

Сергей Черноморов: «Интернет-банкинг может стать хорошим карточным ЛОКОМОТИВОМ»

03.02.2011 04:14. Портал Bankir.ru. Оригинал интервью <http://bankir.ru/publication/article/8805365>

Председатель совета директоров системы HandyBank. // [Ян Арт](#), главный редактор [Bankir.Ru](#)



Досье Bankir.Ru. Сергей Черноморов. Родился 27 февраля 1963 года в Ленинграде. В 1988 году окончил физический факультет Московского государственного университета имени Ломоносова. 1988–1991 годах – обучался в очной аспирантуре МГУ имени Ломоносова. В 1993 году с отличием окончил Всесоюзный заочный финансово-экономический институт (ВЗФЭИ). В 1995–1998 годах – обучался в аспирантуре ВЗФЭИ.

В 1998-м защитил диссертацию по теме: «Внешняя задолженность развивающихся стран и пути ее решения». Кандидат экономических наук.

В 1990 году организовал банк «Новый Символ», с 1990 года является председателем правления банка «Новый Символ», являющегося расчетным банком платежной системы интернет-банкинга HandyBank.

С 2006 года – Председатель совета директоров системы HandyBank.

- Минувшей осенью первый заместитель председателя правления банка «Новый Символ» [Сергей Зиновьев](#) впервые рассказал Bankir.Ru о системе HandyBank. Лично для меня мысль о том, что Интернет-банкинг может быть не замороженным продуктом каждого отдельного банка, а частью общей системы, была неожиданной и интересной. Видимо, сказалась косность моего мышления. Но вот насколько эта косность мешает восприятию идеологии HandyBank?

- Не могу сказать, что проблема в косности. Пока не было иного варианта построения интернет-банкинга, у банков не было альтернативы самостоятельной работе в этом направлении. Поэтому сначала банки самостоятельно создавали свои системы, то есть нанимали программистов и руководили тем, как они пишут платформу интернет-банкинга. Затем стало можно купить готовый софт, и дальше нанимать не столько программистов, сколько технарей, которые будут обслуживать эту программу на серверах банка. И то, и другое – очень трудный путь, заслуживающий всяческого уважения. Но за этими трудностями часто упускался маркетинговый аспект: вовлечение клиентов. Считалось, что техника в этом вопросе – самое тяжелое и поэтому самое важное. Что достаточно клиенту предложить продукт – дальше он сам начнет пользоваться.

Наше решение отличается как раз тем, что будучи технически достаточно хорошо развитым, позволяет банку, во-первых, не тратить ни сил, ни времени, ни денег на

технику, а сконцентрировать все свои усилия и ресурсы на вовлечении клиентов. А во-вторых, позволяет банкам, что называется, объединить усилия всех ради успеха каждого. Поскольку мы – платежная система. Именно система – только в области интернет-банкинга. Наша бизнес-модель аналогична бизнес-модели VISA или Mastercard: каждый банк является эмитентом и эквайером платежного сервиса. Просто вместо карты эмитируется и эквайрится не карта, а другой платежный инструмент: Интернет-банкинг. Ведь некогда каждый банк тоже создавал свою собственную, локальную карту, договаривался с каким-то количеством магазинов, ставил сколько-то своих банкоматов и POS-ов и начинал дальше конкурировать – только конкурировать в области программирования, а не в области бизнеса. Мне кажется, что такой же этап мы сейчас проходим с Интернет-банкингом. Что сделали СТБ, «Юнионкард», VISA и Mastercard? Они предложили системное решение. Сказали: давайте все играть в одну игру. Чтобы карты были унифицированы. Чтобы все магазины были доступны для оплаты картами клиентов любого банка. Чтобы банкоматы всех банков принимали карты всех банков.

Понятно, что для розничного клиента это было принципиально новое предложение, и он начал откликаться. Сегодня уже в голову никому не придет создавать свою отдельную карточную систему и выходить на рынок с предложением локального платежного сервиса. Победила модель системного платежного сервиса.

Мы идем на рынок с абсолютно аналогичной моделью. Только в нашем случае вместо унифицированной карты – унифицированный сервис Интернет-банкинга.

- С точки зрения банков, основной плюс вашей системы лежит в области удобства сервиса или в области цены вопроса?

