



Открытые API в финтехе. Как рынок выигрывает от доступа к данным

Сергей Михайленко,
Лидер Sber API, Сбербанк

Почему разговор про открытые API важен?



**Две трети компаний
генерируют выручку
за счёт API.**

**43 % компаний получают
от API около четверти
дохода.**

Кто и зачем открывает API?



Тип компании	Категории сервисов API
Финансы и банки	Платёжные операции, управление счетами, переводы, кредитный скоринг
Электронная коммерция	Каталог товаров, управление заказами, ценообразование, отзывы
Социальные сети	Доступ к профилям, постам, сообщениям, аналитика пользователей
Геоинформационные сервисы	Карты, маршруты, геокодирование, навигация, точки интереса
Облачные сервисы/SaaS	Хранение данных, вычисления, аутентификация, аналитика
Транспорт и туризм	Поиск и бронирование билетов, предложения по отелям, расписания
Маркетинг и аналитика	Сбор и анализ данных, рекламные кампании, отслеживание конверсий
Медиа и развлечения	Потоковое видео, музыка, управление пользователями, рекомендации
Погодные сервисы	Прогноз погоды, исторические данные, погодные предупреждения

- ✓ Формирование открытой экосистемы
- ✓ Рост пользовательской базы за счёт сторонних сервисов
- ✓ Увеличение доходов через платные интеграции
- ✓ Создание новых каналов продаж
- ✓ Улучшение пользовательского опыта

Как монетизируются API?



Основные модели монетизации

Pay-as-you-go

Оплата по факту использования, как правило, с тарифом за одну транзакцию.

Subscription

Рекуррентный платеж за использование API, обычно ограничен количеством вызовов.

Freemium

Бесплатная базовая версия с ограниченным набором функций. Расширенные инструменты платные.

Также встречаются

Тарифные планы

Несколько тарифных планов, различающихся по лимитам на транзакции и функциям.

Revenue sharing

Получение комиссии за использование API через партнёрскую интеграцию.

Плата за транзакцию

Оплата за совершённую операцию. Может включать в себя несколько запросов API.

Тарификация от ценности





Стоимость зависит от влияния, которое оказывает API на клиента.

Одноразовые платежи

Разовая плата за подключение к API.

Международный рынок



Компания	Тип бизнеса	Основные функции API	Модель предоставления API
 Stripe PayPal Square	Баas-платформа Платёжная система Платёжный провайдер	Платежи, эмиссия карт, подписки, транзакции Платежи, возвраты, выставление счетов Онлайн- и офлайн-платежи, POS, бухгалтерия	Freemium (комиссия с транзакций) Freemium / платно за объёмы Freemium с платными расширениями
 TrueLayer Tink (Visa) Revolut	Open Banking / Baas Open Banking / Baas Банк	Доступ к банковским счетам, инициирование платежей Финансовая агрегация, платежи, анализ рисков Переводы, валютные операции, счета	Платно с бесплатным лимитом Платно Частично платно
 Ant Group Lufax	Платёжный гигант Онлайн-кредитование	Платежи (Alipay), микрофинансирование, кредиты Кредиты, инвестиции	Платно Платно
 Razorpay Paytm Cashfree	Платёжный провайдер Мобильные платежи / Банк Платёжное решение	Приём платежей, управление счетами, счета Платежи, переводы, кредитование Платежи, массовые выплаты (mass payouts)	Freemium с платными тарифами Freemium / платно Freemium с платными пакетами

США и Европа

Предлагают Freemium-модели.

Китай и Индия

Часто предлагают платный API, так как ориентированы на корпоративных клиентов и высоконагруженные системы.

Российский рынок



Компания	Тип бизнеса	Модель предоставления API
Сбер	Банк	Бесплатно
ВТБ	Банк	Платно (поддержка)
Альфа-Банк	Банк	Бесплатно
Точка	Банк	Бесплатно
ОТП Банк	Банк	Бесплатно
Т-Банк	Банк	Бесплатно
ЮКасса	Платёжный провайдер	Комиссия с транзакций
CloudPayments	Платёжный провайдер	Комиссия с транзакций
1С-Битрикс	SaaS-платформа	Платно/Freemium
SABU (Тензор)	SaaS-платформа	Платно
WB	Маркетплейс	Бесплатно для селлеров. Платно для партнёров (с 2026 г.)
OZON	Маркетплейс	Бесплатно

Модели монетизации схожи в пределах определённых отраслей и типов решений.

Что платно, а что бесплатно?



Операции, стимулирующие основной бизнес, чаще бесплатны.

