Елена ЧАЙКОВСКАЯ,
лидер проекта «Маркетплейс»,
Банк России

«Мы прорабатываем архитектуру прямой дистрибуции облигаций эмитентами через маркетплейс»

Cbonds Review поговорил с лидером проекта «Маркетплейс» Банка России Еленой Чайковской о том, что в перспективе может дать проект маркетплейса, разрабатываемый ЦБ, всем участникам облигационного рынка — банкам, эмитентам и инвесторам, когда облигации появятся в витрине «платформы» и какие именно бумаги частные лица вероятнее всего смогут купить через маркетплейс.

— Что представляет собой проект «Маркетплейс» и зачем он банкам?

— Маркетплейс — это новое инфраструктурное решение для российского рынка, смена идеологии отношений с потребителем. Проект следует логике нового тренда, который можно наблюдать и в России, и за рубежом: выстраивание экосистемы для клиента, но уже не на уровне отдельной финансовой компании, а на основе нового глобального разделения труда, глубокой специализации на отдельных звеньях цепочки стоимости.

Архитектурно проект состоит из специалистов по продажам — супермаркетов-агрегаторов, предлагающих потребителю разнообразные финансовые продукты, поставщиков-производителей — финансовых компаний, чьи продукты предлагают агрегаторы, а также платформ, соединяющих первых и вторых. Доверенную среду для новой инфраструктуры обеспечивает единый регистратор финансовых транзакций.

Первые тектонические сдвиги на рынке уже начались: появляются агрегаторы финансовых продуктов, специализирующиеся на «последней миле» — продажах, отношениях с клиентом, клиентской поддержке, аналитике. Их услугами для реализации своих продуктов готовы пользоваться и крупные, и небольшие банки. Аутсорсинг позволяет им не только сэкономить на издержках, но и получить новые каналы дистрибуции, по эффективности превосходящие их собственные. Платформа будет служить операционным движком, соединяющим банки с агрегаторами. Она функционирует как plug and play — стан-

дартные открытые API (application programming interface) дают возможность быстро подключаться к ней новым поставщикам продуктов и агрегаторам. В результате банкам можно не строить свои каналы удаленного доступа для клиентов, такие как банк-клиент или мобильное приложение, а подключаться к готовой инфраструктуре. При этом банк не ограничивается собственной клиентской базой, а значительно ее расширяет за счет аудитории агрегаторов. Регистратор финансовых транзакций сможет создать доверенную среду для клиентов. У потребителя будет возможность увидеть информацию о своем банковском вкладе в едином личном кабинете, в который можно будет зайти, например, через портал госуслуг. Это значительно повысит уверенность покупателя в надежности такого способа приобретения финансовых продуктов.

Понятно, что новый подход к продажам влияет не только на банки, но и на страховые, микрофинансовые компании, эмитентов облигаций. В дальнейшем тренд будет нарастать, и постепенно расширится спектр финансовых продуктов, реализуемых дистанционно, через новую инфраструктуру. Потребитель любит, когда ему удобно, и все чаще ставит удобство и экономию времени выше цены, он готов за это платить. А если стоимость финансового продукта с учетом инфраструктурных комиссий будет сопоставима со стоимостью этого же продукта, приобретаемого в офисе, то клиент тем более все чаще будет выбирать разнообразие услуг и комфорт, которые дает ему экран мобильного телефона.

— По какому принципу отобраны банки-тестировщики — Ак Барс Банк, «Центр-инвест», «ЗЕНИТ», Совкомбанк и РОСБАНК? Какие задачи вы перед ними ставите на данном этапе?

— Цель проекта «Маркетплейс» — определить правила, по которым должны работать элементы новой инфраструктуры. Сначала эмпирическим путем: построить прототип и посмотреть, как он функционирует, чего не хватает для запуска промышленной версии.

