

Рынок дистанционных оплат: перспективы интернет-банкинга

Черноморов С.А.

Председатель Совета директоров
системы HandyBank

Покупки населения РФ в год:

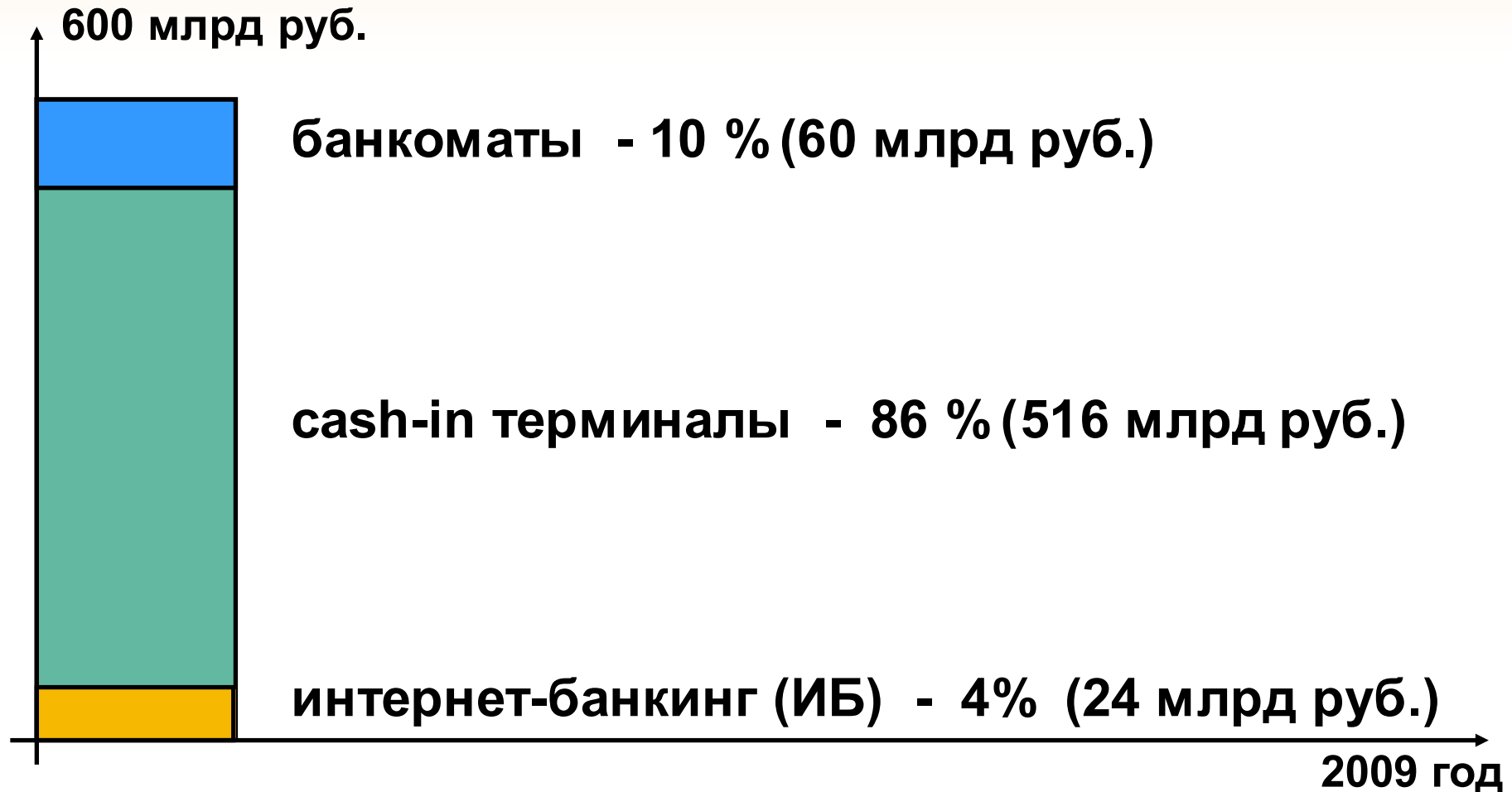
	Доля в расходах		
✓ питание вне дома	3%		
✓ бытовые услуги	3%		
✓ гигиена и лекарства	3%		
✓ одежда и обувь	10%		
✓ авто	9%		
✓ бензин	3%		
✓ продукты питания домой	31%	Целевые сегменты дистанционных оплат (Д/О) 16 трлн руб.	
✓ ЖКХ	8%		
✓ услуги связи	3%		
✓ бытовая техника	5%		
✓ услуги транспорта	3%		
✓ мебель и дом. предметы	7%		
✓ образование	2%		
✓ другое	10%		
<hr/>			
24 трлн руб.			

