляют около 20% суммы проблемных активов на балансах.

Российский цессионный рынок, безусловно, развивается в фарватере международного, прежде всего европейского, опыта. Однако растущий розничный кредитный рынок, рынок кредитования малого и среднего бизнеса, а также сопутствующие риски заставляют задуматься об ускорении темпов развития долгового рынка как с точки зрения увеличения объемов предложения и снижения возраста долгов на переуступку, так и с точки зрения расширения типов уступаемых долгов, включая обеспеченные кредиты, за которыми стоит очевидное будущее. На фоне регулярных системных кризисов (включая последнюю пандемию COVID-19), которые неизбежно затрагивают российскую финансовую систему, цессионный рынок способен стать одним из ключевых факторов стабильности. Хотелось бы, чтобы трансляция европейского опыта на базе преодоления последствий масштабных кризисов в крупнейших экономиках повлекла ускоренные изменения политики продавцов в сторону увеличения объемов и качества цессионных предложений на рынке. Российский долговой рынок уже прошел большой путь, однако по-прежнему требует опережающих темпов развития, чтобы успешно абсорбировать токсичные активы растущего финансового сектора. ■

Интервью

[«Россия – один из самых продвинутых платежных рынков в Европе». Президент Mastercard Europe Марк Барнетт рассказывает о конкуренции и кооперации платежных систем и о том, что станет с пластиковыми картами](#)

Марк Барнетт возглавил европейский бизнес Mastercard 1 июня, когда на континенте только начали снимать ограничительные меры, введенные из-за пандемии COVID-2019. Она заметно повлияла на поведение тех, кто во время карантина все-таки выходил за покупками. Согласно опросу Mastercard, 43% россиян стали реже платить наличными, а 22% совсем ими не пользуются, предпочитая карты. При этом 36% респондентов сказали, что используют смартфоны для бесконтактной оплаты, благодаря чему Россия вместе с Польшей заняла 1-е место среди стран, в которых проводился опрос и где этот показатель в среднем составляет 28%.

Таким образом, пандемия сыграла на руку платежным системам. Согласно тому же опросу, 16% россиян впервые попробовали бесконтактную оплату, а половина респондентов стали пользоваться картами с этой технологией чаще. Но карты далеко не единственное направление бизнеса, которое развивает Mastercard. В чем привлекательность работы с корпоративными платежами, как системы мгновенных переводов между банковскими счетами помогают быстро перечислять деньги за рубеж и одновременно бороться с их отмыванием, каковы перспективы у подобных услуг в России, получают ли люди цифровой ID и исчезнут ли карты как таковые, «Ведомостям» рассказал новый президент Mastercard в регионе, включающем 53 страны и насчитывающем более 950 млн держателей карт.

В беседе принимал участие Алексей Малиновский, глава Mastercard в России.

Вирус в помощь

– Как режим изоляции повлиял на бизнес Mastercard? Проявились ли какие-то слабые места или что-то, чего вы не ожидали?

– Думаю, ответ довольно очевиден. Многим пришлось перенести запланированные путешествия, особенно деловые поездки за границу. Этого можно было ожидать. Чего мы не

ожидали? Пожалуй, двух вещей – столь драматичного роста бесконтактных платежей и электронной коммерции в глобальном масштабе: на 40% по обоим показателям в I квартале по сравнению с I кварталом 2019 г.

Эти тренды мы отмечали и до кризиса, но он значительно их ускорил. Сейчас в Европе порядка 80% (от 75 до 80%) всех безналичных транзакций физических лиц совершается бесконтактно. Для нас это был весьма впечатляющий сдвиг. Мы уверены, что бесконтактная технология – очень хороший способ оплаты, который будет активно использоваться и в будущем.

– С другой стороны, значительная часть офлайн-платежей пропала – в барах и ресторанах, кинотеатрах, магазинах, туристических поездках и т. д. Это повлияло на бизнес Mastercard?

– Повлияло, конечно. Как я уже отметил, ограничения прежде всего отразились на зарубежных поездках, а затем привели к остановке самых разных предприятий из-за карантина. Масштаб зависит от конкретной ситуации: в одних странах ограничения сняли достаточно быстро и их влияние было незначительным, в других ограничительные меры были гораздо строже и сказались сильнее.

