

МАГАЗИН НА КОМПЬЮТЕРНОМ КРЕСЛЕ

ПРЕДОПЛАТНЫЕ СРЕДСТВА ПЛАТЕЖЕЙ, ВКЛЮЧАЯ ЭЛЕКТРОННЫЕ, В РОССИИ ВСЕ ЕЩЕ НЕДОСТАТОЧНО ПОПУЛЯРНЫ. 80% ОБОРОТА КРУПНЕЙШЕГО В РОССИИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА OZON.RU СОСТАВЛЯЕТ ОПЛАТА НАЛИЧНЫМИ ПРИ ДОСТАВКЕ. О ТОМ, ЧТО ПЛАТИТЬ ИЗ ЭЛЕКТРОННОГО КОШЕЛЬКА ТАК ЖЕ УДОБНО И БЕЗОПАСНО, КАК ИЗ ОБЫЧНОГО, ВВГ РАССКАЗАЛИ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ И ФИНАНСОВЫЙ ДИРЕКТОРА OZON.RU БЕРНАР ЛЮКЕ И ЕЛЕНА ОРЛОВА.



БЕРНАР ЛЮКЕ,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
OZON.RU

BUSINESS GUIDE: Каким образом чаще всего оплачиваются товары на OZON.ru?

БЕРНАР ЛЮКЕ: Мы принимаем платежи по кредитным картам и через электронные платежные системы — «Яндекс.Деньги», WebMoney, Rapida, e-port и «КредитПилот». Из платежных систем наибольшей популярностью пользуются «Яндекс.Деньги». Что касается предоплаты, или припеида (prepaid), в 2006 году ее объем составил 19% от общего количества заказов, из них 31% был оплачен кредитными картами, а 19% — при помощи электронных платежных систем. В 2007 году доля кредитных карт выросла до 41%, электронных платежных систем — до 21% от общего объема припеида. Процент припеида от оборота в деньгах и в 2006, и в 2007 годах был на уровне 20–22%.

ВВГ: Как осуществляется транзакция?

ЕЛЕНА ОРЛОВА: Почти все платежные системы, которые мы используем, работают с процессинговым центром Assist. Он обрабатывает платежи по пластиковым и виртуальным картам через интернет и позволяет в реальном времени производить авторизацию и обработку транзакций. Assist также предоставляет возможность оплаты электрон-

ной наличностью — WebMoney, e-port, «КредитПилот» — в рамках единого пользовательского интерфейса. Интернет-магазин может принимать через интернет пластиковые карты и электронную наличность без приобретения специального программно-аппаратного комплекса. Для покупателя же это надежный и безопасный способ оплаты.

Клиент, который хочет оплатить товар в OZON.ru электронным платежом, переадресовывается с нашего сайта на сайт Assist, где вводит свои персональные данные, причем OZON.ru их не видит. Assist обрабатывает данные и выдает результат эквайеру и OZON.ru, после чего клиент получает от Assist подтверждение транзакции. Максимальная задержка транзакции из-за процессинга заказа составляет два часа, но это самый крайний случай. Обычно вся операция происходит в режиме онлайн.

ВВГ: Вы не думали создать собственную платежную систему?

Б. Л.: Нет, это было бы с нашей стороны большой ошибкой. Это бизнес банков либо компаний, которые в состоянии охватить огромную аудиторию с помощью финансовых сервисов. Интерес к пластиковым картам и кошелькам «Яндекс.Деньги» объясняется тем, что ими можно пользоваться везде, а не только в одном интернет-магазине.

ВВГ: Верно ли, что электронные системы стимулируют потребительские расходы в сети? Ведь тратить электронные деньги проще, чем обычную наличность: нет психологического аспекта расставания с материальной ценностью.