Потенциальная емкость рынка Д/О:

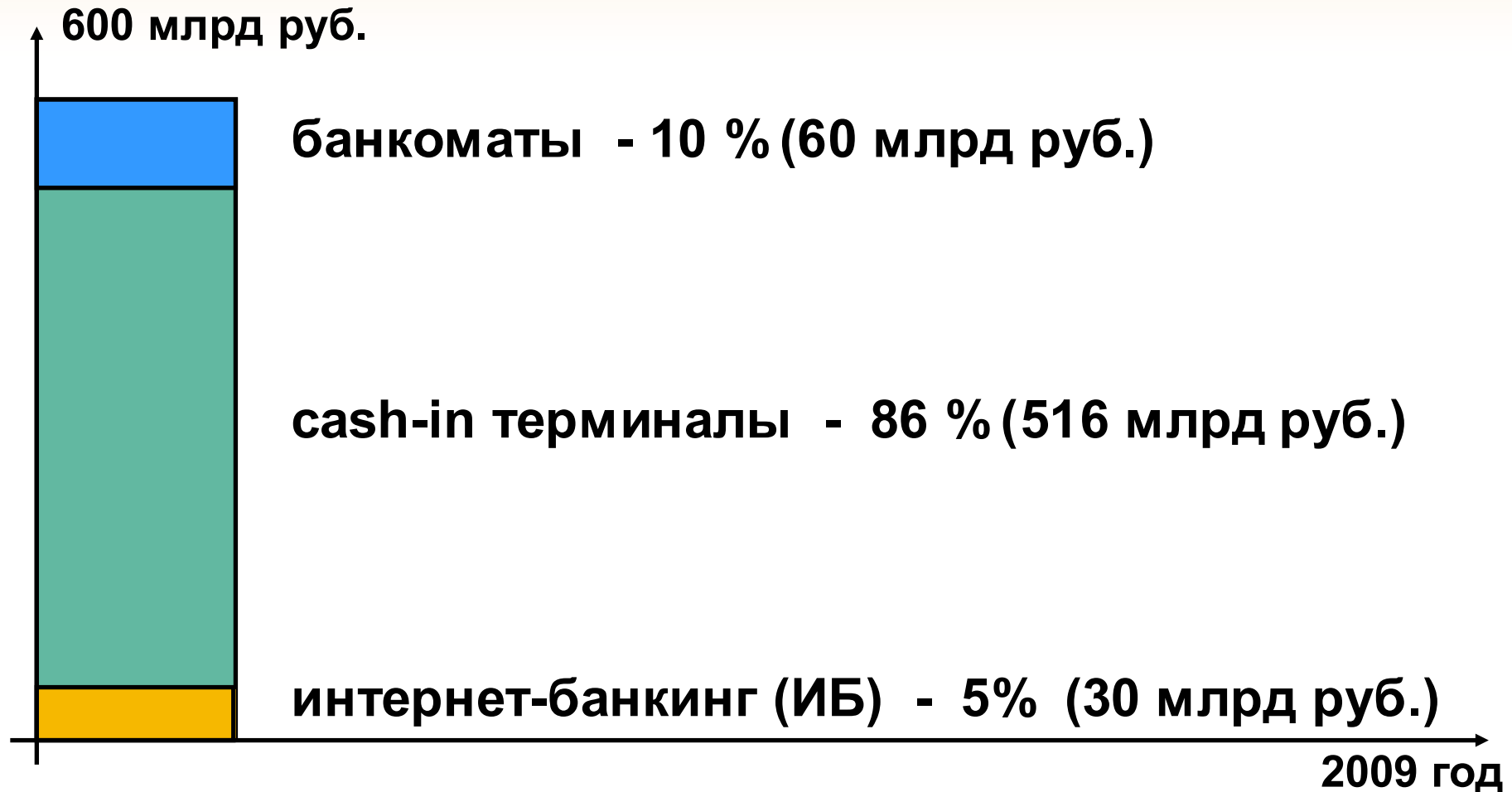
	Доля в расходах	Доля для рынка Д/О	
✓ продукты питания домой	31%	5%	Целевые сегменты Д/О 16 трлн руб.
✓ ЖКХ	8%	75%	
✓ услуги связи	3%	90%	
✓ бытовая техника	5%	20%	
✓ услуги транспорта	3%	50%	
✓ мебель и дом. предметы	7%	7%	
✓ образование	2%	50%	
✓ другое	10%	20%	

