

## I Мобильный банкинг

Мобильный банкинг — управление банковским счетом с помощью планшетного компьютера (iPad, HTC Flyer, Samsung Galaxy Tab и пр.), смартфона или обычного телефона. Для этого на мобильное устройство необходимо загрузить специальное приложение.

В большинстве случаев для совершения банковских операций требуется интернет-канал (обычный или мобильный — 3G, GPRS). Реже транзакции осуществляются с помощью отправки СМС-сообщений. Ранее, до того как смартфоны получили широкое распространение, именно СМС-банкинг считался мобильным банкингом.

В настоящее время приложения для мобильного банкинга — это приложения для интернет-банкинга с урезанным функционалом, адаптированные под небольшие экраны смартфонов и под операционные системы, устанавливаемые в мобильных устройствах.

В будущем, напротив, мобильный банкинг обещает быть более функциональным, чем обычный интернет-банкинг, поскольку мобильные устройства позволяют с удобством для клиента использовать технологии голосовой идентификации, создавать шаблоны платежей с помощью встроенной в телефон камеры и т.д.



Одну из самых продвинутых систем мобильного банкинга разрабатывает Сбербанк России, заявивший о подготовке приложения для 30 тыс. мобильных устройств с учетом всех технологических особенностей телефонов и смартфонов — наличия функциональных кнопок, размера экрана и т.д.

В данный момент наиболее оперативно банки выпускают приложения для мобильного банкинга, ориентированные на устройства Apple: смартфоны iPhone и планшетные компьютеры iPad. О выпуске таких приложений объявили многие крупные кредитные организации: Сбербанк, Альфа-Банк, Райффайзенбанк, «ЮниКредит» и др.

На втором месте по значимости для банков стоят мобильные устройства, работающие под управлением операционной системы Android. Смартфоны на платформе Android делают большинство известных производителей — HTC, Samsung, LG, Sony Ericsson, Alcatel и др. Возможно, именно по причине многообразия устройств банки не так громко заявляют о запуске приложений для того или иного нового смартфона на платформе Android. Чаще всего подобные заявления делаются совместно с производителем телефонов. Так, совместно с компанией HTC о создании системы мобильного банкинга для смартфона на базе Android объявлял в свое время Альфа-Банк.

Смартфоны с предустановленной операционной системой Windows (от Microsoft) также представляют для банков значительный интерес. Тем более что на нее перейдет со временем компания Nokia, отказавшаяся от своей собственной разработки — платформы Symbian.

# Банки меняют представление о платежах с помощью банковских карт

Банковская статистика рапортует: россияне в целом и петербуржцы в частности стали чаще расплачиваться банковскими картами за товары и услуги. Привычная недавно схема — дожидаться зарплаты и полностью обнулить счет при помощи банкомата — постепенно уходит в прошлое. Однако банковские технологии не стоят на месте. Пройдет очень немного времени и необычные сегодня способы расчетов банковскими картами станут обыденной практикой. Да и будут ли эти самые карты выглядеть так же как сегодня, большой вопрос. РБК предлагает обзор некоторых передовых технологий карточных платежей.

## 1. Бесконтактные платежи банковской картой

Самая горячая тема в сфере обслуживания банковских карт сегодня — бесконтактные платежи. Крупнейшие международные платежные системы — Visa и MasterCard — принимают серьезные усилия для того, чтобы сделать эту технологию массовой. Visa — под брендом payWave, MasterCard — под брендом PayPass.



Для того, чтобы совершить платеж, достаточно лишь поднести карточку, поддерживающую бесконтактную технологию, к специально оборудованному терминалу. Карту не нужно передавать кассиру, она всегда остается в руках владельца. При этом деньги за одну и ту же покупку не могут списаться дважды: после того, как оплата прошла, терминал подает звуковой сигнал и отключается.

Все это ускоряет расчеты, что особенно актуально в тех местах, где важна скорость обслуживания — в сетевых магазинах, ресторанах быстрого питания, на автозаправках, в торговых автоматах, различных турникетных системах, спортивных объектах, на парковках и т.п. При покупках до 1000 рублей на территории России что в случае PayPass, что в случае payWave не нужно вводить пин-код или подписывать чек. За границей этот лимит может варьироваться, но в среднем составляет около 50 долларов.

