

**64 →** Действительно, китайские производители наращивают присутствие в России. Это ощущается и в Петербурге. За год на рынок города вышло сразу два новых бренда. Так, малоизвестная на российском рынке китайская марка автомобилей Dongfeng запустила шоу-рум в городе и ищет новых партнеров для расширения собственной сети. В официальных материалах компании говорится, что в 2015 году компания намерена запустить дилерские центры в крупных городах России, в том числе в Петербурге и Москве.

Кроме того, дилерские центры открыла китайская компания FAW.

**ПЕРЕРАСПРЕДЕЛИТЬ ПОТОКИ** В условиях падающего спроса внутри страны петербургские заводы всерьез задумались об экспорте продукции, чтобы минимизировать потери и загрузить конвейеры. Например, ООО «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» намерено расширить географию экспорта автомобилей, собираемых на мощностях петербургского автозавода. По итогам прошлого года завод отправил на экспорт 25,7 тыс. автомобилей, из них 11,4 тыс. Kia Rio и 14,3 тыс. Hyundai Solaris. Основным рынком экспорта в прошлом году был Казахстан. В компании подчерк-

нули, что потенциальное расширение географии экспорта не означает увеличения его объемов, так как в первом квартале 2015 года наблюдалось сокращение экспортных заказов со стороны текущих партнеров.

Михаил Чаплыгин констатирует, что для «настоящего» экспорта, вне пределов СНГ, необходимо предложить конкурентоспособный по цене продукт. «Видимо, в планах Hyundai в ближайшие год-два дальнейшее увеличение локализации производства, что позволит выходить на зарубежные рынки с адекватным прайс-листом. Среди стран, в которые могут осуществляться поставки, интересными являются территориально близкие к Петербургу, например Финляндия. Кроме того, интерес представляют страны, где местный рынок автомобилей растет — скажем, Иран в 2014 году вырос на 25 процентов по сравнению с 2013 годом», — рассуждает господин Чаплыгин.

На фоне падающего спроса на автомобили внутри России об экспорте говорили и другие участники петербургского автокластера. Так, Nissan выражал интерес к экспорту собираемых в Петербурге Nissan X-Trail, Teana, Murano, Pathfinder, а также — в перспективе — Qashqai. ■

**63 → БРОКЕРЫ ПРИХОДЯТ НА РЫНОК** Одна из тенденций рынка готового бизнеса 2014–2015 годов — увеличение числа бизнес-брокеров. По оценке специалистов компании «Альтера Инвест», количество брокеров выросло в три раза. На фоне общего активного развития рынка готового бизнеса эта отрасль привлекает новых игроков, которые стремятся завоевывать позиции и достигают существенных объемов. По словам Игоря Внукова, среди игроков на рынке много тех, кто, по сути, занимается «телефонным посредничеством», консультируя удаленно об активах стоимостью 1–3 млн рублей. Серьезных же игроков, которые могут профессионально проводить сделки по крупным объектам, можно пересчитать по пальцам. Таковых, по его словам, три-четыре компании.

Аналитики журнала «Слияния и поглощения» составили рейтинг российских бизнес-брокерских компаний. Были оценены 15 максимально активных организаций. Затем они были ранжированы по 13 базовым критериям, среди которых — интеграция с рынком, реклама, качество продаваемого портфеля, качество обработки клиентских запросов. По данным аналитиков журнала, коли-

чество бизнес-брокерских компаний на рынке готового бизнеса имеет стабильную тенденцию к росту. Так, если в 2008 году таковых было не более пяти, то в 2015 году организаций, готовых помочь купить или продать готовый бизнес, стало уже тридцать.

«Каждая из новых компаний заявляет многолетний стаж работы, большой портфель проданных объектов, проверенные технологии продаж. Большинство учредителей новых компаний являются выходцами из первых, то есть их бывшими сотрудниками», — отмечается в исследовании.

Первые места в рейтинге заняли компании «Альтера Инвест», «Скания Инвест», REsale Expert, «Ваша фирма», «Банк готового бизнеса». Результаты составления рейтинга свидетельствуют о том, что компании выбирают различные стратегии поведения на рынке. Так, некоторые стремятся привлечь клиентов чрезвычайно широким перечнем предложений, которое на поверку может оказаться гораздо уже. Другие же, напротив, ограничивают число объектов, которые находятся в продаже, и предъявляют высокие оценки к предприятиям, которые возьмут в работу. ■

# ПУХЛЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ КОШЕЛЕК

## НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО РАЗЛИЧНЫЕ СИСТЕМЫ УДАЛЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ АКТИВНО РАЗВИВАЮТСЯ В РОССИИ И УЖЕ МОЖНО ОТПЛАЧИВАТЬ КОММУНАЛЬНЫЕ СЧЕТА, НЕКОТОРЫЕ ВИДЫ ШТРАФОВ, РАСПЛАЧИВАТЬСЯ ЗА ПОКУПКИ ДИСТАНЦИОННО, СТРАНА, ПО МНЕНИЮ НЕКОТОРЫХ ЭКСПЕРТОВ, ЗНАЧИТЕЛЬНО ОТСТАЕТ ОТ ЗАПАДНЫХ ГОСУДАРСТВ ПО ВНЕДРЕНИЮ САМЫХ ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ. В ТОМ, КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ, КАКИЕ УДОБСТВА И УГРОЗЫ ТАЯТ В СЕБЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ НОВИНКИ, РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ ВВ ЮЛИЯ ЧАЮН.

