



*Заявки на регистрацию 17 торговых марок – «ЯБанк», «ЯКредит», «ЯБиржа», «ЯБрокер», «ЯВклад», «ЯКапитал», «ЯСтраховка», «ЯСчет», «ЯПортфель», «ЯСбережения», «ЯСейф», «ЯЭквайринг», «ЯПеревод», «ЯВалюта», «ЯТрейд», «ЯАкции» и «ЯКэш» – были поданы еще весной, но тогда казалось, что одна из крупнейших российских IT-компаний просто столбит территорию. Сейчас, после потери компанией «Яндекс.Деньги» в результате «развода» со Сбербанком, все выглядит иначе.*

Сервис «Яндекс.Деньги» был зарегистрирован как небанковская кредитная организация и позиционировался как система электронных платежей, сейчас «Яндекс» замахнулся на банковские услуги, а также на сегменты инвестирования и страхования. Или во всяком случае зарезервировал за собой такую возможность в будущем. О сроках запуска проектов в «Яндексе» говорить отказались: «Мы часто регистрируем товарные знаки или патенты, но не все они находят применение в будущем. Это нормальная практика для больших IT-компаний», – пояснил официальный представитель компании.

Эксперты уверены, что создание собственного банка не самоцель для «Яндекса», речь идет о запуске финансовой экосистемы. «Почти все крупные IT-компании пытаются развивать сервисы, связанные либо с платежами, либо с кредитованием, просто в силу того, что объем данных о пользователе, которыми они располагают, позволяет корректно и эффективно определять финансовые потребности и возможности пользователя», – считает доцент РАНХиГС, советник гендиректора «Открытие брокера» по макроэкономике Сергей Хестанов. Если «Яндекс» хотел бы владеть банком, он бы его просто купил – это могут позволить себе и организации на порядок меньше, считает аналитик ГК «Финам» Леонид Делицын. На рынке есть предложения из разряда «банки под ключ», связанные с предоставлением инфраструктуры финтехкомпаниям, у которых есть интересные идеи и решения, но нет лицензий и инструментов для ведения счетов и проведения транзакций. «Теоретически такое решение мог бы купить и «Яндекс», – поясняет Делицын. – Но сейчас перед компанией, я думаю, стоят другие задачи. Все крупнейшие игроки – сотовые операторы, крупные банки, IT-компании – строят вокруг себя экосистемы, создавая свиту дружественных компаний-партнеров, с которыми идут в будущее».

Вопрос в том, с чего именно «Яндекс» начнет создавать финансовую экосистему. В любой экосистеме банк, конечно, нужен, но это может быть и банк-партнер, говорит Делицын. В качестве такого возможного партнера он видит ВТБ, который сейчас очень дружен с «Яндексом». «В этой ситуации появление «ЯБанка» не выглядит ни обязательным, ни даже желательным, – подчеркивает эксперт. – Другое дело, что предоставление сервиса под маркой «Яндекса» могло бы хорошо восприниматься пользователями».

Хестанов считает, что «Яндекс» начнет финансовое строительство с сервиса, аналогичного Apple Pay, Google Pay и Samsung Pay, – в последние годы почти все IT-гиганты создали подобные решения. Некоторое время «Яндекс» развивал это направление вместе со Сбербанком, и, как полагает эксперт, партнеры «просто не поделили нишу». Вторым шагом, по его мнению, станет развитие маркетплейсов по образцу Amazon. «Яндекс.Маркет» – устоявшийся и довольно успешный продукт, но стать новым Amazon хотят все, рассуждает Хестанов. «Думаю, нечто похожее будут развивать и «Яндекс», и Сбербанк. Убежден, что мы увидим масштабный процесс строительства гибрида IT и финансовой инфраструктуры с целью повторить существующие платежные сервисы и маркетплейсы. Потребитель от этого только выиграет», – прогнозирует он.

Запуск кредитования, по мнению Хестанова, для «Яндекса» совсем не первостепенная задача: не факт, что огромный опыт компании в области анализа данных удастся применить в кредитовании. «Хотя если эту задачу удастся решить, то это будет золотая жила», – считает эксперт. [PlayModel](#)

Партнерство «Яндекса» со Сбербанком предполагало, что первый будет младшим членом экосистемы второго и его стратегия будет подчинена интересам Сбербанка, отмечает Делицын. «Амбиции «Яндекса» простираются дальше. С такими размерами и такими конкурентными преимуществами, как у него, быть младшим членом экосистемы Сбербанка было совсем не в его интересах, – говорит Хестанов. – Сейчас у «Яндекса» развязаны руки, а мимо рынка финтех он пройти не может. «Яндексу» тоже нужны драйверы роста, нужно, чтобы рекламная выручка составляла не 60%, а хотя бы 30%. Значит, ему надо обеспечить эти 30% за счет других рынков. А сейчас это электронная коммерция и финтех».

Ведомости, 6 августа 2020 г.