

Саморегулируемая организация
Союз микрофинансовых организаций
"Микрофинансирование и Развитие"
(СРО "Мир")



Стратегия действий, направленных на развитие членов Союза 2021-2024 гг.

Для обсуждения в рамках
MFO Russia Forum 2021

октябрь 2021 г.

Зрелость рынка измеряется множеством критериев, одним из которых является саморегулирование. Не существование СРО или её операционное устройство, как таковые, а "сущностная составляющая". Саморегулирование становится нужным профессиональному сообществу не когда оно есть в силу закона, который определяет обязанности, а когда у компаний появляется чёткое понимание того, куда они хотят двигаться сообща и что им нужно для достижения общих целей. Переводя на управленческий язык, критерий саморегулирования - утвердительный ответ на вопрос, есть ли у рынка стратегия развития. А эффективной она может быть только тогда, когда написана с позиции самих компаний:

"Мы хотим идти в этом направлении. Нам для этого нужны изменения в восприятии МФО, изменения в регулирования и доступе к технологиям. И вот, что, мы считаем, можно и нужно сделать".

СРО "Мир", являясь объединением лидеров рынка, анонсировала в конце 2019 г. начало работы над созданием такой Стратегии, как плана работы, отражающего конкретные шаги, необходимые для построения комфортной, стимулирующей добросовестные практики среды для микрофинансовых организаций. Безусловно, одна саморегулируемая организация не может говорить за весь рынок и построить будущее для всех. Вместе с тем, члены объединения и его сотрудники - локомотив отрасли и пример работающего, эффективного саморегулирования. Именно они знают, куда хотят двигаться! А значит, могут способствовать созданию комфортной среды для МФО и пользователей их услуг.

Пандемия внесла свои коррективы и повлекла "перестройку на марше" бизнес-моделей большинства компаний, не став её первопричиной (ведь необходимость изменений назрела давно), но значительно ускорив все процессы. Разумеется, это не могло не сказаться и на создании Стратегии действий. Однако отложенный выход в итоге пошел ей только на пользу, ведь в основу лег опыт, которого ранее на рынке не было. А полученные данные и пилотные проекты, реализованные в 2020 - 2021 гг., доказали, что все, даже самые смелые, фантазии о дальнейшей судьбе отрасли возможны.

Пройдя через период экстенсивного роста в 2011-2019 гг. и "идеальный шторм" 2020 г., МФО в России находятся на стратегической развилке. И выбор дальнейшего пути развития зависит от того, как будет восприниматься микрофинансовый бизнес обществом, властями и самими участниками рынка, куда будет двигаться регулирование и какие технологии будут доступны МФО.

Настоящая Стратегия действий СРО "МиР" 2021 - 2024 гг. представляет собой первый документ планирования такого формата, созданный в итоге обсуждений и экспертных интервью с участниками рынка. Несмотря на то, что достаточно большая его часть ретроспективна и посвящена истории отрасли, она является неотъемлемой основой дальнейших шагов и этапов.

При реализации Стратегии особое внимание планируется уделить нахождению эффективных инструментов достижения заявленных в ней целей силами комитетов, рабочих групп и иных экспертных профессиональных групп при СРО "МиР".

Содержание

Стратегия действий. Краткое изложение	04
Данные	09
МФО в 2011-2019 гг.	09
Реалии 2020 г.	13
МФО в 2020 г.	16
2021 г. и далее.....	22
Бизнес-модели МФО и сценарии их трансформации	25
Беззалоговые офлайн-займы физическим лицам	26
Беззалоговые онлайн-займы физическим лицам	29
POS-займы физическим лицам	31
Залоговые займы физическим лицам	33
Займы субъектам МСП	35
МФО 2024+: миссия, видение, цели	37
Барьеры для роста бизнеса и действия СРО	39
Стратегия действий СРО "Мир"	43
Ключевая миссия СРО "Мир" по отношению к МФО	43
Действия, направленные на улучшение имиджа бизнеса и повышение качества конкурентной среды	44
Действия, направленные на изменения в регулировании	45
Обеспечение развитой инфраструктурной среды для развития бизнеса МФО - доступ к технологиям и данным	49
Заключение	50
Приложения	
Приложение 1: Данные опросов пользователей услуг	
Приложение 2: Предложения по изменениям в регулировании	
Приложение 3: Словарь терминов и сокращений	

Этапы истории

2011 - 2019 гг.

- **Совокупные активы МФО (CAGR 2014 - 2019 гг.): + 29,9%;**
- **Совокупная прибыль МФО (CAGR 2014 - 2019 гг.): + 28,1%;**
- **Количество МФО (2014 - 2019 гг.): - 2,426 ед.**

2011 - 2019 гг. по своей сути представляют единый исторический период, для которого характерен экстенсивный рост спроса населения и субъектов МСП на заемные средства, а потому и экстенсивный рост самого бизнеса. Иными словами, это - начальный этап: рождение и становление микрофинансирования в России.

2020 г.

- **Совокупные активы МФО в 2020 г.: + 17,5%;**
- **Совокупная прибыль МФО в 2020 г.: + 11,1%;**
- **Снижение концентрации активов (2020 г. vs. 2019 г.: Топ-20 - 7,7% / Топ-100 - 0,7%);**
- **"Концентрация" прибыли (ROE 2020 г. vs. 2019 г.: "в целом" - 17% / "медиана" - 98%).**

Вряд ли хоть кто-то из участников рынка, даже имея опыт прохождения через все мыслимые и немыслимые политические, экономические и финансовые кризисы, мог предположить, что придет время, когда сам бизнес как вид социальной активности будет нести эпидемиологические риски для здоровья и жизни клиентов и сотрудников. В 2020 г. МФО прошли и через это. Но получили такой багаж знаний и достигли такой скорости изменений, о которых в обычные времена даже и помыслить не могли. Но главным событием, определившим факт начала нового этапа истории рынка, стало то, что впервые его участники, несмотря на многократный рост спроса на услуги за короткий период времени, не пошли у него на поводу, а поставили во главу угла качество кредитного портфеля.

Под влиянием нового времени и новой среды МФО массово стали перестраивать свои бизнес-процессы и трансформировать модели, что нашло отражение в кардинальных изменениях портрета рынка. При этом в условиях значительного ужесточения требований к потенциальным заемщикам и иных "самоограничений" компаниям, нашедшим ключ к изменениям, удалось сохранить прибыль.

2021 г. и далее

- **Новые реалии?**
- **Новые бизнес-модели?**
- **Новые горизонты?**

После 2020 г. стало ясно, что откладывать принятие решения по стратегиям развития компаний уже нельзя. И главный вопрос, ответ на который компании стали задать себе, – за счет чего расти дальше? Иными словами, куда расти: экстенсивно - "вширь" (т. е. много выдач с большими рисками невозвратов и минимальной доходности) или интенсивно - "вглубь" (в сторону качественного портфеля, а потому и стабильно высокой маржи).

Каким он будет, новый этап развития рынка, сказать точно сейчас не возьмется никто. Но обозначить вектор и выработать инструменты его достижения можно и нужно. И в этом задача настоящего Документа. И первый шаг на пути к достижению целей - их четкое определение.

Цели 2024

Ключевая миссия института микрофинансирования - обеспечение доступности финансовых услуг. Так было и будет, однако при поддержке и принятии не только ограничительных, но стимулирующих мер МФО могут сделать свои услуги еще проще, удобнее, и безопаснее.

Ниже представлены цели для рынка, достижение которых в обозначенный срок возможны при реализации Стратегии. Все они напрямую связаны с доступностью услуг - ценовой и технологической, а также их безопасностью.

Доступность:



Приведенные в схеме цифровые значения целей даны в формате "вилки", нижний уровень которой может быть достигнут и при сохранении текущей динамики изменения регулирования и тенденций на рынке (то есть, если изменения будут спорадическими), а верхний уровень - в случае системной реализации предлагаемых СРО "Мир" изменений.

Более подробные данные о целях изложены в разделе "МФО 2024+: миссия, видение, цели" на странице 37.

Действия СРО

Для достижения указанных целей необходимы не только шаги со стороны участников рынка, но и комплекс мер со стороны саморегулируемой организации, направленных на его дальнейшее очищение от недобросовестного поведения и стимулирование клиентоориентированных практик и решений.

Для улучшения имиджа бизнеса необходимы:

- работа с обращениями;
- пресечение недобросовестных практик;
- развенчание мифов.

В сфере регулирования необходимы:

- устранение регуляторного неравенства, избыточного регулирования и регуляторного арбитража;
- развитие пропорционального регулирования.

Для использования технологий необходимы:

- обеспечение доступа МФО к данным ГИС;
- устранение барьеров для использования технологий и платформенных решений.

Барьеры

Микрофинансирование справедливо принято считать одним из самых неоднозначных секторов российского бизнеса, имидж которого - отражение случаев нарушений прав потребителей финансовых услуг и использования недобросовестных практик. Они влекут за собой острую социальную реакцию, которая запускает механизм популизма: всё больше политиков и общественных деятелей со временем стали использовать в своих программах и высказываниях МФО как объект для бичевания, чтобы выиграть электоральные очки.

При этом для избавления от сформированного негативного образа с ярко выраженным "нашатырным шлейфом" от рынка требуется намного больше усилий и времени, чем для того, чтобы его "заслужить".

Таким образом, имидж рынка по-прежнему остается основным драйвером рисков ужесточения регулирования.

Представление о рынке:

- "высокие ставки";
- нарушения при взыскании;
- риски мошенничества.



Регуляторные ограничения:

- регуляторное неравенство;
- избыточное регулирование;
- регуляторный арбитраж;
- непропорциональное регулирование.

МФО в 2011 - 2019 гг.

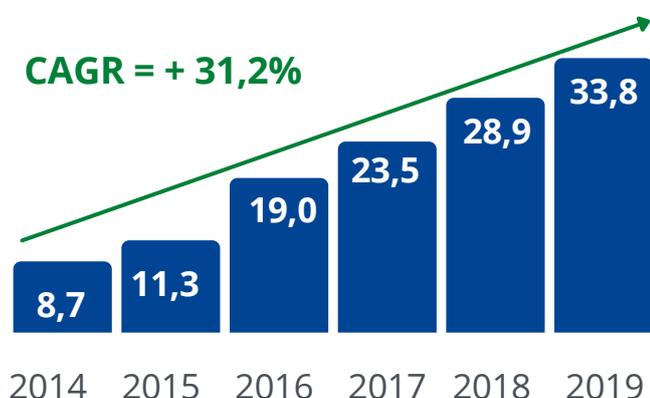
Несмотря на резкое снижение количества МФО после передачи функции регулятора рынка Банку России и начала его очищения, ключевые показатели деятельности его участников продолжали расти за счет экстенсивного роста самого рынка.

При этом этот рост касался как показателей объемов, так и количественных показателей выдач, что, в свою очередь, нашло отражение в увеличении . активов, капитала, чистой прибыли.

Количество МФО



Новые договоры (млн ед.)



Количество заемщиков (млн ед.)



*Данные Банка России.

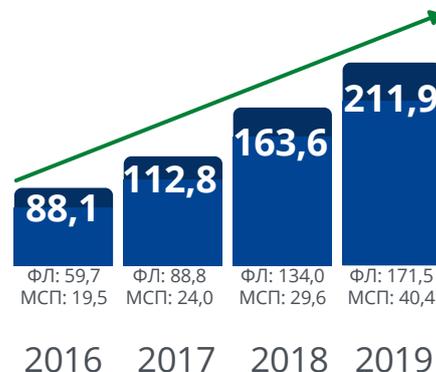
Выдано (млрд руб.)

CAGR = + 25,8%



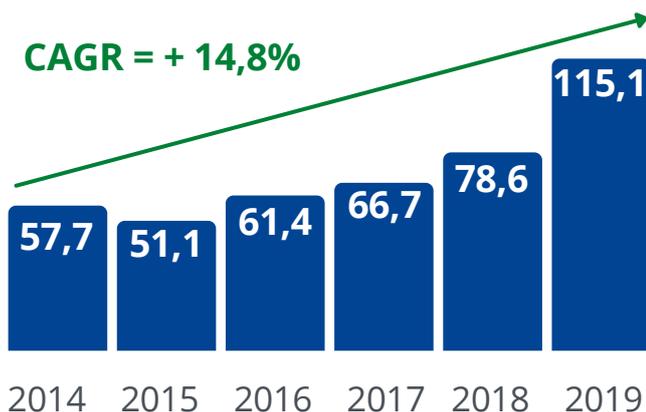
Активы (млрд руб.)