- Есть плюсы и сервиса, и цены, есть и другие плюсы, но, с моей точки зрения, основной плюс нашей системы для банков лежит в области маркетинга. Простой пример. Не секрет, что 80% карт, которые выпущены в стране, – это зарплатные карты. Понятно, что у людей связанных между собой (супруги, дети и родители, друзья, родственники), карты зачастую открыты в разных банках – тех, где держат счета их работодатели. Сегодня Интернет приходит в каждый дом и на каждое рабочее место. Простейшие вещи про Интернет все уже знают: как включить Explorer, как найти что-нибудь в Яндексe и т.п. Но перед новыми сервисами все-таки существует естественный психологический барьер. Когда покупаешь новый телефон или DVD-магнитофон, самое ужасное – это читать инструкцию. Вот этого всем нам не хочется. Пусть бы кто-нибудь, сын, дочь, друг, сосед, объяснил нам, куда нажать, чтобы все было нормально...

Так вот, когда каждый банк делает свою уникальную и неповторимую систему Интернет-банкинга – это не удача, а проблема для розничного клиента. Даже если система очень хорошая, простая и понятная. Потому что клиенту сначала надо в этом убедиться, что она простая и понятная. А психологический барьер ему еще никто не снял. Это для разработчиков она простая и понятная, а для клиента – новая. И когда он представляет себе, что ему придется тратить на освоение этой новой системы свое личное время, отрываться от новогодних или дачных хлопот или от работы... Да если потом еще так и не освоит – так он, может, даже и пробовать-то не будет. А вот если он знает, что у его друзей и знакомых система точно такая же – тогда другое дело, тогда психологический барьер снимается.

NandyBank дает банкам возможность предложить своим клиентам именно такую общую, унифицированную систему. И если в NandyBank'e появляется какой-то новый сервис, то этот сервис появляется сразу у всех банков – участников системы. И с помощью «сарафанного радио» информация об этом дойдет до множества клиентов гораздо быстрее, а главное, эффективнее, чем по «каналам коммуникации».

- То есть вы имеете в виду возможность синергетического эффекта?

- Да, что-то в этом роде. Надо только набрать критическую массу, чтобы такое «сарафанное радио» начало «резонировать». Тогда участвующие банки получают очень привлекательный рост коэффициента вовлечения. В этом, кстати, еще одно преимущество системности.

- Но при этом вы «выбиваете» у банков возможность конкурировать за счет качества Интернет-функций.

- Почему?

- У всех одни и те же сервисы, у всех одни и те же новации...

- VISA и Mastercard тоже дают одинаковый набор функций. Базовый. Сначала нужно, чтобы он стал для клиента не просто понятным, а уже совершенно привычным. Вот тогда можно добавлять какие-то уникальные сервисы, как это сейчас происходит в карточках. Ведь в подавляющем большинстве своем розничный клиент не любит никаких технологических новшеств – он хочет, чтобы у него было как у всех. Знаете такое выражение – «чтобы все было как у людей». И чтобы ничего не сбило, чтобы все работало. Технологические новшества этими качествами не обладают по определению. Поэтому их так трудно продвигать в массовую аудиторию.

- Ну, а понимание этого есть? Сегодня на рынке мы видим много банков, как Альфа, например, у которых реакция на новации – на высшем уровне. И есть другие, которые косны и неповоротливы.

- Давайте посмотрим на Ваш пример. У Альфа-банка сегодня одна из лучших и лидирующих систем Интернет-банкинга с множеством пользователей. Потому что, во-первых, и это главное, они огромные деньги вкладывают в ее продвижение по все каналам. Именно отсюда их рекордный коэффициент вовлечения клиентов в Интернет-банкинг. По их собственным заявлениям – и это похоже на правду – до 20% их клиентуры пользуются Интернет-банкингом. Это очень большой процент. В остальных банках число Интернет-пользователей крутится вокруг одного-трех процентов.

А во-вторых, и это тоже очень важно, Альфа-клик – это действительно хорошая система, почти такая же хорошая, как и HandyBank (смеется). А в большинстве банков системы Интернет-банкинга несколько ограничены в своих опциях. Предлагаемых ими платежных возможностей не всегда хватает, чтобы возбудить клиента поменять привычную модель поведения.