Следует понимать, что бесконтактные платежи — всего лишь дополнительная возможность для банковской карты, в которую, если говорить упрощенно, наряду с уже привычным чипом и магнитной полосой встраивается микросхема с антенной (NFC-чип). Таким образом, сама карта по-прежнему может приниматься не только на бесконтактных терминалах, но и традиционным способом — что в банкоматах, что в торговой сети. NFC-чип, поддерживающий технологию PayPass или payWave, можно встроить не только в традиционную банковскую карту, но и, например, в специальный стикер, который можно прикрепить к любому удобному предмету, например чехлу мобильного телефона или бумажнику.

Недавно такие карты-стикеры начал распространять банк «Авангард». Более того, NFC-чип можно встроить практически куда угодно — в часы, в брелки и т.п. Но одним из наиболее продвигаемых в будущем направлений будет встраивание функции бесконтактных платежей в мобильный телефон. Первые шаги в этом направлении уже принимаются. Так, не так давно МТС и «МТС-Банк» объявили о старте продаж комплекта «NFC-платежи», в который входит SIM-карта с «прописанной» на ней банковской картой «МТС Деньги» и гибкая NFC-антенна для бесконтактных платежей. Пока подобная услуга доступна только в Москве, но вскоре может добраться и до Петербурга.

## 2. Карты с транспортным приложением

Одно из применений технологии бесконтактных платежей — карты с транспортным приложением. Не стоит, впрочем, путать прямой платеж картой за услугу (например, это возможно в случае московского «Аэроэкспресса») и встраивание в карту бесконтактного модуля, на котором записана информация, аналогичная используемой в стандартном проездном билете/транспортном электронном кошельке. Этот проездной требует отдельного пополнения, средства не списываются автоматически с карточного счета.

Фактически, в одном кусочке пластика совмещены две сущности: банковская карта и проездной билет, связанные между собой лишь опосредованно.

Подобным продуктом сегодня готовы снабдить Банк «Санкт-Петербург» и «Русский стандарт». Первый дополняет транспортным приложением карты MasterCard Standard и Visa Classic, второй — MasterCard Unembossed (в последнем случае карта не содержит имени владельца и может быть оформлена за несколько минут).

На карту с транспортным приложением можно записывать как проездные билеты длительного пользования (не льготные), так и использовать ее в качестве так называемого «Транспортного электронного кошелька». Последний вариант особенно подходит для тех, кто пользуется общественным транспортом (метро, автобусом, троллейбусом, трамваем) не постоянно, а от случая к случаю. Зачисленные на электронный кошелек суммы учитываются в рублях, а не в поездках и не «сгорают» с течением времени, как это бывает в случае прочих вариантов проездных билетов. Более того, в зависимости от частоты поездок владелец карты получает скидки. Пополнять транспортное приложение можно не только в банковских офисах или кассах метрополитена, но и удаленно — с помощью интернет-банка, банкомата или интернет-кошелька.

## 3. Мобильные мини-терминалы

Смартфон или планшет можно приспособить не только для того, чтобы совершать платежи, но и принимать их. На российском рынке активно развивается технология мобильного эквайринга, которая позволяет принимать оплату товаров и услуг по картам Visa и MasterCard через мобильные устройства, подключенные к Интернету, с помощью миниатюрного кард-ридера, оснащенного чипом для считывания данных с магнитной полосы банковской карты. Кард-ридер подключается через стандартный аудиоразъем для наушников, а прием платежей осуществляется с помощью приложения (под iOS, Android или Windows). Таким образом, принимать платежи по картам получили возможность индивидуальные предприниматели и представители малого бизнеса, независимо от его размера и оборотов — будь это служба такси, газетный киоск, доставка пиццы, сантехнические работы или парикмахерские услуги.

Проекты в сфере мобильного эквайринга появляются довольно активно. Среди таких — PayMe от «Билайна», iPay от «ПриватБанка», SumUp, доступный через Связной Банк, «Термит» от Банк24.ru (работает на платформе iPay), SimplePay от Московского кредитного банка, 2Cap, RBK Card, iBox, LifePay. Средняя комиссия за совершение платежа варьируется составляет 2,5–2,9%. В большинстве случаев кард-ридер предоставляется бесплатно, но также может быть оценен в некую сумму (например, 900 рублей), которая зачитывается при совершении платежей в течение определенного периода (т.е. в течение месяца или целого квартала комиссия за платежи не взимается).