CAGR = + 33,9%



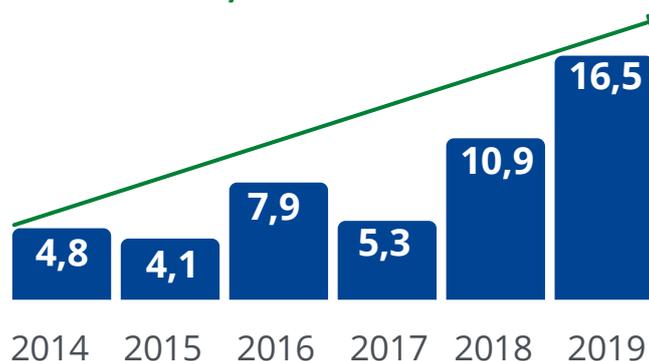
Капитал (млрд руб.)

CAGR = + 14,8%



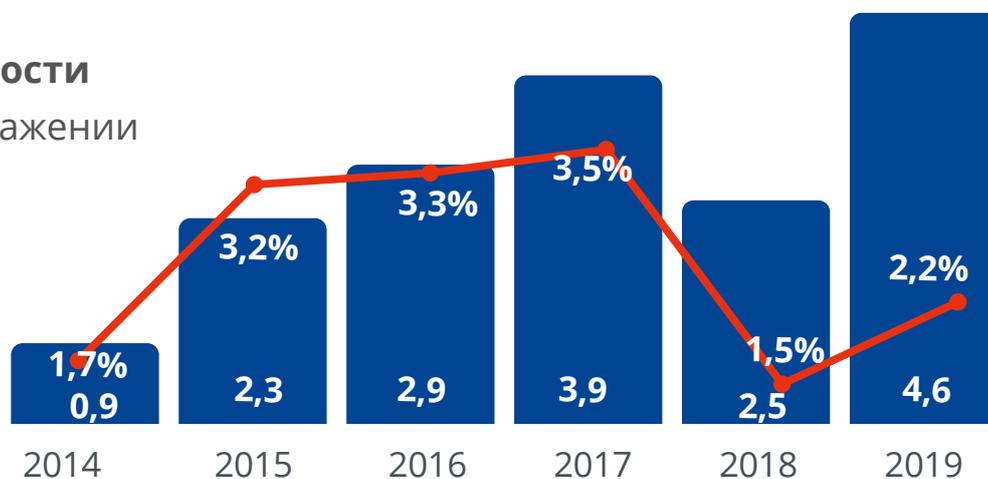
Чистая прибыль (млрд руб.)

CAGR = + 28,1%



Списано задолженности

- В абсолютном выражении (млрд руб.);
- Доля в совокупном портфеле (%).



*Данные Банка России.

Таким образом, рост рынка в этот период синонимичен росту бизнеса МФО, что в т. ч. сказалось на уровне концентрации активов. Так, доли портфелей игроков топ-20 и топ-100 в совокупном объеме действующих микрозаймов на конец 2019 г. составляли 57% и 84%, соответственно.

Замедлению темпов роста совокупного портфеля микрозаймов, которое уже наблюдалось в самом конце периода, способствовало введение с 1 октября 2019 г. обязанности расчета ПДН заемщика. Именно с этого момента, согласно данным обзоров Банка России, многие крупные игроки начали переориентироваться на работу с более долгосрочными займами (IL).

Портрет заёмщика МФО. 2011-2019 гг.

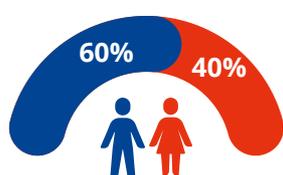
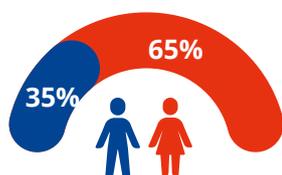
Одним из самых распространенных мифов о микрофинансовом рынке был и, к сожалению, остается миф о том, что клиенты МФО - маргинальные личности или, в лучшем случае, малограмотные люди с "низкой социальной ответственностью". На практике это было не так уже в первый период становления рынка: значительную часть клиентов микрофинансовых организаций составляли трудоустроенные граждане достаточно молодого возраста.

Вместе с тем, заемщикам МФО действительно были свойственны определенные, нехарактерные для потребителей услуг иных финансовых организаций черты. Так, в основном, это были лица, у которых по разным причинам не было опыта использования банковских кредитов или опыт был недостаточным. Например, те, кто не мог подтвердить свой доход по форме 2-НДФЛ или иным путем.

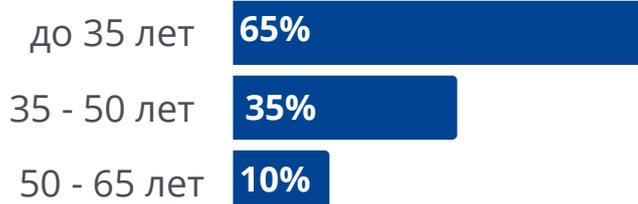
Пол

Займы "до зарплаты"

Прочие займы



Возраст



При этом среди клиентов МФО еще в 2019 г. были люди с разным уровнем дохода. Так, доля тех, чья заработная плата составляла менее 30 тыс. руб. была на уровне менее половины (48%) от всех заемщиков, у 20% клиентов доход варьировался от 30 до 40 тыс. руб., у 12% - от 40 до 60 тыс. руб., у 8% - от 60 до 80 тыс. руб., у 7% - от 80 до 100 тыс. руб.. Зарботная плата порядка 5% клиентов составляла более 100 тыс. руб.

Основой клиентской базы были жители региональных центров (43%), маленьких городов (27%) и деревень (9%). Доля жителей Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга в совокупности составляла порядка 21%.

Профессии



Цели займа



Реалии 2020 г.

Приход пандемии и повсеместное введение мер по ее сдерживанию не могло не сказаться на макроэкономической ситуации в стране, поведении потребителей, а значит, и финансовых организаций.

Потенциально 2020 г. мог практически сразу привести к дальнейшему экстенсивному росту рынка за счет роста спроса на микрозаймы из-за резкого изменения экономической ситуации. Вместе с тем, в реальности МФО попали в ситуацию "идеального шторма", факторами которого стали:

- рост необеспеченного спроса;
- ожидания высокой прибыли;
- рост регуляторных ограничений.

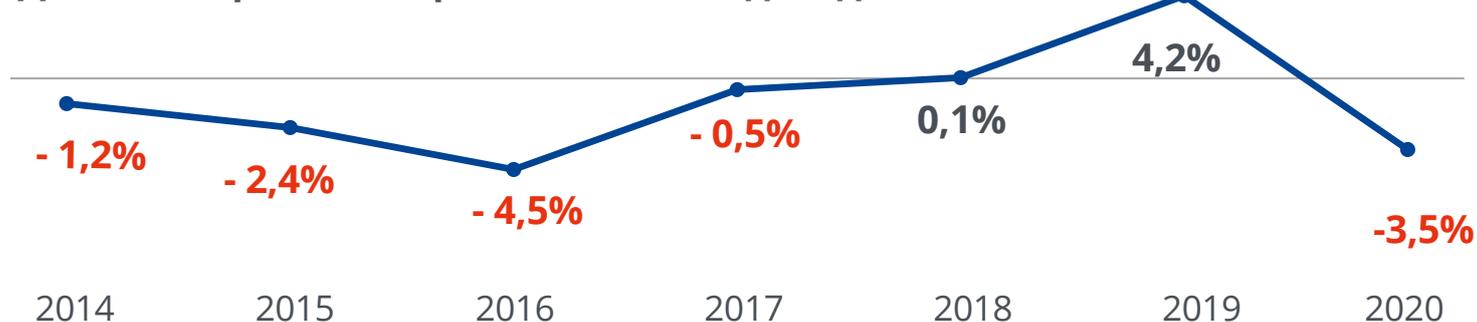
Динамика ВВП



Отраслевые "потери":

- Гостиницы и рестораны: - 24.1%;
- Транспорт: - 10.3% ;
- Культура и спорт: - 11.4%;
- Розничные услуги: - 6.8%.

Динамика реальных располагаемых доходов



*Графики основаны на данных Росстата.

Динамика уровня бедности



*График основан на данных Росстата.

На фоне этих изменений с самого начала "коронакризиса" было понятно, что одной готовности к макроэкономическим шокам "старой реальности" может быть недостаточно абсолютно для всех участников финансового рынка. Давление неопределенности и всплеск необеспеченных заявок на микрозаймы сподвигли большинство крупных участников рынка скорректировать свои скоринговые модели и ужесточить требования к потенциальным заемщикам. Уровень одобрения у них сократился в первые месяцы на значения вплоть до минус 8-10 п.п., а уже к середине июня прошлого года на фоне начавшегося роста количества входящих заявок он сократился ещё на несколько п.п.

Во второй половине 2020 г. компании начали тестирование смягчения своих политик по оценке рисков, однако постоянно меняющаяся эпидемиологическая обстановка заставляла компании снова и снова возвращаться к ужесточениям в оценке рисков.

Кроме того, в поведении потребителей финансовых услуг стал заметен новый тренд - "рациональность поневоле" (подход людей к личным финансам стал более рациональным).

Усиление регулирования

Несмотря на пандемию и её последствия, рынок также прошел новую волну плановых изменений в регулировании, к которой добавились и продиктованные временем противокризисные инициативы, ключевые из которых:

"Плановое" новое регулирование:

- Сокращение предельного размера обязательств заемщика перед МФО по микрозайму (т.н. "иксы") до 1,5X - с 1 января 2020 г. Таким образом, сумма начислений по договору займа МФО, в т. ч. со всеми штрафами и пени, с этого момента не должна более чем в 1,5 раза превышать сумму займа.
- В эту же дату дополнительная нагрузка на капитал МФО при выдаче займа клиенту, ПДН которого превышает 50 %, была увеличена на 15 п.п. — до 65 % от суммы займа (с 50 %).
- С 1 июля 2020 г. были повышены требования к деловой репутации владельцев и руководителей МКК для исключения доступа недобросовестных лиц к управлению финансовыми организациями. Также был увеличен минимально допустимый размер собственных средств МКК - до 1 млн руб. (к 1 июля 2024 г. он будет поэтапно повышен до 5 млн руб. - на 1 млн руб. ежегодно).

Регулирование, продиктованное реалиями "коронакризиса":

- Установление с 30 марта по 12 мая 2020 г. "нерабочих дней" в целях обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения Российской Федерации.
- Введение "кредитных каникул" - возможность подать заявления с 4 апреля по 30 сентября 2020 г.
- Введение "исполнительных каникул" - возможность подать заявления с 20 июля по 30 сентября 2020 г.

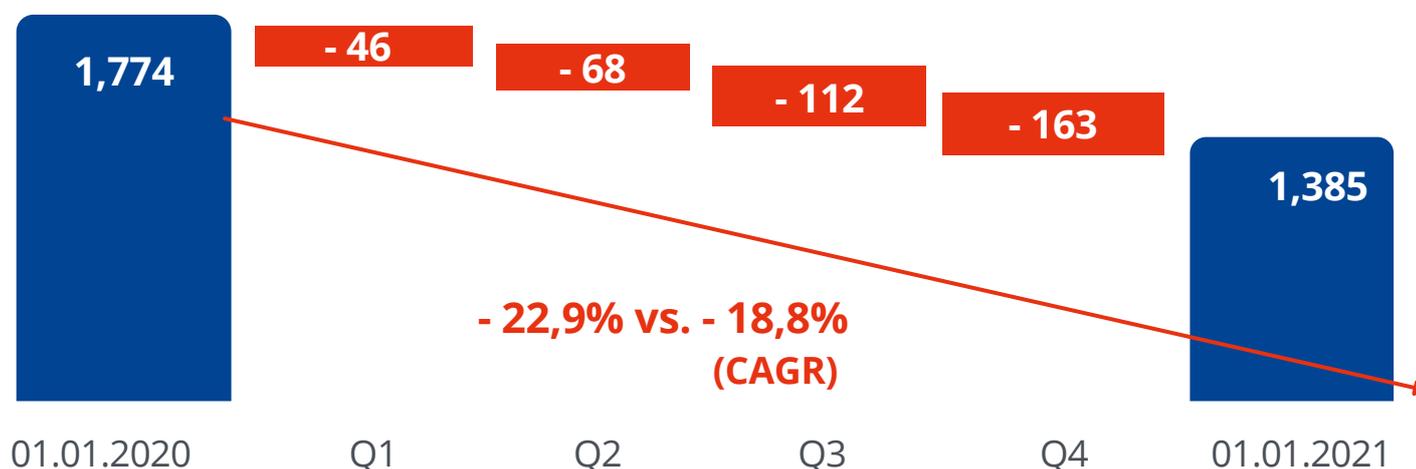
МФО в 2020 г.