По данным исследования Data Insight, проведенного в этом году среди российских интернет-пользователей, растет доля покупателей, использующих банковские карты (рост составил 25% по сравнению с 2014 годом) и оплату через онлайн- и мобильные банки (31 и 39% соответственно). Но самый большой рост показали электронные деньги: 52% по сравнению с 2014 годом. Для интернет-аудитории сейчас это третий по популярности безналичный метод оплаты — после карт и интернет-банкинга. Его используют 64% респондентов.

Дмитрий Красюков, заместитель генерального директора SAP СНГ (один из мировых лидеров по производству программного обеспечения), рассказывает, что глобальное распространение смартфонов, проникновение мобильного интернета и общее повышение финансовой грамотности населения послужили прекрасной основой для бурного развития разноплановых мобильных финансовых сервисов и электронных платежей. «Отказ пользователей от расчетов наличными выгоден всем финансовым институтам, поэтому внедрение технологий и платформ безналичных платежей активно поддерживается и банками, и телеком-операторами и, по сути, является общей тенденцией по-

следних нескольких лет. Моделей построения платежных систем, имеющих право на жизнь, довольно много: банки инвестируют в мобильный и интернет-банкинг, телеком-операторы на базе дочерних банков создают мобильные кошельки — платформы расчетов, дающие пользователям свободу выбора источника средств. Карты, счета в банках, электронные деньги, баланс лицевого счета — все может быть использовано для безналичных платежей за товары и услуги или для переводов денег другим пользователям. Стартапы в области финансов фокусируются на дружественном, простом и приятном сервисе, что нехарактерно для большинства крупных банков», — рассказывает он.

Сами платформы безналичных платежей можно классифицировать по большому количеству признаков. ВВ попросил специалистов рассказать о некоторых из них.

Евгений Ицаков, старший преподаватель факультета экономических и социальных наук РАНХиГС, рассказывает, что, по сути, в основе любой платежной системы лежат банковские услуги по безопасному хранению и переводу денежных средств клиента. «Этим занимаются как сами банки (через такие платежные системы, как, например, Visa или MasterCard),

так и специальные платежные компании, например, PayPal или „Рапида“. Развитие платежных систем стало ответом на растущую необходимость частных пользователей быстро переводить небольшие суммы для срочной оплаты интернета, каких-то сопутствующих услуг или покупок на сайтах онлайн-магазинов. Банки несвоевременно среагировали на эту проблему, поэтому мы сейчас живем в мире, где параллельно с вполне удобными банковскими платежными системами существуют сохраняющие в силу сложившейся привычки существенную долю рынка самостоятельные платежные системы.

Платежные системы можно подразделить по предпочтениям пользователей на банковские платежные системы и самостоятельные платежные системы. Банковские платежные системы используются обычно зарплатными клиентами банков для оплаты коммунальных платежей, штрафов и покупок через интернет при помощи карты. Самостоятельные платежные системы, то есть компании, изначально нацеленные именно на этот вид деятельности, популярны среди мелких предпринимателей, активных пользователей многопользовательских игр и людей, связанных с интернет-деятельностью», — говорит он.

По его словам, в настоящее время и банковские платежные системы, и самостоятельные предлагают примерно одинаковый набор услуг. «Почти каждый онлайн-магазин предлагает возможность оплаты покупки и банковской картой, и при помощи электронного кошелька. Существенная разница в том, что проблема удобства совершения небольших электронных платежей, так хорошо решенная в свое время самостоятельными платежными системами, в настоящее время лучше решена банковскими платежными системами в силу специфики клиентуры: им не нужно совершать лишнего шага и класть деньги на счет — их туда кладет работодатель на регулярной основе», — рассказывает господин Ицаков.

**ДВА БЛОКА** Сергей Богатов, директор по развитию J'son & Partners Consulting (компания по инвестиционно-стратегическому консультированию в сфере технологий, телекоммуникаций, IT, цифровой индустрии, электронных и интернет-проектов, медиа), говорит, что платформы для осуществления безналичных платежей можно условно разделить на два больших блока: банковские карты и электронные платежные системы. → 68