#### 4. Карты с дисплеем и клавиатурой.

Еще одна необычная технология — банковские карты, оснащенные сенсорной клавиатурой с 12 кнопками и микродисплеем. Например, в прошлом году к их выпуску приступил банк «Авангард». Такая ничем более не отличается от своих традиционных собратьев — также оснащена магнитной полосой и чипом и полностью соответствует стандартам, включая требования по толщине и гибкости, что позволяет без ограничений использовать ее в банкоматах и терминалах. Встроенный элемент питания для дисплея и клавиатуры рассчитан на работу в течение трех лет.

При вводе на клавиатуре дополнительного ПИНа на дисплей выводится одноразовый код, сгенерированный для подтверждения операций в системе Интернет-банка и осуществления покупок в интернет-магазинах с использованием технологии 3D Secure.

Таким образом, для подтверждения операций помимо электронной цифровой подписи, кода доступа со скретч-карты, кода доступа, получаемого по SMS, стала доступна еще одна альтернатива — код доступа, считываемый с дисплея непосредственно на карте.

Карты с клавиатурой и дисплеем ориентированы на премиальный сегмент клиентов, а не на массовый рынок, так как ее изготовление обходится банку в три раза дороже обычной чиповой карты.

*[www.top.rbc.ru](http://www.top.rbc.ru)*

# I Онлайн-платежи — простые ответы на самые популярные вопросы

— Почему мой платеж не может быть обработан?

— Онлайн-платеж по карте может быть отклонен по нескольким причинам:

а. Банк-эмитент карты может отклонить платеж в силу нехватки средств на счете, неверного указания реквизитов карты или запрета на проведение платежных операций в Интернете.

б. Кроме этого, платеж может быть отклонен системой предотвращения мошеннических операций процессингового центра. После обработки платежа плательщику предоставляется информационное сообщение с подробным описанием дальнейших возможных действий.

По нашей статистике большинство платежей отклоняются банками-эмитентами карт по причине неверного указания данных карты.

— Что делать, если на банковской карте не указано имя держателя карты?

— В данном случае кардхолдеру необходимо указать свои имя и фамилию в английской транслитерации.

— Я оплачиваю с рублевой карты товар в иностранной валюте, по какому курсу с карты снимут денежные средства?

— Все расчеты, производимые на территории России, должны проходить в российской валюте. Поэтому при обработке платежей в иностранной валюте на стороне процессингового центра выполняется конвертация в рубли по курсу Центрального Банка. И со счета кардхолдера списывается уже сконвертированная рублевая сумма.

— Могу ли я оплачивать покупки в Интернете картами Visa Electron/MasterCard Maestro?

— Плательщик может совершать онлайн-платежи при помощи карт Visa Electron/MasterCard Maestro, если банк-эмитент его карты допускает совершение подобных операций. Все зависит от политики банка-эмитента. Ряд банков, в том числе находящиеся на территории России, выпускают карты Visa Electron/MasterCard Maestro с возможностью произведения оплат в сети Интернет. Подробнее о возможности совершения платежа по Вашей банковской карте в сети Интернет можно уточнить у своего банка-эмитента. Номер телефона службы поддержки держателей карт вы можете найти на обороте карты.

— Могу ли я платить с зарплатной карты?

— Кардхолдер может производить онлайн-платежи, если эти операции для его банковской карты разрешены со стороны банка-эмитента. Однако для проведения оплат в сети Интернет мы рекомендуем завести отдельную карту и держать на ней ограниченную сумму.

— Могу ли я оплатить картой друга/родственника?

— Нет. Мы не рекомендуем использовать чужую карту для совершения оплат. Использовать банковскую карту может только держатель карты.

— Как я могу вернуть средства за товар/услугу ненадлежащего качества или если мне не предоставили товар/услугу?

