

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ НЕБАНКОВСКИХ СИСТЕМ ПРИЕМА МИКРОПЛАТЕЖЕЙ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

А.Ю. Грибов,
Генеральный Директор ОАО «КИБЕРПЛАТ», e-mail: project@cyberplat.com.

В настоящий момент пополнить счет своего мобильного телефона, оплатить коммунальные услуги, коммерческое телевидение, доступ в Интернет, а также осуществить многие другие платежи можно практически повсеместно. Доступность этих услуг для населения достигнута за счет создания в России уникальной платежной инфраструктуры, покрывающей практически всю страну.

Основным участником рынка приема платежей от населения, помимо поставщиков услуг и сбытовых сетей, являются компании, которые структурно построили и контролируют этот бизнес — электронные платежные системы. Компания «КИБЕРПЛАТ» открыла этот новый для экономики России сектор рынка и по сей день лидирует на нем, располагая огромным опытом ведения электронного бизнеса и наиболее совершенной и надежной технологической платформой.

Масштабы воздействия такой инфраструктуры на экономику, проще всего понять на примере системы «Киберплат» — старейшей и самой крупной на российском рынке.

История и структура

Платежная система «Киберплат» была создана в 1997 году и начала проводить первые платежи в марте 1998. За десять лет работы накоплен немалый опыт и сформировалось отчетливое представление о роли технологии платежей «Киберплат» в экономической жизни.

Основная задача системы «Киберплат» — дать гражданам возможность производить разнообраз-

ные и, как правило, небольшие платежи наличными там, где им удобнее всего это делать. Платежная система «Киберплат» является хабом-интегратором между поставщиками различных услуг (компаний, в пользу которых принимаются платежи) и торговыми точками. Это означает, что для каждого поставщика услуг (провайдера или оператора) «Киберплат» является единственной «точкой входа» в систему приема платежей, — то есть, оператору нет необходимости ни создавать собственную сеть офисов для приема платежей, ни заключать множество договоров с торговыми точками, что связано со значительными издержками. Точно также и торговым сетям нет необходимости тратить значительные усилия и ресурсы на заключение договоров с операторами, построение платежных шлюзов к их расчетным системам и осуществлять их последующее обслуживание и сопровождение.

Сердцем системы «Киберплат» является процессинговый центр, в котором обрабатываются транзакции — информационные сообщения о проведении платежей. Этот центр коммунирует между собой электронные рабочие места торговых точек с биллингами — информационно-учетными системами операторов, в которых учитываются платежи их клиентов. При этом информация о принятом платеже поступает к оператору сразу же, как только на торговой точке введена информация о платеже клиента. Таким образом, клиент может сразу же пользоваться услугой оператора.

Движение денег обеспечивает еще один партнер электронной платежной системы — ее расчетный банк. В России для системы «Киберплат» эту функ-

цию выполняет московский коммерческий банк «Платина», один из старейших в России (в 2008 году ему исполняется 15 лет). В других странах платежная система «Киберплат» использует локальные банки, занимающие ведущие позиции на местных рынках.

Подобная архитектура платежной системы позволяет быстро развивать сеть точек приема платежей. При этом использование «Киберплат» выгодно всем участникам расчетов — плательщикам, операторам и торговым сетям.

◆ Торговые сети получают дополнительный доход в виде комиссии за прием платежей, а также значимый рост потока покупателей — часто клиент, который зашел в магазин заплатить за телефон, делает одновременно и покупки — таким образом, чем больше поток посетителей, тем быстрее растут оборот и прибыль торговой точки.

◆ Операторы связи получают возможность быстрого и дешевого построения сети оплаты своих услуг, что приводит к росту их абонентской базы и выручки, а также к повышению лояльности абонентов (удобство платежей — важнейшее конкурентное преимущество).

◆ Для плательщиков использование платежной системы «Киберплат» — это удобство и комфорт совершения платежа, а также экономия времени, которое они могут потратить на общественно полезный труд или отдых.

Показатели созданной инфраструктуры

К марта 2008 года в платежной системе «Киберплат» насчитывалось в общей сложности более 115 000 прямых точек приема платежей, а с учетом субдилерской сети — более 160 000 точек.

Важно отметить, что количество банковских учреждений в России, со всеми их филиалами, не превышает 56 000 — то есть, платежная система «Киберплат» имеет в три раза более плотное покрытие территории России, чем вся банковская система страны. Надо учитывать и то, что филиалы банков не работают круглосуточно, в отличие от многих точек приема платежей, использующих платежную систему «Киберплат». К тому же банковские офисы часто концентрируются в центральной части крупных населенных пунктов, в отличие от точек приема платежей «Киберплат», которые расположены практически повсеместно, независимо от размера населенного пункта.

Чем больше точек приема и чем больше операторов обслуживает платежная система — тем больше количество проходящих через нее транзакций и тем выше оборот: за 2007 год через «Киберплат» прошло более 1,25 миллиарда транзакций, а оборот превысил 120,7 млрд. рублей (или 4,74 млрд. долларов США). По количеству транзакций в России система «Киберплат» превзошла Центральный Банк России, и российских участников платежных систем VISA и MasterCard, вместе взятых.¹

Таким образом, технология «Киберплат» сегодня — это система массового обслуживания, которая давно вошла в повседневную жизнь россиян. Ежемесячно через «Киберплат» проводится более 110 миллионов операций, что сопоставимо с населением России.

Выгода банковской системы — в избавлении от микроплатежей

Средний размер платежа в системе «Киберплат» — около 100 рублей, а во многих регионах и меньше. Для банка микроплатежи такого размера принимать дорого и невыгодно, поскольку доля расходов по отношению к размеру платежа весьма высока. Затраты на оплату высококвалифицированных сотрудников, бронированные помещения хранилищ и касс, укрепленные стены, окна и двери, охрана, контроль и надзор — все это приводит к стоимости обработки одного платежа в банке в размере не менее 1 доллара США. Как следствие, микроплатежи в 2–3 доллара в тех же США для банков убыточны.

Это лучше всего видно на конкретном примере. Средняя комиссия за прием платежей в Сбербанке РФ составляет 3%. При такой комиссии, платеж в \$4 (примерно 100 рублей приносит Сбербанку доход всего в размере 12 центов. Себестоимость же этой операции составляет 1 доллар, то есть, Сбербанк получает на ней убыток в размере 88 центов.

Таким образом, «Киберплат» помогает банковской системе избежать убытков, связанных с поведением большого количества экономически невыгодных операций. Если учесть, что за год платежная система «Киберплат» обработала 1,25 млрд. платежей средним размером около 100 рублей, то это означает, что она сэкономила российской банковской системе \$1,1 млрд. (1,25 млрд., помноженные на \$ 0,88).

¹ По данным ЦБ РФ [1] количество операций по пластиковым картам в России составило в 2007 году 466 млн. транзакций.

Стоимость же обработки в розничной сети значительно ниже: платеж принимается на обычной кассе, кассир, помимо приема платежей, обслуживает основные операции торгового предприятия. Благодаря отлаженному механизму и технологическому ноу-хау, затраты собственно на прием платежа в небанковской сфере через «Киберплат» во много раз ниже, чем в банковской системе.

Экономия времени населения

Преимущества использования инфраструктуры «Киберплат» для плательщика заключаются, прежде всего, в том, что он тратит на совершение платежа гораздо меньше времени, чем при оплате через банк. Средние временные затраты на посещение банка можно оценить приблизительно в 1,5 часа (30 минут на дорогу до банка, 30 минут на совершение операции, с учетом очередей, и 30 минут на дорогу из банка).

Платежная система позволяет значительно сократить это время (точки приема располагаются в шаговом доступе от дома и/или работы), а также за счет отсутствия очередей. Время проведения операции составляет одну-две минуты. Таким образом, повсеместное использование «Киберплат» для приема платежей позволяет сэкономить огромное количество времени, а именно 1,25 млрд. платежей * 1,5 часа экономии времени = 1,7 млрд. часов.

Даже если учесть, что за мобильную связь люди стали платить в 3 раза чаще (но более мелкими суммами), то и с учетом этого обстоятельства экономия времени составит около 600 млн. часов. Этот гигантский ресурс может быть, прежде всего, использован для производства товаров и услуг, что дает непосредственное увеличение ВВП страны.

Если предположить, что в среднем за час производится продукции на 10 долларов США², и при этом только половина сэкономленного времени тратится на работу, то прирост выпуска продукции в стоимостном выражении составил примерно 3 млрд. долларов США в год (600 млн. часов разделить на 2 и умножить на 10 долларов США в час).

Следует отметить, что даже если это сэкономленное время будет потрачено не на работу, то все

равно будет получен положительный эффект. Еще Карл Маркс говорил о свободном времени, как о форме общественного богатства. Кроме того, увеличение свободного времени, не связанное с безработицей, способствует снижению социальной напряженности.

Выгоды индустрии сотовой связи

Основным потребителем услуг платежной системы «Киберплат» являются операторы мобильной связи. Согласно статистическим данным за декабрь 2007 года, 94 % транзакций в системе «КиберПлат» приходится на прием платежей от абонентов операторов мобильной связи, 2,5% — от абонентов операторов коммерческого телевидения, около 1% — от пользователей Интернета и IP-телефонии, около 1% — за жилищно-коммунальные услуги и электроэнергию, остальные 1,5 % — платежи за фиксированную связь, системы охранной сигнализации, погашение потребительских кредитов и прочее.

Естественно, «Киберплат» не мог не влиять на развитие рынка мобильной связи в России, для которого рост проникновения этой услуги напрямую зависит от возможности проведения платежей на небольшие суммы, поскольку значительная часть населения не имеет достаточных средств для внесения разовых крупных платежей на свои лицевые счета. Кроме того, проникновение мобильной связи во многом определяется доступностью точек платежей. Было время, когда платежи принимались только в офисах мобильных операторов, которых было мало и находились они не в самых удобных для потребителей местах, что приводило к постоянным очередям. Еще более неудобная для абонентов ситуация складывалась в сельской местности и малых городах: стоимость поездки, например, в райцентр была такова, что пропадал всякий смысл в поездке для внесения на свой счет 50 рублей.

На этапе разворачивания сетей мобильные операторы для решения проблемы оплаты своих услуг делали ставку на «скрэтч-карты» (карты оплаты), на которых нанесен под защитным слоем секретный код, вводимый на клавиатуре

² По данным Всемирного банка [2], среднемесячная зарплата в России на конец 2007 года составляла около 500 долларов США. Считая долю зарплаты в стоимости выпущенной продукции равной 25% (это несколько завышенный показатель), можно принять, что в месяц работник в России в среднем производит продукции на 2000 долларов США, что составляет примерно 12,5 долларов США в час. Для расчетов взята величина, уменьшенная на 20%.

мобильного телефона для пополнения счета. Однако карты оплаты по экономическим причинам не могут быть по номиналу ниже определенной суммы, покрывающей затраты на их производство, распространение и продажу. И эта сумма довольно высока: подсчеты показывают, что в России карты оплаты номиналом менее 100 рублей нерентабельны.

Люди с низкими доходами зачастую имеют не более 50 рублей «свободных» средств, которые могут потратить не на удовлетворение элементарных потребностей. Конечно, можно предположить, что такой человек может накопить 100 рублей на карту оплаты, но скорее он потратит эти деньги еще до того, как наберет нужную сумму.

И вот, представьте себе обычного выпивающего человека, живущего в сельской местности, где бутылка самогона стоит 50 рублей. После того, как у него накопилось 100 рублей, он оказывается перед выбором — купить ему 2 бутылки самогона или одну скрэтч-карту? При таком выборе, достаточно сложно предположить, что расходы на сотовую связь будут регулярны. А вот по 10-20 рублей на сотовую связь такой абонент готов платить хоть несколько раз в неделю.

Таким образом, целые слои населения были отрезаны от услуг мобильной связи, и только когда появилась возможность приема микроплатежей в доступных местах, люди стали активнее пополнять свои счета. В частности, получили доступ к мобильной связи дети, у которых зачастую хватает карманных денег, только на несколько SMS-сообщений или на один-два звонка родителям в день. Появился достаточно большой абонентский сегмент со средней суммой счета в размере 10 рублей (или 0.4\$) в месяц — те самые дети и школьники, которые могут за эти деньги отправить около 100 SMS-сообщений и бесплатно принимать входящие звонки.

Таким образом, возможность « положить на счет» минимальные суммы способствует росту абонентской базы операторов связи. Так «Киберплат» решает двуединую задачу: с одной стороны, помогает людям с небольшими доходами пользоваться мобильной связью, а с другой — стимулирует развитие бизнеса мобильных операторов. Это положение иллюстрирует следующая таблица, данные которой по числу абонентов взяты из открытых источников, как правило, по состоянию на конец соответствующего года, и округлены.

Год	Число абонентов сотовой связи в России, млн.	Число абонентов с ARPU ³ менее \$4, млн. (оценка)	Число точек приема «Киберплат»
2004	80	8	3 000
2005	125	31	15 000
2006	137	34	38 500
2007	164	43	120 000

Наиболее показательный период — 2004 и 2005 годы: за год доля абонентов с ARPU ниже 4 долларов США выросла в 2,5 раза, при этом их абсолютное количество увеличилось в 4 раза, а число точек приема «Киберплат» — в пять раз. Мы видим, что рост числа точек приема коррелирует с увеличением числа абонентов, при этом абонентская база растет в основном за счет людей с невысоким уровнем доходов.

Преимущества развития электронной платежной инфраструктуры для операторов мобильной связи можно структурировать следующим образом.

◆ Рост абонентской базы. Анализ статистики «Киберплат» дает основания утверждать, что не менее 40 миллионов абонентов было привлечено к использованию мобильной связи благодаря появлению и развитию платежных систем типа «Киберплат» (и тем возможностям, которые они предоставили пользователям).