Как уже отмечалось, в 2020 г. микрофинансовый сектор, как и другие рынки находился под влиянием реалий "коронакризиса". Следствием стало первое за историю "официальных наблюдений" (с 2015 г.) снижение совокупного портфеля микрозаймов во втором квартале 2020 г. - на 3%, до 213 млрд руб., за счет сокращения выдач. В дальнейшем объем выдач и портфеля возвращался к росту по мере снятия ограничительных мер, однако его темпы сохранялись на уровне ниже докризисного периода. Изменялась и структура портфеля: росли доли онлайн-сегмента и ИЛ-займов.

Иными словами, первый в истории рынка "идеальный шторм" подстегнул компании к ускорению осознанной трансформации бизнес-моделей.

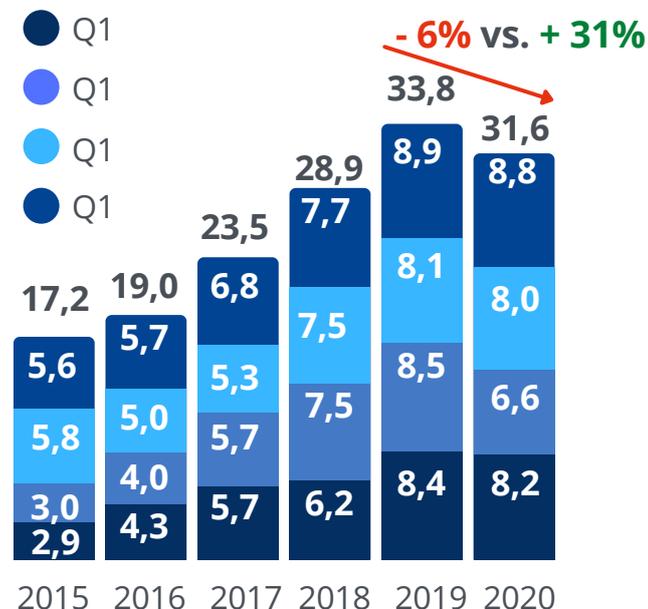
Это отразилось на ряде ключевых показателей деятельности МФО: произошло замедление темпов роста выдач - количества заключаемых договоров и объемов (не считая второго квартала, часть показателей в котором показали отрицательную динамику из-за остроты и исключительности ситуации вокруг пандемии). Единственным сегментом, в котором замедления не произошло, стал сегмент займов субъектам МСП, однако произошло это благодаря финансированию в рамках льготных государственных программ поддержки предпринимательства.

Количество МФО

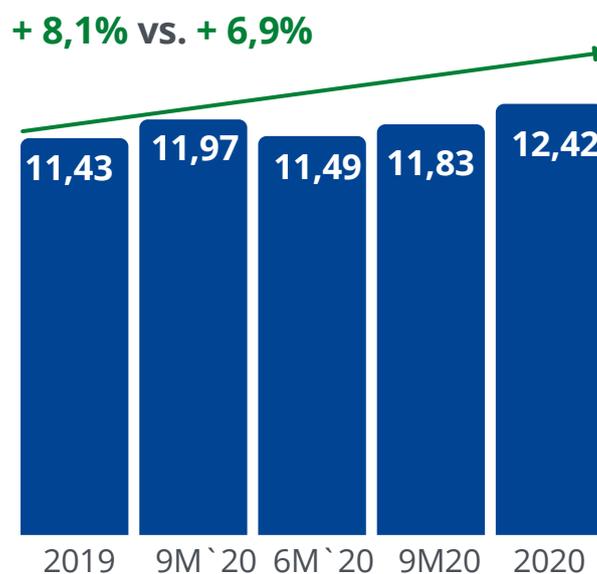


Так, например, количество новых договоров сократилось в каждом квартале (год к году), включая даже первый квартал, что, вероятно, связано с началом периода неопределенности в его конце.

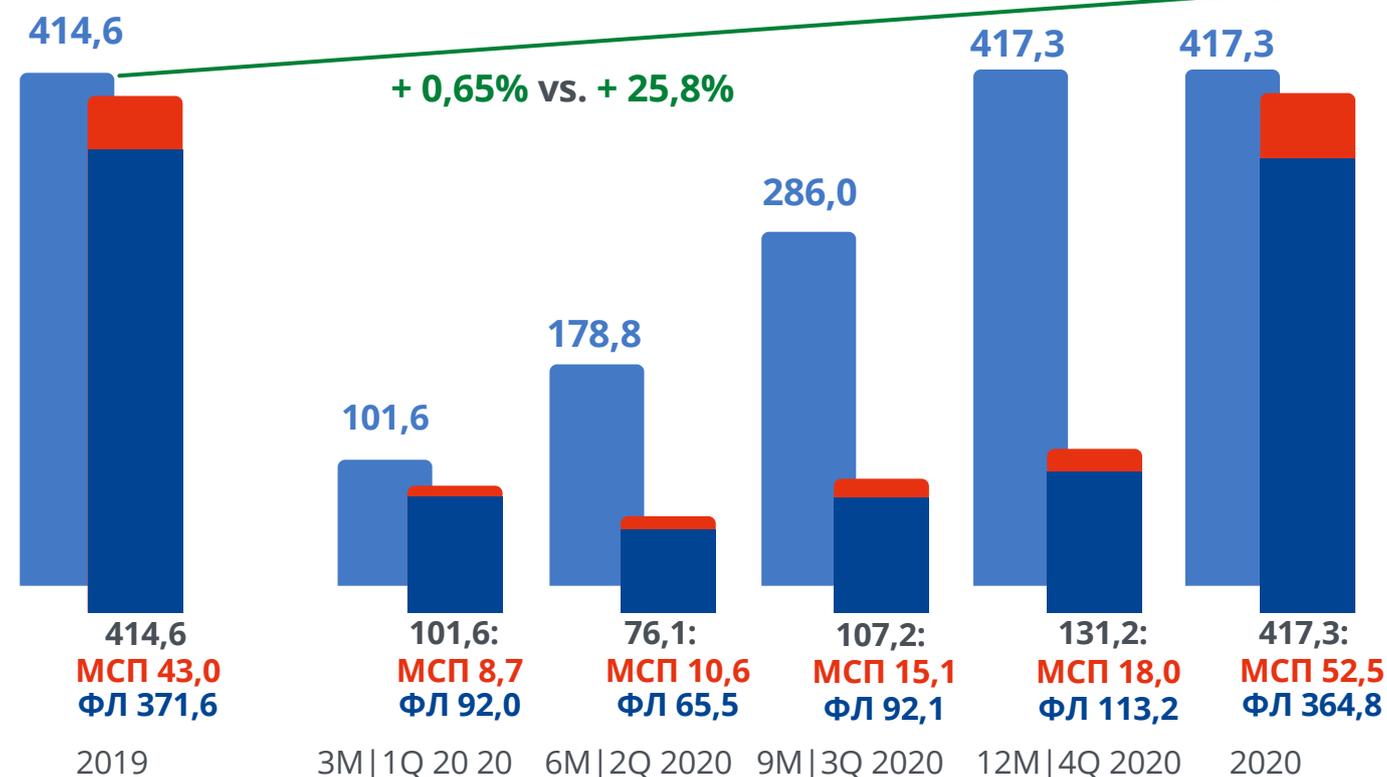
Новые договоры (млн ед.)



Количество заемщиков (млн ед.)



Выдачи (млрд руб.)

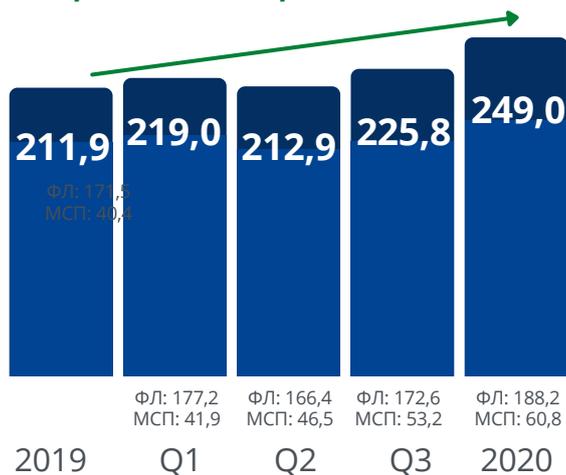


- Накопительный показатель
- ● За период

В свою очередь, это повлекло замедление роста и таких показателей как активы, капитал, чистая прибыль.

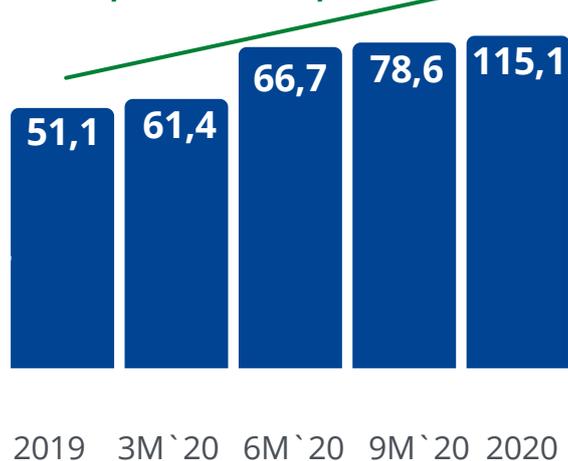
Активы (млрд руб.)

+ 17,5% vs. + 33,9%



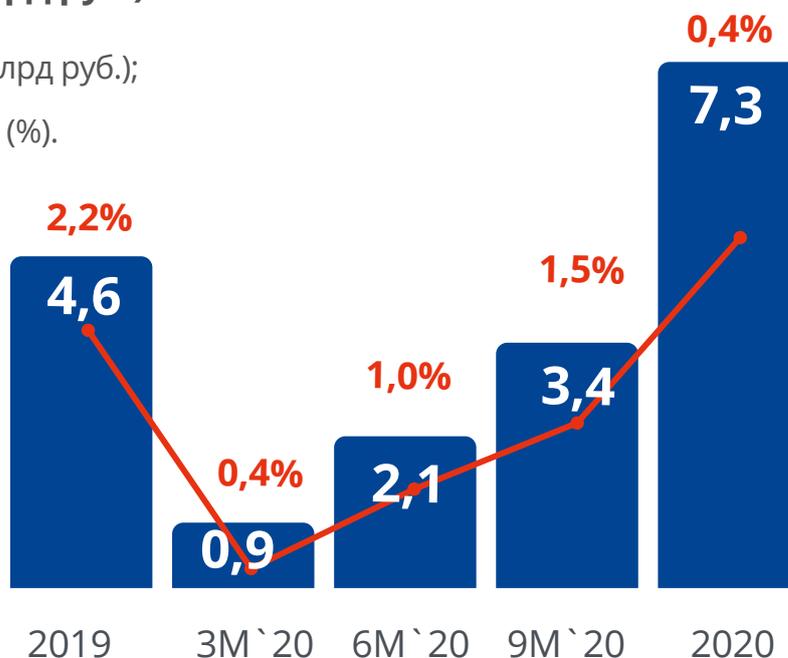
Капитал (млрд руб.)

+ 27,4% vs. + 14,8%



Списано задолженности (млрд руб.)

- В абсолютном выражении (млрд руб.);
- Доля в совокупном портфеле (%).