— В соответствии с Федеральным законом «О защите прав потребителей» в данной

ситуации ответственность за непредоставление услуги или предоставление услуги ненадлежащего качества несет интернет-магазин. Для урегулирования ситуации прежде всего необходимо обратиться непосредственно в магазин, в котором вы осуществили покупку с требованием о предоставлении услуги, либо отмене платежа. В случае, если попытки урегулировать ситуацию с магазином не принесли результата, вы можете обратиться в службу поддержки процессингового центра, предоставив подробное описание проблемы. Обязательно сохраняйте все документы, подтверждающие совершение платежа.

— Как мне удостовериться, что данные моей карты не будут разглашены?

— Данные карты плательщика указываются только на защищенной платежной странице процессингового центра и не передаются третьим лицам. В соответствии с требованиями международных платежных систем Visa и MasterCard, PayOnline, как процессинговый центр, регулярно проходит сертификацию на соответствие требованиям самых жестких стандартов в области безопасности обработки и хранения данных — PCI DSS.

— Что такое код CVV2/ CVC2, в чем их отличия?

— CVV2 — трёхзначный или четырёхзначный код проверки подлинности карты платежной системы Visa.

CVC2 — аналогичный защитный код для карт MasterCard. Коды наносятся на полосу для подписи держателя после номера карты либо после последних 4 цифр номера карты способом «индент-печати». Значения кодов используются в качестве защитного элемента при проведении транзакции в среде CNP (card not present). Например — e-commerce (Интернет), MO/TO (Mail order/Telephone order).

Между CVV2 и CVC2 нет никаких функциональных отличий, кроме принадлежности банковской карты плательщика к той или иной платежной системе.

— Что делать, если у карты нет кода CVV2?

— Кардхолдер может оставить данное поле на платежной форме пустым. В этом случае платеж будет проходить авторизацию с использованием протокола аутентификации 3-D Secure.

— Мне пришло подтверждение оплаты, но на сайте товар не оплачен, что делать?

— Необходимо обратиться непосредственно в интернет-магазин, в котором была осуществлена покупка, сообщить детальную информацию о проведенном платеже и попросить представителя интернет-магазина выполнить перерасчет.

— Номер моей карты состоит из 8/6/4 цифр, а форма требует 16. Почему?

— Для совершения оплаты через Интернет кардхолдеру необходимо обратиться в банк-эмитент его карты и запросить ее полные реквизиты, а также уточнить у представителя банка, возможно ли совершать платежи через Интернет при помощи этой карты.

*[www.bankir.ru](http://www.bankir.ru)*



# Что такое интернет-эквайринг и как это работает

**Интернет-эквайринг** — это услуга, позволяющая принимать банковские карты для оплаты товаров и услуг, непосредственно на интернет-сайте. Специальный интерфейс, размещенный на сайте продавца позволяет держателю банковской карты дать поручение банку на оплату товара (услуги), выбранного в интернет-магазине.

Обычно клиент интернет-магазина имеет возможность оплатить товар на выбор несколькими способами.

- Наличными (курьеру на руки),
- Наложным платежом (через Почту России)
- Отправкой платного SMS сообщения
- Переводом через банк
- Через терминалы оплаты услуг
- Электронными деньгами (если магазин имеет электронный кошелек)
- Банковской картой (если интернет-магазин подключен к интернет-эквайрингу).

Согласно исследованию Google и «Ситибанк», по итогам 2010 года россияне приобрели через Сеть товаров и услуг более чем на 600 млрд. руб. Доля платежей банковскими картами растет год от года — для интернет-магазинов в Рунете начинается «золотой век». Ведь на руках у потенциальных покупателей десятки миллионов карт, позволяющих совершать покупки, не вставая с кресла.

Объемы торговых оборотов по картам в сети интернет, хотя и растут год от года, но все еще низки по сравнению с зарубежным опытом, что связано как с малым количеством интернет-магазинов, которые принимают к оплате карты, так и с низкой осведомленностью держателей карт о способах безопасной оплаты

покупок в сети интернет и, как следствие, страхом использования карт в интернет-магазинах.

