У кэптивного банка нет цели, только путь

Но этот путь может указать цель



Текст
ЯНА ШИШКИНА,
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР **«Б.О»**

Автором кодекса чести самурая «Бусидо» можно назвать **Ямамото Цунэтомо,** самурая и философа начала периода Эдо (1603–1868). Высказанные им мысли положили основу кодекса воина «Хагакурэ», в XX веке он стал известен как «Бусидо», буквально — «путь воина».



Невероятной была история одного из просветителей «страны самураев» русского священника **Николая Японского** (в миру **Иван Дмитриевич Касаткин**), именуемого в Японии Николаем-До, который за 52 года служения в этой стране во второй половине XIX и начале XX века создал поместную Японскую Церковь, насчитывавшую более 30 тыс. человек. Проповедь христианства в Японии долгое время каралась смертной казнью, об этом есть очень непростой для зрителя фильм **Мартина Скорсезе** «Молчание» (2016 год).

Значительно позднее в другом месте, в других обстоятельствах и совсем на другую тему мы были свидетелями начала публичного дискурса, который открыл глава Альфа-Банка **Владимир Верхошинский.** На панели ПМЭФ летом 2024 года он поспорил с управляющим директором Ozon **Сергеем Беляковым** и гендиректором Wildberries **Татьяной Бакальчук** о несправедливой, на его взгляд, конкуренции банков и торговых маркетплейсов в области финтеха. По словам банкира, система, при которой усиленный контроль и требования к текущей работе касаются только системно значимых банков, создает риски для всей отрасли. Глава Альфа-Банка привел данные, согласно которым многие клиенты выбирают банки марткетплейсов для расчетов просто из-за наличия больших скидок по покупкам в этих маркетплейсах. «83% клиентов хотят идти в Озон банк, потому что там есть скидка — это чистой воды ценовая дискриминация. <...> Справедливо это или нет, сложно сказать, мне кажется, если не букве, то духу закона это противоречит, еще противоречит правилам платежных систем», — продолжил банкир. И действительно, кэптивный банк может позволить себе такие щедрые маркетинговые ходы в программе лояльности, при этом работая в убыток, который покрывает огромный по сравнению с ним материнский маркетплейс.

Казалось бы, при чем тут исторические параллели с темой свободы вероисповедания азиатского региона последних столетий? Я какие-то параллели вижу, но не настаиваю, что они абсолютно явные. Однако если пофантазировать, то путь всех финтехов — это путь отчасти новых самураев, отчасти новых миссионеров. Они сталкиваются с разными трудностями, им могут противостоять не только сам высококонкурентный рынок, устоявшиеся старые бизнес-модели, а еще и косность мышления и административные возможности стейкхолдеров этого рынка. И способность увидеть и признать новое, не мешать ему, честно дать возможность идти рядом и обгонять — это черта сильного игрока, настоящего самурая.

А меж тем по итогам рэнкинга «Интерфакс-100» за 2024 год кэптивные банки трех крупнейших российских торговых маркетплейсов — Ozon, «Яндекс Маркет» и Wildberries — вошли в топ-100 российских кредитных организаций по размеру активов и расположились по этому показателю на 36-й (Озон банк), 58-й (Яндекс банк) и 90-й (Вайлдберриз банк) позициях. За три-четыре года эти прежде всего расчетные банки зарекомендовали себя как весьма серьезные игроки финансового рынка, которых стали побаиваться уже классические универсальные. Они повышают градус конкуренции, что можно только приветствовать, считают эксперты (см. материал обозревателя «Б.О» **Светланы Орловой** «Маркетплейсам поставили банки»). Куда выведут пути новых финтех-самураев, мы узнаем уже скоро. Ждать столетий здесь уже не нужно, можно просто читать «Банковское обозрение». **Б.О**