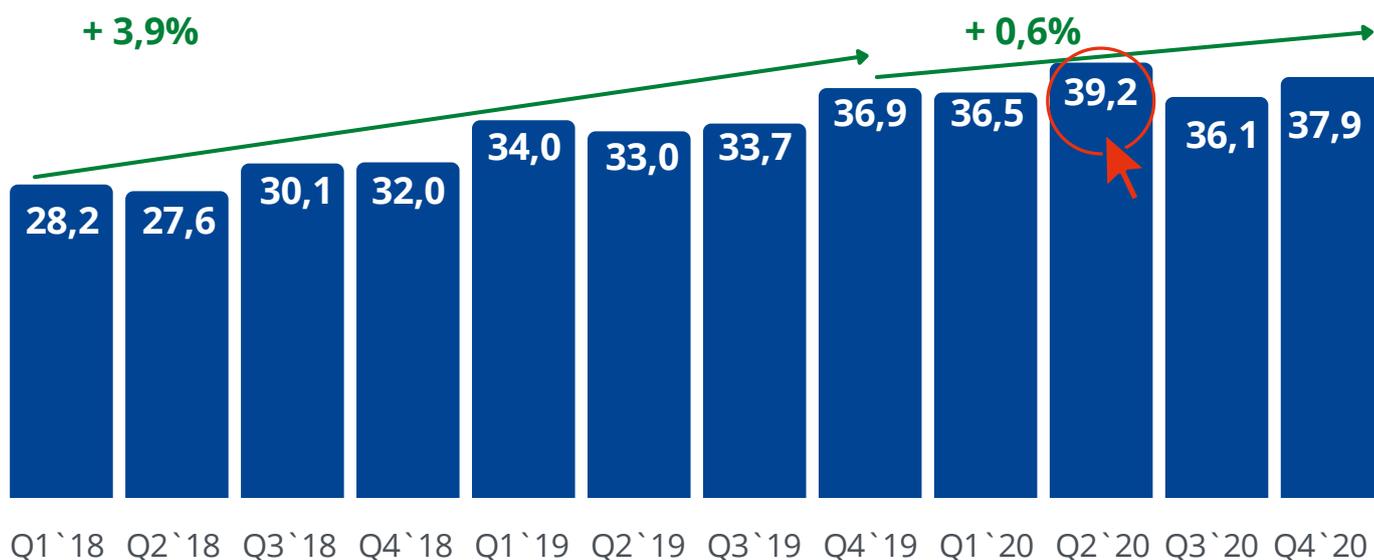
Данные

Многие участники рынка, ранее специализировавшиеся только на офлайн-услугах или лишь тестировавшие выдачу онлайн-займов, в 2020 г. под воздействием пандемии ускорили открытие дистанционных каналов взаимодействия с заемщиками и/или масштабирование услуги. Однако, "онлайн" в эти 12 месяцев не стал полноценным спасением для участников рынка.

Так, скачок доли таких займов в совокупном объеме выдач, который наблюдался во втором квартале, был продиктован давлением на офлайн-сегмент ограничительных противокоронавирусных мер и последующим сокращением выдач в нём. Кроме того, в дальнейшем сказалась и специфика средних чеков: небольших для онлайн-займов и постепенно увеличивающихся для офлайн-займов (что в т. ч. связано со всё нарастающей переориентацией многих крупных игроков на ИЛ).

Иными словами, к масштабному переходу "в онлайн" в 2020 г. рынок оказался пока не готов из-за многих факторов, ключевые из которых связаны с дорогой ценой на построение эффективной рабочей инфраструктуры и нехваткой инструментов для оценки заемщиков.

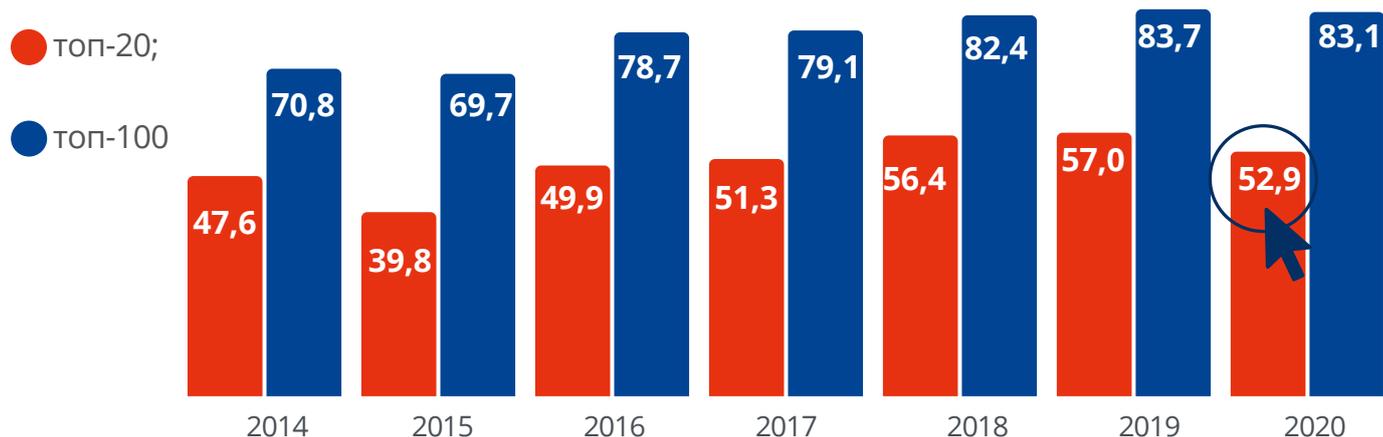
Выдано онлайн (%)



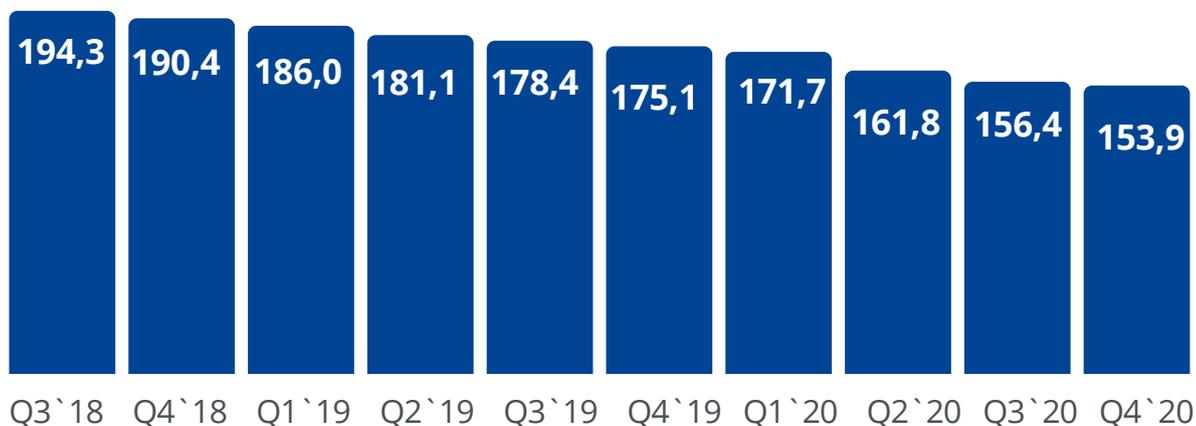
Данные

Снижение концентрации активов микрофинансовых организаций не только на уровне топ-20, но и топ-100, говорит о том, что ужесточение требований к потенциальным заемщикам состоялось практически у всех крупнейших игроков.

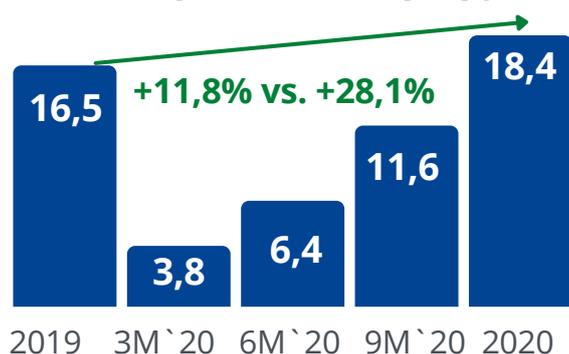
Концентрация активов (%)



Оборачиваемость портфеля (млрд руб.)

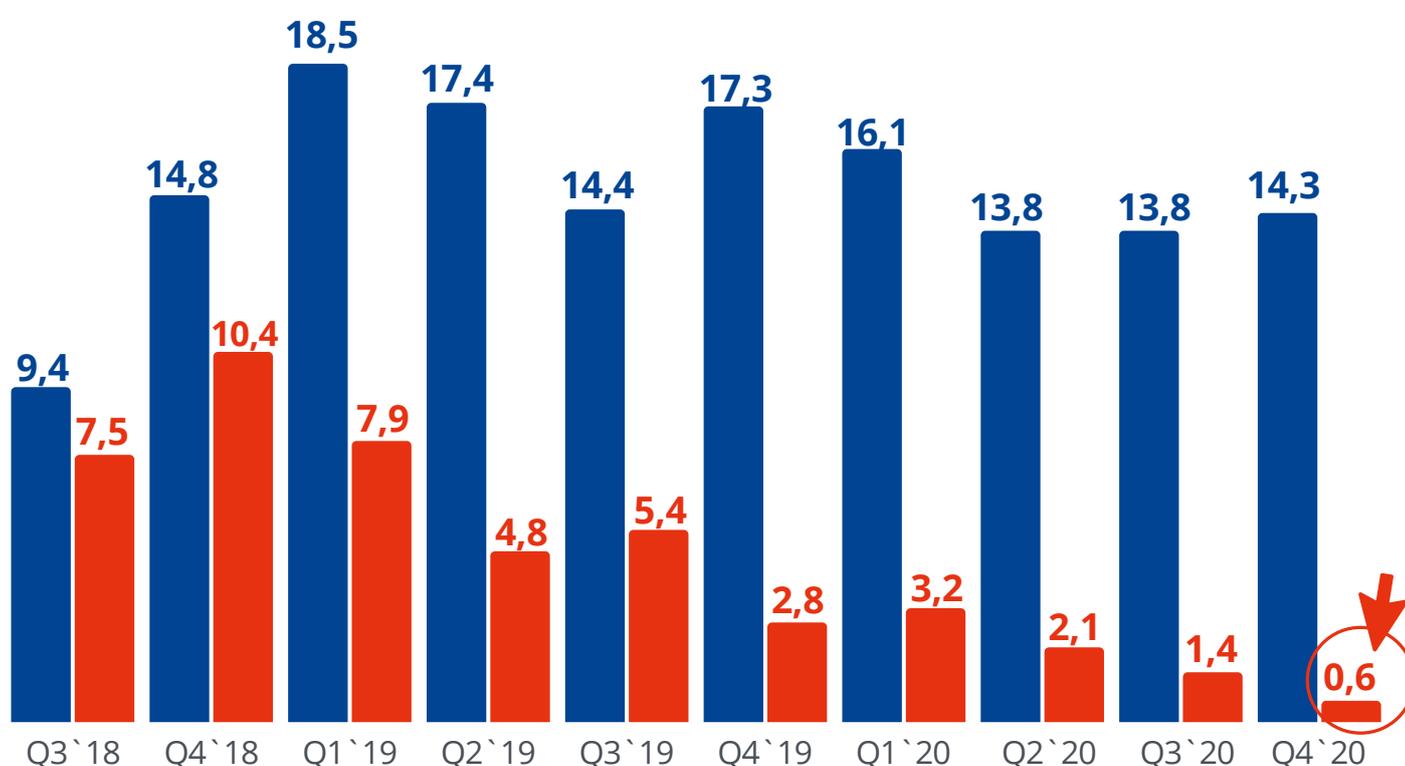


Чистая прибыль (млрд руб.)



Главным значимым итогом работы в 2020 г. стало то, что, несмотря на сокращение выдач крупнейшими МФО, поворот и усиление борьбы за "качество" клиента позволили им получить более высокую прибыль, тем самым **обеспечив рост возврата на капитал в целом по отрасли до 14,3% по итогу года**. При том, что рентабельность капитала (медиана) за год снизилась на 2,2 п.п. или более чем в 4 раза - до 0,6% на конец 2020 г. с 2,8% на конец 2019 г.

Рентабельность капитала (%)



2021 г. и далее...

Если для раннего периода становления рынка МФО была характерна целевая аудитория потребителей в лице клиентов, не имевших или имевших в недостаточном объеме доступ к банковским услугам, а также лиц, легко воспринимающих технологические новшества, а в 2018 - 2019 гг. "подвижки" в портрете заемщика лишь начинали понемногу намечаться, то в 2020 - 2021 гг. ситуация стала меняться гораздо более динамично.

Как уже было отмечено, изменения эти - отражение притока в сегмент новых заемщиков: во-первых, людей, ранее использовавших только банковские продукты, во-вторых, молодых заемщиков (до 35 лет). И можно смело сказать, что именно они сейчас определяют новые тренды рынка.

Что касается тех, кто стал обращаться в МФО недавно после использования исключительно банковских продуктов, им понятнее и "ближе" ПЛ-займы. И их потребительское поведение здесь аналогично тому, что было при взаимодействии с кредитными организациями: например, в этом сегменте достаточно велика доля тех, кто запрашивает больше, в итоге останавливаясь на меньших суммах, объективно необходимых для покрытия своих вопросов. Также можно сказать, что такие заемщики все ещё "тестируют" новую для себя категорию кредиторов - МФО: на какие условия они могут рассчитывать у той или иной компании?

Вместе с тем, общий уровень рациональности финансового поведения потребителей услуг МФО также возрос за последние два года - не только за счет "новых лиц", но и в целом благодаря более осторожному, взвешенному потребительскому поведению. Эту тенденцию проще всего отследить по сегменту PDL-займов, в котором в силу специфики условий продуктов, напротив, наблюдается значительное снижение финансового аппетита заемщиков при подаче заявок. И здесь потребители проявляют доверие к финансовым организациям: взять столько, сколько готов выдать тебе проверенный кредитор, а не искать средства везде, получая отказы. Говоря простым языком, если раньше клиенты зачастую находились в парадигме "кредитор не одобрил заем на сумму, которая мне сейчас нужна, значит, он не так оценил", то теперь все больше людей после отказа задаются вопросом, а верно ли они сами оценивают свою платежеспособность.

Разумеется, несмотря на то, что банки также еще в начале пандемии ужесточили требования к потенциальным заемщикам (самостоятельно спровоцировав тем самым усиление "миграции" клиентов), в 2020 - 2021 гг. с их стороны также всё чаще предпринимались, пусть пока и скромные по масштабам, но реальные попытки взаимодействия с "несвойственными" целевыми аудиториями. Так, запуск рядом кредитных организаций выдачи продуктов, схожих по своим основным характеристикам на займы "до зарплаты" говорит о направлении на более глубокое встречное проникновение в сегмент, традиционный для МФО.

Стоит отметить, что явной угрозы для микрофинансового рынка, как минимум в среднесрочной перспективе, эти процессы не несут: несмотря на пересечение с точки зрения целевой аудитории, у банков есть не только преимущества, но и более значительные ограничения ввиду разных аппетитов к риску.

С другой стороны, банковскими кредитами "до зарплаты" (пока во всяком случае) в большей степени пользуются те, у кого есть потребность в "свободных" деньгах (т. е. есть накопления на депозитах и в иных продуктах увеличения капитала, но нет желания выводить эти средства раньше срока для покрытия насущных вопросов).

СРО "Мир" расценивает наметившуюся тенденцию как закономерную и, главное, полезную для обоих сегментов: здоровая конкуренция будет подталкивать и тех, и других к модернизации продуктовой линейки, улучшению качества услуг, что, в конечном счете, пойдет на пользу потребителям.

Несмотря на то, что давать детальные прогнозы в данной области в условиях сохраняющейся неопределенности преждевременно, очевидно, что следующие два-три года будет вестись активное "перераспределение" клиентских потоков между финансовыми организациями, уже без явной привязки к "типу" кредиторов. То есть клиенты постепенно начинают выбирать продукт не по принципу того, кто его предоставляет - банк или МФО, а по его качественным характеристикам.

Таким образом, на "выходе" из пандемии финансовые организации, в частности, банки и МФО, хотя и будут решать разные задачи, но вместе с тем столкнутся на поле борьбы за физических лиц:

- банки, получившие значительную поддержку своему бизнесу за счет программ поддержки ипотеки и МСП, будут вынуждены искать источники роста доходности вне этих льготных программ;
- МФО вынуждены определяться с направлением роста - "вширь" (экстенсивно) или "вглубь" (интенсивно).

Другими словами, несмотря на макропруденциальные меры сдерживания, избыток капитала позволяет кредитным организациям идти все "глубже" в розничный бизнес. МФО же, получив "новых" клиентов в период пандемии, вышли на "изначально банковские" сегменты потребителей финансовых услуг, что требует от них не только изменения в маркетинге, но и абсолютно во всех составляющих моделей ведения бизнеса.

Рост ВВП России (сценарии)*

Год	Позитивный / негативный	
2021		
2022	+ 3,8%	+ 2,6%
2023	+ 4,8%	- 0,7%
	+ 3,3%	+ 0,6%

Факторы влияния: вакцинация и спрос на нефть.

Поведение потребителей финансовых услуг на выходе из пандемии**

- сильный рост потребления;
- активные инвестиции в ценные бумаги;
- отсутствие роста вкладов несмотря на рост ставок по ним.

Финансовый рынок



- Рост доли государства;
- "Инфраструктурные" проекты;
- Цифровизация.

Банки: есть ли бизнес после окончания государственных программ поддержки и вне льготной ипотеки?

МФО: какой характер роста выбрать - "вширь" или "вглубь"?

\$\$\$ = розница:

- Unbanked;
- Underbanked;
- Early adopters.

Маркетинг = поле битвы

К основополагающим типам бизнес-моделей МФО принято относить:

- беззалоговые займы, выдаваемые очно (офлайн);
- беззалоговые займы, выдаваемые дистанционно (онлайн);
- POS-займы;
- залоговые займы;
- займы субъектам МСП.

Каждая бизнес-модель имеет свои особенности и существенные черты, преимущества и "уязвимые места", которые стали особенно заметны в пандемию, что в целом закономерно и не ново для кризисов. Каждая испытывает давление различных внешних факторов, а значит, - все они без исключения подвержены изменениям.

Сценариев таких трансформаций возможно великое множество. В силу этого при формировании настоящей Стратегии действий не ставилась цель описать все возможные варианты развития бизнес-моделей, а обозначить ключевые направления, по которым могут пойти компании.

Сегодня уже вряд ли вызовет спор тезис о том, что один из основных факторов воздействия на рынок - развитие широкополосного доступа потребителей финансовых услуг к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и повышение уровня лояльности и популярности среди большинства целевых групп клиентов дистанционных финансовых услуг. А значит, наибольшие перемены в среднесрочной перспективе ожидают офлайн-сегмент.

Эти изменения подталкивают МФО, ранее работавшие только "очно" и/или только планировавшие открытие дистанционных каналов взаимодействия с потребителями (с расчетом, как правило, на небольшую долю таких выдач в общем своем объеме), в сторону онлайн-займов и скорейшему поиску подходящих сценариев адаптации к эффективному существованию в не имеющем физических границ цифровом пространстве.

Беззалоговые офлайн-займы физическим лицам

Оптимальным вариантом возможной классификации на подтипы является разделение в зависимости от видов населенных пунктов (НП) присутствия (как городских, так и сельских) таких МФО - по количеству проживающих в них граждан с делением на:

- НП с населением от 10 тыс. до 50 тыс. человек (далее - НП 10 - 50 тыс.);
- НП с населением от 50 тыс. до 250 тыс. человек (далее - НП 50 - 250 тыс.);
- НП с населением свыше 250 тыс. человек (далее - НП 250 тыс. и более).

"Исторически" на первом этапе становления рынка (2011 - 2019 г.) на то, какой формировалась бизнес-модель, основное влияние оказывали следующие факторы:

для МФО, представленных в НП 10 - 50 тыс.

- фактор социальной общности;
- низкий уровень конкуренции;
- "приемлемые" потери.

Что, в свою очередь, давало компаниям возможность в ответ предлагать комфортные для ЦА ставки, в т. ч. за счет невысоких операционных затрат и расходов на IT практически на всем протяжении указанного временного периода.

для МФО, представленных в НП 50 - 250 тыс.

- "размытие" влияния фактора социальной общности при недостаточности потока для "фабрики продаж";
- средний уровень конкуренции, включая присутствие банков;
- "приемлемые" потери.

Что, в свою очередь, давало компаниям возможность в ответ предлагать приемлемые для ЦА ставки. Однако операционные затраты и расходы на IT постепенно возрастали.

для МФО, представленных в НП 250 тыс. и более

- клиентский поток, достаточный для "фабрики продаж";
- высокий уровень конкуренции, включая присутствие банков;
- значительные потери.

Это влекло установление "предельных" ставок, в т. ч. за счет значительных операционных затрат и расходов на IT.

Конечно, факторы, оказывающие дополнительное давление, появились не одновременно с 1 января 2020 г. Но вместе с тем, особенно сильно их влияние стало заметно в 2020-2021 гг. Среди них ключевые:

- развитие доступности Интернета и рост популярности среди потребителей дистанционных услуг;
- рост расходов на соблюдение обязательных регуляторных требований;
- рост расходов на IT и маркетинг;
- "переток" клиентов из PDL в Installments.

При этом наибольшее давление испытывают небольшие региональные МФО. Текущие реалии означают, что наибольшие изменения в среднесрочной перспективе ожидают именно такие МФО. Безусловно, беззалоговые офлайн-займы как вид финансовых услуг никуда не денутся и будут "жить", но бизнес-модели ждет трансформация. Так, представляется, что при соответствующих изменениях в регулировании рынок ждёт большое количество не просто уходов и потерь бизнеса, а поглощений: до четверти небольших региональных МКК могут стать фронт-офисами средних и крупных игроков.

Иными словами, для указанных типов ответами на текущее давление могут стать следующие формы и пути трансформации:

для МФО, представленных в НП 10 - 50 тыс.

- трансформация во фронт-офис сетевой МФО;
- трансформация в иные МФИ;
- трансформация в кредитного брокера.

для МФО, представленных в НП 50 - 250 тыс.

- трансформация во фронт-офис сетевой МФО;
- франшиза как сокращение маркетинговых расходов + использование платформ BaaS/SaaS;
- офлайн как центр прибыли для перехода в онлайн с использованием платформ BaaS/SaaS.

для МФО, представленных в НП 250 тыс. и более

- сетевая МФО;
- конвергенция офлайн (новые клиенты) и онлайн ("повторные" клиенты);
- офлайн как центр прибыли для перехода в онлайн;
- трансформация в платформу BaaS/SaaS;
- трансформация во франчайзера.

Беззалоговые онлайн-займы физическим лицам

Беззалоговые онлайн-займы физлицам можно разделить на:

- **продукт в общей линейке, то есть инструмент диверсификации;**
- **stand-alone business.**

Исторически до 2020 г. отличительными чертами **первого типа** были:

- канал взаимодействия и удержания "повторных" клиентов;
- инвестиции в IT-технологии для анализа данных и обеспечения информационной безопасности;
- синергия бизнес-процессов, маркетинга и операционных расходов.

Что касается **второго типа**, то для него были характерны:

- инвестиции в IT-технологии для анализа данных и обеспечения информационной безопасности;
- крупные МФО = собственные разработки;
- средние и малые МФО – использование BaaS/SaaS-платформ;
- высокая конкуренция за потребителей.

В 2020 - 2021гг. **все МФО, выдающие беззалоговые онлайн-займы**, столкнулись со следующими факторами:

- экспансия скоростного доступа в Интернет;
- изменение структуры входящего потока потенциальных клиентов;
- рост расходов на соблюдение обязательных требований;
- рост расходов на IT и маркетинг.

Можно смело констатировать, что беззалоговые онлайн-займы физлицам как бизнес-модель оказались в "бенефициарах" происходящих изменений. Ключевыми вопросами, которые определяют развитие обоих типов бизнес-моделей, следующие:

- Для МФО, специализирующихся в большей степени на офлайн-займах и для которых онлайн-займы инструмент диверсификации - каковы сценарии трансформации?
- Для stand-alone business МФО - как монетизировать базу данных о клиентах и не растерять их лояльность?