Оплата покупок через интернет имеет ряд преимуществ в сравнении с другими видами оплаты:

1. Клиенту доставляется уже оплаченный товар, следовательно, риск отказа от покупки значительно снижается
2. Увеличение спонтанных продаж, т.к. для оплаты клиенту достаточно указать данные о карте и не требуется искать банк, терминал оплаты, либо пополнять электронные кошельки
3. Категория «продвинутых пользователей» интернет-платежей используют для оплаты виртуальные карты, что позволяет им снизить риск мошенничества до минимума
4. Возможность принимать к оплате подарочные карты банков, выпущенные на базе карт Visa и MasterCard
5. Снижение риска приема поддельных купюр, который в последнее время особенно возрос. Особая зона риска — прием наличных курьером, т.к. обычно курьеры не обладают достаточными знаниями и техническими средствами для определения подделки.

Риски при приеме к оплате банковских карт в сети интернет также существуют. В основном это:

1. Оплата с использованием украденных карт
2. Оплата с использованием данных скомпрометированных карт
3. Риск мошенничества сотрудником магазина (сговор с мошенниками)

Существуют две основные схемы подключения к интернет-эквайрингу:

1. Продавец <=> банк-эквайер
2. Продавец <=> процессинговая компания <=> банк-эквайер

Банк-эквайер — необходим для осуществления финансовых транзакций путем взаимодействия с платежными системами.

Процессинговая компания — обеспечивает информационные потоки — собственно сбор данных о карте клиента (безопасный интерфейс), передача данных банку-эквайеру и обратно продавцу, а также передача данных о платеже клиенту. Помимо этого Процессинговая компания, с помощью своих технологий, «защищает» продавца от фродовых (мошеннических) платежей. Некоторые процессинговые компании осуществляют еще и информационную поддержку плательщикам, предоставляя собственный колл-центр. За совершение расчетов продавец платит комиссию в виде процента с продаж по картам, которая делится между участниками процесса:

Банк-эквайер — за осуществление финансовых транзакций,

Процессинговый центр — за качественное взаимодействие продавца с банком-эквайером и дополнительные сервисы (Система антифрода, Личный кабинет, система отчетов, колл-центр, партнерские программы)

Платежная система (за межбанковскую связь)

Банк-эмитент — за доступ к счету клиента (через Платежную систему).

Культура приема к оплате банковских карт в сети интернет, к сожалению, все еще низка, как и количество интернет-магазинов, которые принимают карты, и на это есть ряд причин:

1. Низкая компетентность большинства владельцев и управляющих интернет-магазинов
2. Использование интернет-магазинами теневых схем расчетов и оптимизации налогообложения
3. Малое количество банков-эквайеров и специалистов отделов продаж интернет-эквайринга
4. Низкая осведомленность держателей банковских карт
2. Высокой долей теневого товарооборота
3. Склонностью многих торговцев к использованию нелегальных схем оплаты и оптимизации налогообложения

*[www.bankir.ru](http://www.bankir.ru)*



# I Private Banking.

## Особый банкинг для особых клиентов

**Приват банкинг или private banking** — банковская услуга для состоятельных физических лиц, которая предполагает осуществление операций с деньгами клиента, сохраняющих и увеличивающих его состояние. За рубежом ее также называют *wealth management*, то есть управление частными капиталами. Часто *private banking* включает в себя банковские, инвестиционные и консультационные услуги. Банковский вклад может доход приносить разными путями. Самый простой из них это «жить на проценты», когда капитал не инвестируется и прирост достигается только за счет начисления процентов годовых. Другой вариант — вложить деньги в различные активы по индивидуальной программе. Существуют различные варианты расширенных услуг, причем набор услуг, связанных с обслуживанием счета клиента в банке, подбирается для каждого клиента индивидуально.

По данным компании PricewaterhouseCoopers (PWC), объем российского рынка *private banking* не превышает \$10-12 млрд., в то время как «свободных» денег у российских богачей порядка \$ 300-400 млрд. По оценкам банка Merrill Lynch, в Москве проживает 44 «долларовых» миллиардера и 88 тысяч долларовых миллионеров. При этом, по данным PWC, состоятельные клиенты открыли в российских банках и управляющих компаниях (УК) не более 10 тысяч счетов. Таким образом, получается, что банковскими услугами охвачено не более 10% потенциальных российских клиентов рынка услуг приват-банкинга. А по оценкам компании «Ренессанс Управление инвестициями», и того меньше — 4–5%.

