

Институционализация платежной среды электронной коммерции в России

Kaluzhsky, Mikhail

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kaluzhsky, M. (2014). Институционализация платежной среды электронной коммерции в России. *Financial Analytics: Science and Experience*, 2, 8-19. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-430887>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Free Digital Peer Publishing Licence zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

Terms of use:

This document is made available under a Free Digital Peer Publishing Licence. For more information see:
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

УДК 004.738

ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПЛАТЕЖНОЙ СРЕДЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ

М. Л. КАЛУЖСКИЙ,

кандидат философских наук,
доцент кафедры организации и управления
научеёмкими производствами
E-mail: frsr@inbox.ru
Омский государственный
технический университет

Автор анализирует тенденции развития платежных институтов и перспективы создания международного финансового центра в России на основе преимущественного развития электронной коммерции в сферах B2C и C2C. Автор доказывает, что в условиях глобализации рынков потребительских товаров роль и место трансграничных частных платежей в структуре Национальной платежной системы Российской Федерации становятся особенно актуальными.

Ключевые слова: электронная коммерция, институциональная теория, сетевая экономика, платежная среда, провайдер, электронные деньги, финансы, маркетинг, система, трансграничный платеж.

Платежная среда является важнейшим условием существования электронной коммерции. В сетевой экономике конкурентоспособность ее субъектов определяется уровнем развития и взаимной интеграцией торговых и платежных инструментов. Для эффективной коммерческой деятельности необходимо, чтобы банковские учреждения и платежные системы могли обрабатывать сделки в режиме реального времени как внутри страны, так и с использованием зарубежных валют на мировых рынках [23, с. 66]. Именно в этом направлении раз-

виваются в настоящее время платежные системы и инструменты в сетевой экономике.

Платежи в электронной коммерции. В электронной коммерции основным источником институционального развития платежных систем и инструментов на потребительском рынке является конечный спрос. При этом рост аудитории пользователей онлайн-платежей превышает рост интернет-аудитории в целом, ежегодно увеличиваясь примерно на 3% [16].

Одновременно на рынке электронной коммерции наблюдаются дисбалансы, свидетельствующие об изменении структуры интернет-аудитории и пользовательских предпочтений. Так, например, по данным консалтинговой компании Data Insight, в России по использованию онлайн-платежей лидируют следующие категории населения: молодежь до 35 лет, люди с высокими доходами, жители Москвы и Санкт-Петербурга и опытные пользователи Интернета [16]. Однако в электронной коммерции наблюдается совсем другая тенденция: основной рост покупок приходится на периферийные регионы России, покупателей с невысокими доходами и лиц, недавно подключившихся к Интернету.

В 2012 г. 22 млн чел. покупали товары и услуги в режиме онлайн, что на 30% (5 млн чел.) больше, чем в 2011 г. При этом объем рынка розничной

электронной торговли в 2012 г. составил около 405 млрд руб. (около 13 млрд долл.), из них материальные товары – 280 млрд руб. Рост по сравнению с предыдущим годом составил 27% [15].

По данным консалтинговой компании Data Insight, к началу 2013 г. количество пользователей онлайн-платежей в возрасте от 18 до 65 лет, которые когда-либо совершали онлайн-платежи, достигло в России 17 млн чел. (25% аудитории Рунета, или 17% населения РФ). При этом прирост пользователей онлайн-платежей стабильно растет: 3,9 млн чел. в 2011 г. и 4,3 млн чел. в 2012 г. [16].

Приведенная статистика свидетельствует о том, что если в крупных городах электронная коммерция соседствует с другими причинами пользования Интернетом, то в регионах именно ради онлайн-покупок пользователи осваивают Интернет. При этом поставщики и продавцы товаров в электронной коммерции не менее покупателей заинтересованы в расширении географии интернет-продаж, открывающей перед ними новые рынки. Благодаря онлайн-платежам перед ними открываются совершенно новые горизонты сбыта продукции. Так, И. А. Крымский и К. В. Павлов отмечают, что web-технологии сделали возможным глобальный электронный финансовый рынок, на котором любое обеспечение, выраженное в любой валюте, теоретически может являться предметом сделки где угодно и когда угодно, а расчеты по этой сделке будут осуществляться немедленно [10, с. 80–81].

Электронная коммерция постепенно превращается в один из важных каналов товародвижения, естественным фактором и ограничителем которого являются онлайн-платежи. При этом спектр электронных платежей чрезвычайно широк. Они осуществляется не только на специализированных сайтах, но и с помощью телефонов, факсимильных аппаратов, компьютерной телефонии, интернет-киосков и банкоматов, платежных терминалов, интерактивного телевидения и т. д.

Благодаря своей специализации на первое место в организации дистанционных продаж выходят провайдеры платежных услуг. Базовым субъектом платежных отношений становится процессинговая компания (провайдер), обеспечивающая программно-техническое взаимодействие между субъектами платежной системы [12, с. 75]. Такие компании не просто представляют финансовые услуги, но и обеспечивают функционирование специфического продукта сетевой экономики – электронных денег.

Законодательство Российской Федерации трактует понятие «электронные деньги» как денежные средства, которые предварительно предоставлены одним лицом другому лицу, учитывающему информацию о размере предоставленных денежных средств без открытия банковского счета, для исполнения денежных обязательств перед третьими лицами [14]. Такая трактовка перекликается с определением Европейского парламента и совета, согласно которому электронные деньги – это хранящиеся в электронном виде денежные средства, представленные в виде требования к эмитенту, которые эмитируются при получении средств для проведения платежных транзакций и которые принимаются физическим или юридическим лицом, отличным от эмитента электронных денег [18, с. 12].

Однако применительно к электронной коммерции больше подходит определение этого понятия, сформулированное К. Г. Миттельман: «Электронные деньги представляют собой форму денег, выступающую средством осуществления расчетов и отражающую социально-экономические отношения, складывающиеся в рамках виртуальной экономики» [11, с. 143]. В настоящее время существует множество классификаций электронных денег в различной конфигурации и по разным основаниям [12, с. 90–96]. Однако все они имеют общие функциональные особенности:

- сравнительно небольшие суммы платежей;
- целевое предназначение и короткий жизненный цикл;
- недепозитный характер (отсутствие процентов);
- гибкая функциональность (отложенные платежи, платежи с протекцией);
- взаимная независимость провайдеров услуг;
- большое разнообразие клиентов и партнеров.