Для тех, кто изначально специализировался на "очных" выдачах онлайн-займы постепенно могут становиться "центрами прибыли", с дальнейшим смещением долей в портфелях именно в их сторону:

- офлайн-займы могут стать при этом каналом продаж для регионов, где будет сохраняться низкий уровень проникновения Интернета, и каналом для "обучения" клиентов (по факту представляя собой совместное оформление заявки вместе с клиентским для последующего самостоятельного оформления займов дистанционно);
- унификация бизнес-процессов вслед за унификацией клиентского пути;
- инвестиции в IT, информационную безопасность, доступ к данным и их анализ;
- инвестиции в привлечение и удержание новых клиентов.

Сценарии развития **крупных stand-alone business онлайн-МФО** могут выглядеть так:

- снижение расходов на привлечение за счет значительных инвестиций в IT-технологии, доступ к данным и их анализ, информационную безопасность и "клиентский путь";
- монетизация накопленной базы с учетом Life Time Value.

А **средние stand-alone business онлайн-МФО** ожидают значительные расходы на привлечение новых клиентов и оптимизация иных расходов через использование BaaS/SaaS-платформ.

POS-займы физическим лицам

Эту категорию объективнее всего рассматривать с разделением по следующим типам:

- **POS-займы как часть бизнеса финансовой группы;**
- **POS-займы как stand-alone business.**

Изначально **POS-займы как часть бизнеса финансовой группы** являлись каналами привлечения и удержания клиентов для банков, в случае если потребитель не соответствует их риск-политикам, и существовали в условиях:

- финансирования от материнских организаций, что обеспечивало низкие ставки для потребителей;
- конкуренция за присутствие в сетях со значительным трафиком, результатом чего являлись высокие комиссии ритейлерам;
- использование инфраструктуры материнских организаций для минимизации операционных затрат и расходов на IT;
- средние и большие "чеки" и сроки договоров.

Что же касается **stand-alone business МФО, выдающих POS-займы**, для них были характерны:

- независимое финансирование;
- значительные инвестиции в IT => оптимальный OPEX;
- малые и средние "чеки" и сроки кредитования, особенно в первые несколько лет существования бизнеса;
- стимулирование потребителей за счет комиссий от ритейлеров.

Уход ритейлеров в онлайн-пространство и их выход на рынки финансовых услуг, а также рост расходов на соблюдение обязательных регуляторных требований, IT и маркетинг, наблюдающиеся в последние годы, заставляет эти две модели сближаться, сохраняя основные преимущества каждого из вариантов.

В течение следующих трех лет МФО, существующие в рамках финансовых групп компаний, могут стать частью полноформатных банковских экосистем. Что касается "независимых" МФО, то вероятный сценарий для их развития лежит в плоскости статуса поставщиков финансовых услуг для независимых маркетплейсов и онлайн-ритейлеров.

Таким образом, в будущем характеристика внешней и внутренней среды для них может выглядеть следующим образом.

POS-займы как часть финансовой экосистемы:

- доступ к данным ГИС и иных экосистем о потребителях;
- использование POS-займов как способ вовлечения клиента экосистемы в новые для него инструменты;
- любые "чеки" и любые сроки кредитования;
- вытеснение POS-займов продуктами Buy Now Pay Later (при субсидировании "ядром" экосистемы) или лизингом "удаленно контролируемых" товаров участников экосистемы;
- кредитование поставщиков платформы.

POS-займы как самостоятельный fintech-сервис в онлайн-/офлайн-пространстве:

- инвестиции в доступ к данным ГИС;
- доступ к данным платформ о потребителях и поставщиках;
- вытеснение POS-займов продуктами Buy Now Pay Later (при субсидировании поставщиком);
- любые "чеки" и любые сроки кредитования;
- кредитование поставщиков платформы.

Залоговые займы физлицам

Залоговые займы, как и иные виды обеспеченных продуктов, изначально имели ряд преимуществ, главное из которых - более низкие в сравнении с иными продуктами МФО риски, и, соответственно, более низкую ставку, а значит, были более привлекательны для потребителей.

Вместе с тем, регулирование в процессе становления рынка "оставило" МФО узкую вариативность в использовании залогов.

Для МФО, специализирующихся на залоговых займах, они, как правило, являются основным продуктом. Для этой модели изначально характерны следующие черты:

- большой средний "чек";
- долгий "срок жизни" клиента (даже в сравнении с ИЛ-займами);
- приемлемые ставки (между беззалоговыми кредитами банков и беззалоговыми займами МФО);
- лояльность клиентской базы;
- высокая технологичность.

Кроме того, после введения запрета для МФО на использование в качестве залога жилого недвижимого имущества, фактически единственным его предметом стало движимое имущество.

Фактором, который начал оказывать сильное влияние на рынок с 2018 - 2019 гг. стала конкуренция с "возвратным лизингом", существующим в настоящее время вне регулирования сферы финансовых услуг для потребителей и вне надзора Банка России. Именно регуляторный арбитраж явился основным барьером экстенсивного роста этого сегмента.

В 2020 - 2021 гг. к нему добавилось нарастание конкуренции и внутри сегмента, а также рост расходов на соблюдение обязательных регуляторных требований, IT и маркетинг.

По сути, залоговые займы необоснованно ограничены в своем развитии из-за запрета всем коммерческим МФО без исключения осуществлять кредитование физических лиц под залог недвижимого имущества. При снятии этого ограничения величина существующих залоговых займов и срок их "жизни" позволили бы компаниям при соблюдении требований и ограничений (например, при разрешении работать с любыми залогами только микрофинансовым компаниям), увеличить не только кредитование физических лиц, но и "вырасти" до предложения им новых продуктов и услуг на срок основного (залогового) займа.

Пути дальнейшего развития МФО, работающих с залоговыми займами физическим лицам, могут стать:

- Трансформация в специализированных провайдеров любых залоговых займов для физлиц;
 - Трансформация в универсальных провайдеров любых залоговых и специализированных беззалоговых займов для физических лиц. В этой модели залоговый заем будет "якорным" продуктом, дополнением к которому будут выступать беззалоговые займы .
- При in-house инвестициях в IT, доступе к ГИС и data-science, in-house инвестициях в развитие беззалоговых онлайн-займов и развитие иных залоговых займов.

Займы субъектам МСП

МФО, специализирующиеся на займах субъектам малого и среднего предпринимательства, логично рассматривать с разделением на **некоммерческие и коммерческие** в силу их разного статуса и регулирования.

Некоммерческие МФО (одним из учредителей или акционеров которых является государство в лице органа власти или местного самоуправления) были созданы для обеспечения доступа субъектов МСП и организаций инфраструктуры поддержки МСП к финансовым ресурсам в рамках государственных программ развития (средства поступают из федерального, регионального или местного бюджетов). Иными словами, для них характерны:

- государственное льготное целевое финансирование;
- два регулятора - Банк России и Минэкономразвития РФ;
- низкие ставки;
- предустановленные требования к "профилю" МСП;
- офлайн-технологии.

Коммерческие МФО предпринимательского финансирования развивались без поддержки государственных структур. В настоящее время число коммерческих МФО, работающих в этом сегменте незначительно, но их отличиями являются:

- частное финансирование;
- технологическое лидерство;
- комбинация офлайн- и онлайн-сервисов и решений;
- "унаследованные" непропорциональные ограничения для привлечения и размещения средств;
- восприятие потенциальными клиентами как "кредитора последней очереди".

В последние же годы **и те, и другие** ощутили на себе усиление конкуренции с банками и e-commerce - платформами, возрастающую зависимость от стоимости фондирования, значительный рост расходов на IT и рост расходов на соблюдение обязательных регуляторных требований.

Существующий разрыв между некоммерческими и коммерческими МФО, обусловленный разницей доступа к льготному финансированию, может быть преодолен не только через регулируемый и контролируемый доступ всех МФО к таким источникам ликвидности, но прежде всего благодаря развитию цифровых технологий.

Предпринимательское финансирование может стать точкой роста для микрофинансирования просто при снятии необоснованных ограничений и развитии риск-ориентированного и пропорционального объемам деятельности подхода в регулировании.

Пути развития **некоммерческих МФО** могут быть следующими:

- синергия локальной системы поддержки предпринимательства и единой системы государственного льготного целевого финансирования;
- фронт-офис для единой системы;
- единый маркетинг и бэк-офис, включая оценку потенциальных заемщиков.

Пути развития **коммерческих МФО предпринимательского финансирования** могут быть следующими:

- офлайн как cash-cow для IT-инвестиций при переходе в онлайн;
- кооперация с финансовыми институтами и e-commerce-платформами;
- работа с "отказным" трафиком;
- white-label платформа для кредитования субъектов МСП;
- трансформация в универсальную сервисную платформу для кредитования МСП, включая программы льготного финансирования.

МФО 2024+: МИССИЯ, ВИДЕНИЕ, ЦЕЛИ

Миссия МФО: обеспечение финансовой доступности, то есть возможности получения заемных средств максимально широкому кругу физических лиц и субъектов МСП.

МФО "вчера и сегодня" (ключевые отличия от иных ФИ)	МФО 2024 (цели): просто, удобно, безопасно	МФО "завтра" (видение трансформации)
<p>Для физлиц:</p> <ul style="list-style-type: none">• "шаговая" доступность;• небольшие займы;• быстрое принятие решений;• высокий уровень одобрения;• высокий уровень жалоб. <p>Для МСП:</p> <ul style="list-style-type: none">• возможность льготного финансирования;• быстрое принятие решений.	<p>Доступность</p> <p>Для физлиц:</p> <ul style="list-style-type: none">• снижение объемов NPL 90+ ("плохих долгов" с просрочкой более 90 дней) на 15% от NPL 90+ на конец 2020 г. <p>Для субъектов МСП:</p> <ul style="list-style-type: none">• доля объема выдаваемых микрозаймов субъектам МСП в совокупном объеме выдач на уровне 16 - 18%. <p>Технологии</p> <ul style="list-style-type: none">• доля онлайн-выдач в объеме объеме выдач ФЛ на уровне 55 - 65%;• использование данных ГИС 50 - 65% МФО топ-20. <p>Безопасность услуг</p> <ul style="list-style-type: none">• Снижение количества повторных обращений в надзорные органы в 2024 г. на 25% в сравнении с показателем в 2022 г.	<p>Для физлиц:</p> <ul style="list-style-type: none">• займы = mobile first;• любые суммы даже в онлайн;• быстрые и "бесшовные" решения;• доступ к любым услугам;• лояльность клиентской базы. <p>Для МСП:</p> <ul style="list-style-type: none">• специальное финансирование;• быстрые и "бесшовные" решения.

Приведенные в таблице цифровые значения целей даны в формате "вилки", нижний уровень которой может быть достижим и при сохранении текущей динамики изменения регулирования и тенденций на рынке (то есть, если изменения будут спорадическими), а верхний уровень - в случае системной реализации предлагаемых СРО "Мир" изменений.

Указанные цели определены через пять измеримых показателей, отражающих три главные функции микрофинансирования.

Так, "ценовая доступность" является одним из отражений такой характеристики, как "простота доступа к услугам" (её степень для субъектов МСП эффективнее и объективнее всего измерять показателем уровня выдач, для физлиц - показателем уровня просроченной задолженности).

Характеристика "удобство" в текущих реалиях выражается, в первую очередь, в технологической доступности услуги или продукта, измерить которые можно посредством таких показателей, как объем выдач через онлайн-каналы и количество крупнейших (по объемам активов) участников рынка, использующих лучшие решения и обеспечивающих таким образом глубину их проникновения на рынок. Приоритетным решением (иными словами, в качестве стандарта для операций) настоящей Стратегией определено использование данных Государственных Информационных Систем (ГИС).

Безопасность такой услуги, как микрозаём, выражается в отсутствии негативных последствий от её использования для потребителя. Иными словами, "безопасной" она может быть признана только в случае удовлетворенности клиента. При этом, принимая во внимание факты наличия на рынке такого явления, как потребительский экстремизм, присвоение качественной характеристики "безопасная" или "небезопасная" услуга может быть объективно сделано лишь в случае выявления подтверждения неудовлетворенности, то есть факта повторного обращения, доказывающего неудовлетворенность потребителя. Таким фактом может и должны служить обращения клиентов в контрольно-надзорные органы. Таким образом, в качестве количественного показателя для данной цели выбрано снижение количества повторных обращений в 2024 г. на 25% в сравнении с показателем 2022 г.

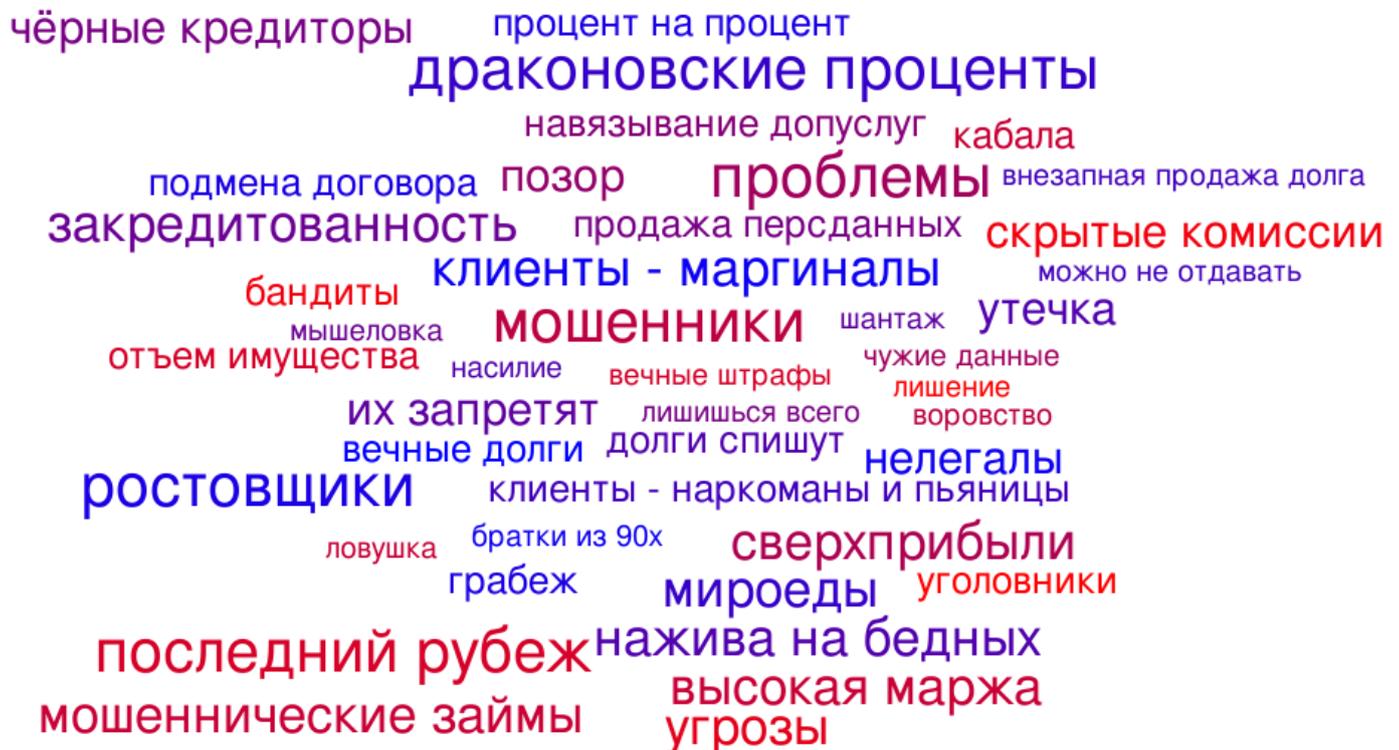
Здоровому развитию микрофинансирования в России мешают многочисленные мифы, которыми овеян рынок. Тезис этот не нов, однако, к сожалению, несмотря на всеобщее понимание проблемы, именно "мифология" по-прежнему лежит в основе всех видов барьеров - правовых, инфраструктурных, финансовых и других. Иными словами, несмотря на то, что природа и источники "живучести" мифов могут существенно различаться, именно они и выступают основным риском ужесточения регулирования, а потому основным фактором краткосрочности планирования для большинства участников рынка.

Безусловно, в основе сложившегося негативного имиджа, к сожалению, лежат реальные случаи серьезных и регулярных нарушений прав потребителей финансовых услуг и использования недобросовестных практик со стороны кредиторов. В первые годы становления рынка. примеров было огромное множество, и все они влекли за собой острую социальную реакцию, которая, в конечном счете, запустила механизм популизма: всё больше политиков и общественных деятелей стали использовать в своих программах и высказываниях МФО как объект для радикальных регуляторных предложений, в том числе не для реальной защиты людей, а с целью набора электоральных очков. Результатом стал ярко выраженный "нашатырный шлейф", преследующий рынок как в информационном пространстве, так и в массовом сознании граждан.

С течением времени, благодаря планомерной работе регулятора по очищению рынка и активной позиции компаний, пришедших работать "всерьез и надолго", ситуацию с реальным положением дел удалось переломить, и количество "горячих новостей" про МФО постепенно начало уменьшаться. А работа специалистов по коммуникациям позволила наполнить информационное пространство новостями о достижениях рынка, сделавшими долю негативных публикаций о нем минимальной за многие годы.

Однако, к сожалению, этого оказалось недостаточно. Более того, часть мифов "старого времени" не только перешли в следующий этап становления рынка, но и трансформировались в новые.

Облако мифов о микрофинансировании и МФО:



С учетом вышеизложенного, к источникам возникновения и "живучести" мифов о микрофинансировании и МФО можно отнести:

- популизм представителей политических движений и ряда "защитников" прав потребителей, не проводящих анализ или скрывающих результаты анализа эффективности и последствий предлагаемых ими мер;
- недобросовестные практики участников рынка, стремящихся максимизировать доходность операций (в том числе и в связи с необоснованными рисками ужесточения законодательства и регулирования, что порождает замкнутый круг);
- нарушения законодательства как профессиональными участниками рынка, так и нелегальными кредиторами (последние особенно активны в последние годы в связи с низкой эффективностью мер, направленных на пресечение их деятельности).

Категоризация мифов позволяет определить не только то, как они воспринимаются разными аудиториями, но и поведенческое отражение этого восприятия, то есть конечную "реакцию".

Так, **для потребителей** услуг МФО характерно чувство стыда и даже вины за использование продукта, они часто скрывают факт обращения в микрофинансовую организацию и зачастую испытывают беспокойство на всем сроке действия договора, вызванное "додумыванием" возможных последствий взаимодействия (что особенно характерно для клиентов, у которых ранее отсутствовал опыт получения микрозаймов или опыт был негативным).

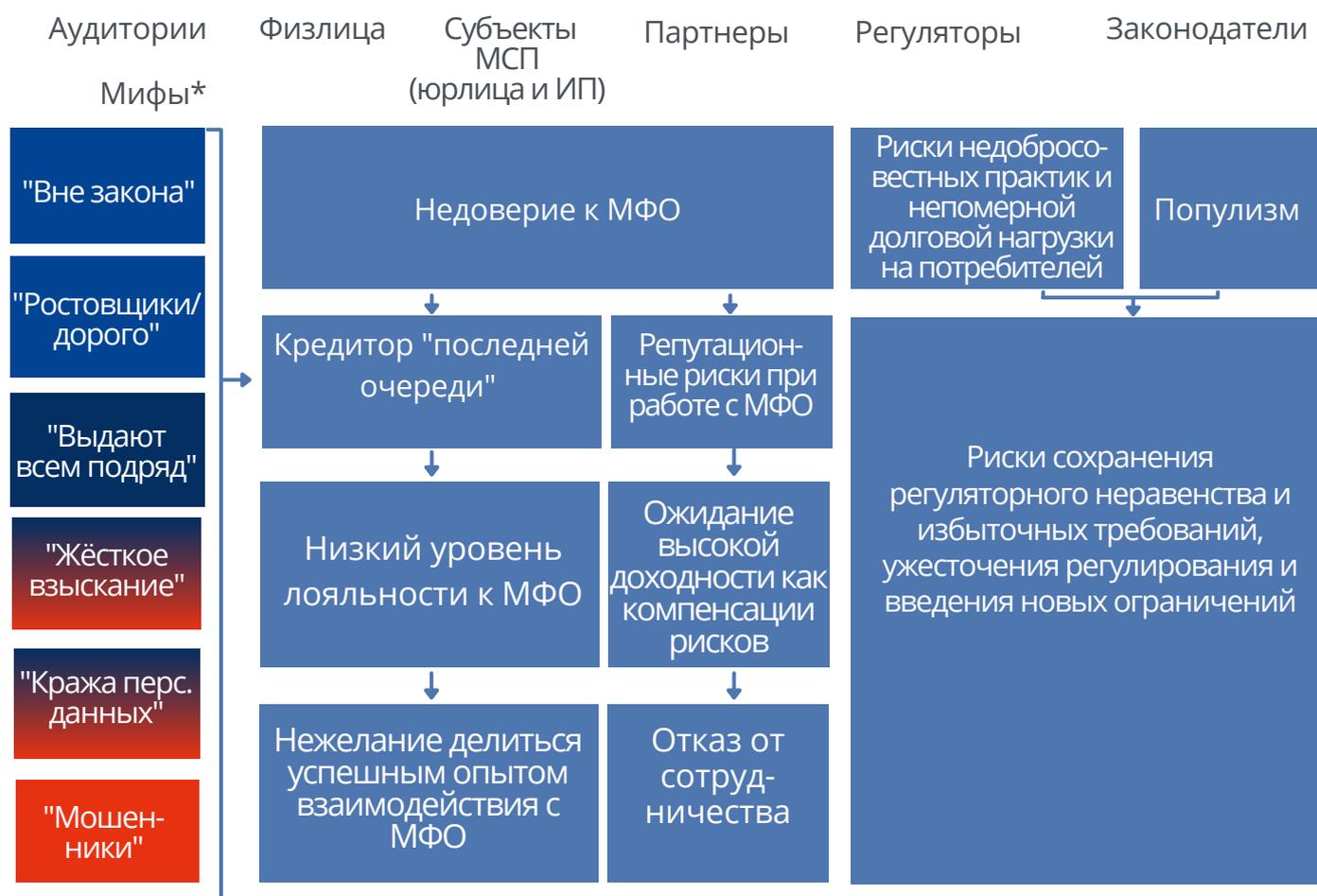
Регулятору достаточно сложно предпринимать меры по развитию микрофинансирования в виду давления со стороны общественного мнения и властей. Следствием чего и становятся в большинстве своем случаи ужесточения регулирования (в том числе избыточного), направленные на снятие или снижение социального напряжения.

Что касается **представителей властей**, то изменение правового поля для рынка для них является не только объективным следствием планомерной работы по его очищению, но и, к сожалению, логичным инструментом электоральной борьбы. При понимании специфики работы финансового рынка в целом и последствий, к которым могут привести те или иные шаги, они выбирают путь, аналогичный действиям регулятора, - изменение правового поля для защиты прав потребителей и снижения социальной напряженности. Однако нередки случаи политического экстремизма, для которого характерен максимальный популизм, во главе угла которого стоит тезис о том, что "МФО не имеют права на существование" (с предложениями о запрете деятельности и повсеместном списании долгов заемщиков).

Прямым следствием давления мифов **на партнеров - инвесторов и кредиторов** - является неготовность предоставлять фондирование. В лучшем случае и те, и другие будут ожидать крайне высокую доходность, объективно не соответствующую действительности. И здесь также кроется целая череда негативных последствий. Например, что касается **кредиторов**, они готовы к партнерству только на условиях высокой стоимости.

Барьеры для роста бизнеса и действия СРО

Аналогичные последствия для МФО несут мифы и в части взаимодействия с иными **партнерами - вендорами, компаниями, обеспечивающими инфраструктуру**. Нежелание развивать партнерство с МФО, чтобы "не запятнаться", и ожидание недолгосрочности сотрудничества (в лучшем случае) также подталкивают многих из них к предложениям по завышенной стоимости.



*"Основы" мифов:

- Популизм;
- Недобросовестные практики;
- Нарушение законов.

Ключевая миссия СРО "Мир" по отношению к МФО

Ключевая миссия СРО "Мир" по отношению к МФО тоже заключается в обеспечении доступности - регуляторной и инфраструктурной. Иными словами, она состоит в том, чтобы обеспечить добросовестным участникам рынка комфортную среду для ведения бизнеса.