Операции по извлечению ценных данных чаще платны

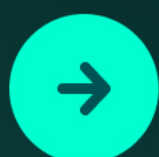
Обычно бесплатно, если:

- увеличивают транзакционную активность;
- служат инструментом привлечения;
- издержки низкие, а монетизация происходит косвенно;
- в рамках freemium-модели.

Обычно платно, если:

- данные или операции имеют высокую ценность;
- сервис ресурсоёмок, требует значительных инфраструктурных затрат;
- отсутствует прямой или косвенный доход;
- целевая аудитория – корпоративные клиенты, готовые платить за качество, SLA и поддержку.

Пример



Stripe или PayPal не взимают плату за использование API как такового, но зарабатывают на комиссии с каждой транзакции.

Непрямые факторы монетизации



Банки рассматривают API не как дополнительный доход,
а как инструмент привлечения



Стимулирование
транзакционной
активности



Привлечение клиентов
через партнёрскую
сеть



Снижение
операционных затрат
на поддержку



Удержание клиента
и увеличение
CLTV

Важно



Принятие решения о бесплатности API требует чёткого финансового обоснования.

Базовая конфигурация



Партнёрские сервисы



Платёжные шлюзы



Преимущества для участников



Покупатель

- Упрощённая оплата через маркетплейс



Поставщик

- Быстрое получение денег



Маркетплейс

- Удержание клиентов за счёт удобства оплаты
- Единое платёжное решение со всеми способами оплаты



Платежный шлюз

- Комиссия платёжного шлюза за транзакции



Банк

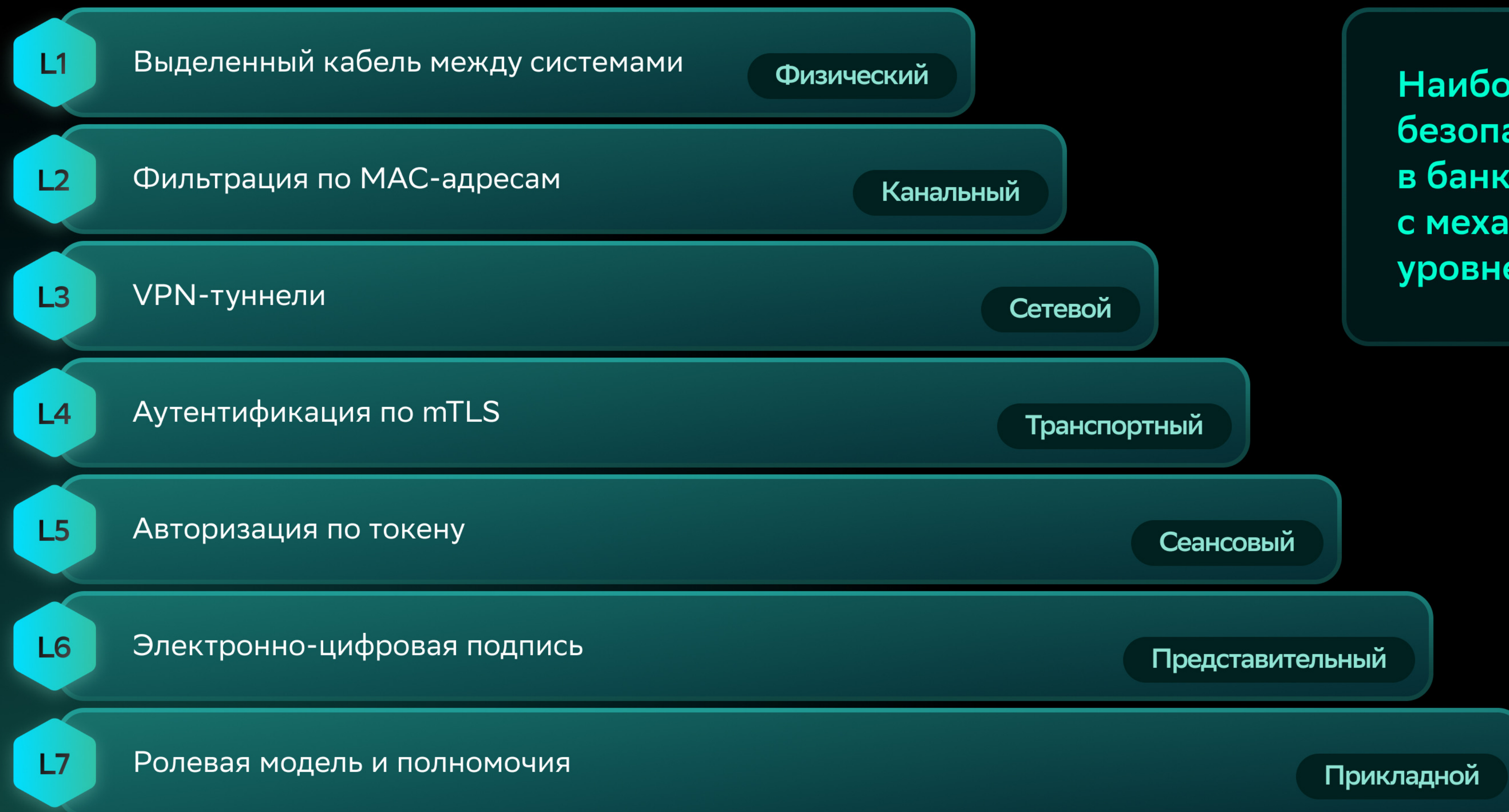
- Привлечение оборотных средств
- Комиссия за обслуживание счёта