Е. О.: Это справедливо по отношению к пластиковым картам. В оффлайне они действительно способны стимули-



ЕЛЕНА ОРЛОВА,
ФИНАНСОВЫЙ ДИРЕКТОР
OZON.RU

ровать потребителя к большим затратам, особенно если карты кредитные. Однако в онлайн все по-другому: в цепочке оформления заказов выбор способа оплаты товаров фактически завершает процедуру покупки. В этот момент все товары, которые клиент хотел приобрести, лежат в корзине. Остается только выбрать, чем платить. Пока мы не видим устойчивого роста доли электронных платежей в наших заказах. Но определенный процент все равно есть, а это значит, что если наши общие продажи ежегодно увеличиваются до 100%, в два раза растет и сумма электронных платежей.

ВВГ: Директор по электронным финансовым операциям корпорации Visa однажды сказал, что, заработав один доллар, интернет-магазин тратит ровно столько же на оплату издержек. Изменилась ли эта ситуация сегодня?

Е. О.: Если доллар вычитать из чистой прибыли, то, к сожалению, ситуация не очень изменилась. Действительно, стоимость транзакций через кошельки и платежные системы Visa и MasterCard достаточно высока — 2–4% от суммы. Во-первых, платежные системы берут процент от объема транзакций в качестве комиссии за свои услуги. Во-вторых, сюда же добавляется процент, который набеждает частично из-за мошеннических операций — это так называемые обратные расходы (charge back). Держатель карты может получить товар, а потом позвонить в банк, сказать, что не совершал никаких покупок, и потребовать вернуть ему деньги. И банк возвращает ему всю сумму, что для нас оборачивается явными потерями. Кроме того, банки и платежные системы берут гораздо больший процент, чем дает реальное количество обратных расходов.

ВВГ: Электронные платежные системы, оперирующие цифровой наличностью, дают возможность совершить анонимный платеж. Плательщик может скрыть свою личность, совершая покупки, а для самого интернет-магазина это возможность уйти от налогов. Разве это не повод для мошенничества?

Е. О.: Это абсолютно не так. Анонимные платежи через электронные кошельки — это, по сути, аналог обычных платежей наличными. Ведь когда человек расплачивается наличными в магазине, он тоже никак себя не идентифицирует. Говорить же о возможности ухода от налогов нам по меньшей мере странно. Торговля в розницу уже предполагает прозрачность выручки в кассе, а в OZON.ru сокрытие выручки вообще невозможно. У нас все транзакции электронные, и наши контрагенты должны перечислять в определенный срок все деньги, поступившие от кли-

ентов. Мы сами заинтересованы в том, чтобы выручка поступила к нам в полном объеме, иначе не произойдет доставка товара клиенту.

ВВГ: Каким образом можно вычислить мошенников из общей массы покупателей?

Б. Л.: Большинство мошенников отсеивается компанией-эквайером сразу, но незначительный процент все же успевают пройти. Если транзакция с самого начала выглядела как мошенническая, ответственность перекладывается на эквайера. Надо сказать, что транзакции на своем пути проходят неоднократные проверки. Свои фильтры есть и у Assist, и у нашего банка-эквайера, и у нас. Ряд заказов вызывает у нас подозрения, а некоторые мы и вовсе не принимаем. Допустим, от покупателя, назвавшего себя Васей Пупкиным, поступил заказ сразу на шесть телефонов Nokia на сумму \$6 тыс. Заказ оформляется с самовывозом, из чего понятно, что покупатель попросту украл карту и хочет ее использовать.

ВВГ: Можно ли минимизировать риски интернет-магазина?

Е. О.: Раньше мы пользовались только собственным черным списком. Сейчас в OZON.ru разрабатывается целая система оценки клиента и его заказа, которая на ранней стадии позволит вычислить мошенников. Она учитывает несколько параметров. Все мы раскрывать, конечно, не будем, но о некоторых расскажем. К примеру, система отслеживает порядковый номер заказа. Первый заказ по определению более рискованный, чем последующие. Второе, на что нужно обратить особое внимание, — сумма заказа. Далее — тип товара. Известно, что с электроникой случаев мошенничества гораздо больше. Почему-то мошеннику чаще хочется получить мобильный телефон, чем книгу Дарьи Донцовой. Сейчас действие этой системы проверяется на реальных случаях мошенничества.

