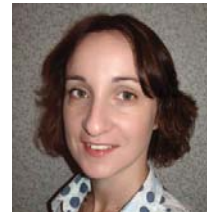


Препятствует ли множество возможностей, доступных потребителям в развитых странах, развитию мобильной коммерции?

Глава из книги Sybase Mobile Commerce Guide 2011

Текст: Памела Кларк-Диксон, старший аналитик Центра исследований по мобильному контенту и приложениям «Informa Telecoms + Media»

Мобильные финансовые сервисы на развивающихся рынках оказались более успешными, чем в странах с развитой экономикой, где мобильные пользователи избалованы широким выбором возможностей доступа к банковским услугам и совершению платежей.



В 2010 году операторы мобильной связи развивающихся стран догнали своих коллег из экономически зрелых государств в достижениях, а может быть даже и превзошли их.

По данным компании «Informa Telecoms & Media», в 2010 году различными компаниями по всему миру были развернуты либо анонсированы по меньшей мере 65 мобильных финансовых сервисов. Из них 34% относится к Африке и 22% к азиатско-тихоокеанскому региону **[Рис. 1]**. Кроме того, после конференции «Mobile Money Summit» в Рио-де-Жанейро, состоявшейся в мае 2010 года, на которой Ассоциация GSM объявила о запуске в коммерческую эксплуатацию 60 мобильных денежных сервисов из 147 развернутых, появилась информация о том, что были развернуты или анонсированы еще 50 сервисов.

В Африке операторы мобильной связи и поставщики других услуг преимущественно предпочитали развивать сервисы типа «мобильные деньги». Из анонсов, отмеченных компанией «Informa», 63% касались планируемого развертывания или фактического запуска именно таких сервисов **[Рис. 2]**. Без сомнения, столь высокая активность обусловлена в том числе и невероятным успехом мобильного денежного и платежного сервиса M-Pesa, введенного компанией «Safaricom» в Кении.

Другие операторы в Африке также заявляют о многообещающем росте спроса и высоком уровне использования своих мобильных денежных сервисов, в особенности Vodacom Tanzania, MTN Uganda и Orange. Сервис Mobile Money компании MTN Uganda — еще один пример успеш-

ного проекта: к концу первого квартала 2010 года число его пользователей достигло 890 тыс. человек; в совокупности они провели 11,8 млн транзакций на общую сумму \$247,8 млн (при среднем объеме транзакции в 21 доллар). Сервис M-Pesa компании Vodacom Tanzania имел 5 млн пользователей, а сервисом Orange Money, охватившим пять рынков, пользовался миллион подписчиков.

Мобильные телефоны на развивающихся рынках

Факторы, обусловившие успех мобильных денежных сервисов на формирующихся рынках, в зрелых экономиках просто отсутствуют. В развивающихся странах оплата товаров и услуг осуществляется преимущественно наличными средствами или по бартеру; многие люди не имеют банковского счета, не говоря уже о выборе способов доступа к нему. Часто населению недоступны и многие механизмы совершения платежей, такие как безакцептное списание, долгосрочные поручения и онлайн-оплата счетов. Что доступно жителям развивающихся стран, так это мобильные телефоны, причем чем дальше, тем больше.

Мобильный телефон на развивающихся рынках играет роль инструмента, посредством которого операторы связи, банки и другие финансовые учреждения, сотрудничая друг с другом, предоставляют новаторские финансовые услуги, которые на некоторых зрелых рынках могут попросту отсутствовать. В Кении, например, миллионы абонентов компании Safaricom не только отправляют и получают персональные денежные переводы с помощью

Памела Кларк-Диксон (Pamela Clark-Dickson) — старший аналитик Informa Telecoms & Media со специализацией на сервисах мобильных сообщений. Кларк-Диксон занимается анализом рынка передачи сообщений для Центра исследований по мобильному контенту и приложениям. В ее компетенции — все аспекты области передачи мобильных сообщений в потребительском, корпоративном и маркетинговом секторах по всему миру, в том числе SMS, MMS, мобильная электронная почта, мгновенные сообщения и Rich Communication Suite. Кларк-Диксон также редактирует Mobile Messaging Analyst — постоянно действующий исследовательский сервис, публикуемый компанией Informa.