Многие системы Интернет-банкинга в первую очередь нацелены на операции между банковскими счетами клиента: кредиты, депозиты, всякие финансовые изыски и т.д. А массовому розничному клиенту этого мало, мягко говоря.

- А что надо массовому клиенту?

- Массовому клиенту нужно совершать платежи. Клиенту нужно избежать очередей. Клиенту нужно платить тогда, когда ему нужно, а не тогда, когда работает офис банка – в это время клиент тоже работает. И деньги свои он



зарабатывает очень трудно, поэтому желательно платить без таких комиссий, как в терминалах. Клиенту нужно сэкономить время, деньги и нервы.

А платежей у клиента сейчас огромное количество. Жизнь стала такая, что платно все. Любая связь – платно. Детский садик, школа, институт – платно. Телевидение приличное – платно. Интернет – платно. Плюс традиционные коммунальные платежи, налоги, штрафы ГАИ и т.д. и т.п. Только Интернет сегодня способен свести к минимуму время на все эти многочисленные платежи и сделать их комфортными.

Наконец, есть общий вектор социальной эволюции, который направлен на сокращение потерь времени во всем. Сокращение времени на поиск информации, на лишние поездки, на покупку, на знакомство – да на все, что угодно. Все развивается в сторону тотальной экономии времени, а стало быть, – умножения возможностей. И Интернет в этом смысле отражает вообще самую фундаментальную тенденцию социума к переходу на всевозможные мгновенные каналы коммуникации, а HandyBank, как системное решение, обеспечивает эту тенденцию в сфере банкинга.

- Скажите, а эта ваша работа не станет угрозой бизнесу «банковских» IT-компаний, которые среди прочего торгуют платформами Интернет-банкинга?

- Как раз наоборот. Буквально недавно я разговаривал с одним топ-менеджером такой компании именно на эту тему. Я говорил ему, что продукт, который они поставляют сейчас в банки, конечно, очень хороший, но очень дорогой и сильно обгоняет текущий уровень финансовой грамотности большинства населения. В этом смысле HandyBank как раз прокладывает им дорогу. Давая населению простую и удобную платежную функциональность, он приучает розничного клиента во-первых, вообще пользоваться Интернет-банкингом, а во-вторых, оставлять свои средства в банках для комфортного совершения множества своих платежей. И вот только когда у клиента возникает привычка держать деньги в банке, у него возникает и потребность поделаться с ними что-то еще, чтобы дополнительно заработать. Вот тогда и возникает потребность в дорогих IT-платформах, сопряженных с банковскими АБС-ками и обеспечивающих развитое управление личными финансами. А у нас пока 93% от средств, зачисляемых на банковские карты, все еще снимаются наличными через банкоматы.

Конечно, это не значит, что такие компании должны подождать, пока рынок их догонит, я только хочу подчеркнуть, что HandyBank и сложные IT-решения – не противники, а стратегические союзники в вопросе вовлечения массового клиента в пользование Интернет-банкингом.

- Вот вы сказали, что 93% населения до сих пор снимают деньги с карт. При этом любопытный феномен: многие люди спрашивают, нет ли поблизости банкомата «их» банка. Казалось бы, зачем, если все банкоматы могут выдавать деньги. Выясняется – чтобы 50–100 рублей комиссии за обналичку в «чужом» банке не платить. Человек готов снять десять тысяч, но ему почему-то страшно за это отдать сто рублей, он лучше пройдет два–три лишних квартала. В чем причина такого мышления?

- Именно в них, в этих 50–100 рублях. А что вы хотите – для многих это деньги, которые не хочется терять.

- А основная причина обналичивания? Недоверие к технике из-за возможных сбоев терминалов?

- Едва ли. Вы попадали на сбой техники?

- Конечно. Был неприятный момент в супермаркете, когда платеж по карте не проходит, а наличных нет. Совсем недавно в ресторане у меня продублировалась транзакция, два раза сняли одну и ту же сумму. На следующий день зачли снятие в счет нового ужина...

- Это изменило вашу модель поведения? Вы перестали предпочитать карту наличным?

- Немного изменило. Я стал стараться всегда тысяч пять–десять держать наличными. Раньше я считал совершенно нормальным, что у меня в бумажнике двести–триста рублей, не более.