Точные цифры не назову, но в I квартале изменения были незначительными, потому что последствия пандемии начали сказываться лишь в последние несколько недель квартала. По нашим оценкам, по крайней мере в Европе нижняя точка была пройдена в мае, и теперь мы наблюдаем нормализацию.

Сейчас, когда ограничения постепенно снимаются, мы видим, что привычный денежный поток по некоторым направлениям восстанавливается быстрее, чем по другим. Например, в магазинах мебели и электроники в Германии, когда там был отменен режим изоляции. И это довольно интересно: электронику можно покупать и онлайн, но люди хотят именно идти в магазины. Возвращается спрос на бензин, услуги, к примеру парикмахерские, оживает малый и средний бизнес – и это первая волна. Вместе с тем есть сферы, на которые пандемия так не повлияла, – продовольствие, фармацевтика, интернет-торговля.

Вторая волна будет связана с более значимым восстановлением. Но, скажем, для сферы туризма и гостиничного бизнеса оно, вероятно, займет чуть больше времени. Деловые поездки, видимо, возобновятся в последнюю очередь. Мы

достаточно скоро должны увидеть изменения в моделях поведения.

Многое в бизнесе сейчас зависит от политиков, а они в разных странах действуют по-разному.

– Предвидите ли вы тактические или стратегические изменения в бизнесе Mastercard, вызванные ситуацией с пандемией?

– Если отвечать коротко, то нет. Конечно, какие-то изменения и акценты возможны. Но наша стратегия – расти, диверсифицировать и создавать. Она не изменится. Хочу пояснить, что это значит. Обеспечивать рост того, чем мы занимались последние 50 лет, – кредитные, дебетовые, предоплаченные и коммерческие карты. Мы постепенно поднимались все выше, вытесняя наличные деньги на протяжении многих лет. И, судя по тому влиянию, которое оказывает кризис, мы, вероятно, увидим ускорение процесса отказа от наличности. Потому что есть и электронные, карточные платежи, различные виды цифровых платежей – оплата по сохраненным у торговца реквизитам карты, смартфоном или часами.

Если для потребителей это удобно и безопасно, то, как только человек получает в этой области первый опыт, такое поведение закрепляется. Это та часть нашего бизнеса, которая связана с ростом, и здесь у нас еще много возможностей. Ведь в нашей части света около половины всех платежей в торговле по-прежнему совершается наличными деньгами.

Диверсификация как стратегия бизнеса связана с тем, кого и как мы обслуживаем. Это банки, правительства, финтехи и другие технологические компании, торговые предприятия, розничные продавцы и т. д. То есть мы построили отношения с очень широкой сетью клиентов, стали для них предпочтительным партнером, предпочтительной платежной технологической компанией, предпочтительным брендом. Другая сторона диверсификации заключается в том, что мы делаем. За последние 10 лет мы значительно расширили спектр услуг, в том числе приобретая компании, наращивая свои возможности, развивая такие направления, как лояльность, консалтинг, кибербезопасность, борьба с мошенничеством, различные тесты и исследования, аналитика. Это добавленная стоимость к платежам как таковым и к потребительскому опыту. Поэтому доходы наших сервисов оставались высокими на протяжении всего кризиса.

Третий элемент стратегии, создание, ориентирован на развитие в ближайшие 10–15 лет. Основной элемент здесь – мультинаправленность. Мы считаем, что являемся единственной в мире по-настоящему многопрофильной компанией, специализирующейся на платежных технологиях. Это важная часть нашего будущего, и ее суть заключается в том, чтобы предоставлять выбор. Держателям карт все равно, платят они по карте, счету или другим способом. Мы хотим дать нашим партнерам, будь то банки или ритейлеры, возможность создавать уникальный платежный опыт для клиентов. Это может быть оплата картой, по счету, через мобильный банк, на месте или авансом. Чем больше вариантов мы предоставим, тем лучше ритейлеры или банки смогут обслужить клиентов.

Таким образом, мультинаправленность является основой нашей стратегии. Разумеется, сейчас мы, скорее всего, сделаем больший акцент на бесконтактную технологию. Конечно, электронная коммерция выходит на первый план. Но в целом стратегия остается неизменной.

Mastercard Incorporated

Платежная система

Акционеры (данные компании на 20 апреля 2020 г., голосующая доля): частный

благотворительный фонд The Mastercard Foundation (11,2%), остальное в свободном обращении, крупнейшие инвесторы – The Vanguard Group (7,2%), BlackRock (6,7%).

Капитализация – \$306,7 млрд.

Финансовые показатели (2019 г.): выручка – \$16,9 млрд, чистая прибыль – \$8,1 млрд.

Операционные показатели (2019 г., включая Maestro): объем операций – \$7,2 трлн, количество транзакций – 87,3 млрд, количество пластиковых карт в обращении – 2,6 млрд.

Операционные показатели европейского региона Mastercard (2019 г.): количество транзакций – 38,9 млрд, количество пластиковых карт в обращении – 599 млн.

Мгновенные платежи

– Как президент региона, в который входят Великобритания и Северная Европа, вы в последние годы наверняка сыграли важную роль в двух значимых приобретениях. В 2016 г. Mastercard договорилась о поглощении Vocalink, британского провайдера мгновенных

электронных банковских переводов, а в прошлом году – о приобретении у датской платежной технологической компании Nets бизнеса по переводам между счетами. Корпоративные платежи (b2b) и другие платежи между банковскими счетами обычно проводятся не по картам. Вы активно стремитесь охватить и эту сферу платежей?

– Мы еще не закрыли сделку по покупке подразделения корпоративных услуг у Nets, ожидается подтверждение со стороны регулирующих органов. Есть кое-что еще интересное в Северной Европе – проект P27. Мы хотим участвовать в создании первой в мире международной мультивалютной клиринговой системы, в которой платежи будут проводиться в реальном времени для всех стран Северной Европы. Это очень важная часть нашего будущего, мгновенные платежи в P27 будут проводиться в евро и валютах северо-европейских стран.

B2b-переводы – очень важная часть нашей стратегии развития, обладающая огромным потенциалом. Частично мы можем работать с b2b-переводами, используя карты, технологию номеров виртуальных карт, такую технологию, как Mastercard MoneySend. Но также можем проводить эти денежные потоки через системы мгновенных расчетов или переводов со счета на счет. Это укладывается в нашу стратегию мультинаправленности. В Европе корпоративные платежи в торговых точках составляют около \$13 трлн в год. Но общая сумма платежей – около \$60 трлн, т. е. остальные средства переводятся со счета на счет в пакетном режиме либо в режиме реального времени с помощью чеков и некоторых других инструментов.

Мы бы хотели не просто участвовать в этих транзакциях, а создать для них приложения и сервисы, которые бы давали добавленную стоимость. Приведу пару примеров. В

Великобритании у нас есть приложение Pay by Bank («Оплати через банк»), которое связано с переводами со счета на счет. Оно позволяет использовать мобильное банковское приложение для онлайн-шопинга – очень просто и удобно.

Другой пример – сервис для борьбы с отмыванием денег. Он помогает выявлять сомнительные платежи во всех системах мгновенных расчетов в стране. Банку крайне сложно в одиночку эффективно бороться с отмыванием, потому что деньги приходят на счет, а затем скачут со счета на счет в разных банках. В тех странах, где есть системы мгновенного

перевода денег, можно начать бороться с этой проблемой, видя все транзакции между всеми счетами всех банков. Сейчас в Великобритании этим сервисом пользуются 40 банков, и мы надеемся принести его в другие страны.

– А может этот сервис использовать, например, правительство?

– Пока такого не было. Полагаю, это зависит от конкретных государственных органов.

– Какие перспективы у подобных услуг в России?

– Мы хотели бы сделать наши услуги доступными на всех европейских рынках. Но платежи – это не однородное явление, везде работающее одинаково. Скажем, в России своя определенная система и устройство платежей, и мне предстоит плотнее с ней познакомиться. Мы будем разговаривать с нужными игроками, и если сможем предложить им нужный выбор и принести пользу – отлично, а если не сможем – что ж, не в этот раз.

– В октябре 2019 г. на форуме Finopolis в Москве было объявлено, что Mastercard совместно с Национальной системой платежных карт (НСПК) собирается осуществлять международные переводы через Систему быстрых платежей (СБП) Банка России. С тех пор об этом проекте ничего не было слышно. Как с ним обстоят дела?

Алексей Малиновский: Да, мы подписали с НСПК соглашение о намерении сотрудничать в развитии функционала трансграничных платежей для СБП. Будем использовать технологические возможности Mastercard, которые уже есть в Европе и других странах. Сейчас мы занимаемся интеграцией СБП через сервис трансграничных переводов в глобальную экосистему мгновенных платежей Mastercard. Это сложный проект, и нам нужно запустить его с учетом тех особенностей в системах платежей разных стран, о которых говорил Марк.

– У этого проекта есть сроки?

– Как я уже сказал, это сложный проект и нам многое нужно сделать. Мы сообщим, когда будем готовы рассказать о каких-либо результатах.

– Вы планируете использовать Vocalink в этом проекте?

– Это один из ресурсов, который мы используем, но на самом деле речь идет не только о Великобритании и Европе. У нас глобальный подход, и мы планируем задействовать различные технологии, которые есть у Mastercard и наших партнеров в разных странах мира.

Платежи будущего

– Несколько лет назад все говорили о блокчейне. В частности, о том, что он поможет значительно ускорить международные платежи. Но за прошедший год о нем почти ничего не было слышно. Вы работаете с блокчейном?

Марк Барнетт: Пожалуй, сказать «мы с ним работаем» будет преувеличением. Мы экспериментируем с этой технологией, у нас есть собственный блокчейн – как частный, так и публичный. Недавно мы присоединились к альянсу ID2020; цель этого проекта – дать каждому человеку в мире цифровой ID к 2030 г., и он основан на блокчейне. Это очень интересная технология, но пока не совсем понятно, какие практические задачи или проблемы она будет решать в мире платежей. Блокчейн может сыграть в этом какую-то роль, а может и нет. Думаю, он скорее может быть применен в цифровой идентификации – например, для определения личности или при торговле ценными товарами.

– Как платежные системы изменятся в будущем? Какие способы платежей быстрее всего будут набирать популярность?

– Я уверен, что в будущем особенно важное место займет токенизация. Сейчас торговые предприятия хранят данные карт, но со временем они будут заменены на токены, и это принципиально иной уровень безопасности. Увеличится процент одобренных транзакций, менее дискомфортной будет ситуация при потере карт, потому что токены, заменяющие карточные данные, будут автоматически обновляться. Например, сегодня на Amazon сохранены данные моей карты, но однажды это будет просто токен. Я смогу открыть мобильное приложение и увидеть все магазины, где есть мои токены, а также включить или отключить их. Если захочу использовать токен, то смогу включить его, так как вижу и контролирую всю картину. Поэтому токенизация – это определенно важная технология. Это то, с чем вышли Apple Pay, Samsung Pay и другие известные сервисы. Востребованность этой технологии растет среди

торговых компаний по всей Европе, и это отлично. Эта технология удобна для всех.

Также я считаю, что биометрия будет активно развиваться как способ идентификации пользователей. Она куда лучше, чем пароли и подтверждение кодом по sms. Мы недавно инвестировали в поведенческую биометрию. То, как вы держите телефон, как вводите текст – эти факторы помогают определить, действительно ли именно вы совершаете платеж. Думаю, биометрия будет чрезвычайно важна в будущем. Есть исследование, что люди предпочитают использовать биометрию, а не пароли, чтобы обеспечить безопасность своих данных.

Но, думаю, в конечном итоге мы придем к цифровой идентификации (Digital ID). Это сложный путь, поскольку требуется системное решение с участием людей, правительств, банков, телекоммуникационных операторов, ритейлеров. Но в итоге в распределенной системе цифровой ID безопасно хранится онлайн. Это и есть будущее, потому что такую систему очень легко использовать для платежей.

Наконец, как я уже упоминал, платежи со счета на счет в режиме реального времени. У них есть ряд преимуществ, например возможность отложенного платежа, баланс в вашем мобильном банковском приложении актуален с точностью до секунды. Эта технология дает пользователям массу преимуществ.

– Пластиковые карты в конце концов выйдут из обращения?

– Рано или поздно устареет абсолютно все, но карты будут использоваться еще очень долго. Этот кусочек пластика не занимает много места в вашем кошельке, но им можно платить бесконтактно, в том числе за дорогие покупки, и многие страны внедряют именно бесконтактную технологию. Просто приложить карту к терминалу – это очень удобно. Таким же образом можно платить смартфоном (я как раз так расплачиваюсь), использовать кольцо или часы. Так же и с наличными: они еще долго будут с нами, но количество ситуаций, когда они необходимы, и людей, которые их используют, постепенно сокращается. Но будут и те, кто хочет пользоваться наличными. Карты, на мой взгляд, предоставляют действительно удобную возможность оплаты и еще долго будут в ходу.

– Уже сейчас на смену картам пришли смартфоны, оплата по Face ID. В Китае больше года оплачивают покупки с помощью системы

распознавания лиц. Я согласен по поводу наличных – они будут с нами еще долго. А карты, кажется, уже вытесняются другими способами оплаты.

– Это зависит от того, о чем вы говорите – о карточных платежах в целом или о самих кусочках пластика. Представить мир без них довольно легко – теперь они существуют в смартфонах или вы подтверждаете транзакцию лицом. Но за этим стоит целая инфраструктура, которая защищает данные держателей карт, обеспечивает безопасность транзакций, следит, чтобы платежи поступали правильному адресату, чтобы покупатели и ритейлеры могли вернуть деньги, если что-то пошло не так. Все, что связано с картами – не с пластиком, а с картами как платежной системой, – останется неотъемлемым элементом всей системы платежей. Нужна франшиза, правила, обеспечение возврата средств и урегулирования спорных ситуаций. И это не про физическую пластиковую карту. Нужна сеть, которая надежно и бесперебойно соединяет десятки миллионов торговых точек с миллиардами покупателей. А чем конкретно расплачиваться, смартфоном или пластиком, – это уже выбор каждого.

Россия в лидерах

– Возвращаясь к бизнесу Mastercard: насколько велика разница в его развитии в разных регионах, насколько независимо действуют локальные офисы?

– Интересный вопрос. Mastercard предоставляет продукты и услуги по всему миру, но мы обязательно адаптируем их под потребности конкретных рынков. Это необходимо делать всегда. Если вы хотите добиться максимальной экономической эффективности, то будете внедрять одни и те же продукты по всему миру – но проблема в том, что далеко не везде они будут одинаково работать. Если же создавать исключительно локальные решения, это не даст экономии на масштабе. Здесь важно найти баланс, и мы уверены, что у нас это отлично получается. Алексей [Малиновский] располагает достаточной независимостью в деле локализации наших решений на российском рынке; такова ситуация и в других странах. Mastercard – это единый бренд с единой глобальной политикой. Без такого глобального подхода компания не смогла бы стать настолько сильной. А залог успеха – это баланс между глобализацией и локализацией.

– Если Алексей захочет внедрить какие-либо сервисы в России, он может сделать это самостоятельно или должен представить идею на рассмотрение европейской или глобальной штаб-квартиры?

– Зависит от конкретного случая. Если он захочет провести новую маркетинговую кампанию, это полностью в его распоряжении. Если речь о запуске новой продуктовой линейки, это нужно обсудить с нашими региональными и продуктовыми командами. Все это делается ради оптимальной реализации идей на локальных рынках. Разумеется, мы не готовы делать слишком много самостоятельных продуктов в каждой стране, но не адаптировать наши решения к местным условиям – значит не прислушиваться к потребностям рынка. В целом, мы предпочитаем предоставлять местным подразделениям как можно большую свободу действий.

