

НЕ ПРЯЧЬТЕ ВАШИ ДЕНЕЖКИ

по данным экспертов, объем рынка денежных онлайн-переводов в рунете, сделанных одними лишь банковскими картами, в 2008 году вырос втрое. А новые электронные платежные системы плодятся быстрее кроликов — последняя из них появилась буквально пару недель назад. почему этот рынок так привлекает новых игроков и есть ли там для них место, пыталась разобраться корреспондент VG.

СВЕТЛАНА РАГИМОВА

УРОЖАЙНЫЙ ГОД Разнообразные системы электронных платежей плодятся с невероятной скоростью. Буквально в сентябре на рынке появилась новая система Uni-Bill, которая работает с банковскими и предоплаченными картами, электронными валютами и мобильными платежами. И обещает партнерам подключение их магазинов за сутки, а также процессинг без риска возврата платежей (chargeback) и мошеннических списаний (fraud). UniBill планирует взимать комиссию только за успешно проведенные транзакции, без дополнительной платы за подключение или абонентское обслуживание. Даже известная финская корпорация собралась запускать услугу Nokia Money. С ее помощью планируется создать полноценный мобильный кошелек, позволяющий оплачивать покупки, переводить деньги, платить за коммунальные услуги и мобильную связь, покупать билеты в кино и на поезд. Запуск сервиса планируется с начала 2010 года, хотя, по мнению экспертов, ощутить на себе прелести Nokia Money россияне смогут только после нескольких лет «обкатки» в развитых странах. Корпорация обещает, что пользоваться услугой будет так же просто, как звонить или отправлять SMS-сообщения. Услуга будет действовать в различных сотовых сетях по всему миру и работать практически на любом мобильном телефоне круглые сутки и из любого места.

Система была разработана совместно с калифорнийской компанией Оборау. В июне Nokia объявила о намерении вложить в нее \$70 млн. Мэри Макдауэлл, исполнительный вице-президент и главный директор по разработкам Nokia, рассказывает, что в мире насчитывается более 4 млрд людей, которые пользуются мобильным телефоном, при этом существует всего 1,6 млн банковских счетов: «Это позволяет говорить о том, что пользование простейшими финансовыми услугами среди пользователей мобильной связи не развито». Поэтому в компании уверены, что новое начинание ждет успех. Системы Оборау уже работают в США и Индии, компания берет комиссию \$0,25 за перевод суммы не более \$1 тыс., за получение денег комиссия не взимается.

ИГРА ВСЛЕПУЮ На сегодняшний день рынок систем электронных платежей весьма закрытый: мало кто из игроков раскрывает свои показатели, поэтому составить хоть сколько-нибудь адекватную картину распределения сил в денежных или количественных показателях не представляется возможным. Точно известно то, что в России среди систем лидируют WebMoney и «Яндекс.Деньги». По подсчетам «Финам», у первой системы 69% рынка, у второй — 20%. MoneyMail занимает около 5%, десяток остальных — еще 6%.

MoneyMail, принадлежащая холдингу «Финам», долгое время являлась партнером Mail.ru. Весной Mail.ru прекратила партнерство и в августе объявила о создании собственной платежной системы. Сейчас основным средством для ввода денег в систему являются терминалы QIWI. Также пополнять счет в Деньги@Mail.Ru можно через любой банк. В ближайшее время появится поддержка кредитных карт и терминалов других компаний.

СОБСТВЕННЫЙ СЕРВИС ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ АНОНСИРОВАЛА ДАЖЕ ФИНСКАЯ КОРПОРАЦИЯ NOKIA. ЕГО ЗАПУСК ПЛАНИРУЕТСЯ ОСУЩЕСТВИТЬ В НАЧАЛЕ 2010 ГОДА

Аркадий Глазов, руководитель отдела маркетинга «Личного кабинета QIWI» комментирует: «В последнее время рынок СЭП развивался хорошим темпами, потому нет ничего удивительного, что на него выходят все новые и новые игроки. Но есть ли на рынке место для новых систем? Да, есть. В интернете появляется все больше новых пользователей, на привлечение которых и может рассчитывать Mail.ru за счет огромной популярности своего ресурса. Но этот процесс не будет быстрым и Mail.ru будет очень трудно добиться взрывного роста». Кроме того, господин Глазов напоминает, что запуск новой платежной системы — это огромная работа по заключению договоров с провайдерами услуг, налаживанию канала пополнения, привлечению пользователей.

Вице-президент Mail.ru Анна Артамонова признает, что электронных платежных систем на рынке существует немало. «Но это вовсе не означает, что сегмент уже насыщен и не готов принять новых сильных игроков», — добавляет она. — Далеко не все российские пользователи сети сейчас работают с электронными деньгами, а если учесть, что в стране еще и постоянно растет уровень интернет-проникновения, становится очевидным, что только за счет новых пользователей (не говоря уже о конкуренции с другими проектами) новая платежная система может занять хорошие позиции».

Анна Артамонова считает, что у Mail.ru позиции выигрышные и даже если проектом Деньги@Mail.Ru на первых порах будет пользоваться только аудитория этого сайта, он станет очень заметным на рынке. Сейчас на Mail.ru приходит больше 50 млн человек в месяц. Для привлечения внимания своих посетителей компания собирается интегрировать Деньги@Mail.Ru со всеми остальными сервисами. В данный момент с помощью этого средства можно платить за дополнительные возможности в мини-играх на Игры@Mail.Ru, проектах Драйв@Mail.Ru, Жуки@Mail.Ru, «Кристалл вечности», Рассылки@Mail.Ru, услуги связи в инстант-мессенджере «Mail.Ru Агент». «Причем благодаря сотрудничеству Деньги@Mail.Ru с другими игроками рынка пользователи Mail.ru могут оплачивать ряд функций на портале средствами «Яндекс.Денег» или WebMoney, не тратя время на конвертацию — мы считаем это сильным конкурентным преимуществом», — сообщает госпожа Артамонова. В компании не считают кризис помехой, ссылаясь на то, что люди как покупали, так и продолжают покупать. При этом СЭП не заставляет людей тратить больше, а, наоборот, позволяет платить удобнее, сберегая время, силы, нервы. А часто и дешевле, так как многие товары и услуги в сети можно купить выгоднее, чем в оффлайне. «Так что СЭП в кризис не только не потеряли актуальность, скорее она даже выросла», — уверена госпожа Артамонова.

НЕ БОИМСЯ МЫ ВОЛКА И СОВЫ В самый разгар кризиса, осенью прошлого года, в России появилась другая система электронных платежей — WebCreds. В начале года компания запустила массовую рекламную кампанию, которую аналитики, правда, не могли назвать успешной: она никак не стимулировала пользователей к

активному подключению к системе. Но компания продолжает свою деятельность и планирует совершить новый рынок в погоне за лидерами. Генеральный директор WebCreds Илья Абуда считает, что рынок электронных денег является одним из самых привлекательных в России. И отмечает, что вполне естественно появление новых игроков. «Привлекательность этого сегмента обусловлена не только тем, что это один из самых динамично развивающихся рынков сегодня, но и, как ни парадоксально это прозвучит, собственно кризисом», — утверждает господин Абуда. — Для тех компаний, которые сегодня могут позволить себе инвестиции и хорошо понимают конъюнктуру рынка, кризис — это скорее дополнительные возможности, недоступные в период экономического подъема. Когда развитие рынка происходит прежде всего за счет прироста количества новых пользователей, это в определенной степени нивелирует общее снижение покупательской активности. В итоге мы наблюдаем стабильный спрос на услугу, при том что затраты на привлечение одного клиента становятся существенно ниже, ведь кризис — это всегда снижение общей рекламной и бизнес-активности, а значит, тем, кто в этот момент набирает обороты и о цене договориться, и до пользователя достучаться становится значительно проще». WebCreds ориентируется в основном на рядовых пользователей интернета, которые уже попробовали или потенциально готовы использовать электронные деньги для покупки товаров и услуг в личных целях, не для решения бизнес-задач. Чтобы привлечь эту аудиторию, компания старается сделать максимально удобным, понятным и доступным решение двух основных задач — пополнение персонального электронного счета в системе и процесс совершения покупок в интернете. Для решения первой задачи компания предоставляет возможность вносить деньги на счет через терминалы моментальной оплаты без комиссии. Для решения второй задачи WebCreds ушли от стандартных каталогов интернет-магазинов, подключенных к системе, и разработали свой «супермаркет» — единую торговую площадку с товарами от всех партнеров. Господин Абуда обещает, что на этой площадке кроме всего прочего будет доступен широкий набор сервисов, значительно упрощающих покупку, а также гарантирующих безопасность совершения сделки как покупателю, так и продавцу.

На сегодняшний день средний платеж через WebCreds составляет довольно внушительную сумму — 1,5 тыс. рублей. Но каждый пользователь системы совершает всего одну-две транзакции в месяц. В основном через WebCreds платят за мобильную связь, интернет, online-игры, коммерческое телевидение, а также производят переводы на счета других пользователей.

Аркадий Глазов высказывается по поводу новых игроков так: «У каждой заметной на рынке платежной системы есть свое уникальное преимущество. Старейшая система Webmoney первой вышла на рынок и за счет этого завоевала заслуженную популярность. „Яндекс.Деньги“ — это поддержка самого популярного поисковика рунета.

ЛУЧШЕ ПОЗДНО, ЧЕМ НИКОГДА

Кажется, наши соотечественники наконец освоили системы электронных платежей и охотно расплачиваются за покупки через интернет. В сентябре Альфа-банк в отчете «Развитие интернет-платежей в России» рассказал, что объем рынка онлайн-переводов в рунете в 2008 году составил \$6 млрд — имеются в виду лишь покупки, сделанные по банковским кар-

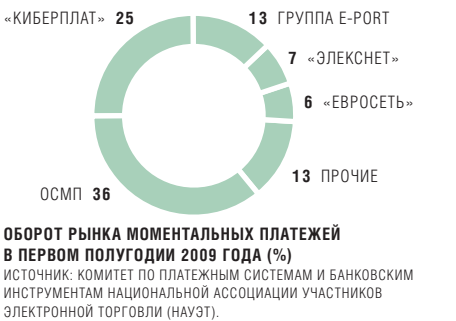
„Личный Кабинет QIWI“ — это поддержка крупнейшей в России терминальной сети. Новичкам будет трудно».

Второй основной игрок на этом рынке компания «Яндекс» невозмутимо воспринимает появление потенциальных конкурентов. Наталья Хайтина, заместитель генерального директора компании «Яндекс.Деньги», считает, что место на рынке есть всегда. «Однако при наличии опытных и сильных игроков на рынок надо приходить или с большими вложениями, или с уникальным предложением», — добавляет она. — Это не гарантирует успеха, но дает шанс занять нишу на рынке и получить его долю». По мнению госпожи Хайтиной, чаще всего новички демонстрируют стандартное предложение «без вкуса и запаха» или же уникальное, но непродуманное по механике предложение, которое в итоге оказывается неработоспособным, например, применительно к большой аудитории. «Встречаются и проекты с большими инвестициями, но без хороших идей. С такой стратегией можно рассчитывать только взять рынок измором», — уверена она. Также представитель «Яндекс.Денег» считает, что кризис ничем не поможет компаниям, которые только-только вышли на рынок электронных платежных систем. «Поскольку нас кризис не затронул, игроков, ослабленных именно под давлением внешних обстоятельств, у которых можно перехватить их долю, не наблюдается», — добавляет госпожа Хайтина. На сегодняшний день в «Яндекс.Деньгах» зарегистрировано свыше 4 млн счетов физических лиц. Ежедневно в системе открывается более 6 тыс. новых счетов. «Яндекс.Деньгами» оплачивают в основном интернет, сотовую связь, игрушки, авиабилеты и т. д. Эта платежная система ориентирована в первую очередь на платежи пользователей за товары и услуги.

Каждый игрок на этом рынке старается выделиться каким-то образом, завоевать доверие своей аудитории. Например, в «Яндекс.Деньгах» существует сервис по привязке банковских карт к счету в электронной платежной системе. Этот сервис позволяет пополнять кошелек под 0%, а кроме того, это дешевый способ вывода средств на банковскую карту: за такой перевод взимается всего 2%. В других системах вывод средств часто затруднен, дорог или вообще невозможен. В «Яндекс.Деньгах» данные банковской карты через интернет не передаются, привязка осуществляется в оффлайне или через систему интернет-банкинга. Правда, список банков, с которыми работает сервис, пока ограничен всего тремя — это Альфа-банк, Русский банк развития и Росевробанк.

В БАГДАДЕ ВСЕ СПОКОЙНО Игроки рынка совсем не раздосадованы финансовым кризисом, а, наоборот, полны оптимизма. «Рынок электронных платежей — один из немногих, которые не пострадали от финансового кризиса», — говорит Наталья Хайтина. — По крайней мере в России. Дело в том, что электронные платежные системы — это проводники платежей. Структура пользовательских расходов в кризис может меняться, но платить люди не перестают. Кроме того, на товарах и услугах, которые традиционно оплачивают электронными ➔

43% покупают таким образом авиабилеты, а 28% — железнодорожные билеты. Альфа-банк предполагает, что в 2010 году рынок интернет-покупок превысит \$10 млрд.



КОНКУРЕНТЫ