◆ Изменение качественного состава абонентов. Возможность микроплатежей в первую очередь привлекла молодежь и подростков, то есть абонентов, наиболее быстро осваивающих технические новинки и новые услуги. В дальнейшем именно эта категория абонентов дает операторам мобильной связи самый большой прирост доходов, так как эти лица чаще всего и охотнее всего пользуются услугами с добавленной стоимостью (VAS), которые в настоящее время считаются основным резервом развития бизнеса мобильных операторов.

◆ Увеличение ARPU у «родительской» части абонентов. Вовлечение молодежи в пользование мобильной связью, кроме того, непосредственно воздействует на доходы операторов несколько неожиданным образом: абоненты с высоким ARPU начинают тратить на разговоры больше денег (родители звонят детям).

³ ARPU — средняя доходность на абонента в месяц

Все это существенно повышает доходы и, как следствие, капитализацию компаний-операторов мобильной связи.

Более 40 млн. новых клиентов со средним ARPU в 3 доллара США обеспечивает рост выручки операторов сотовой связи на 120 млн. долларов в месяц, то есть почти 1,5 миллиарда долларов новых доходов в год.

За счет звонков «тяжелых» клиентов «легким» достигается дополнительный прирост, как минимум, в таком же размере. Таким образом, развитие платежных систем, включая крупнейшую — «Киберплат», генерирует дополнительное увеличение выручки операторов мобильной связи в размере 3 млрд. долларов США в год.

За последние годы увеличение объема выручки российских мобильных операторов с 13 до 16 млрд. долларов⁴ (более чем на 20%) происходило практически без строительства новых сетей, почти исключительно за счет появления новых абонентов в существующей зоне покрытия и увеличения их расходов на мобильную связь за счет повышения доступности услуг оплаты. Это означает, что большая часть выручки попадает в графу доходы и при увеличении выручки на 30% прибыль растет примерно на 60%.

Можно считать, что увеличение числа абонентов на 40% и прибыли на 60% дает рост капитализации операторов мобильной связи на 50%. По оценкам аналитиков, капитализация трех основных операторов России (ОАО «Мобильные ТелеСистемы», ОАО «ВымпелКом» и ОАО «МегаФон») оценивается в 29, 30 и 21 млрд. долларов США соответственно⁵. В сумме она составляет 80 млрд. долларов США, и можно без большой натяжки утверждать, что благодаря деятельности электронных платежных систем, включая крупнейшую — «Киберплат» было обеспечено 26 млрд. долларов США прироста капитализации сотовых операторов только «большой тройки».

Рост ВВП России

Увеличение проникновения мобильной связи имеет не только социальный эффект, но и влияет на общее положение в экономике.

По данным консалтинговой компании Deloitte & Touche [4], каждые 10% увеличения абонентской базы операторов мобильной связи страны приводят

к росту ее ВВП на 1,2%. Платежная система «Киберплат» за последние пять лет ее работы, вместе с другими игроками рынка электронных платежей, способствовала увеличению абонентской базы российских операторов мобильной связи не менее чем на 25%⁶. Таким образом, можно говорить о ее значительной доле во вклад в увеличение ВВП России на 3%. Можно считать, что при ВВП России, оценивавшемся в конце 2007 г. в 2,076 триллиона долларов США [6], доля платежной системы «Киберплат» вместе с другими более мелкими игроками рынка в его приросте составила не менее 60 млрд. долларов США.

Социальная функция

Усилиями «Киберплат» совместно с другими платежными системами решена важнейшая социальная задача преодоления цифрового неравенства в сотовой связи. В нашей стране, например, каждый гражданин, и бедный, и богатый, может сделать звонок по мобильному телефону — число SIM-карт уже превысило численность населения России. А в ряде так называемых «индустриально развитых» стран, например США, до сих пор более 20% населения не являются абонентами сотовых операторов. В основном это группа лиц с низким уровнем доходов: они просто не могут себе позволить оплачивать связь, поскольку минимальная сумма, которую необходимо иметь на лицевом счете, превышает их финансовые возможности.

Естественно, что от позитивного воздействия электронной платежной инфраструктуры на экономику существенно выигрывает и государство. Рост доходов операторов, сокращение издержек банковской системы, рост ВВП приводят к заметному увеличению объема собираемых налогов. Повышение удовлетворенности населения за счет сокращения его транзакционных издержек, а также за счет субъективного восприятия «более комфортного» проведения платежей улучшает социальный климат и приводит к снижению социальной напряженности. В свою очередь, увеличение объема собранных налогов позволяет увеличить и расходные статьи бюджета, в первую очередь социального характера, что также положительно влияет на социальную стабильность общества.

4 На 17 марта 2008 года

5 Рынок сотовой связи России за 2007 год составил около 16 млрд. долларов США [3]

6 По состоянию на январь 2008 года число абонентов сотовой связи оценивалось в 164,84 млн. чел.