- Да, двести–триста это маловато. Но все-таки, большинство россиян, по-моему, не столько боятся, сколько просто не хотят держать свои деньги на карте. А не желая терять упомянутые вами 50–100 рублей комиссии в «чужом» банкомате, они помнят, что без потерь обналить при необходимости карту можно далеко не везде. Предубеждение против «чужих» банкоматов осуждать не стоит. Повторюсь: для многих эти сто рублей – значимая сумма. А для других значим психологический момент – не терять денег там, где можно их вообще не терять.

И, кстати говоря, это вовсе не какая-то российская особенность. Нормальная психология для всего мира, просто в других странах давно в этом вопросе наступил перелом. И совсем не по причине более «продвинутого» мышления или финансовой грамотности. Причина в другом. Почему вообще банковские карты на Западе лет 40 назад массово пошли в жизнь? И почему сейчас на Западе с карт снимают наличными 35–45 %, а не как у нас 93%? Потому что карты, став в 60-х годах «электронными», стали удобным способом безналичной оплаты товаров в магазинах. Именно безналичной – а банки очень заинтересованы в безналичности. Она формирует у них кредитные ресурсы. И тогда банки стали эти кредитные ресурсы на хороших условиях выдавать тем, кто пользовался картами. А магазины стали фактически этот кредит получать в качестве торговой выручки, – у них стал расти объем продаж. Они стали больше закупать товаров у промышленности и т.д. Всем это было выгодно. Круг замкнулся и процесс пошел. Но главным локомотивом стал кредит.

У нас банковский кредит на карту тоже может стать локомотивом ее не наличного, а платежного использования. Но – этот процесс, на мой взгляд, не очень-то быстрый. По разным причинам.

Зато в эпоху Интернета у нас есть хорошая возможность задействовать еще один локомотив – Интернет-банкинг. Маркетинговые исследования показывают, что розничный клиент, привыкающий к пользованию Интернет-банкингом, начинает оставлять на своем банковском счете денег сначала больше, а затем значительно больше, чем ему нужно для ежемесячных Интернет-оплат. Потому что сначала он затрудняется точно подсчитать требуемую сумму и оставляет с небольшим запасом, чтобы не тратить лишнее время на возврат наличности на свой счет. А потом просто привыкает, что остающиеся на банковском счете излишки все равно доступны с помощью карты, причем процент потерь на съем наличности даже в «чужом» банкомате несопоставимо меньше, чем процент потерь при оплате услуг через терминалы. К тому же, оказывается, во многих магазинах карту просто берут к оплате безо всяких потерь. А по золотым картам еще и скидки дают. Ну и так далее.

Таким образом, Интернет-банкинг начинает изменять модель поведения розничного клиента в сторону, полезную для банков. Конечно, я все рассказываю чрезвычайно упрощенно. На самом деле речь идет об очень интересном феномене поведения

розничного клиента, который позволяет всерьез рассматривать Интернет-банкинг, как инструмент, приносящий банку заметные дополнительные кредитные ресурсы, а не только комиссионные доходы.

- Тарифные, комиссионные доходы в последнее время стали рассматриваться банками куда серьезнее, чем прежде. Но карта – это ведь, прежде всего, остатки на счетах. Как вы считаете, остатки на расчетных счетах населения сегодня российскими банками принимаются в расчет как инструмент бизнеса? Ведь всегда, когда речь заходит о фондировании, говорят о РЕПО, о беззалоговых кредитах ЦБ, о депозитах, о западных вливаниях – о чем угодно, но только не об остатках на счетах. Сложилось ощущение, что российские банки остатки на счетах вообще в принципе не воспринимают как деньги для работы. Хотя именно они – самые дешевые для банка деньги.

- Я скорее соглашусь, чем буду возражать. Действительно, расчетные остатки на счетах населения при определенных условиях вполне могли бы быть одним из главных банковских кредитных ресурсов. Взять крупную сумму займа и раздать кредиты может любой, для этого банком быть не обязательно. Я прошу меня правильно понять, я вовсе не имею в виду, что давать кредиты – «дело нехитрое». Еще какое «хитрое» – это очень сложный, высокопрофессиональный бизнес. Как вы знаете, очень многие на нем погорели, кто делал его неумело.

Но я-то здесь о другом говорю. Что отличает банк от «небанка»? То, что у банка, в силу того, что он занимается расчетами, автоматически есть некая бесплатная ресурсная база, своеобразная фора перед любым другим кредитным оператором. Но эти деньги, действительно, банками перестали восприниматься. Почему? В том числе потому, что 93% денег население с карт снимает, не оставляет их в безналичном обращении. Банк не может этими деньгами кредитовать, их все время снимают и кладут, снимают и кладут... Снимают в виде зарплат, «кладут» в виде покупок в магазинах, магазины безналично перечисляют их поставщикам за товары, а те выплачивают зарплату, которую население опять снимает. Вроде все деньги крутятся в банковской системе, но периодически ее «покидают».

Допустим, у вас есть газовая горелка, вам нужно вскипятить кастрюлю воды, а огонь все время прерывается. Вы никогда не сможете ее вскипятить, хотя бы употребили весь газ Газпрома. Вам просто не хватит критической массы нагрева. Аналогично с остатками счетов населения...

- Можно я тут сам себя процитирую? Как-то настолько надоели рассуждения банкиров о нехватке «длинных денег», что я для себя вдруг сформулировал: в общем-то искусство банкинга и заключается в том, чтобы «короткие» деньги превратить в «длинные». Как вы верно заметили, раздать крупный кредит в виде мелких любой... сможет.



- Да, вы правы. И мы опять плавно возвращаемся к идее HandyBank. Интернет-банкинг как раз способен стать инструментом превращения коротких денег в длинные. Масштабный и массовый Интернет-банкинг способен превратить короткие деньги в некую константу банковской системы в целом. Ее ресурсы могут увеличиться довольно заметно.

- А такой «общий» аргумент об интересах банковской системы на банкиров действует? Я вот к чему. Президент АРБР Анатолий Аксаков как-то рассказывал такую вещь: разговариваешь с банкиром, объясняешь, что тот или иной проект или предложение может дать банковской системе в целом. А он в ответ: «А что это даст конкретно моему банку?» То есть, плевать на «систему», даешь свою единоличную выгоду...

- Объясню, почему у нас такая ментальность. В принципе, все понимают: если всем будет хорошо, мне тоже будет хорошо. Но меня сначала призывают сделать единоличный шаг, единоличное движение. Мы за семьдесят лет советской власти слишком привыкли жертвовать чем-то своим личным в пользу чьего-то общего, причем жертвовать сейчас, а получать в светлом будущем. Соответственно, у большинства из нас возникло к этому генетическое отторжение. Никто не хочет делать первый шаг, хотя и допускает, что потом этот шаг может сделать другой, третий, и тогда ему будет лучше, чем сейчас... Может сделать, а может и не сделать – верно ведь? Помните шутку советского времени: демократический централизм – это когда каждый по отдельности «за», а все вместе «против». Вот поэтому мы сейчас все вместе зачастую движемся медленнее, чем хотелось бы. И чем могли бы. Многие предпочитают, чтобы первопроходцем стал кто-то другой. А этот кто-то другой тоже это предпочитает. Но это же очень объяснимые, извинительные свойства психологии не то чтобы банкира, а вообще человека, рожденного в советское время. Нас всех можно и нужно понять. Даже люди, которые родились уже после перестройки, выросли в семьях, в которых эта психология устоялась...

- Простите, перебью. Тем не менее, насколько я знаю, несколько десятков банков вы все же уговорили сделать первый шаг в сторону HandyBank?

- Да, уже около сорока. Но не уговорили. Тут другое. Я вас уверяю, что в отношении HandyBank'a вступившие банки руководствовались отнюдь не общими мотивами, а как раз своими единоличными выгодами. Судите сами: HandyBank практически без затрат со стороны банка позволяет ему быстро дать своим клиентам сервис, который сегодня уже не вопрос моды, а вопрос продуктовой необходимости. Сервис, который отлично работает независимо от того, стоит он уже в других банках или нет. Ну и так далее. К тому же приносящий банку очень эффективную прибыль – по 200 рублей в месяц с каждого работающего клиента. Это наша трехлетняя статистика, и мы даже ожидаем дальнейшего возрастания этой цифры. Разве это не мотивы?

Просто когда банков в системе будет больше, начнет срабатывать еще и тот синергетический эффект, о котором вы говорили, и от которого банки дополнительно получают большие выгоды. А сам по себе положительный эффект возникает сразу при вступлении в систему, у каждого индивидуально.