ВВГ: Какие платежные инструменты кажутся вам наиболее перспективными на российском рынке?

Б. Л.: Люди будут использовать те инструменты, к которым они привыкли. Сейчас мы ведем активный диалог с банками по поводу виртуальных карт. Если они согласятся развивать этот платежный инструмент, думаю, наши клиенты возьмут его на вооружение. Остается неясным, будет ли пользоваться ими потребитель, который сейчас отдает предпочтение cash on delivery (оплате при доставке. — ВВГ).

Е. О.: Действительно, в России покупатели привыкли оплачивать заказ в момент его получения. Но в некоторых регионах (в России и ближнем зарубежье) мы не можем организовать такой способ оплаты. Поэтому там по определению действует система припеида. С другой стороны, в Москве и Санкт-Петербурге есть клиенты, которым неудобно расплачиваться большими суммами денег. Как правило, это VIP-клиенты, которые покупают антикварные книги или электронику, давно нас знают и охотно оперируют кредитными картами.

Интервью взял АРТЕМ КУЛАКОВ

ФЕЛИКС МУЧНИК,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ИНТЕРНЕТ-СУПЕРМАРКЕТА
SOFTKEY: ДОЛЯ
ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ
АКТИВНО РАСТЕТ

BUSINESS GUIDE: Каким образом чаще всего оплачиваются товары на SoftKey.ru — через кредитные карты, наличными или электронными деньгами? Какова доля электронных платежей?

ФЕЛИКС МУЧНИК: С января текущего года большинство покупок на SoftKey было оплачено юридическими лицами через банковский перевод —

это 75% от общей суммы. Среди частных покупателей по популярности до сих пор лидирует оплата через Сбербанк — около 11%. Отмечается интересная тенденция: если до 2007 года у нас росла доля платежей по пластиковым картам, то в этом году активно увеличивается доля электронных платежей, тогда как на «пластик» приходится только 3,5%. Это объясняется приходом новых клиентов, которые пока еще мало доверяют пластиковым картам и предпочитают не пользоваться ими для оплаты покупок в интернете.

Среди электронных платежных систем, которыми пользуются наши покупатели, лидируют «Яндекс.Деньги»: на них приходится 3,5% платежей. Затем следуют WebMoney с 2,5%.

ВВГ: Как осуществляется транзакция?

Ф. М.: При оформлении заказа в системе SoftKey клиент выбирает способ оплаты товара, после чего все зависит от возможностей платежной системы. В основном платеж осуществляется в режиме реального времени. В случае с банковским переводом оплата происходит на следующий день.

ВВГ: Есть ли прямая зависимость между типом товара и способом его оплаты?

Ф. М.: Способ оплаты покупок на SoftKey не зависит от типа программ — заплатить за покупку можно любым удобным клиенту способом. Все зависит от самого заказчика: если это юридическое лицо, то оплата возможна либо банковским переводом, либо кредитной картой.

ВВГ: В чем главные преимущества электронных платежей?
Ф. М.: Это моментальность оплаты, что позволяет получить покупку сразу же, без каких-либо задержек.

ФОРС
ЦЕНТР РАЗРАБОТКИ

ORACLE CERTIFIED PARTNER
E-BUSINESS SUITE

ORACLE CERTIFIED ADVANTAGE PARTNER
TECHNOLOGY

Настройка в классическом жанре

управление ресурсами предприятия

поддержка принятия решений

оптимизация бизнес-процессов

консалтинг

управление ИТ-инфраструктурой

интеграция приложений

16 лет на рынке информационных технологий

реклама Тел. (495) 787-7040 www.fdc.ru develop@fors.ru

ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА