

ной стороны, дает себя знать урезание инвестиций в информационные технологии, с другой — существенно возрастает спрос на эффективные и низкокзатратные инструменты. Лиза Каниайнен, исполнительный директор ассоциации Mobey Forum, уверена, что мобильные телефоны на данный момент являются основным возможным инструментом для расширения финансовых сервисов, особенно для «небанковского» населения, и этот сегмент представляется защищенным от текущей рецессии. Второй отраслью с неожиданно ускорившимся темпом развития являются традиционные платежи по кредитным картам в интернете. Долгое время такие компании, как «Ассист» и «Хронопэй», предоставляющие эти услуги, довольствовались очень скромным оборотом, в значительной степени приходящими из-за рубежа. Но в последний год на рынок интернет-платежей интенсивно вышли продавцы авиа- и железнодорожных билетов, создав там своеобразный рынок внутри рынка. По словам Геннадия Спирина, генерального директора компании «Ассист», суммарный оборот интернет-процессоров кредитных карт при этом сразу увеличился в несколько раз.

**ЖЕЛАНИЕ ЗАКОНА** Как уже было отмечено, рынок платежных систем в России вступил в стадию зрелости. Это вполне сформировавшаяся с точки зрения технологий и бизнес-моделей отрасль; в ближайшее время можно ожидать ее поступательного развития с постепенным захватом новых территорий и сервисов и медленным переделом зон

влияния. В то же время все участники рынка ожидают от государства, что наконец будут приняты регуляторные решения, которые окончательно легализуют этот рынок.

По словам Артема Генкина, доктора экономических наук и совладельца консалтинговой группы «Аспект», по такому параметру, как законодательное закрепление электронных платежей, Россия значительно отстает не только от Европы, где на протяжении почти девяти лет действует директива ЕС 2000/46 об электронных платежах, но и от ряда стран бывшего СНГ, где приняты регулирующие акты в форме указаний национальных банков. Собственно говоря, в России в целом отсутствует как закон об электронных платежах, так и ясное разграничение между платежом и банковским переводом, что делает ситуацию в этой области весьма неясной с точки зрения закона.

Разумеется, все ЭПС построили правовые модели своей работы в рамках существующих регулирующих норм, например, агентских договоров или электронных чеков, но при существующих оборотах назрела очевидная необходимость в единообразном специализированном регулировании.

Первой ласточкой, хотя и сильно приподнявшейся, станет закон о платежных терминалах, в настоящий момент циркулирующий между Госдумой и Советом Федерации. В этом законе и сопутствующих документах предполагается четко прописать все права и обязанности участников рынка платежных систем, работающих с приемом наличных, процедуры по идентификации клиентов, отчет-

ность и другие существенные моменты. Следующим шагом, вероятно, станет разработка схожего документа для безналичных платежных интернет-систем и мобильных платежей или принятие общего законодательства для всех видов розничной платежной деятельности.

**НЕДОРЕГУЛЯЦИЯ** Значение эффективных законодательных актов для отрасли сложно переоценить. Их разработка и принятие привели бы к повышению комфортности бизнеса для предпринимателей и населения, повысили капитализацию самих платежных компаний-операторов и многочисленных поставщиков товаров и услуг, пользующихся этими сервисами.

Если риски, обусловленные «недерегулированностью» отрасли, присутствуют на рынке электронных платежных систем в течение последних десяти лет, то с проблемой банковских рисков и рисков ликвидности игрокам пришлось серьезно столкнуться только в последний год. Платежные системы полностью опираются в своей деятельности на банки и вследствие этого разделили с финансовыми организациями часть негативных последствий кризиса. Топ-менеджер одной из платежных систем сообщил на условиях анонимности, что его компания в начале года столкнулась с серьезными трудностями после того, как один из банков, в которых она держала клиентские и оборотные средства, начал задерживать платежи. И хотя ЭПС обладают определенным иммунитетом от таких проблем,

поскольку взаимодействуют сразу с несколькими банками, что позволяет разделить риски, подобная ситуация возвращает к вопросу о необходимости частичного разделения банковских и платежных функций.

Электронные платежные системы стали одним из тех высокотехнологических инструментов, о которых в последние годы говорят на всех уровнях вплоть до правительственных: современные, уникальные, созданные в России для россиян, решающие без государственных затрат важные государственные задачи — доступности финансовых услуг, инфраструктурной поддержки крупного, среднего и малого бизнеса, повышения прозрачности рынка. Даже при нынешнем достаточно высоком уровне проникновения ЭПС (прежде всего в крупных городах) перспективы развития рынка для этих систем гигантские. Можно упомянуть такие зарождающиеся направления, как оплата государственных услуг, пошлин и платежей, дальнейшее проникновение банковских инструментов, денежные переводы и множество подобных направлений. Если население малых населенных пунктов получит возможность платить штрафы, транспортный налог и налог на имущество не только через банки, но и с помощью ЭПС, подобные платежи будут быстрее поступать в казну. Остается надеяться, что понимание государством позитивной роли ЭПС и их значимости для пополнения бюджета создаст почву для господдержки данного направления и его дальнейшей интеграции в финансово-платежную систему России. ■

## «ПЛАТЕЖИ С МОБИЛЬНОГО ТЕЛЕФОНА ИЗМЕНИЛИ ИНТЕРНЕТ»

**BUSINESS GUIDE:** Каково вообще состояние отрасли мобильных услуг и как сказывается на ней кризис?



**КИРИЛЛ ПЕТРОВ,**  
УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР  
КОМПАНИИ I-FREE

**КИРИЛЛ ПЕТРОВ:** Отрасль мобильных услуг можно условно разделить на несколько сегментов: мобильный контент (включая игры, музыку, Ringback Tones (RBT), то есть мелодии, заменяющие стандартные «гудки»), мобильные интерактивные сервисы (лотереи, голосования и т.п.), мобильные сообщества и общение, мобильный маркетинг и реклама, мобильная коммерция и микроплатежи.

Наиболее крупными по объемам из перечисленных сегодня являются контент и микроплатежи. За 2008 год рынок вырос с \$600 млн до более чем \$800 млн. Основной рост обеспечили услуги RBT и микроплатежи.

**ВГ:** Кризис сильно влияет на этот рынок?  
**К. П.:** Безусловно, влияет, однако его воздействие неравномерно. Население стало экономить на мобильной связи, что выражается в меньших суммах для пополнения мобильных счетов. Это значит, что у абонентов теперь меньше остатки на счетах и меньше денег, которые они могут спонтанно потратить на услуги. Как результат — определенное снижение спроса на рынке мобильного контента. С другой стороны, мобильные микроплатежи как часть рынка мобильных услуг сегодня в первую очередь привязаны к рынку интернет-услуг — основная их доля используется для оплаты контента и сервисов в интернете. При этом интернет-трафик сейчас, несмотря на кризис, растет, что означает дополнительный спрос в сегменте микроплатежей. Кроме того, мобильные услуги — очень динамичный сектор рынка. Жизненный цикл многих продуктов составляет здесь от года до двух, технологии постоянно меняются, и всегда есть категории услуг, которые находятся в фазе роста. Подъем этих сегментов происходит высокими темпами, компенсирующими общий спад на рынке. Микроплатежи, равно как и RBT, относятся именно к этим категориям, то есть сам по себе внутренний рост спроса в этих сегментах себя еще не исчерпал.

**ВГ:** Каким был прошлый год для отрасли? Не могли бы вы кратко перечислить основные достижения?

**К. П.:** Рынок микроплатежей за 2007–2008 годы фактически сформировался и достаточно сильно повлиял на интернет в целом. Если до 2007-го основной моделью монетизации интернет-сайтов была рекламная модель, то в позапрошлом году появился простой и понятный метод оплаты за различные интернет-сервисы — платеж с помощью сотового телефона. Это привело к бурному развитию многих сайтов в интернете. Крупные социальные сети, онлайн-игры, казуальные игры, сайты знакомств — все они стали получать существенный доход от конечных потребителей. Сегодня в крупнейших социальных сетях Рунета мобильные платежи за сервисы обеспечивают от 50 до 70% общего дохода; еще 10–15% приходится на иные формы платежей (кредитные карты, электронные платежные системы, терминалы мгновенных платежей). И лишь остальное — доходы от рекламы. Раньше у потребителей не было удобного способа платить за услугу, когда она относительно дешева. Микроплатеж долго и неудобно осуществлять с помощью пластиковой карты (у многих их просто нет), а всякий раз бежать к платежному терминалу, чтобы закинуть деньги для оплаты услуги «Невидимка» в «Одноклассниках» тоже как-то несподручно. Мобильные микроплатежи эту ситуацию кардинально изменили. В итоге этот сегмент вырос с \$70 млн в 2007 году до \$180 млн в 2008-м. И мы ожидаем, что, несмотря на кризис, этот сегмент по итогам текущего года достигнет \$300 млн.

**ВГ:** Каких инноваций можно ждать в сфере мобильных услуг?  
**К. П.:** Рынок мобильных услуг крайне инновационный. Нужно очень быстро бежать, чтобы хотя бы стоять на месте. Поэтому все компании постоянно работают над развитием своих технологий и сервисов. Каждая из них пытается создать все более совершенные платформы мобильных платежей, интегрировать возможности оплаты через другие системы, создать новые механизмы оплаты. Очень актуальными на сегодняшний момент становятся вопросы безопасности. К сожалению, многие сайты и интернет-компании позволяют себе вводить

пользователей в заблуждение, не до конца четко доносить до покупателя содержание услуги и параметры ее стоимости. Впрочем, есть и обратная сторона — некоторые недобросовестные абоненты пытаются разными путями «обойти» биллинговые системы операторов и заплатить деньгами, которых у них на самом деле нет; это явление принято называть «мобильный фрод» (от англ. *fraud* «мошенничество»). Современные системы мобильных платежей развиваются в сторону решения этих проблем.

**ВГ:** Возможен ли передел рынка и появление на нем новых крупных игроков в вашем сегменте?

**К. П.:** В настоящее время рынок мобильных платежей высококонкурентен. Появление на нем новых крупных компаний возможно всегда. Практически в любом сегменте это лишь вопрос затрачиваемых средств и получаемых результатов. В нашем случае конкуренция на рынке настолько острая, что маржинальность этого сегмента крайне низка. Если добавит сюда различные риски, например фрод и нестабильность технических решений некоторых операторов, а также стоимость привлекаемых денег (которая также растет на фоне кризиса), необходимых для поддержания оборотных средств в этом сегменте бизнеса, то вряд ли кто-либо из новых игроков захочет входить на этот рынок. К тому же ему придется инвестировать достаточно много средств в разработку платформ, в команду, знания и в завоевание доверия на рынке. Нужно понимать, что в нашем сегменте вход на рынок не гарантирует, что через год-два ситуация на нем будет такой же. За семь лет работы i-Free на рынке мобильных услуг мы смогли сохранить лидирующие позиции только потому, что хорошо усвоили важное правило: технологии и спрос меняются так быстро, что необходимо все время работать над новыми направлениями и опережать рынок — только тогда можно сохранить на нем сильные позиции.

**ВГ:** Пытаются ли операторы мобильных платежей «откусить» от рынка терминалов, и наоборот?

**К. П.:** Пока не происходит ни того, ни другого. Мы и операторы терминальных сетей присматриваемся друг к другу. Пытаемся найти возможные точки пересечений, подходы к сотрудничеству. Вряд ли мы когда-

либо будем пытаться выходить на рынок платежных терминалов — он уже занят крупными игроками. Между тем каждый из игроков рынка платежных терминалов старается нащупать стратегию, когда сотовый телефон станет инструментом для оплаты самых различных услуг, при этом деньги будут оставаться внутри платежных систем операторов терминалов (либо в аффилированных банках), а не на счетах операторов. Это сделать непросто, так как на долю сотовых операторов де-факто приходится более 90% всех платежей через терминалы. Но это возможно, поскольку комиссия операторов при осуществлении платежей сейчас крайне высока — порой она доходит до 50% за платеж. Разумеется, мы тоже ищем подобные модели, и все же в большей степени пытаемся найти оптимальные модели работы непосредственно с операторами.

**ВГ:** А как развивается конкуренция с платежами через интернет?

**К. П.:** Здесь ситуация неоднозначная. В первых, появление SMS-микроплатежей подтолкнуло сайты к поиску все новых сервисов и возможностей для монетизации. Предложение подобных сервисов сейчас такое, что три года назад «Яндекс.Деньги» о таком даже мечтать не могли. В этом смысле мы им сильно помогли. С другой стороны, на SMS-микроплатежи приходится основная доля микроплатежей в интернете. Разумеется, сейчас можно смотреть на ситуацию так, что мы отъедаем кусок у платежных интернет-систем. Они стараются его перетянуть на себя, что в целом также близко и к желаниям интернет-компаний, поскольку комиссия в платежных интернет-системах гораздо ниже. И рано или поздно, если операторы не снизят размеры комиссии, они этот рынок потеряют. Но есть и третий аспект. Мобильные платежи, если смотреть на них с точки зрения дальнейшего развития, далеко не ограничиваются интернетом. Одно из основных их преимуществ — возможность оплаты в точках продаж. Для этого необходим технологический сдвиг в сторону бесконтактных технологий на базе NFC. И здесь уже конкуренция может происходить с компаниями, выпускающими кредитные и дебетовые карты. Например, в Японии они в этой борьбе проигрывают сотовым операторам и мобильным платежным компани-

ям. NFC — очень интересная и перспективная технология, мы сейчас ею активно занимаемся. Она позволяет оплачивать товары и услуги в любом месте, просто прикоснувшись своим телефоном к считывателю. Но массовой она может стать не ранее, чем через четыре года, а это очень большой срок для нашего рынка.

**ВГ:** Как вы оцениваете российскую регуляторную базу в области электронных платежей и перспективы ее развития?

**К. П.:** С регуляторной средой ничего неожиданного. Традиционно она сильно отстает от развития технологий и появления сервисов. Впрочем, то же самое наблюдается и в Европе, и даже в Японии и Южной Корее. Мы видим отдельные шаги, направленные на формирование законодательной базы в этой сфере. В частности, рассматривается закон «О платежных терминалах», но этого пока недостаточно. Важно ввести понятие микроплатежа, отменить некоторые ограничения для операций в этой сфере, отменить обязательную идентификацию платящего по таким платежам. Это необходимое действие, без которого невозможно говорить о формировании полноценной инновационной экономики, формировании таких важных явлений, как электронное правительство, цифровая дистрибуция и т. п. Более того, с нашей точки зрения, это новшество никак не отражается на общем монетарном регулировании, поскольку объем каждой транзакции жестко лимитирован, — мы говорим, скорее, о замещении оборота наличных денег оборотом электронным. По опыту европейских стран, где понятие облегченный режим регулирования для малых электронных платежей действует уже почти десять лет, последствия таких мер являются существенно позитивными. Вместе с тем вполне логично появление отдельных законодательных актов, позволяющих осуществлять регулирование данных операций для экономики в целом. Для этого могут быть взяты за основу многие положения, принятые Еврокомиссией, возможно введение понятия «платежный оператор». Вряд ли стоит ограничивать данную сферу и считать ее прерогативой исключительно банков, поскольку это может существенно сдерживать темпы развития отрасли.

Беседавал **ВИКТОР ДОСТОВ**