- Скажите, а проблема безопасности в рамках этой системы каким образом решается? Ведь она сегодня достаточно мифологизирована. Мол, Интернет-банкинг легко ломают всякие хакеры...

- А это, кстати, еще один аргумент в пользу того, почему всем банкам выгодно играть в коллективную Интернет-игру, а не строить каждому свое. Да, Интернет очень агрессивная среда, там вирусы, фишинги, хакерские атаки и так далее, и так далее. И вот когда тысяча банков создает тысячу Интернет-систем, в итоге выходит тысяча недофинансированных «оборон». Каждая из которых не вполне устойчива ко взлому. Конечно, крупный банк может сделать рывок в этом направлении. Но чтобы во всех банках была великолепная Интернет-безопасность – для этого нужны великолепные, выдающиеся IT-команды. Тысяча команд? В стране их просто нет...

- А обеспечение безопасности не вступает в противоречие с проблемой удобства? В одном из банков, где я обслуживаюсь, считается, лучшая система безопасности. Но значительную часть денег для Интернет-расчетов я держу не там. Просто потому, что там все очень сложно, множество «ключей», USB-токен, что там генерится и СМСкой передается... А в другом банке – зашел, кликнул, нажал, перевел, на все про все – пять секунд. Может быть, безопасность там ниже плинтуса, зато удобно...

- То, что безопасность и удобство конфликтуют – это по определению. Во всем нужно искать хороший оптимум, а с учетом того, что изощренность «взломщиков» не знает покоя, заниматься этим надо постоянно. Причем, это столько же ремесло, сколько и искусство – это то, о чем я говорил только что. А что касается ваших примеров, про второй скажу, что безопасность ниже плинтуса – это удобно лишь до поры до времени. А про первый пример удивлюсь: это не только не удобно, но и не безопасно. Как известно, в современном Интернете с его троянами и проч. применение технологии открытый/закрытый ключ для физических лиц уже не считается хорошим стандартом безопасности.

- Сейчас в России более 40 млн. пользователей сети Интернет и более 90 млн. пользователей сотовой связи. То есть число пользователей мобильной телефонии вдвое превышает число пользующихся Интернетом. И сегодня мы видим волну продвижения мобильного банкинга. Как вы считаете, она может принципиально активизировать телефонный банкинг? И есть ли принципиальные отличия от интернет-банкинга?

- Нет, там никаких отличий от интернет-банкинга нет. Просто в телефоне есть браузер. Вы выходите через телефон в Интернет и начинаете пользоваться все тем же интернет-банкингом. Просто для маленьких экранчиков телефонов лучше написать специальные приложения, чтобы этот сервис был удобен. Число пользователей телефонного банкинга довольно быстро растет. И разумеется, такие устройства как айфоны, айпады катализируют этот рост. Их развитие подталкивает людей пользоваться интернет-банкингом. Дает им возможность делать это чаще, а главное, без привязки к дому или работе.

- Вы и ваша семья пользуетесь системой HandyBank?

- Конечно, а как же иначе. Мы все в семье пребываем в полной уверенности, что HandyBank – лучшая система в мире. Это Вас, наверное, не удивит. А если серьезно, то по роду своей деятельности я постоянно сравниваю HandyBank с другими системами и скажу так: это действительно хорошая система. HandyBank сегодня делает столько, что в наших буклетах длинный-предлинный список возможностей неизменно заканчивается словами «и т.д.».

- Один момент. Я где-то примерно года два назад полностью перешел на оплату телефона со своей банковской карты. Но возникла доука, которая с ходу перекрывает все наши умозрительные конструкции. За телефоны сына и дочери я не могу через Интернет заплатить. В итоге, за свой заплачу и все равно иду оплачивать другие телефоны на кассе супермаркета...

- Возьмите себе HandyBank и забудьте про эти головные боли.

- Что значит «возьмите»? Я как физическое лицо могу стать клиентом HandyBank?

- Конечно, нет. Но вы легко можете стать клиентом любого из банков, в котором HandyBank уже предлагается.

- Насколько глобален для вас этот проект?