В этой связи **главными на заявленный период должны стать действия, направленные:**

- на улучшение имиджа бизнеса МФО;
- на повышение качества конкурентной среды на рынке за счет его дальнейшего очищения от компаний, нарушающих законодательство или нормативные акты или формально исполняющих его, но использующих в своей деятельности недобросовестные практики;
- на изменение регулирования: минимизация барьеров и развитие стимулирующего регулирования;
- на обеспечение развитой инфраструктурной среды для развития бизнеса МФО.

Действия, направленные на улучшение имиджа бизнеса и повышение качества конкурентной среды

Снижение рисков ужесточения законодательства и регулирования возможно только через развенчание мифов, которое не должно сводиться всего лишь к публичным выступлениям "в защиту", но которое предполагает:

- развитие информационной открытости сектора;
- борьбу с недобросовестными практиками;
- недопущение нарушений микрофинансовыми организациями.

Каждое из этих направлений деятельности требует значительных усилий и ресурсов как МФО, так и СРО МФО. Но только через системную и совместную работу всех профессиональных кредиторов, ориентированных на долгосрочное присутствие на рынке, возможно снижение риска "краткосрочности" самого вида бизнеса.

Развенчание мифов

Информационная открытость	Продвижение лучших практик и борьба с недобросовестными практиками	Недопущение нарушений регулирования и законодательства
<ul style="list-style-type: none">• Аналитические обзоры по регулярной отчетности МФО и опросам участников рынка;• Развитие финансовой и правовой грамотности пользователей услуг;• Регулярные обзоры по итогам опросов пользователей услуг МФО (NPS, CSR и др.);• Регулярные обзоры на основании обращений потребителей услуг МФО в СРО "Мир".	<ul style="list-style-type: none">• Реестр лучших практик взаимодействия с пользователями услуг МФО;• Реестр недобросовестных практик ведения бизнеса и взаимодействия с пользователями услуг МФО;• Рабочая группа СРО "Мир" по анализу бизнес-практик участников рынка;• Анализ публикаций в СМИ и соцсетях по взаимодействию МФО с пользователями их услуг.	<ul style="list-style-type: none">• Развитие внутренних и базовых стандартов;• Ограничение допуска на рынок лиц, ранее руководивших организациями, исключенными из реестра Банка России;• Развитие и усиление контрольно-надзорной деятельности СРО "Мир".

Действия, направленные на изменения в регулировании

Изменения в законодательстве и регулировании нарастают все предыдущие годы и продолжают нарастать, как снежный ком. Однако совсем без преобразований нет движения и невозможно представить себе развитие бизнеса. Весь вопрос в том, какими они должны быть?

Как уже было сказано, зрелое саморегулирование наступает тогда, когда у рынка есть свое четкое понимание того, куда необходимо двигаться, в т. ч. и в правовых вопросах. А значит, в ближайшее время ему предстоит определиться - остаться на реактивной позиции, предлагая разрозненные поправки и реагируя на предложения властей, или занять проактивную позицию и самим участникам постараться систематизировать разрозненные поправки и предложить программу изменений, направленных на развитие бизнеса?

Основные изменения законодательства в сфере микрофинансирования за последние 10 лет:

- 2011 г. - вступление в силу Федерального закона № 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях";
- 2014 г. - вступление в силу Федерального закона № 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)";
- 2015 г. - вступление в силу ограничения полной стоимости кредита\займа (ПСК);
- 2016 г. - вступление в силу разделения МФО на МФК и МКК;
- 2016 г. - вступление в силу Федерального закона № 223-ФЗ "О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка";
- 2016 г. - первичное ограничение предельного размера долговых обязательств заемщика перед МФО (т. н. "иксы") 4-кратным размером суммы займа;
- 2017 г. - ограничение предельного размера долговых обязательств заемщика перед МФО 3-кратным размером суммы займа;
- 2017 г. - вступление в силу Федерального закона № 230-ФЗ "О защите прав и законных интересов физических лиц при осуществлении деятельности по возврату просроченной задолженности и о внесении изменений в Федеральный закон "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях"
- 2019 г. - первичное ограничение максимального размера дневной процентной ставки по займу - 1,5% в день;
- 2019 г. - ограничение предельного размера долговых обязательств заемщика перед МФО 2,5-кратным размером суммы займа (с 28.01 по 30.06) и 2-кратным размером суммы займа (с 01.07 по 31.12);
- 2020 г. - ограничение максимального размера дневной процентной ставки по займу - 1% в день (365% в год);
- 2019 г. - ограничение предельного размера долговых обязательств заемщика перед МФО 2,5-кратным размером суммы займа (с 28.01 по 30.06) и 2-кратным размером суммы займа (с 01.07 по 31.12);

- 2020 г. - ограничение максимального размера дневной процентной ставки по займу - 1% в день (365% в год);
- 2020 г. - ограничение предельного размера долговых обязательств заемщика перед МФО 1,5-кратным размером суммы займа;
- 2020 г. - "кредитные каникулы": возможность получить "перерыв" по платежам до 6 месяцев с 04.04 по 30.09;
- 2020 г. - "исполнительные каникулы" - рассрочка до 2 лет по исполнительно-му производству с 20.07 по 30.09;
- 2020 г. - увеличение минимально допустимого размера собственных средств (капитала) МКК с 10 тыс. до 1 млн руб.;
- 2021 г. - увеличение минимально допустимого размера собственных средств (капитала) МКК до 2 млн руб.;
- 2021 г. - запрет на взаимодействие с третьими лицами без их личного согласия;
- 2021 г. - присвоение УИД всем договорам кредита\займа;
- 2021 г. - тестирование неквалифицированных инвесторов;
- 2021 г. - 14-дневный период охлаждения для всех дополнительных услуг (с 30.12).



**- Нужны ли ещё изменения?
- Какие?**

Изменения в регулировании

Категоризация существующих в регулировании барьеров и анализ их влияния на различные бизнес-модели МФО позволяет систематизировать существующие предложения и сделать их основой для новых мер, предлагаемых СРО "МИР".

Неоднократно выдвигавшиеся рынком и обсуждаемые на самых различных площадках предложения можно отнести к четырем основным категориям:

- преодоление ограничений, непропорциональных рискам, присущим деятельности;
- преодоление избыточных (повторных) ограничений, не создающих дополнительной ценности ни для бизнеса, ни для потребителей;
- преодоление ограничений, создающих неравенство МФО перед другими участниками рынка, осуществляющими ту же деятельность по кредитованию физических лиц или субъектов МСП;
- устранение регуляторного арбитража (в т. ч. в части урегулирования уже существующих на рынке и только приобретающих массовый характер практик ухода от основных требований к профессиональным кредиторам для обеспечения защиты прав потребителей финансовых услуг).

	Беззалоговые офлайн-займы физлицам	Беззалоговые онлайн-займы физлицам	POS-займы физлицам	Залоговые займы физлицам	Займы субъектам МСП
Регулирование займов	Типологизация займов ("микро" и "иные") и связанные с этим требования				
			Регулирование рассрочки "вне" 353-ФЗ	Ограничения по размерам займов Ограничения по возможным залогам Регулирование "возвратного лизинга" "вне" 353-ФЗ	
Идентификация	Ограничения при упрощенной идентификации				
Доступ к данным	Ограничения на доступ к данным государственных информационных систем				
Взыскание	Ограничения на взыскание, оборот и списание долгов				
Финансы	Ограничения по бухгалтерскому учету и налогообложению				
	Ограничения при расчете экономических нормативов				
	Ограничения на взаимодействие с инвесторами				

● Непропорциональное регулирование

● Регуляторное неравенство

● Избыточное регулирование

● Регуляторный арбитраж

Примеры приведены в Приложении 2 к настоящей Стратегии действий.

Таким образом, только выстроив систему постоянного анализа законодательства, регулирования и надзорной практики, а также обращений потребителей услуг МФО, можно идти к минимизации регуляторного неравенства и устранению избыточных требований, создающих у участников рынка риски "краткосрочности" бизнеса.

Такой анализ потребует значительных ресурсов участников рынка и СРО "МИР". Однако только через смену подхода к предлагаемым изменениям - от "мы хотим" к "мы за стимулирование долгосрочного бизнеса",- возможно расширение пропорционального и стимулирующего развитие микрофинансирования регулирования".

Пропорциональное регулирование, стимулирующее развитие бизнеса

Регулирование, пропорциональное рискам, и стимулирующее использование лучших бизнес-практик и цифровых технологий*

- Развитие регулирования, пропорционального рискам деятельности и объемам операций вне зависимости от типа субъекта деятельности.
- Стимулирование внедрения лучших бизнес-практик взаимодействия с пользователями финансовых услуг через использование в надзорной деятельности их "обратной связи".
- Стимулирование внедрения цифровых технологий и пользования данными ГИС через установление более "мягких" ограничений к МФО (при их использовании).

Минимизация регуляторного неравенства и устранение избыточных требований

- "Регуляторное неравенство"* - не создающее дополнительной ценности для пользователей услуг ограничение деятельности МФО по сравнению с другими МФИ или КО.
- "Избыточные требования"* - это не несущие дополнительной ценности для потребителей услуг требования законодательства и/или регулирования, дублирующие друг друга.

Постоянный анализ законодательства / регулирования / надзорной практики и обращений пользователей и поставщиков услуг

*Подробное изложение примеров приведено в Приложении 2 к настоящей Стратегии действий .

Обеспечение развитой инфраструктурной среды для бизнеса МФО - доступ к технологиям и данным

Без постоянно технологического прогресса микрофинансовое достаточно быстро не просто уступит конкурентные позиции, но и перестанет эффективно выполнять свою основную функцию - обеспечение финансовой доступности.

Избежать этого можно за счет роста количества доступных участникам рынка технологических инструментов и "глубины" их использования. При этом даже беглый анализ существующих инфраструктурных проектов и решений, к сожалению, показывает причины, по которым использование МФО таких проектов и сервисов до сих пор не стало массовым.

Барьеры для развития, а также получения МФО доступа к технологиям и данным:

Проекты	Барьеры для МФО	Сроки внедрения	Отдача
ЕСИА	Стоимость подключения	Приемлемые	Высокая
СМЭВ / ГИС	Стоимость подключения	Долго	Нет данных
Система Быстрых Платежей (СБП)	Тарифы	Быстро	Нет данных
Единая Биометрическая Система (ЕБС)	Стоимость подключения	Долго	Нет данных
Маркетплейс	Вне проекта	Неприменимо	Неприменимо
Цифровой профиль	Стоимость подключения	Долго	Нет данных
Цифровое исполнительное производство	Стоимость подключения	Очень долго	Нет данных

Именно поэтому одним из основных направлений деятельности СРО "Мир" и должно быть повышение доступности технологий для участников рынка, что позволит не только расширить инфраструктурную среду, но и сделать ее качественнее и комфортнее для МФО.

Цель СРО "Мир": обеспечение доступности технологий для бизнеса МФО

- 
- Вовлечение МФО в обсуждение Проектов и необходимых изменений в регулировании.
 - Обеспечение допуска и участия МФО в Проектах с первых дней их реализации.
 - Продвижение результатов Проектов среди МФО.
 - Поиск и продвижение платформенных сервисов (BaaS и SaaS) среди МФО.
 - Продвижение регулирования, стимулирующего использование цифровых технологий.

Заключение

Результатом принятия настоящей Стратегии действий станет разработка до конца текущего года Дорожных карт по всем описанным ключевым направлениям деятельности СРО "Мир" и дальнейшее их исполнение.

В связи с этим СРО "Мир" предлагает участникам публичного экспертного обсуждения доклада определить инструменты совершенствования саморегулирования для исполнения обозначенных целей, которые могли бы способствовать развитию микрофинансового рынка и позволили бы повысить качество оказываемых МФО услуг. Предложения и замечания необходимо направить на электронный адрес strategy@nrmir.ru в срок до 19 ноября 2021 г.

Контакты:

107078, г. Москва, Орликов переулок, д. 5, стр. 1,
этаж 2, пом. 11;

телефон: +7 (495) 258-87-05;

электронная почта: info@nrmir.ru