Потенциальная емкость рынка Д/О = 4 трлн руб.

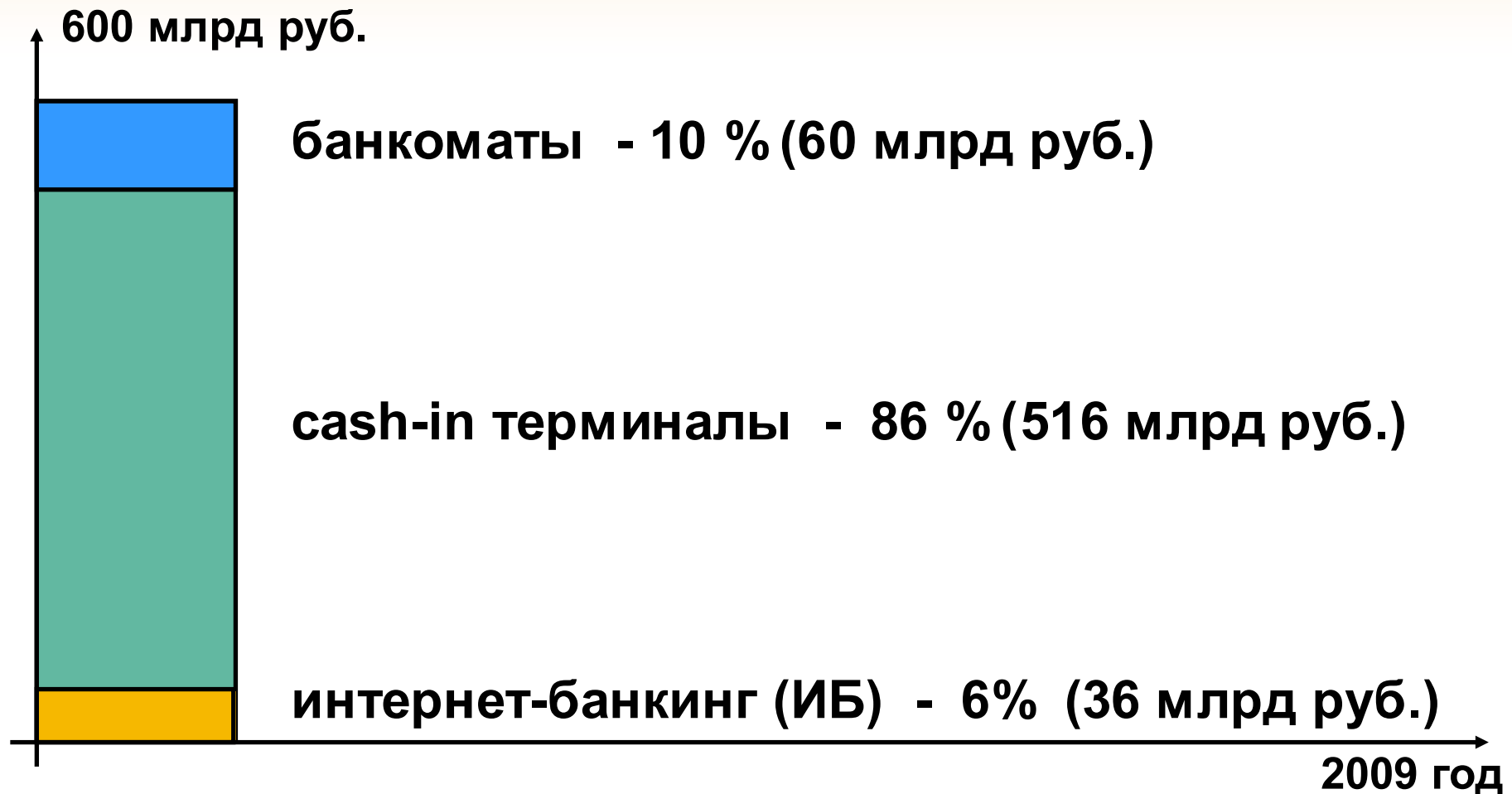
Объем и структура рынка Д/О



Объем и структура рынка Д/О



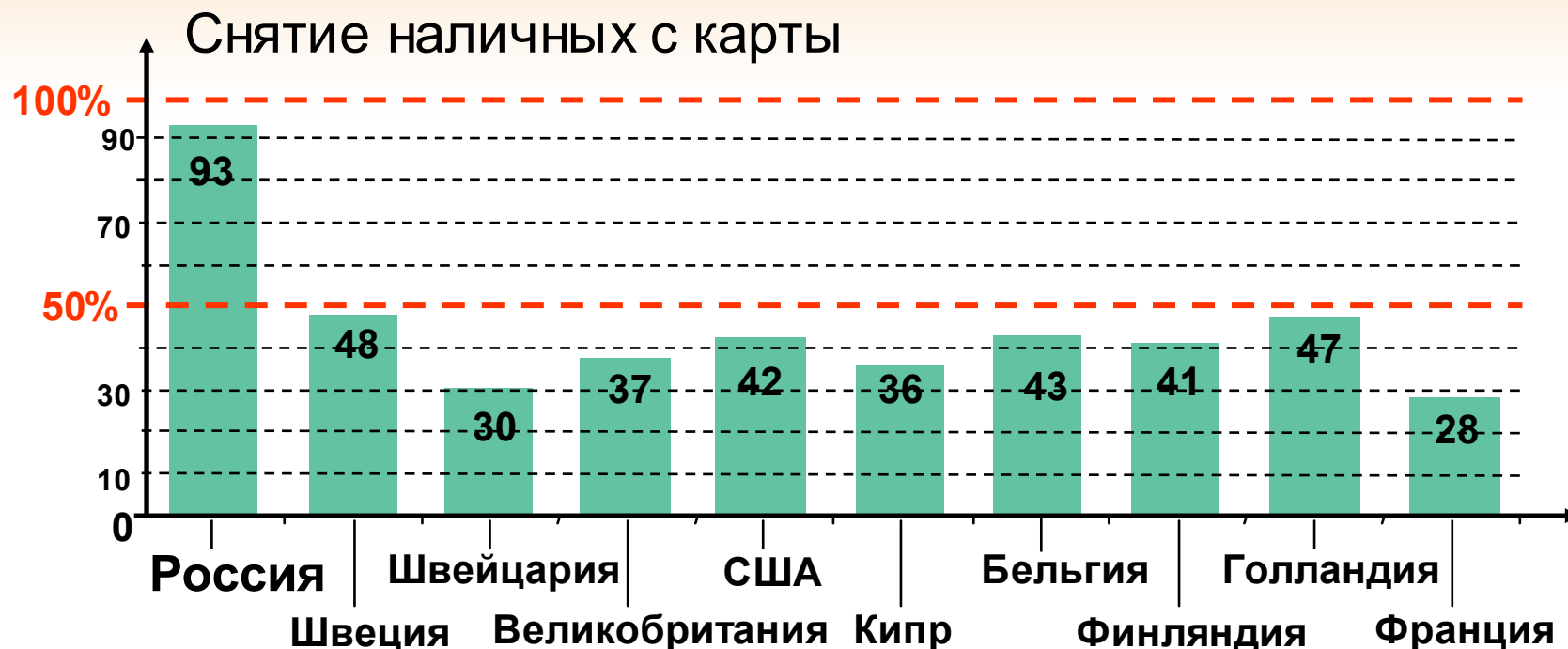
Объем и структура рынка Д/О



ИБ < 1% от потенциальной емкости рынка

ПРИЧИНЫ

I. Психология



II. Затратность

Технология { время - от 1 года