В той или иной мере электронные деньги используются во всех платежных системах при расчетах по сделкам в электронной коммерции. Различия существуют лишь по степени использования электронных денег и характеру электронных платежей. Условно все платежные услуги можно разделить на два основных вида.

Банковские платежные услуги, оказываемые населению традиционными банковскими учреждениями. Разнообразие их довольно велико: от пластиковых карт до систем денежных переводов. Денежные переводы доминируют в сфере С2С, тогда как в сфере В2С чаще используются для оплаты покупок пластиковые карты и банковские переводы.

Переход от традиционных к интернет-транзакциям является всеобщим трендом развития банковской деятельности. Это связано со значительно более низкой стоимостью таких транзакций. Например, относительная стоимость банковских транзакций в США составляет [21]:

- личное общение – 100 %;
- телефонная транзакция – 50 %;
- интернет-транзакция – 1 %;
- почтовая транзакция – 0 %.

Вместе с тем скорость такого перехода значительно отличается у различных банков. В настоящее время можно выделить две формы оказания банковских услуг:

- услуги, оказываемые так называемыми интернетовскими банками;
- услуги, оказываемые традиционными банками, но в онлайн-режиме [21, с. 25].

В онлайн-банках возникает существенная экономия на обслуживании частных клиентов в результате автоматизации данного процесса, формирования домашнего банка, создания электронной торговой площадки, продвижения платежных схем для электронной торговли и т. п. [21, с. 26]. Плюсами являются также отсутствие офисов и неограниченный охват целевой аудитории вне зависимости от местонахождения клиентов.

Наиболее успешным примером такого подхода в России является банк ЗАО «Тинькофф Кредитные Системы» (ТКС-Банк), специализирующийся на обслуживании физических лиц через интернет-сайт, электронную почту и социальные сети. Несмотря на то, что у этого банка нет даже банкоматов, к январю 2013 г. им было выпущено свыше 3 млн пластиковых карт MasterCard [22]. Однако непосредственно в российской электронной коммерции онлайн-банки пока не играют сколько-нибудь существенной роли.

Безусловным лидером среди традиционных банков, оказывающих связанные с электронной коммерцией платежные услуги в онлайн-режиме, является ОАО «Сбербанк России». В первую очередь это связано с массовым выпуском дебетовых карт MasterCard Maestro и Visa Electron, позволяющих держателям карт получить доступ к безналичным платежам, денежным переводам (комиссия составляет 0–1 %) и дистанционному управлению банковским счетом.

Сюда же можно отнести покупку ОАО «Сбербанк России» 75 % доли в уставном капитале компа-

нии «Яндекс. Деньги», крупнейшего в России провайдера электронных платежей. В июле 2013 г. ЗАО «Сбербанк-АСТ» (аффилированная структура ОАО «Сбербанк России») запустила ориентированную на сектор B2C торговую площадку «Сверхмаркет». Если ОАО «Сбербанк России» не остановится и пойдет дальше в направлении интеграции платежных и торговых инструментов в секторе C2C, то в ближайшие годы он вполне может рассчитывать на роль ведущего провайдера платежных услуг в России.

Отдельно следует упомянуть о банковских платежных системах, до недавнего времени доминировавших на рынке платежных услуг и электронной коммерции: Contact (АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО), Anelik (ООО КБ «Анелик РУ») и др. Они и в настоящее время достаточно популярны. Падение спроса на их услуги связано с непригодностью таких платежных систем для мелких сделок (из-за введения минимальной стоимости услуг) и неинтегрируемости с инструментами электронной коммерции.

Несколько особняком стоят платежные системы, ориентирующиеся на прием платежей через платежные терминалы Qiwi (ЗАО «КИВИ Банк»), CyberPlat и ряд др. По оценкам рейтингового агентства «Эксперта РА», в 2012 г. в России более 35 % всех платежей физических лиц осуществляются именно с их использованием [4, с. 4].

В целом о потенциале рынка банковских электронных платежей свидетельствует то, что совокупный объем банковских онлайн-платежей россиян только в 2012 г. увеличился в 1,5 раза. В этом же году через Интернет физическими лицами совершалось 30 % от всех банковских транзакций (прирост на 4 %), тогда как доля интернет-платежей в денежном выражении выросла до 12 % (в 2009–2011 гг. их удельный вес не превышал 8–9 %). Прогнозируется, что к 2014 г. этот показатель возрастет не менее чем до 14 % [4, с. 4].

Небанковские платежные услуги, основанные на электронных деньгах и оказываемые специализированными платежными провайдерами. Они также достаточно разнообразны: от виртуальных платежных сервисов (Яндекс. Деньги, WebMoney, RBK Money, Деньги@Mail. Ru и др.) до современных процессинговых центров (PayU, PayOnline и др.).

Основное преимущество небанковских платежных услуг заключается в их виртуальности и большей пригодности для приема мелких платежей.

Как отмечают американские маркетологи Т. Кент и О. Омар, защищенные сделки с кредитными карточками подходят для оплаты крупных сделок, а для продавцов недорогих товаров система онлайн-платежей (online digital payments, ODP) является залогом успешных продаж [5, с. 695].

Небанковские электронные платежные услуги в наибольшей степени связаны с электронной коммерцией. У этого много причин: от отсутствия минимального размера платежа до высокой доступности услуг. Именно поэтому они в последнее время переживают значительный рост. Например, в 2012 г. оборот дистанционных платежных сервисов в России достиг 49 % оборота всех электронных платежей (см. рисунок), а к 2017 г. их доля в электронных платежах должна возрасти до 70 % [17, с. 29].

На этом рынке в настоящее время наилучшие показатели роста демонстрируют небанковские сервисы, которые в 2012 г. показали рекордный годовой прирост объема платежей (72 %, или 281 млрд руб.). Пока этот сегмент является самым консолидированным, так как совокупная доля Visa QIWI Wallet, Web Money и «Яндекс. Деньги» составляет около 90 % оборота всех электронных денег в России [17, с. 29].