Обмениваться безопасно



Поставщики API используют множество способов защиты при передаче данных

Сетевая модель OSI

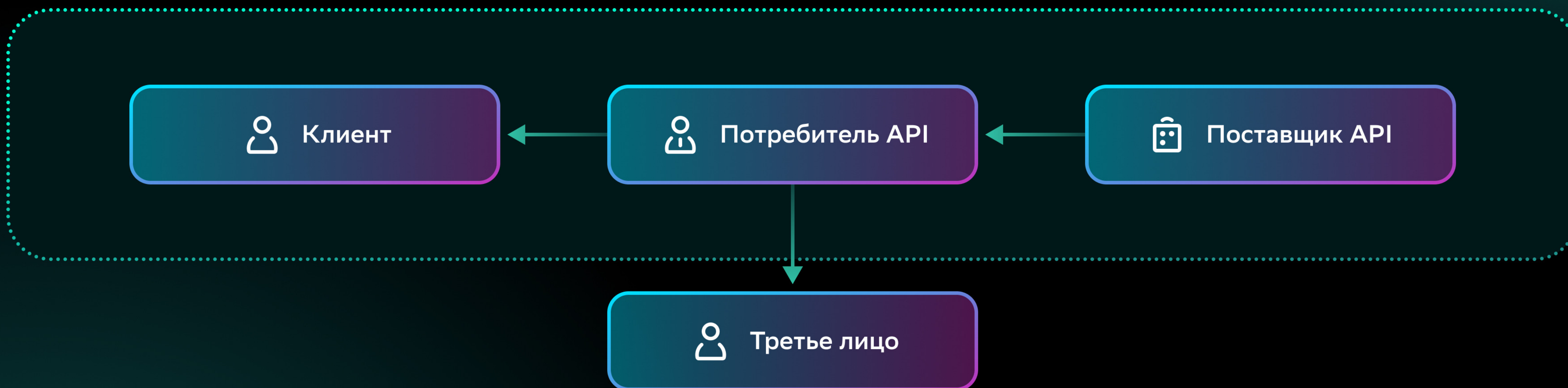


Наибольший уровень безопасности достигается в банковских API с механизмами для всех уровней сетевой модели OSI.

Передавать рискованно



Основной риск информационной безопасности находится за пределами цепочки взаимодействия по API, когда поставщик уже не может физически контролировать дальнейшее распространение данных



Важно



- Невозможно провести аудит механизмов киберзащиты на стороне потребителя API.
- Выбор партнёров должен осуществляться ответственно.
- Риски необходимо закрывать юридическими соглашениями.

Что нас ждёт?