своих мобильных телефонов — они также оплачивают счета организаций и получают денежные средства, перечисляемые работодателями и другими компаниями. Таких услуг нет пока даже в Соединенных Штатах Америки.

Мобильную коммерцию могло бы стимулировать внедрение технологии NFC

Операторам мобильной связи и другим заинтересованным сторонам, действующим на зрелых рынках, когда дело доходит до побуждения клиентов к совершению платежей и доступу к финансовым услугам посредством мобильных устройств, приходится преодолевать инертность массового рынка. Нерешительность потребителей обусловлена тем, что мобильный телефон — лишь один из многих каналов доступа к финансовым сервисам, притом самый новый, в то время как другие каналы используются давно и зарекомендова-

ли себя вполне надежными. Мобильные пользователи в развитых странах рассматривают сервисы мобильных платежей, мобильного банкинга и других мобильных финансовых услуг скорее как приятную возможность, чем как насущную необходимость, в отличие от государств с развивающейся экономикой.

Основные надежды операторов мобильной связи в развитых странах сейчас, похоже, связаны с массовым внедрением сервисов мобильных платежей по технологии NFC (Near Field Communication). В США компании AT&T, T-Mobile и Verizon инициировали программу Isis, предполагающую ввод общенациональной сети мобильных NFC-платежей в 2012 году. В Нидерландах операторы связи KPN, T-Mobile и Vodafone заключили альянс с банками ABN AMRO, ING и Rabobank, чтобы обеспечить возможность мобильной оплаты на кассах по технологии NFC к 2012 году. К концу 2011 года Orange планирует распространить пилотный NFC-проект Cityzi, действующий в Ницце с мая 2010 года, на всю территорию Франции.

Тем временем японские мобильные операторы Softbank и KDDI заключили соглашение с южнокорейской компанией SK Telecom по разработке платформы мобильных NFC-платежей с использованием наработок, полученных операторами обеих стран в ходе эксплуатации NFC-сервисов. В Японии мобильные операторы предлагают сервисы, основанные на платформе FeLiCa фирмы Sony, а в Южной Корее каждый оператор имеет собственную реализацию сервиса, а также поддерживает NFC-функции платежных систем Visa и MasterCard.

Однако операторы мобильной связи, желающие развернуть сервисы мобильных платежей по технологии NFC, сталкиваются с трудностями. В частности, отсутствуют ясные бизнес-кейсы не только для самих операторов, но и для других участников характерной для NFC длинной и сложной цепочки создания добавленной стоимости. К примеру, розничных торговцев надо еще убедить в том, что капиталовложения в инфраструктуру NFC обеспечат достаточную отдачу.

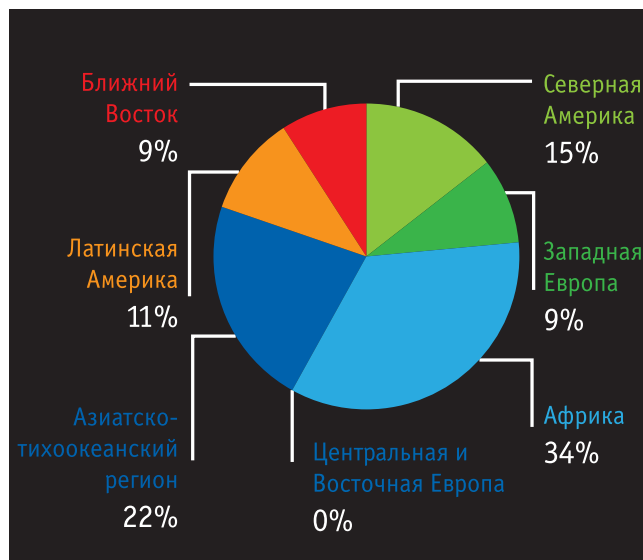


Мобильный телефон на развивающихся рынках играет роль инструмента, посредством которого операторы связи, банки и другие финансовые учреждения, сотрудничая друг с другом, предоставляют новаторские финансовые услуги, которые на некоторых зрелых рынках могут попросту отсутствовать

А пользователи мобильных услуг должны быть уверены в том, что их счета не пострадают в случае утери или кражи мобильного телефона.