Дальнейшая институционализация платежных инструментов в электронной коммерции, по всей видимости, будет связана с небанковскими платежными сервисами. Здесь наблюдается всеобщий для электронной коммерции процесс отказа от использования традиционной инфраструктуры. Как отмечают И. А. Крымский и К. В. Павлов, web-технологии позволяют пользователям финансовых услуг обходиться без посредничества банков – появляются первые признаки дезинтермедиации процесса реализации банковских продуктов [10, с. 81].

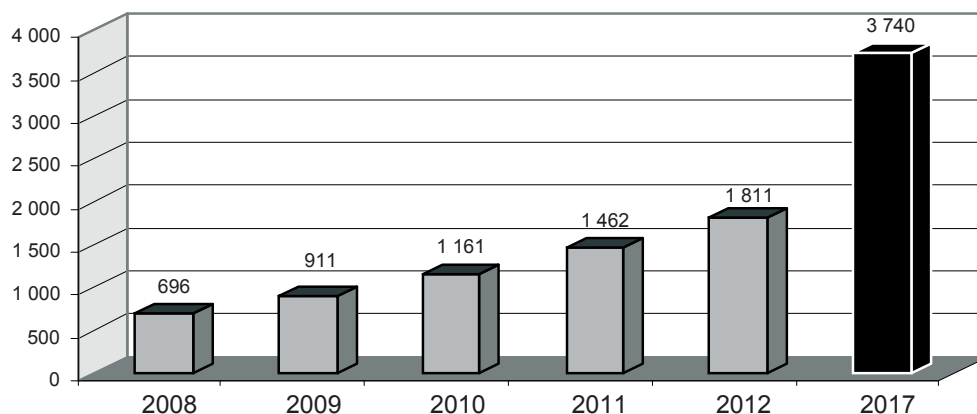
Отличие банковской сферы от розничной торговли заключается лишь в том, что платежные операции тут не составляют сколь угодно значительного объема оказываемых услуг. В электронной коммерции революция происходит не столько в сфере банковского, сколько в сфере расчетно-кассового обслужи-

вания субъектов торговли. Поэтому электронные платежи в равной мере являются новой сферой электронного бизнеса как для банковских, так и для небанковских учреждений. Банковские структуры обладают большими ресурсами и тактически выигрывают в конкурентной борьбе, тогда как небанковские платежные провайдеры обладают меньшими транзакционными издержками в отдельно взятой сфере услуг и поэтому имеют стратегические преимущества.

Регулирование платежных отношений. Использование электронных денег в расчетах между участниками электронной коммерции требует изменения регулирующего влияния государства. Это касается не только разработки соответствующего законодательства, но и нормативного закрепления стандартов их использования, прав и обязанностей сторон заключаемых сделок. Как отмечают Т. Кент и О. Омар, существование электронных денег благотворно отразится на розничной торговле. Однако чтобы добиться успеха в этой сфере, необходимо разработать четкие основополагающие правила в отношении стандартов, создать общий протокол использования таких денег [5, с. 696].

На уровне государственного регулирования речь идет о формировании международных стандартов оказания платежных услуг, позволяющих превратить их из механизма финансовых взаиморасчетов в фактор обеспечения глобальной конкурентоспособности государства. Не случайно многие зарубежные авторы прямо указывают на то, что страны должны рассматривать электронные финансы как способ достижения глобальных стандартов вне использования ресурсов переговорного процесса в рамках ВТО [23, с. 66].

Нельзя сказать, что понимание необходимости этой работы в настоящее время в России отсутс-



Оборот дистанционных платежных сервисов в 2008–2017 гг., млрд руб. [17]

твует. Министр связи и массовых коммуникаций РФ Н. А. Никифоров в ходе заседания президиума совета по модернизации прямо указал, что необходимо разработать ряд национальных технологических стандартов взаимодействия устройств при осуществлении электронных платежей, обеспечить нормативно повсеместность приема платежей в электронной форме и, возможно, с помощью тех же мер государственного регулирования стимулировать наличие технологии для беспроводных платежей (NFC), в том числе в завозимом в Россию оборудовании [3].

Однако процесс институционализации платежных инструментов электронной коммерции в России все же несколько отстает от общемировых тенденций. Это связано с многоаспектностью стоящих проблем, затрагивающих интересы большинства министерств и Центрального банка РФ. Эти проблемы требуют пересмотра государством отношения к кредитно-денежной системе в целом и банковскому сектору в частности [21, с. 23]. Их комплексное решение возможно только на законодательном уровне и на уровне Правительства РФ.

Отчасти таким решением является Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе». Этот закон устанавливает правовые и организационные основы национальной платежной системы, регулирует порядок оказания платежных услуг, в том числе осуществления перевода денежных средств, использования электронных средств платежа, деятельность субъектов национальной платежной системы, а также определяет требования к организации и функционированию платежных систем. [14]. Закон впервые вводит в юридический оборот понятие «платежная система», определяемая как совокупность организаций, взаимодействующих по правилам платежной системы в целях осуществления перевода денежных средств, включающая оператора платежной системы, операторов услуг платежной инфраструктуры и участников платежной системы, из которых как минимум три организации являются операторами по переводу денежных средств [14].

Институциональная недостаточность закона [14] заключается в его излишней технологичности. На потребительском рынке этот закон не решает задачи формирования институциональной основы электронных платежных инструментов. Не случайно в нем нет ни одного упоминания об электронной коммерции и о деятельности процессинговых ком-

паний, определяющих в настоящее время тренды развития электронной коммерции.

Проблема деструктивности российской законодательной системы носит структурный характер. Для ее решения требуются глубокие институциональные преобразования, затрагивающие основы законодательства. Суть проблемы заключается в том, что российское законодательство основано на романо-германской (континентальной) системе права, ориентированной на приоритетность фиксации правовых норм, а не общих принципов допустимого поведения участников рынка. В результате нормообразующий принцип «разрешено все, что не запрещено» замещается принципом «запрещено все, что не разрешено» [7, с. 95].