– Если сравнивать Россию с другими странами, какое положение она занимает в бизнесе Mastercard и платежной индустрии в целом?

– В России очень развита система платежей, есть собственная платежная система. Также в России очень хорошо представлены сервисы, которые мы называем «пэями»: Apple Pay и проч., широко распространен прием бесконтактных платежей. Я бы сказал, что Россия – один из самых продвинутых и развитых платежных рынков в Европе. Если посмотреть на процентное соотношение безналичных и наличных платежей, некоторые крупные страны с развитой экономикой даже близко не стоят рядом с Россией в этом плане. Конечно, есть рынки, например в Северной Европе, с которыми я работал, где уровень развития электронных платежей еще выше. Но я считаю, что Россия – очень прогрессивный, современный и эффективно работающий рынок.

– Могли бы вы оценить, на каком месте находится Россия по обороту или прибыли для Mastercard?

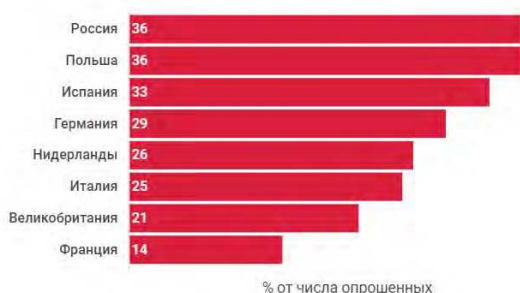
– Даже если бы я знал ответ, не думаю, что смог бы вам сказать, но однозначно Россия – огромная и важная часть нашего бизнеса в Европе. Мы этому очень рады и гордимся сотрудничеством с российскими партнерами – банками, ритейлерами и государственными структурами.

– Как изменилась ситуация за последние 5–10 лет?

– Попрошу Алексея прокомментировать.

Алексей Малиновский: Весьма значительно. Если говорить о развитии электронных платежей в целом, то можно отметить, что доля безналичных платежей растет. По данным Центробанка, уже больше 50% всех транзакций составляют именно безналичные платежи при помощи карт. И ожидается, что их доля будет только расти – кстати, в том числе и благодаря использованию карт во время пандемии. Кроме того, за последние 10 лет Mastercard принесла на российский рынок целый ряд инноваций. Mastercard первой из платежных систем внедрила бесконтактную технологию в России, и сейчас мы активно работаем над ее дальнейшим распространением. Несколько лет назад мы привели сюда Apple Pay, затем были Samsung Pay, SwatchPay!, недавно только с Mastercard появилась возможность платить умным фитнес-браслетом от Xiaomi. В России мы повсеместно видим большие изменения. Например, в нашей стране очень распространены платежи с помощью смартфонов. Совсем свежий опрос показал, что 36% россиян во время изоляции оплачивали покупки именно смартфонами. Это отличный показатель.

Популярность бесконтактной оплаты
мобильными телефонами



Опрошено по 1000 респондентов в восьми европейских странах в апреле 2020 г.

Источник: Mastercard

Бодрящая конкуренция

– Избежать сравнения Mastercard и Visa невозможно. Что каждая из компаний делает лучше, чем другая?

Марк Барнетт: Есть несколько явных отличий. Первое – наша мультинаправленная стратегия, которая будет драйвером роста и развития в течение следующих 10–15 лет. Возможность, как я говорил ранее, предоставлять клиентам выбор способа оплаты вне зависимости от того, на какой технологии он реализован.

И еще одно принципиальное отличие заключается в стратегии диверсификации, которую мы приняли 10 лет назад и начали создавать услуги с добавленной стоимостью, связанные с основным платежным бизнесом. Сейчас у нас сервисный бизнес, который, я считаю, не имеет равных.

Если говорить о России, то мы первыми представили оплату смартфонами, а сейчас уже работает шесть технологий для оплаты устройствами – Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, Garmin Pay, SwatchPay! и «Кошелек Pay». За короткий период времени мы смогли принести все эти инновации на рынок. И не только принести, но и распространить.

– А в чем преимущество Visa?

– Об этом вам нужно их спросить.