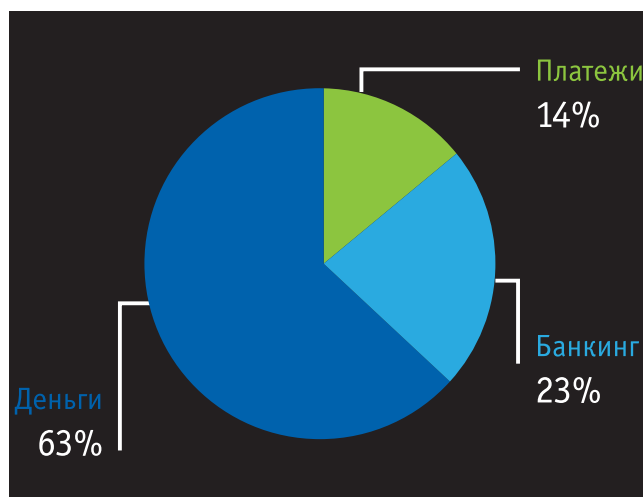
Активно решается проблема отсутствия NFC-совместимых телефонов. Компании Apple, Google и RIM дали обязательство обеспечить поддержку технологии NFC в будущих моделях своих устройств и версиях платформ.

В целом же, несмотря на широкую поддержку платежных NFC-сервисов операторами связи, потребуется преодолеть существенные препятствия, чтобы добиться для них такой же популярности, какую приобрели намного менее технически сложные механизмы мобильных платежей, предлагаемые телекоммуникационными компаниями на развитых рынках.



[Рис. 1] Доли проектов мобильной коммерции в разных частях света, 2010 г.

Источник: «Informa Telecoms + Media»



[Рис. 2] Доли разных типов анонсированных услуг мобильной коммерции в Африке, 2010 г.

Источник: «Informa Telecoms + Media»

РОССИЙСКО-УКРАИНСКАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА «EXPO-RUSSIA UKRAINE 2011»

5-7 сентября 2011, КИЕВ, УКРАИНА



ЭНЕРГЕТИКА
МАШИНОСТРОЕНИЕ
НЕФТЕГАЗОВАЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ
МЕТАЛЛУРГИЯ
ВОДНОЕ ХОЗЯЙСТВО
СТРОИТЕЛЬСТВО
ТРАНСПОРТ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЕ
И ИННОВАЦИОННЫЕ ОТРАСЛИ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ
И СВЯЗЬ
АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ
КОМПЛЕКС
НЕДВИЖИМОСТЬ
МЕДИЦИНА
ОБРАЗОВАНИЕ
ПИЩЕВАЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Организатор:
ОАО «Зарубеж-Экспо»

Соорганизаторы:
Международная Ассоциация Фондов Мира;
Центр делового и культурного сотрудничества
«Украинский дом».

Патронаж:
Торгово-промышленная палата РФ.

Поддержка:
Государственная Дума РФ, МИД России, Министерство
промышленности и торговли РФ, Минэкономразвития
РФ, отраслевые министерства и ведомства России
и Украины.

Место проведения:
«Украинский Дом», Киев, ул. Крещатик, 2

Контакты:
Тел.: +7 (495) 637-50-79, +7 (499) 766-99-17
многоканальный номер: +7 (495) 721-32-36
Web: www.zarubezhexpo.ru
E-mail: info@zarubezhexpo.ru