На уровне Правительства РФ существует понимание актуальности стоящей проблемы. Так, например, в проекте [7] прямо говорится о том, что такое положение существенно затрудняет появление инноваций в финансовой сфере – предложение новых видов услуг клиентам, внедрение новых инфраструктурных технологий. По ряду направлений нормативно-правовая база финансового рынка в России не полностью сформирована и отстает от практики развитых стран [7, с. 96].

В качестве эталона при реформировании финансового законодательства Минэкономразвития России предложена англо-саксонская (прецедентная) система права, основанная на нормообразующем принципе «соблюдай или объясняй» (principles-based regulation). Такой (экзогенный по сути) подход подразумевает установление граничных рамок рыночного поведения вместо жесткой регламентации. Он несколько усложняет работу регулятора, требуя от него постоянного участия в экономических отношениях.

Вместе с тем такая система является более гибкой и может быстрее адаптироваться к инновациям на финансовых рынках, способствует открытости и конкуренции [7, с. 89]. Не случайно Великобритания является безусловным лидером по распространению электронной коммерции в странах большой двадцатки. Объем этого сектора в ее экономике в три раза превышает российские показатели. В 2010 г. он достиг 121 млрд фн. ст. (около 191,5 млрд долл.), а доля в ВВП – 8,3%. При этом темпы ежегодного прироста интернет-экономики в Великобритании стабильно держатся на показателе в 11% [17, с. 94].

На основе анализа опыта ведущих экономик мира, успешно использующих электронную ком-

мерцию, можно выделить три основных направления институционального регулирования на рынке электронных платежей [20, с. 39]:

- 1) устранение нормативно-правовых препятствий для развития инноваций;
- 2) создание конкурентных условий для всех участников рынка;
- 3) разработка стандартов и усовершенствование инфраструктуры рынка.

По примеру европейских стран ст. 22 закона [14] вводит понятие системно значимой платежной системы для участников рынка, осуществляющих переводы денежных средств по сделкам, совершенным на организованных торгах. Вместе с тем неопределенность относительно прав и обязанностей провайдера и потребителей новой услуги может препятствовать предложению нововведения потенциальными провайдерами и/или мешать его принятию пользователем [20, с. 34]. Законодатель не должен останавливаться на введении институциональных норм, не раскрыв их содержание и не определив порядок правоприменения.

Здесь вполне можно использовать международную практику. Комитетом по платежным и расчетным системам банка международных расчетов (Базель, Швейцария, март 2003 г.) группы 10 (G10) еще в январе 2001 г. были сформулированы ключевые принципы для системно значимых платежных систем, внедренные в настоящее время более чем в 40 странах мира [6, с. 9]:

- система должна иметь детально обоснованную правовую базу во всех применяемых юрисдикциях;
- правила и процедуры системы должны давать участникам четкое понимание финансовых рисков, которым они подвергаются из-за участия в ней;
- система должна иметь четко определенные процедуры управления рисками, устанавливающие ответственность оператора и участников системы;
- система должна обеспечивать окончательный расчет в дату валютирования, желательно в течение дня, в крайнем случае – к концу дня;
- система с многосторонним неттингом должна обеспечивать своевременное завершение дневных расчетов в случае неплатежеспособности участника;
- используемые для расчетов активы предпочтительно должны быть требованиями к цен-

тральному банку. Если используются другие активы, они должны нести небольшой или нулевой кредитный риск и небольшой или нулевой риск ликвидности, используемые для расчетов активы предпочтительно должны быть требованиями к центральному банку либо нести небольшие кредитные риски и риски ликвидности;

- система должна обеспечивать высокий уровень безопасности и операционной надежности и иметь резервные механизмы завершения обработки платежей в течение одного операционного дня;
- система должна предоставлять удобные для пользователей и эффективные для экономики способы совершения платежей;
- система должна иметь объективные и публично объявленные критерии участия, обеспечивающие справедливый и открытый доступ;
- механизмы управления системой должны быть эффективными, подотчетными и прозрачными.

В международной экономической практике специалистами выделяется три основных подхода к организации институционального регулирования электронных платежей: европейский, североамериканский и азиатский (китайский) [11, с. 143]. Каждый из них обладает своей спецификой, обусловленной институциональными особенностями, в которых действуют экономические субъекты сетевой экономики.

Европейский подход рассматривает электронные деньги, эмитируемые платежными операторами, в качестве новой формы денег, требующей особого правового режима для осуществления электронных платежей. К основным мерам европейского правового регулирования рынка электронных платежей относят:

- 1) нормативное закрепление прав и обязанностей участников электронных расчетов;
- 2) определение параметров систем безопасности электронных расчетов;
- 3) нормативное закрепление системы отчетности эмитентов электронных денег перед центральным кредитным банком;
- 4) обеспечение эмитентами электронных денег их мгновенной ликвидности, т. е. возможности беспрепятственного обмена на валюту государства;
- 5) возможность установления резервных требований к эмитентам электронных денег.

Североамериканский подход рассматривает электронные платежи и деньги, эмитируемые платежными операторами, в качестве нового вида платежных (финансовых) услуг. Наряду с европейским подходом (за исключением, пожалуй, Великобритании), североамериканский подход идет по пути четкой регламентации применения правовых норм и инструментов финансового регулирования. Основу этого подхода составляет подробное описание требований к работе финансовых инструментов и рынков (*rule-based regulation*).

Азиатский (китайский) подход не подразумевает четкого определения основополагающих понятий и подробной нормативной регламентации платежных процедур. Вместо этого упор делается на быстрое и эффективное решение ключевых вопросов, связанных с осуществлением электронных платежей. Такой подход позволяет экспортно ориентированной товаропроизводящей экономике Китая принимать основополагающие решения, не дожидаясь формирования законодателями нормативно-правовой базы. В отличие от предыдущих подходов отправной точкой здесь является экономическая целесообразность принимаемых решений, а не их соответствие формальным принципам законодательства.

Задача формирования в России конкурентоспособной платежной среды электронной коммерции облегчается тем, что в настоящее время правовое регулирование выпуска и обращения электронных денег практически отсутствует [1, с. 47]. Несколько отстав от партнеров в институциональном развитии, российские регуляторы могут воспользоваться лучшими достижениями различных подходов для формирования уникального облика платежной инфраструктуры электронной коммерции.

