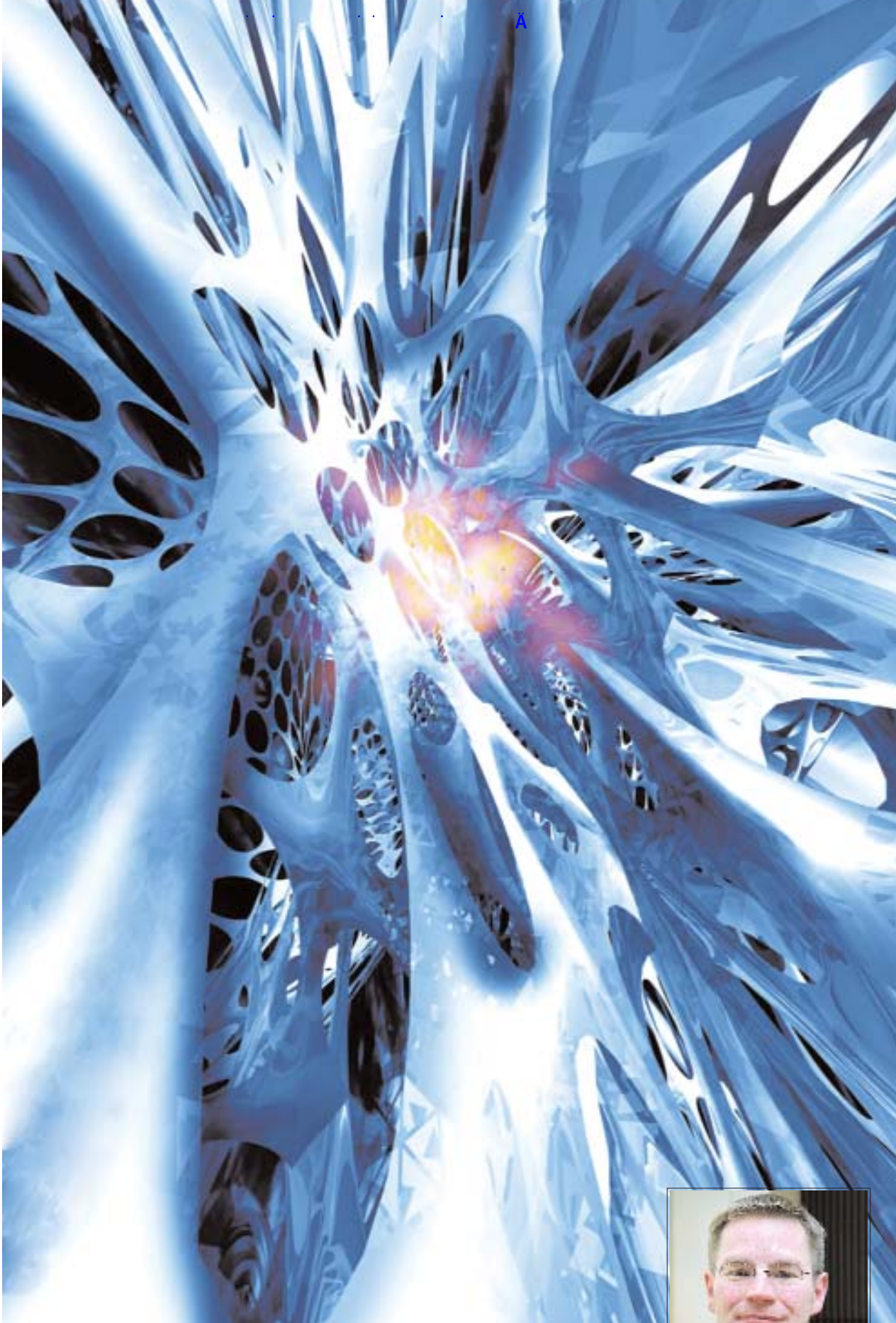


МИР КАРТОЧЕК

информационно-аналитический журнал



102006

PayPass без границ
Банк как сфера обслуживания



Брайан Моррис
(MasterCard Europe)
о бесконтактных
платежах

с. 44

СБЕРКАРТ

НОВЫЕ ДЕНЬГИ - НОВЫЙ РЫНОК



**СБЕРКАРТ -
русская
межбанковская
платежная система,
ориентированная
на обслуживание
массовых ежедневных
платежей населения**

Новые возможности для освоения массового рынка розничных платежей населения. Приглашаем российские банки к участию в российской платежной системе «СБЕРКАРТ».

ЗАО «СБЕРКАРТА» - оператор межбанковской платежной системы, центр обработки межбанковских транзакций.



Закрытое акционерное общество «СБЕРКАРТА»
119334, Москва, ул. Вавилова, д. 24, корпус 1
Телефон/Факс: + 7 / 4 9 5 / 7 1 0 8 8 0 0
e-mail: info@sbercard.com <http://www.sbercard.com>



Год назад крупнейший мобильный оператор Японии NTT DoCoMo приобрел за 1 млрд долл. вторую по величине компанию кредитных карточек в Японии Sumitomo Mitsui Card.

В марте нынешнего года было объявлено о покупке 18% акций крупнейшего японского банка Mizuho Bank за 1 млрд иен (чуть более 7 млн евро).

В течение всего последнего времени компанией активно приобретались доли в крупнейших ритейловых сетях Японии, причем объемы пакетов акций колеблются от 2 до 18%.

До недавнего времени NTT DoCoMo — это 50 млн абонентов (55% телекоммуникационного рынка страны) и 1,5 тыс. специализированных салонов связи. Теперь DoCoMo — это оператор мобильной связи, располагающий самой современной платежной технологией — технологией бесконтактных платежей и имеющий в своем распоряжении если не необходимую инфраструктуру, то во всяком случае некие базовые компоненты, чтобы эту структуру быстро создать и активно развивать.

Эксперты карточного рынка, а именно на эту поляну претендует DoCoMo, разумеется, сомневаются. Высказывая попутно благодарность в адрес мобильного оператора, который взял на себя комиссию образовывать и просвещать консервативного японского потребителя, а заодно и риски апробации данного сегмента рынка страны, который оценивается по самым скромным подсчетам в 500 млрд. долл.

Но несмотря на скепсис, можно уже сейчас говорить о том, что это и феномен, и тенденция, а главное — прецедент. Нефинансовая организация, исчерпав собственный внутренний резерв для развития, начала агрессивную экспансию на традиционно чужой сегмент финансового рынка, используя свою клиентскую базу. Если принять во внимание скорость, с какой развивается проект, — причем не столько даже саму агрессивность, сколько ее степень, — и умножить на способность именно японцев воспринимать новые технологические решения, то в ближайшее время можно ожидать появления нового «японского чуда».

Ирина Квателадзе
Главный редактор