– Безусловно, но, может, вы могли бы что-то добавить?

– В принципе, я не думаю, что у них есть преимущество. Но лучше вам об этом спрашивать у них.

– Но конкурентов становится все больше. Как Mastercard конкурирует, например, с российской системой «Мир», китайскими платежными системами (WeChat Pay, Alipay), финансово-технологическими компаниями, такими как Revolut?

– Mastercard приветствует конкуренцию. Она держит нас в тонусе и напоминает, что мы должны создавать что-то новое, стараться превзойти самих себя. На некоторых рынках наши продукты, позволяющие осуществлять переводы между счетами, конкурируют с нашими же картами. Я считаю, это хорошо, потому что, если мы не будем конкурировать сами с собой, это будет делать кто-то другой.

В Европе довольно много местных платежных систем, и обычно мы предоставляем им возможность обеспечить международный прием их платежей, а в некоторых случаях – использовать все каналы, особенно те, которые мы создаем для применения токенизации. В России, насколько я знаю, ваша национальная платежная система может все это делать самостоятельно. Но в ряде других стран этого нет, и мы даем им доступ к новейшим технологиям. У нас в Европе очень развита сеть партнерств, и мы уверены, что наша стратегия может обогатить конкурентную среду.

– Китайские системы обслуживают около миллиарда пользователей и через свой основной бизнес, например Alibaba, располагают гигантским объемом данных. Как вы оцениваете позиции Mastercard в сравнении с ними в плане информации о держателях карт?

– Я не настолько хорошо знаком с этими рынками, но могу рассказать, как обстоят дела в Евросоюзе с открытым банкингом и директивой о платежных услугах PSD2. Мы наблюдаем по-настоящему значительные изменения в том, как происходит обмен данными между финансовыми институтами и как осуществляются платежи. Процессы становятся все более открытыми, а информация – доступной, после того как пользователи дают согласие конкретному институту на ее получение.

Я считаю, что весь мир движется в сторону открытости в этом отношении. Соответствующие меры вводятся и регуляторами, и они очень хорошо проработаны – по крайней мере в Евросоюзе. Однако в других странах подобные вещи (сбор информации) уже давно делаются с помощью анализа экранных данных.

Полагаю, мы еще в самом начале пути к открытости банковской деятельности и, возможно, открытости данных в коммерческом мире. В сфере открытых банковских платежей большого прогресса пока не наблюдается, но мы создали решения для фундаментальных проблем подключения, защиты потребителей и урегулирования споров. Это лежит в основе открытой банковской системы, потому что без этих трех вещей открытые банковские платежи никогда не смогут стать успешными. Итак, у нас есть технологии платежей в различных сферах: между счетами, по картам, в мире открытого банкинга, в мире открытых данных – или, если быть точным, в мире открытой информации о счетах. У нас есть решения, которые могут помочь нашим партнерам в этих вопросах.

– Как регулирование в Евросоюзе интерчейнджа (комиссий, которые обслуживающие торговые точки банки платят банкам – эмитентам карт в виде процента от каждой операции) повлияло на рост безналичных платежей?

– Влияние этого регулирования неоднозначное и до конца пока не ясно. Мы считаем, что предлагать новое законодательство в отношении интерчейнджа пока рано, оно не принесет особой выгоды для клиентов. Крупным торговым

предприятиям оно поможет сэкономить дополнительные средства, но мало чем поможет мелким и средним. Нужно сосредоточиться на надлежащем исполнении существующих мер.

– Банк России временно ограничил ставку эквайринга по онлайн-платежам 1%, и платежные системы были вынуждены снизить интерчейндж. Как это повлияло на ваш бизнес?

– Такое временное снижение интерчейнджа может сработать как краткосрочная мера. Но мы абсолютно уверены, что лучше всего было бы позволить рынку регулироваться самостоятельно. Интерчейндж – это уникальный инструмент, предназначенный для того, чтобы поддерживать баланс интересов внутри платежной схемы и стимулировать развитие безналичной экономики. Выгоду от него должны получать все стороны – государство, торговые предприятия, банки и держатели карт. ■