На текущей стадии институционального развития видный российский специалист в области электронной коммерции И. А. Стрелец выделяет три основных аспекта реализации государственной политики в отношении электронных платежей [21, с. 24].

1. *Ускорение денежного оборота за счет круглогодичности платежей, исключения посредников и сокращения транзакционных издержек.* Широкое распространение электронных платежных инструментов способно вызвать глубокую трансформацию всей платежной и финансово-банковской инфраструктуры. Многие банки и традиционные платежные операторы (например, ФГУП «Почта России») уже сталкиваются с оттоком клиентов в пользу провайдеров электронных услуг.

2. *Потеря дохода Центрального банка РФ от сеньоража,* которую автор предлагает решать с помощью лицензирования эмиссии электронных денег или их самостоятельной эмиссии Центральным банком РФ.

Окончательно эту проблему решить вряд ли удастся. Общая тенденция к сокращению транзакционных издержек в банковском секторе за счет виртуализации участников рынка и оказываемых ими услуг неминуемо коснется и доходов Центрального банка РФ. Обнадеживает лишь то, что эти доходы не столь велики и значимы, чтобы ради них ограничивать внедрение инноваций.

3. *Проблема финансового контроля,* усугубляемая усложнением наблюдения за электронными платежами из-за исключения традиционных банковских посредников при проведении электронных транзакций.

Решение проблемы следует искать в трансформации надзорной деятельности самого Банка России. Изменение структуры рынка и появление участников, использующих в своей деятельности принципиально новые технологии, действительно делает неактуальными прежние схемы банковского надзора. Однако это не мешает внедрять новые схемы, основанные на использовании новых технологий и инструментов.

Развитие электронной коммерции в России зашло уже столь далеко, что инфраструктура ее платежной среды на потребительском рынке развивается независимо от действий или бездействия финансового регулятора. Ограничительные меры в этой ситуации не приводят к желаемому результату, негативно отражаясь на конкурентных возможностях отечественных товаропроизводителей и развитии платежной среды в России.

Времена «железного занавеса» прошли, Россия вступила в ВТО, а мы живем в глобальном мире, в котором недостаточная активность одних субъектов с лихвой компенсируется избыточной активностью других. На нашем потребительском рынке отечественные платежные инструменты легко заменяются услугами транснациональных платежных сервисов (PayPal, Skrill, AliPay и др.).

Хотя следует отметить, что и традиционные провайдеры обычно находят способ обойти препятствия для платежей в электронной коммерции, устанавливаемые регулятором. Достаточно вспомнить фразу о том, что денежный перевод не связан с осуществлением предпринимательской деятель-

ности на бланках платежной системы Contact или анонимные кошельки сервиса «Яндекс. Деньги».

Поэтому на уровне государственного регулирования деятельности электронных платежных систем речь должна идти скорее о содействии в развитии, чем об ограничении деятельности. В качестве примера конструктивной политики можно привести содержание п. 5.2.3 отчета [20], где говорится, что некоторые центральные банки могут там, где это необходимо, дополнить деятельность в качестве катализатора или органа, содействующего развитию, деятельностью в качестве надзорного органа. В этом качестве некоторые из них могут обладать полномочиями по внесению соответствующих изменений в правовую и регулируемую структуру посредством аннулирования или изменения норм регулирования, а также введения новых норм [20, с. 41].

От политики законодателя и финансового регулятора зависит, станет платежная инфраструктура электронной коммерции фактором инновационного развития и модернизации экономики России или будет задавлена более успешными зарубежными конкурентами. Текущая стадия ее институционального развития предоставляет российскому финансовому сектору уникальную возможность не только встроиться в инфраструктуру глобального рынка электронной коммерции, но и занять там лидирующие позиции.

Перспективы развития платежной среды.

В качестве одного из путей перехода от экспортно-сырьевой к инновационной модели экономического роста распоряжением Правительства РФ [13] предусматривается создание в России международного финансового центра (МФЦ). Основной целью макроэкономической политики в этом документе определено расширение и укрепление внешнеэкономических позиций России, повышение эффективности ее участия в мировом разделении труда через поэтапное формирование интегрированного евразийского экономического пространства.

Предполагается, что к 2020 г. Россия укрепит свое лидерство в интеграционных процессах на евразийском пространстве, постепенно становясь одним из глобальных центров мирохозяйственных связей (в том числе в качестве международного финансового центра) и поддерживая сбалансированные многовекторные экономические отношения с европейскими, азиатскими, американскими и африканскими экономическими партнерами [13]. Для реализации поставленных задач необходимо не

просто обеспечить создание соответствующей финансовой инфраструктуры, но и освоить пустующие ниши международного рынка финансовых услуг.

При этом нельзя сказать, что у России в этом направлении отсутствуют конкуренты. В настоящее время Казахстан претендует на создание МФЦ, рассчитанного на среднеазиатские государства, а Польша – на государства Центральной и Восточной Европы, а также Украины [7, с. 85]. В Казахстане этот процесс по объективным причинам очень далек от завершения, а вот Польша уже по многим показателям заметно опережает Российскую Федерацию [7, с. 85–87].

Слабым местом в обоих государствах является стратегия, направленная на создание финансовых институтов, копирующих существующие МФЦ, уже лидирующие на глобальном финансовом рынке. Тут трудно не согласиться с авторами одобренной в 2009 г. Правительством РФ Концепции [7], которые отмечают, что стратегия догоняющего развития является успешной, пока есть возможность копирования лидера. Однако, когда для дальнейшего роста необходимо самому генерировать финансовые инновации, то на первый план выходит уровень развития институтов и человеческого капитала [7, с. 93].

Применительно к глобальному маркетингу финансовых услуг Ф. Котлер отмечал, что то, что сработало вчера, скорее всего не сработает сегодня и уж наверняка не сработает завтра. Это еще раз говорит о том, что любой эндогенный подход к институциональному планированию неизбежно ведет к фиаско, так как экономический успех определяется рыночной средой и потребительским спросом. Уже освоенные рыночные ниши контролируются опытными игроками, которые не намерены делиться прибылью и обладают большими ресурсами, чем новые субъекты рынка.