- Наши планы достаточно обширны, и наша аудитория – это все банки, работающие с пластиком. Нас совершенно не смущает, что у многих из них уже есть своя система Интернет-банкинга. HandyBank с такими разработками не только не конфликтует, но, наоборот, две системы как раз работают в симбиозе. И такие примеры у нас уже есть.

- Банк «Новый Символ» в этой системе становится расчетным центром?

- Да, это просто расчетный центр. Думаю, это логично, и для этой цели удобнее всего именно банк, который специализируется на расчетах. В этом смысле «Новый Символ» за двадцать лет своей работы остался чуть ли не единственным коммерческим банком в стране, который кроме расчетов почти ничем больше не занимается.

- И при этом уцелел при всех кризисах...

- И при этом уцелел, да. Ведь банки лопаются не из-за расчетов, а из-за кредитов... Кредитов мы не даем, ни в какие политические игры мы никогда не ввязывались и, думаю, сохранили репутацию нейтрального, чисто расчетного банка, ни у кого не вызывающего какой-либо аллергии, не розничного, не аффилированного ни с кем, не участвующего в коалициях банковского рынка. «Новый Символ» нейтрален как Швейцария (улыбается).

- HandyBank в вашем личном восприятии – это работа банкира или работа инноватора?

- Тут я как раз не банкир, примеряю другую шляпу. Так же, как менеджеры Mastercard или VISA не назовут себя банкирами. Банкир – это тот, кто умеет правильно дать деньги в рост. А мы создаем сервис, с помощью которого эти банкиры получают деньги, которые и будут давать в рост.

- Что за команда вообще работает над системой HandyBank?

- Думаю, что если я скажу, что это команда блестящих людей, то я не буду очень оригинальным.

- Я понимаю. Я имею в виду ее какие-то параметры. Вы все делаете сами или отдаете на аутсорс?

- Кое-что мы отдаем на аутсорс, но в основном все пишем сами. Главные люди в нашей команде – это разработчики. Люди, которые могут написать оптимальный код, люди, которые умеют понимать, что опасно, как защищаться. У нас очень хорошие «оборонщики», хорошие «оптимизаторы». Да вот вы начнете пользоваться HandyBank'ом – и сами во всем убедитесь.

- Вы допускаете возможность создания других подобных систем?

- Конечно, а как же! Могут быть две-три-четыре системы, как и на рынке платежных карт. Сейчас некоторые серьезные банки ставят нашу систему параллельно со своими собственными, дублером. Почему нет? Чем больше сервисов для клиента – тем лучше для банка.

- А лично для вас внедрение этой системы на рынок – это что? Это ваш, скажем пафосно, личный фронтир или это текущая работа? Или вы сейчас как раз в пике, условно говоря, революции в своем рынке?

- Я не очень люблю слово фронтир. Мы создали продукт. Теперь мы его продвигаем и будем продвигать, а иначе дело, которым мы занимаемся, превращается в хобби. У нас нет столько денег на «просто хобби» – для нас это бизнес, интересный и долгосрочный.

- Кстати, о хобби. Есть у вас такое? Чем вы живете вне работы?

- Сплю. Вне работы чаще всего я сплю... А вообще, я люблю охотиться. Кабан, птица. Если вдруг появляется немного свободного времени – с удовольствием выезжаю.

- Съедаете то, на что охотились?

- Съедаю, конечно. А для чего иначе охотиться? Иначе можно за грибами ходить, природой любоваться. Смысл охоты – это добыча, к тому же весьма полезная для здоровья. Из магазинов сейчас люди едят черт-те что, чем только не нашпигована эта пища. Поэтому для иммунитета очень полезно разбавлять продукцию супермаркетов нормальной едой. А иммунитет – это самое главное, что защищает организм от продуктовых и фармакологических хакеров. Мир людей – тоже агрессивная среда, чем-то похож на Интернет, и в нем тоже надо грамотно сочетать удобство и безопасность... И так мы опять плавно возвращаемся к теме HandyBank (смеется).

Интервью, публикуемые в рубрике «Разговор с Bankirom», не являются пропагандистскими, комплиментарными и не отражают официальную позицию той или иной компании или банка. Все высказанное в рамках интервью является частным мнением. Материалы рубрики также будут использованы в книге «Разговор с Bankirom. Кто есть кто на финансовом рынке России» - проекте агентства Bankir.Ru.