деньги - от 500 тысяч долларов

Эквайринговая сеть - минимаксная задача для банка

Эксплуатация - ежегодные затраты

Взаимодействие причин

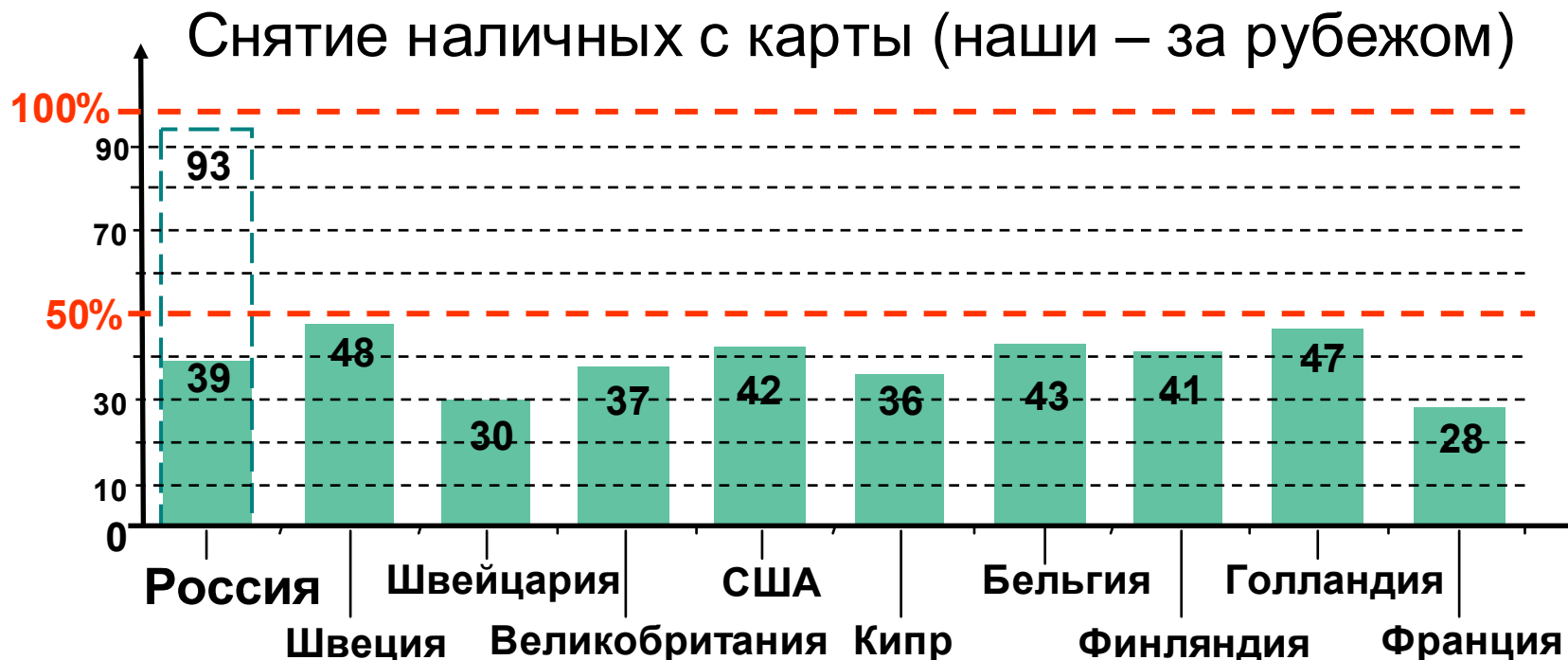


Действует принцип: «чем меньше – тем меньше»

Дихотомический парадокс

Розничный клиент не решает минимаксную задачу: вместо выбора оптимального сочетания он выбирает доминанту и ей следует.

Психология – 2



Система HandyBank

B2C

Безопасность
Платежные возможности
Сервисные функции
Гарантия вкладов
Мобильный банкинг
Многое другое

B2B

**ДЕЙСТВУЮЩЕЕ
РЕШЕНИЕ
ДЛЯ ЛЮБОГО
БАНКА**
(затрат не требует,
внедряется быстро)

Взаимодействие причин – 2



**Действует принцип: «чем больше – тем больше»
(Рост одного помогает росту другого)**