В конкурентной борьбе гораздо важнее то, что глобальная маркетинговая среда финансового рынка претерпела значительные изменения за два последних десятилетия, породив новые возможности и новые проблемы [9, с. 951]. Поэтому конкурентные преимущества новых МФЦ должны быть связаны с новыми рыночными нишами и связанными с ними возможностями. Только тогда можно будет говорить о благоприятных перспективах их развития.

В России такая ниша существует не в сфере глобальных финансов и фондового рынка, где наша страна не обладает сколько-нибудь значимыми преимуществами, а в сфере трансграничных денежных

переводов и электронной коммерции. Правовая база для этого уже создана решением Межгосударственного совета ЕврАзЭС от 22.06.2005 № 220 [8], в котором формирование единой платежно-расчетной системы связано с перспективой введения единой валюты ЕврАзЭС.

Страны ЕврАзЭС не обладают развитой платежной инфраструктурой, находясь в зависимости от финансовой системы России. Однако товарные поставки на их потребительские рынки идут не из России, а из Китая и других стран. Сложилась ненормальная ситуация, когда Россия фактически выступает донором национальных финансовых систем ЕврАзЭС, так как денежные переводы из России существенно превышают обратные поступления. В 2009 г. эта разница составляла 2 млрд долл. (от 8 млрд долл.), а в 2010 г. она достигла почти 2,4 млрд долл. (от 11 млрд долл.) [2, с. 12].

Де-факто российский рубль в настоящее время уже выполняет, наряду с долларом США, функцию единой валюты внутри ЕврАзЭС. Так, по итогам 2010 г. на долю России приходилось около 50% трансграничного валютного оборота ЕврАзЭС, из них более 70% – исходящие платежи и только 27% – входящие. Аналогичная пропорция наблюдается и в структуре рублевых переводов, которые составляют примерно треть от всех трансграничных денежных переводов в ЕврАзЭС [2, с. 12].

Большую часть этих денежных переводов из России составляют отправления гастарбайтеров. Однако нельзя забывать о том, что рублевый рынок и русскоговорящее население – идеальная среда для продвижения российских товаров народного потребления и технологий. Мы не можем заместить отечественной продукцией поставки товаров из Китая, но благодаря электронной коммерции можем пустить эти товары через российские товаропроводящие сети, а оплату за них – через российские платежные системы. Это позволит вернуть часть денежных средств, вывозимых в настоящее время из Российской Федерации, и заложить институциональную основу для будущего продвижения российской продукции.

Ничто не мешает повторению в рамках ЕврАзЭС комбинации мировых товаропроизводителей с выводом производственных мощностей в страны Юго-Восточной Азии. При этом у стран ЕврАзЭС, помимо дешевизны рабочей силы, есть большое преимущество, связанное с ограниченностью внутреннего рынка среднеазиатских стран. Поэтому

создание там производственных мощностей и передача технологий не приведет к последующей утрате контроля за ними.

Традиционно низкая покупательная способность в азиатских странах ЕврАзЭС и СНГ не позволяет в настоящее время использовать для продвижения продукции традиционные каналы сбыта. На потребительском рынке этих стран доминируют устаревшие формы розничной торговли. Однако электронная коммерция снимает все ограничения при условии роста проникновения Интернета.

Причем ключом для создания единого экономического пространства является формирование международного финансового центра в рамках ЕврАзЭС, основанного на использовании в трансграничных расчетах как минимум российской платежной инфраструктуры и как максимум – российской валюты. Преимущества этого МФЦ будут располагаться не в сфере фондового рынка и банковского сектора, а в сфере электронных платежей, выполняемых в интересах товаропроизводителей и частных лиц на потребительском рынке.

Речь идет не только об использовании российского рубля в трансграничных платежах и денежных переводах, а о формировании на постсоветском пространстве единого экономического пространства, обеспечивающего глубокую инфраструктурную интеграцию его экономических субъектов. Как совершенно справедливо отмечает Ф. Котлер, исчезновение барьеров, связанных с необходимостью обмена валют, позволит расширить межгосударственную торговлю [9, с. 953]. Тогда как межгосударственная торговля послужит инструментом взаимной интеграции и экономической модернизации с центром в Российской Федерации.

Для решения указанной задачи потребует большая подготовительная работа, связанная с глубокими институциональными и инфраструктурными изменениями в национальной платежной системе самой России. В качестве отправной точки для реформирования платежных отношений в России можно обратиться к зарубежному опыту. Лидирующие МФЦ обладают вполне определенными конкурентными преимуществами и недостатками, анализ которых может облегчить позиционирование российского МФЦ.

В настоящее время американская и китайская модели определяют тенденции развития платежной среды электронной коммерции в мировой экономике. В основе этих моделей лежит преимущественное

развитие платежных систем логистических уровней 5PL (сетевая логистика) и 4PL (интегрированная логистика). При этом США были первооткрывателями новых платежных технологий, а Китай творчески их переработал, превратив в инструмент обеспечения глобальной экспансии своих товаров.

Наибольшей перспективой в электронной коммерции обладают платежные системы уровня 5PL, которые в отличие от уровня 4PL полностью виртуальны и не требуют наличия платежных терминалов. Распространение платежных систем уровня 4PL объясняется недостаточностью проникновения Интернета. С развитием интернет-технологий их значение будет неминуемо сокращаться.

Платежные провайдеры уровня 5PL столь же виртуальны, как и сама электронная коммерция. Они существуют за счет традиционных провайдеров банковских услуг – карточных платежных систем, вне которых их клиенты не могут ни снять деньги, ни пополнить свои счета в платежной системе. Это позволяет платежным провайдерам легко уходить от множества проблем, связанных с необходимостью соблюдения требований финансовых регуляторов, так как они не эмитируют электронные деньги, а выступают посредниками в платежах.

Базовыми платежными системами для провайдеров уровня 5PL являются карточные системы Visa и MasterCard, на долю которых в настоящее время приходится около 50% всех пластиковых карт в мире. Сами провайдеры 5PL представляют собой международные процессинговые центры, глубоко интегрированные в инфраструктуру электронной коммерции, осуществляющие электронные платежи с карточных счетов в реальном времени.

Первым в мире платежным провайдером уровня 5PL стала американская платежная система PayPal. Ее институциональная особенность заключается в том, что она изначально была интегрирована в крупнейшую в мире торговую площадку eBay, являясь ее платежным подразделением. Не случайно доходы от деятельности PayPal составили в 2012 г. 40% от всех доходов eBay Inc.

Уникальный опыт, полученный PayPal при проведении платежей на торговой площадке eBay, был использован для экспансии платежной системы по всему миру. В результате PayPal превратился в крупнейшего международного провайдера электронных платежей, доходы которого почти на 51% формируются за пределами США. Так, по состоянию на середину 2013 г. PayPal работал в 193

странах с 25 национальными валютами и более 132 млн пользователей. В настоящее время платежная система PayPal локализована в 80 странах мира, в том числе и в России. Количество ежедневных платежей через PayPal достигло в 2013 г. (II квартал) 7,7 млн транзакций.

Платежная система PayPal из года в год демонстрирует феноменальные показатели роста. В 2012 г. общий оборот сделок через нее достиг 145 млрд долл. (годовой прирост на 22%), из них на долю электронной коммерции пришлось 97 млрд долл. (годовой прирост на 25%). Ежегодный доход PayPal достиг в 2012 г. 5,6 млрд долл. (годовой прирост на 26%). При этом более 50% этой суммы пришлось на трансграничные сделки и денежные переводы, а около 25% всех операций PayPal (около 36 млрд долл.) – на трансграничную электронную коммерцию.

Альтернативная PayPal китайская платежная система Alipay уровня 5PL была создана в 2004 г. для обслуживания платежей на китайских торговых площадках группой компаний Alibaba Group. Она базируется на использовании пластиковых карт крупнейшей в мире китайской национальной платежной системы UnionPay, глобальная эмиссия которой достигла в 2012 г. объема в 3,4 млрд пластиковых карт, а также Visa и MasterCard.

В настоящее время Alipay является крупнейшим платежным провайдером в Китае, насчитывающим более 800 млн аккаунтов, увеличившись в 4 раза с 2009 по 2012 г. Кроме Alibaba Group эта платежная система обслуживает еще более 460 000 торговцев по всему миру в 14 основных иностранных валютах. В России Alipay обслуживает платежи через платежные системы QIWI, WebMoney, не считая платежей с банковских карт Visa и MasterCard.

Общей особенностью платежных провайдеров PayPal и Alipay является выполнение функций институционального регулирования и арбитража в электронной коммерции. Так, PayPal принимает и рассматривает в течение 45 дней с момента покупки претензии покупателей, а также списывает со счета продавцов в безакцептном порядке денежные средства в случае принятия решения в их пользу. Платежный провайдер Alipay делает то же самое, резервируя оплату до истечения контрольного срока с момента получения покупки (по данным транспортного провайдера). В случае если клиент недоволен покупкой, Alipay полностью возвращает произведенную покупателем оплату.

Феноменальный успех платежных провайдеров уровня 5PL на потребительском рынке объясняется их глубокой интеграцией в торговую инфраструктуру платежной коммерции. Приобретая товар, покупатели ничем не рискуют, они всегда могут получить деньги обратно, если товар не соответствует описанию или испорчен при пересылке. Сама возможность мгновенной оплаты товара через Интернет на уровне 5PL формирует высшую степень доверия покупателей к продавцам. Платежные провайдеры низших уровней (2PL – 4PL) не могут ничего противопоставить такой политике, стремительно утрачивая конкурентоспособность.

В России также существуют платежные провайдеры уровня 5PL, способные составить конкуренцию крупным зарубежным платежным провайдерам. Однако из-за бездействия регулятора они до сих пор не в состоянии полноценно оказывать платежные услуги в сферах B2C и C2C. Например, российский процессинговый центр PayU, интегрированный в крупнейшую торговую площадку Molotok.ru, с 2005 г. успешно работает в Восточной Европе, являясь лидером рынка услуг процессинга в Чехии, Венгрии, Румынии, Польше и ЮАР. И только в России его деятельность не находит должной институциональной поддержки.

Это не означает, что на российском рынке электронной коммерции отсутствуют такого рода платежные услуги. В настоящее время их оказывают ведущие зарубежные провайдеры PayPal и AliPay, весьма успешно ведущие свой бизнес в России. Покупатели также не испытывают больших неудобств. Единственная проблема заключается в том, что электронная коммерция в России развивается по догоняющему пути и не является интеграционным механизмом на постсоветском пространстве.

Главный финансовый регулятор – Центральный банк РФ – пока не воспринимает платежных провайдеров уровня 5PL, оказывающих услуги процессинга платежей в электронной коммерции, в качестве сколько-нибудь значимых субъектов рынка. Так, например, в отчете, подготовленном регулятором в сентябре 2011 г. [19], о них даже не упоминается.

Вместе с тем создание условий для развития компаний, работающих в области электронной торговли, признано Правительством РФ одним из приоритетных направлений развития информационно-коммуникационных технологий в России [13]. Задача состоит в том, чтобы ускорить формирова-

ние благоприятной институциональной среды для этих компаний, дав им возможность в полной мере раскрыть инновационный потенциал отечественной электронной коммерции.

Список литературы

1. Батяева А. Р., Кумуков М. Ш., Прошунин М. М. Финансовый мониторинг в сфере обращения электронных денег // Треугольник сетевого общества: наука, производство, коммерция / под ред. Л. В. Голоскокова. М.: Гос. ун-т Минфина России, 2012. С. 47–51.
2. Борисов С. М. Российский рубль в трансграничных денежных переводах // Деньги и кредит. 2012. № 4. С. 11–15.
3. Глава Минкомсвязи предложил меры по развитию электронных платежей в РФ. URL: <http://digit.ru/state/20121224/397705703.html>.
4. Интернет-банкинг в России: безопасность по требованию. URL: http://www.raexpert.ru/editions/bulletin/05_06_13/bul_internet-banking.pdf.
5. Кент Т., Омар О. Розничная торговля. М.: Юнити-Дана, 2007.
6. Ключевые принципы для системно значимых платежных систем // Платежные и расчетные системы. Международный опыт. Вып. 23. М.: ЦБ РФ, 2010.
7. Концепция создания международного финансового центра в Российской Федерации / Министерство экономического развития РФ. URL: <http://www.economy.gov.ru/minrec/activity/sections/finances/creation/conceptmfc>.
8. Концепция сотрудничества государств – членов Евразийского экономического сообщества в валютной сфере: утверждена решением Межгосударственного совета ЕврАзЭС от 22.06.2005 № 220.
9. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. Профессиональное издание. М.: Вильямс, 2009.
10. Крымский И. А., Павлов К. В. Проблемы и перспективы развития электронной экономики в России. Мурманск: Кольский НЦ РАН, 2007.
11. Миттельман К. Г. Риски эмитентов в системе электронных денег // Вопросы экономики и права. 2012. № 2. С. 143–149.
12. Национальная платежная система России: проблемы и перспективы развития / под ред. Н. А. Савинской, Г. Н. Белоглазовой. СПб: СПбГУЭФ, 2011.
13. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на

период до 2020 года: распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р.

14. О национальной платежной системе: Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ.

15. *Овчинников Б. В.* Рынок e-commerce в России: Итоги 2012 г. и тренды 2013 г. URL: <http://www.datainsight.ru/ecommerce2012>.

16. *Овчинников Б. В.* Рынок онлайн платежей в России: пользователи и их предпочтения. URL: <http://www.datainsight.ru/onlinepayment2012>.

17. Отраслевой доклад «Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2012». URL: <http://www.fapmc.ru/magnoliaPublic/rospechat/activities/reports/2012/item6.html>.

18. Платежные и расчетные системы. Международный опыт. Вып. 25. М.: ЦБ РФ, 2011. URL: <http://www.cbr.ru/publ/PRS/prs25.pdf>.

19. Платежные, клиринговые и расчетные системы в России (Красная книга Банка международных расчетов) // Платежные и расчетные системы. Вып. 29. М.: ЦБ РФ, 2011.

20. Политика центральных банков в области розничных платежей // Платежные и расчетные системы. Международный опыт. Вып. 5. М.: ЦБ РФ, 2008.

21. *Стрелец И. А.* Модификация экономической политики государства в условиях новой экономики // Бизнес, менеджмент и право. 2005. № 3. С. 22 – 30.

22. «Тинькофф Кредитные Системы» выпустил свыше 3 млн карт MasterCard. URL: <http://www.banki.ru/friends/group/tcs-bank/blog/3510>.

23. *Mann C. L., Eckert S. E., Knight S. C.* Global Electronic Commerce: A Policy Primer. Washington: Institute for International Economics, 2000.

ФИНАНСОВАЯ[®] АНАЛИТИКА

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Научно-практический
и информационно-аналитический сборник
Периодичность – 4 раза в месяц

2 (188) – 2014 январь

Подписка во всех отделениях связи:

- индекс 80628 – каталог агентства «Роспечать»
- индекс 44368 – каталог УФС РФ «Пресса России»
- индекс 34158 – каталог российской прессы «Почта России»

Доступ и подписка на электронную версию журнала
www.elibrary.ru, www.dilib.ru

Журнал зарегистрирован в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-29584.

Учредитель:

ООО «Информационный центр «Финансы и Кредит»

Издатель:

ООО «Финанспресс»

Главный редактор:

В.А. Горохова

Зам. главного редактора:

С.Н. Голда, В.И. Попов

Редакционный совет:

С.А. Васин, доктор технических наук, профессор
А.В. Гукова, доктор экономических наук, профессор
Д.А. Ендовицкий, доктор экономических наук, профессор
Л.С. Кабир, доктор экономических наук, профессор
Ю.И. Коробов, доктор экономических наук, профессор
М.А. Котляров, доктор экономических наук, профессор
А.С. Макаров, доктор экономических наук, доцент
Т.Ю. Морозова, кандидат экономических наук, доцент
Т.Н. Новожилова, кандидат экономических наук, доцент
А.Г. Перевозчиков, доктор физико-математических наук, профессор
С.В. Ратнер, доктор экономических наук, профессор
В.А. Цветков, член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, профессор

Верстка: М.С. Гранильщикова

Корректор: А.М. Лейбович

Редакция журнала:

111401, Москва, а/я 10

Телефон: (495) 989-96-10

Адрес в Internet: <http://www.fin-izdat.ru>

E-mail: post@fin-izdat.ru

© ООО «Информационный центр «Финансы и Кредит»

© ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ»

Подписано в печать 10.12.2013. Формат 60х90 1/8.

Цена договорная. Объем 8,0 п.л. Тираж 2 130 экз.

Отпечатано в ООО «КТК», г. Красноармейск Московской обл.

Тел.: (495) 993-16-23

Журнал рекомендован ВАК Минобрнауки России для публикации работ, отражающих основное научное содержание кандидатских и докторских диссертаций.

Сборник реферируется в ВИНТИ РАН.

Сборник включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Статьи рецензируются.

Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

ФОНДОВЫЙ РЫНОК

Нурашева К.К., Бигельдиева З.А. Развитие инфраструктуры рынка ценных бумаг Республики Казахстан 2

ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ

Калуужский М.Л. Институционализация платежной среды электронной коммерции в России 8

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Валинуров Т.Р., Трофимова Т.В. Специфика оценки дебиторской и кредиторской задолженностей предприятия 20

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

Черкашин Д.С. Прогноз пассажирских перевозок в аэропорту Хабаровск до 2030 г. на основе регрессионной модели 31

Малютина Т.Д. Совершенствование методов стратегического планирования на промышленных предприятиях Волгоградской области 36

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Малецкий А.А. Анализ ресурсной базы налогообложения домашних хозяйств 42

Чечнева Ю.В. Основные бюджетоформирующие налоги в Российской Федерации: коррекция методических подходов к планированию и прогнозированию 53

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

О прогнозе долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года 58

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.
Ответственность за достоверность информации в рекламных объявлениях несут рекламодатели.