На стадии прототипа основной задачей является отработка технического взаимодействия между всеми компонентами создаваемой системы. Реализация прототипа происходит в тестовой среде, где нет фактического движения денежных средств, а тестовые сделки никак не отражаются во внутренних системах банков. Такой постановкой задачи и обусловлен выбор: участники прототипа готовы оперативно интегрироваться на уровне IT. На базе разработанных решений будет происходить стандартизация открытых API. Параллельно команда проекта совместно с участниками прототипа и экспертами работает над выявлением регуляторных, бизнесовых, технологических, ментальных и иных барьеров, идет обсуждение эффективных бизнес-моделей, юридических конструкций, будущих нормативных требований, информационной политики проекта. Никакого закрытого отбора участников прототипа не было. Поскольку пилотным продуктом выступают банковские вклады мы провели в январе презентацию проекта на площадке «Ассоциации банков России». Те банки, которые смогли стартовать раньше других и которые имеют сильные IT-подразделения, в конечном итоге и стали участниками прототипа.

Чтобы обсудить возможности расширения продуктового ряда прототипа, мы запланировали подобную презентацию и на конференции Всероссийского союза страховщиков.

— Какие требования будут предъявляться к банкам и страховщикам для подключения к проекту?

— В настоящее время таких требований два: желание участвовать в проекте и возможность оперативно принимать решения и задействовать боеспособную IT-команду. Дополнительных критериев отбора мы по-прежнему не выдвигаем. Заявки приходят к нам самыми разными путями: просто на адрес Неглинная, 12, через профессиональные объединения. Некоторые «для верности» присылают их через общих знакомых или участников прототипа. На самом деле особого подхода ни к кому нет, мы поддерживаем открытость и прозрачность проекта. Присоединение новых участников происходит по простому принципу: «не тормози остальных» — по мере готовности конкретной компании и без сдвига общих сроков.

В дальнейшем никаких специальных регуляторных требований для участников рынка, которые захотят воспользоваться новыми инфраструктурными решениями, вводить не предполагается. Ключевыми будут требования технического характера: стандарты Open API, форматы представления информации. Разумеется, потребуются доработки на уровне IT и договорной документации.

— На презентации проекта вы говорили о том, что в боевую версию платформы помимо вкладов войдут также облигации — это так? Какие дополнительные сложности возникают с включением облигаций в платформу?

— Облигации — второй после банковских вкладов продукт в проекте. Сейчас активно идет проработка архитектуры прямой дистрибуции облигаций эмитентами. Причем решения ищем универсальные, чтобы таким эмитентом могло быть и государство (например, при продаже ОФЗ или облигаций субъектов федерации), и частные компании. Повышение технологичности каналов продаж позволяет снизить до минимума порог входа для инвестора. Например, инвестор должен иметь возможность купить одну облигацию, и это должно быть экономически целесообразно. По предварительным прикидкам, юридически дистанционная продажа облигаций должна быть проще, чем открытие банковских вкладов. На рынке ценных бумаг уже сейчас есть работающие на практике решения. Клиенты объективно «уходят в онлайн», текущее законодательство позволяет профучастникам осуществлять удаленную идентификацию, открывать брокерские и депозитарные счета дистанционно. Этот рынок стал меняться первым. И первым должен задуматься над тем, какие бизнес-модели будут актуальны завтра.

— Как именно планируется представить такой продукт, как облигации, в маркетплейсе? Как они будут торго-

ПИЛОТНЫМИ ДЛЯ НАС БУДУТ ОБЛИГАЦИИ КРУПНЕЙШИХ КОРПОРАТИВНЫХ ЭМИТЕНТОВ ИЛИ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОБЛИГАЦИИ СУБЪЕКТОВ ФЕДЕРАЦИИ

ваться и размещаться через него? Как технологически будут организованы продажа и размещение? Какие комиссии и кому будут платить поставщики финансовых продуктов и непосредственно потребители?

— На все эти вопросы мы как раз сейчас ищем ответы. В данный момент архитектурно облигации находятся на стадии разработки, поэтому говорить о технологических схемах и иных деталях еще рано. Однако уже сейчас понятно, что глобальной революции не предвидится. Концепция проекта «Маркетплейс» не является каким-то принципиально новым явлением. Если проводить аналогии, то это не будет первый мобильный телефон. Скорее, это как первый iPhone – лучшие из имеющихся на данный момент решений будут собраны в одно устройство и реализованы максимально просто и удобно для пользователя. Также очевидно, что здесь реализуется принцип дезинтермедиации — снижения роли и маржи посредника для базовых продуктов.

— Как, по вашим оценкам, маркетплейс может повлиять на повышение доступности облигаций среди населения? Насколько амбициозные задачи в этом плане у регулятора?

— Основная идея начала продаж облигаций через инфраструктуру, которая создается в проекте «Маркетплейс», — сделать продукт, сопоставимый с банковским вкладом. Такой же удобный и простой для понимания. И чтобы доходность легко можно было сравнить, без трехэтажных формул. Формулы эти будут находиться за интерфейсом агрегатора, клиент должен видеть только сумму дохода, который он получит при погашении облигации, с учетом всех комиссий — чтобы была полная сопоставимость со вкладом. Это будет продукт, предназначенный для розничного клиента, не слишком знакомого с рынком ценных бумаг. Поэтому пилотными для нас будут наиболее надежные инструменты, доступные для неквалифицированных инвесторов, такие как облигации крупнейших корпоративных эмитентов или государственные облигации субъектов федерации. Например, Томская область — регион, который уже 15 лет размещает свои облигации среди местного населения. На основе их опыта мы сейчас как раз ищем технологические решения, которые дадут возможность приобретать эти ценные бумаги дистанционно.

— Какие принципиальные законодательные изменения нужны, чтобы проект заработал?

— Мы планируем, что проект заработает и без изменения законодательства, первая промышленная версия может быть запущена в рамках действующего правового поля. Одно из ключевых законодательных изменений вступает в силу 30 июня — это удаленная идентификация, которая позволит продавать банковские и иные продукты без посещения клиентом офиса или выезда к нему курьера. Достаточно только один раз прийти в банк и пройти так называемую первичную идентификацию – зарегистрироваться в Единой системе идентификации и аутентификации (ЕСИА) и сдать биометрические данные. Таким образом, появится возможность реализовать идею дистанционной дистрибуции, снять географические барьеры для клиента. В дальнейшем для полномасштабного запуска системы необходимо на законодательном уровне определить статус, полномочия и ответственность основных компонентов архитектуры — регистратора финансовых транзакций, платформ, агрегаторов. А также снять те барьеры, которые сейчас уже выявляются на этапе прототипа. Это будет пакет регуляторных изменений.

Кстати, нас часто спрашивают, будет ли платформа монопольной. Ожидаем, что уже на этапе пилота таких платформ будет больше, чем одна, и мы сможем отдельно проработать вопрос избежания в дальнейшем «платформенного рабства», установить соответствующие требования к правилам платформ и IT-решениям, обеспечить условия для справедливой конкуренции.

— Каковы планируемые инвестиции в проект?

— Инфраструктура, которая появится при реализации проекта «Маркетплейс», – это рыночная история. Государственных инвестиций не будет. Роль команды проекта — обеспечить общую координацию, «ручное сопровождение» на начальном этапе и регуляторную поддержку.

— Как запуск проекта может потенциально повлиять на ситуацию с конкуренцией на финансовом рынке? Как он отразится на бизнесе мелких игроков?

— Оздоровление конкурентной среды на финансовом рынке — одна из основных задач Банка России как регулятора.

Как показывает общение с участниками рынка, отдельные элементы создаваемой инфраструктуры уже появились и набирают популярность. Проект «Маркетплейс» собирает их в единую стройную систему с прозрачными правилами, что позволит каждому участнику, желающему присоединиться, не проходить весь эволюционный путь заново, а воспользоваться готовым решением. Разумеется, выгода от такого подхода наиболее ощутима для мелких и средних игроков. Однако и для крупных участников путь инновационного продукта до потребителя значительно сокращается. Параметры и качество самого предлагаемого продукта становятся основным критерием в конкуренции. В выигрыше в итоге остается потребитель, а довольный потребитель — а еще лучше много таких потребителей — это обязательное условие процветания любого рынка.

КОММЕНТАРИЙ

Анна КУЗНЕЦОВА,
член правления, управляющий директор по фондовому рынку Московской биржи

— Насколько перспективной и реализуемой вам кажется идея создания маркетплейса, анонсированного регулятором? Какие перспективы, по-вашему, открывает проект маркетплейса ЦБ для финансового рынка и облигационного рынка в частности?

— Частный инвестор — это важный источник финансовых средств для экономики страны. Создаваемая экосистема призвана существенно упростить взаимодействие частного инвестора с продавцами финансовых услуг и инструментов и повысить вовлеченность населения в финансовую отрасль страны. В основу платформы лягут существующие технологии и финтехэкспертиза участников рынка, которые, в свою очередь, получат дополнительный канал продаж продуктов.

— Насколько интересно бирже поучаствовать в таком проекте? Какое value вы для себя видите в этом?

— Мы заинтересованы в участии в данном проекте. Сейчас мы работаем над прототипом платформы, тестовый запуск которого запланирован на второй квартал текущего года. Таким образом мы расширяем глубину нашего проникновения в класс частных инвесторов. Как и участники рынка, мы заинтересованы в увеличении доли долгосрочного инвестора, который в едином окне получит возможность приобретать как традиционные финансовые продукты, так и биржевые инструменты.

— Какие дополнительные сложности (технологические, законодательные, какие-то иные), на ваш взгляд, возникают с включением облигаций в платформу?

— Простое действие по покупке облигаций сразу открывает ряд вопросов: выбор брокера, открытие брокерского счета, обеспечение ликвидности, расчеты нетто–затрат с учетом всех комиссий, порядок налогообложения и много других. Над технической реализацией этих процедур мы сейчас работаем совместно с участниками проекта.

— Как именно планируется представить такой продукт, как облигации, в маркетплейсе? Как они будут торговаться и размещаться через него?

— Об этом пока рано говорить, мы прорабатываем данные вопросы.

— Какие комиссии и кому будут платить поставщики финансовых продуктов и непосредственно потребители?

— Возможная тарифная модель обсуждается с участниками проекта.

— Какие объемы облигаций потенциально могут проходить через эту платформу? Как, по вашим оценкам, маркетплейс может повлиять на повышение доступности такого инструмента, как облигации, среди населения? Насколько амбициозные задачи в этом плане у вас как у участника проекта?

— Реализуемый на данном этапе прототип экосистемы позволит удаленно открывать банковские вклады. В будущем мы видим большой потенциал у облигаций в создаваемой экосистеме. В условиях снижающихся процентных ставок по депозитам частные инвесторы все чаще обращают внимание на облигации. В прошлом году частным инвесторам были предложены новые инструменты, выпущенные специально для физических лиц: ОФЗ для населения (ОФЗ–н), региональные облигации, а также облигации крупнейших российских банков. В итоге участниками первичного рынка госзаимствований в прошлом году стали 21.9 тыс. физлиц, в размещении корпоративных облигаций — 9.6 тыс. физлиц. Сделки с облигациями совершили около 110 тыс. частных инвесторов, что в 2.6 раза больше, чем в 2016 году и составляет 42% от всех физлиц, совершивших сделки на фондовом рынке в 2017 году. Доля частных инвесторов на рынке корпоративных бондов выросла за 2017 год с 1.5% до 2.8%, на рынке ОФЗ — с 6.1% до 9.1%.

— Каковы планируемые инвестиции в проект со стороны Московской биржи?

— На бирже работают более 500 высококлассных IT–специалистов, и у нас есть опыт создания высоконагруженных масштабируемых платформ. Внутри биржи сформирована команда, которая занимается разработкой прототипа новой платформы. На этом этапе проект вписывается в текущий бюджет.

— Как запуск проекта может потенциально повлиять на ситуацию с конкуренцией на финансовом рынке и бизнес мелких игроков?

— Исключительно позитивно. Благодаря открытым интерфейсам и обеспечению исполнения транзакций на стороне платформы продавцы финансовых продуктов смогут снизить свои затраты на дистрибуцию продуктов и привлечь новых клиентов.