

ЭКВАЙРИНГ КАК «ПРИНУЖДЕНИЕ» К БЕЛОЙ БУХГАЛТЕРИИ

Финансовые технологии, как и телекоммуникационные, в XXI в. во всем мире развиваются стремительно. Завтра в буквальном смысле наступает сегодня. Еще относительно недавно многие ходили в сберкассы с книжками – оформить банковский вклад, перевод или вычет. Для сравнения посмотрим на 2017 г., когда, по оценкам экспертов, доля безналичных операций по платежным карточкам только в АСБ «Беларусбанк» в общем объеме расходных операций составила около 50 %. Перспективность данного направления подтверждается неуклонным ростом активности банков в данной сфере. При этом наиболее быстрорастущим сегментом является, безусловно, мобильный эквайринг.

Тенденции цифровизации белорусских предприятий посредством использования эквайринговых услуг рассматривает кандидат экономических наук, доцент БГУИР Ирина Насонова.



Реализация товаров и услуг – важнейший этап деятельности любого предприятия, работающего в условиях рынка. В этой связи весьма перспективным является развитие в нашей стране эквайринга. Вопрос предоставления эквайринговых услуг приобретает особую актуальность в связи с требованием законодательства об обязательной установке платежных терминалов во всех объектах отраслей связи, торговли и сервиса. При этом предусмотрено исключение порогового значения выручки для их обязательной установки.

По своей сути эквайринг – это прием оплат банковскими картами. На практике используются следующие виды операционных систем: мобильный эквайринг (mPOS), торговый эквайринг, интернет-эквайринг [1, с. 72].

Практические исследования позволили сформировать их характеристики. Например, в качестве

устройства для считывания карт в процессе мобильного эквайринга используются мини-терминалы (mPOS), которые работают совместно со смартфоном (планшетом), имеющим доступ в интернет и снабженным мобильным приложением. Мобильный эквайринг расширяет географию продаж за счет мобильности продавца. Данная услуга удобна для использования курьерскими службами, службами доставки, такси, а также ИП и юридическими лицами с минимальным количеством платежей. Комиссия банка составляет 1,2–3,5 % от стоимости покупки. Но нужно помнить о том, что придется приобрести смартфон с мобильным интернетом.

В рамках «терминализации» общества в Беларуси мобильный эквайринг, или mPOS-эквайринг, приобретает все большую популярность. Изначально появившись 10 лет назад в США, устройство представляло собой просто

магнитную головку, которая считывала карту. За минувшие годы технология получила существенное развитие, и платежные системы, раскрывая потенциал mPOS, стали внедрять ее на различных рынках Европы и Азии. В последние годы она очень активно развивается в России.

Индивидуальным сектором развития обладает торговый эквайринг. Транши по платежным банковским картам осуществляются на предприятиях связи, торговли и сервиса. Чтение карт выполняется с помощью POS-терминала или специального кассового решения. Тарифы на услуги наиболее низкие и варьируются от 1 % до 3 %. Они зависят от того, открыт ли у компании расчетный счет в банке-эквайере, какой объем платежных операций будет проводиться при помощи карт, имеется ли собственное оборудование, какой картой рассчитывается клиент. К дополнительным расходам можно отнести доступ в интернет.

Интернет-эквайринг предоставляет услуги приема платежей по платежной карте в интернет-магазинах. Для таких операций не требуется дополнительного оборудования – оплата осуществляется через веб-интерфейс с перенаправлением на

страницу банка-эквайера (платежной системы) для авторизации карты клиента. Интернет-эквайринг требует установки дополнительного программного обеспечения для гарантий безопасности интернет-платежей и постоянного мониторинга попыток взлома карт.

Интернет-эквайринг – наиболее затратный вид платежной системы с минимальной комиссией 2,3 %. При этом выбор терминала рекомендуется начать с оценки технических параметров оборудования. В зависимости от типа имеющихся коммуникаций платежные терминалы можно разделить на следующие категории:

Dial-up- и Ethernet-терминалы: первые подключаются посредством обычной телефонной линии, вторые – по каналам связи Ethernet;

GSM- и GPRS-терминалы: связь осуществляется через мобильных операторов;

mPOS представляет собой мобильный терминал, который подключается через смартфон или планшет, соединенный с интернетом [2, с. 58].