1

**75 % вендоров API-шлюзов
будут иметь функции MCP**

Согласно Gartner's 2025 Software Engineering Survey

2

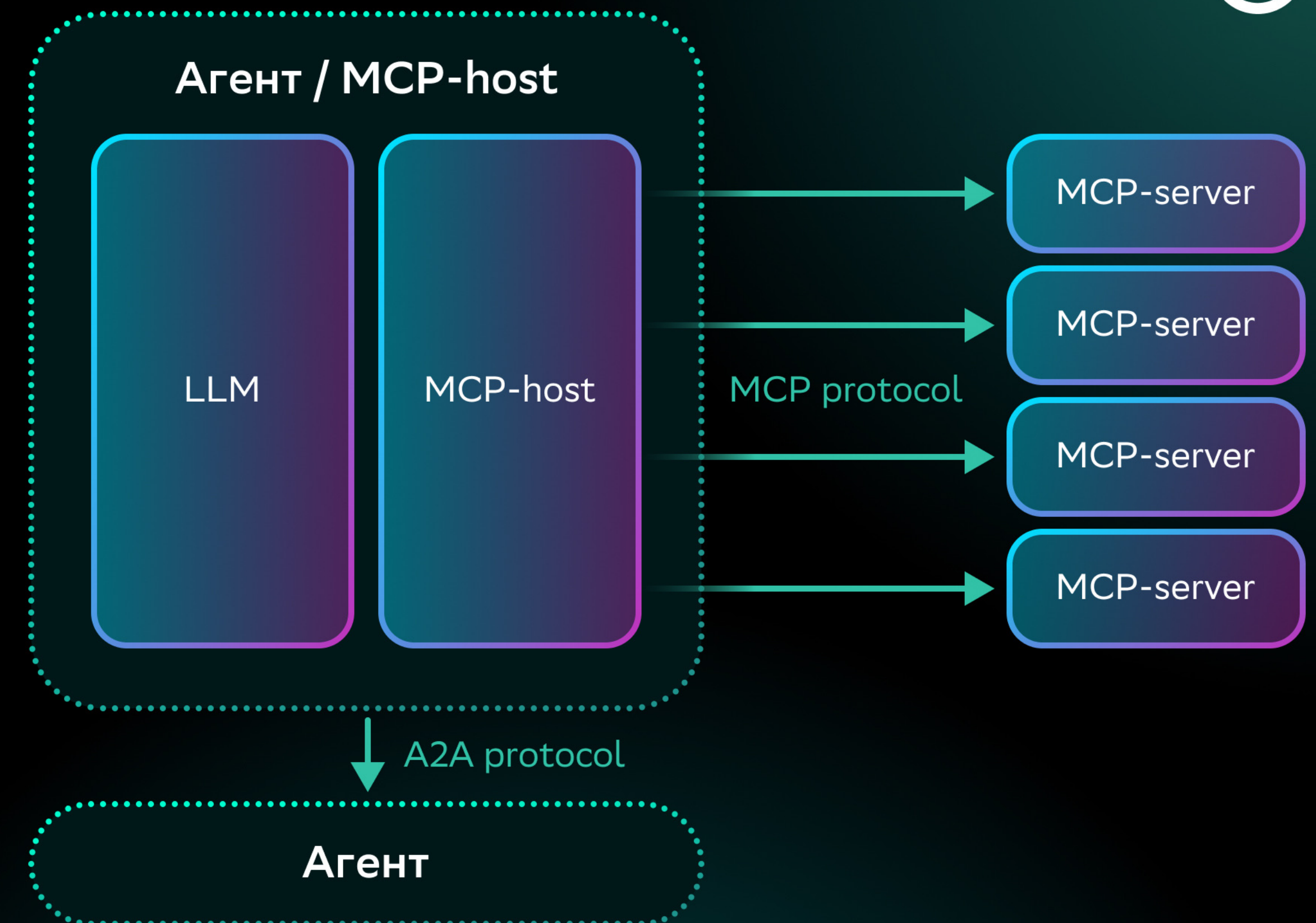
**Трансформация
классических API в AI-native**

Протоколы взаимодействия A2A и MCP

3

**Экспоненциальный рост
частотности API-вызовов**

400 % рост по fintech-API, прогноз на 2025-2027 гг.



Важно



- Контроль за использованием API теряется. ИИ будет определять, что, как и в каких количествах вызывать.
- Переход на модели монетизации, адаптированные под ИИ-нагрузки.

Вызовы в будущем



Как обеспечить необходимый уровень безопасности с увеличением количества новых финтех-решений?

Как сократить издержки на инфраструктуру взаимодействия между системами со взрывным ростом спроса на API?

Единые точки доступа



Агрегатор как рыночный ответ на многообразие провайдеров API и LLM

Для потребителей и разработчиков



- Один контракт
- Единая аутентификация
- Унифицированный биллинг и один счёт

Для провайдеров API



- Новый канал дистрибуции
- Снижение затрат на поддержку

Модель монетизации

Подписка (Basic, Pro, Enterprise) + pay-per-call для премиум-API
Обычно как минимум +5 % к стоимости запроса у провайдера

Зарубежные решения



Российские решения



Варианты действий

Быть агрегируемым

Разместить свои API на платформе
→ новый канал привлечения

Стать агрегатором

Запустить собственную платформу
→ контроль экосистемы

Гибридная модель

Ключевые API — напрямую,
нишевые — через агрегатора

Контактная информация



Сергей Михайленко

Лидер Sber API, Сбербанк

SAMikhaylenko@sberbank.ru