Следует отметить, что скорость обработки платежей на терминалах различных типов очень отличается и находится в диапазоне от 1 секунды до нескольких минут.

При рассмотрении mPOS (мобильный эквайринг) необходимо отметить его инновационную особенность, позволяющую юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям осуществлять прием платежей по банковским картам. Суть технологии состоит в использовании мобильного кард-ридера (mPOS-устройства), подключаемого к смартфону. При помощи специального приложения на смартфоне обеспечивается проведение платежных операций по карте, помещенной в кард-ридер. MPOS-устройства подключаются к смартфону по Bluetooth или через аудиоразъем. Для того чтобы предприятия связи, торговли и сервиса могли воспользоваться этой услугой, им необходимо оформить договор с банковской или сервисной mPOS-организацией и получить mPOS-устройства, а также коды активации на смартфоне.

Области применения данной технологии достаточно обширны: предприятия отрасли связи, такси, магазины и торговые точки, медицинские учреждения, кафе и рестораны, страховые агенты, салоны красоты, аренда квартир и пр. Следовательно, наиболее предпочтительными считаются субъекты малого и среднего бизнеса.

Сегодня очевидно, что мобильный эквайринг – самый простой и доступный на сегодняшний день способ принимать оплату по картам, что особенно ценно для малого и среднего бизнеса.

Объективности ради нельзя обойти его слабые места и даже недостатки. К этому ряду можно отнести, например, определенное недоверие к технологии со стороны держателей карт. Требуется какое-то время, чтобы выработались привычка и понимание пользователей.

Смартфоны на Android уязвимы для вирусов, а самые простые (аналоговые) мини-терминалы не





шифруют данные карты при передаче в приложении. Это объективный риск, который влечет за собой массовое хищение реквизитов карт и кражу денег.

Следует упомянуть также о низком уровне безопасности для мерчанта. Прокатывая магнитную полосу карты, у которой есть емв-чип, все риски несет банк-эквайер, а по факту он их перекладывает на мерчанта. Держатель карты может опротестовать такую транзакцию, и тогда без наличия у мерчанта каких-то вменяемых подтверждений (помимо кривой подписи клиента пальцем на экране) доказать что-либо будет невозможно. При оплате через емв-чип и вводе pin-кода все риски берет на себя банк-эмитент, которые он успешно переложит на держателя карты. Это называется переносом ответственности (Liability Shift).

Вместе с тем все перечисленные недостатки не критичны, если плательщик и мерчанта, располагают некоторым временем и нет явных причин не доверять друг другу.

Но, несмотря на упомянутые вызовы, сегодня никто не отрицает, что белорусские сервисы по предоставлению услуг мобильного эквайринга отвечают требованиям времени и соответствуют необходимым критериям. Например, заказчикам предлагается готовое решение: зашел на сайт, зарегистрировался, оформил документы, получил мини-терминал, скачал приложение и начал работать.

Белорусские сервисы являются действующими проектами, не прототипами и не только что запущенными стартапами, предлагают сертифицированное оборудование, в идеале имеют сертификат PCI DSS и Visa или MasterCard в качестве партнера.

Мобильный эквайринг в целом выгоден всем – держателям карт, малому бизнесу, государству, которое стремится к обезличиванию платежей, т. к. появляется механизм контроля, который снизит коррупционную составляющую и заставит бизнес платить реальные налоги. И наконец, это интересно банкам.

Мобильный эквайринг – это самая дешевая технология по приему карт на данный момент: процент за комиссию ниже, отсутствуют затраты на разработку, поддержку и оборудование.

По результатам исследований известно, что в Беларуси представлены только наиболее распространенные мобильные мини-терминалы, которые подключаются к смартфону через аудио-разъем (mini-jack), считывают данные с магнитной полосы, выпускаются в аналоговом или цифровом исполнении. Это самое дешевое, наименее защищенное и совместимое практически с любыми смартфонами оборудование – идеальное решение для старта на несформированном рынке. Но, судя по мировой практике, тенденция развития mPOS продолжается. В мире ожидается примерно 9-кратное увеличение количества mPOS-терминалов к 2019 г. По прогнозам аналитиков, данная технология к 2019 г. займет порядка 46 % рынка. Например, в Великобритании доля торговцев, использующих такие терминалы, составляет порядка 60 %.

Эта технология весьма интенсивно развивается в США, Канаде, Великобритании, Франции, Германии, Украине, России и т. д. [4, с. 77].

В нашей стране перспективы эквайринга также определены. Мобильные терминалы представлены как органичное расширение традиционного оборудования на зрелых рынках, где они адресованы стратегически важному сегменту мобильных поставщиков товаров и услуг. На менее развитых рынках они также позиционируются как локомотив, продвигающий идею приема карточек и открывающий огромные возможности для безналичных платежей.

Основываясь на опыте внедрений, можно утверждать, что пересечение mPOS и традиционных терминалов приведет к увеличению числа предприятий на рынке эквайринга и в то же время окажет содействие формированию инфраструктуры приема карточек в странах с преобладающим наличным оборотом. Развиваться эти два направления будут параллельно, не мешая друг другу [5, с. 7].

ОАО АСБ «Беларусбанк» и международная платежная система Visa International запустили первый в Беларуси проект мобильного эквайринга «ГандлярОК». Он реализован при техподдержке ООО «Транзакционные решения», ОАО «Банковский процессинговый центр» и ЗАО «БеСТ». Проект был представлен на пресс-конференции в Минске. «ГандлярОК» представляет собой

считывающее устройство, присоединяемое через аудиоразъем к смартфону или планшетному компьютеру с операционными системами Android или iOS. Мобильный терминал готов к приему платежей сразу после регистрации в сервисе «ГандлярОК» и установки бесплатного мобильного приложения.

Такое решение позволяет любой организации в сфере связи, торговли и сервиса принимать безналичные платежи от клиентов – держателей банковских платежных карточек Visa в любом месте и в любое время. Для сведения: доля безналичных операций по платежным карточкам в общем объеме расходных операций с использованием платежных карточек в сети АСБ «Беларусбанк» за 2017 г. составила около 50 %.

Нашей республике пока далеко до уровня Швеции, где количество наличных платежей не превышает 3 %, однако очевидна тенденция к увеличению количества безналичных платежей. Например, вслед за ОАО «Беларусбанк» сервисом «ГандлярОК» поспешили воспользоваться другие банковские структуры, обратившись к другому поставщику оборудования.

Конкретный размер комиссии за эквайринговые услуги банк устанавливает индивидуально для каждого предприятия или предпринимателя. Она зависит от таких факторов, как оборот безналичных платежей, принадлежность организации к банку, сфера деятельности компании и др.

Тема развития взаимоотношений между предприятиями связи, торговли и банками в части оказания эквайринговых услуг муссируется уже с 2005 г. Был опыт государственного регулирования установления тарифов за эквайринговую инкассацию. Данный вопрос поднимался и отрабатывался с профильными ассоциациями и межведомственным координационным советом и в этом году. На данном этапе принято решение рекомендовать банкам и всем участникам рынка вопросы эквайрингового взаимодействия решать на переговорных условиях.

Нацбанк активно взаимодействует с национальной и международными платежными системами. Ожидается, что в будущем они снизят размеры межбанковского вознаграждения, которые существенно влияют на тарифы на эквайринговые услуги для организаций связи, торговли и сервиса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гуров, Ф.Н. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети / Ф.Н. Гуров. Издательство: Вершина, 2008. – 152 с.
2. Интернет-маркетинг на 100 % / под ред. Н.О. Андросова. – СПб.: Изд. Питер, 2009. – 240 с.
3. Григорьев, М.Н. Маркетинг: учеб. пособ. для студ. вузов / М.Н. Григорьев. – М.: Гардарики, 2006. – 366 с.
4. Комарова, Н. PR-средства создания имиджа ответственной компании [Электронный ресурс] / Н. Комарова // PR-библиотека Международного пресс-клуба. – Режим доступа: <http://www.rainfo.ru/2008/05/28/marketing-i-mediapl>.
5. Дайджест цифровых новостей [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.forbes.com/sites/johnhall/2015/10/25/10-content-marketing-trends-to-help-you-budget-for-2016/>.