### I Что скрывается за Private Banking?

*Private Banking* — частный банкинг, личный банкинг, персональный банкинг, частно-банковское обслуживание — это максимально индивидуализированные отношения банка с клиентом, подразумевающие персональное обслуживание состоятельного лица. И этот *Private-сервис* значительно шире стандартного банковского пакета. Он включает в себя:

- собственно банковские услуги,
- различные программы страхования,
- консалтинг: юридическое сопровождение, налоговые консультации и т.п.,
- сервис небанковского характера — заказ билетов, разработка *vip-отдыха* и индивидуальных экскурсий, бронирование гостиниц, особые медицинские услуги и программы для здоровья, помощь с коллекционированием, спецпредложения от банковских партнеров (ресторанов, элитных клубов) и прочее.

### I LifeStyle Management

Этот небанковский сервис иначе именуется как «сопровождение образа жизни», или *LifeStyle Management*.

ВТБ24 в этом направлении предлагает следующие услуги:

- консьерж-сервис — консьерж-сопровождение клиента: аренда авто, помощь на дороге, бронирование билетов, отелей, ресторанов, информационная поддержка и т.п.,
- *Health management*: построение программ по управлению здоровьем,
- организация индивидуального шоппинга, заказ коллекционных часов, аренда яхт и самолетов,

- составление винных коллекций, частные поставки коллекционной керамики, консультации по вопросам искусства и антиквариата, дизайна и кулинарии.

### І Классические банковские услуги

Что касается классических банковских услуг, то в секторе Private они идут под грифом VIP. Если это пластиковые карты, то это привилегированный пластик (VISA Infinite, Black American Express, Visa Gold, MasterCard Gold, World Signia MasterCard, Visa Platinum). В списке привилегий карт — разнообразные скидки на услуги и покупки по партнерским программам. Если это вклады — то это специальные вклады с более привлекательными условиями, чем обычные депозиты: повышенная процентная ставка, льготное досрочное снятие и др. Кроме того, вклады в сегменте Private Banking дают возможность диверсификации портфеля за счет вложения в разных, в том числе экзотических, валютах. Возможен льготный курс безналичной конвертации. Ну а если это кредитование — то это минимум формальностей, быстрота рассмотрения заявки, высокие суммы кредита, беспроцентный период и более выгодные, по сравнению со стандартными кредитными предложениями, проценты.

### І Привилегированное управление капиталом

Сама суть понятия Private Banking предполагает индивидуализированное управление денежными средствами элитного клиента. Банк по отношению к последнему выступает как личный банкир. В спектре решений по управлению капиталом находятся многочисленные инвестиции — в ПФИ, драгметаллы, акции, инвестиционные монеты, в программы накопительного страхования жизни, а так же в такие альтернативные продукты инвестирования, как картины, антиквариат и даже винные коллекции.

Оптимальная схема сбережений и приумножений средств для каждого клиента подбирается индивидуально.

### І Что дозволено Юпитеру...

Казалось бы, на вопрос, кому доступны услуги Private Banking, есть простой ответ: очень состоятельным клиентам с определенной высокой суммой. Как отмечают эксперты, зачисление клиента в категорию VIP исключительно по финансовому показателю характерно для западных банков. В России же не всё так просто. Клиенту даже с подходящей по величине суммой могут отказать в *vip* — обслуживании, например, потому, что банку покажется сомнительным происхождение этой суммы. Именно банк принимает решение о том, возможно ли предоставление Private Banking конкретному клиенту, или нет. Напротив, услуги спецобслуживания могут быть доступны человеку, который готов вложить сумму явно меньшую пороговой для Private Banking этого банка. Почему? Да просто потому, что этот человек является известной личностью — артистом, художником, общественным деятелем и т.д. Заполучить в клиенты публичное лицо со значимым социальным статусом выгодно для имиджа любого банка.

Итак, Private Banking — развивающееся направление банковской деятельности в нашей стране: появляются исследования и публикации, проходят конференции, расширяется число банков, включающих элитное обслуживание в портфель услуг. У частного банкинга для состоятельных клиентов на российской почве всё впереди. И не только по причине его молодости: если в мировой истории услуги Private Banking оказываются у же более двух веков, то у нас этому явлению немногим больше десятка лет.

*www.sberex.ru*

## В интернет — по отпечаткам пальцев!

Центробанк предлагает сделать интернет-банки безопаснее с помощью отпечатков пальцев.

ЦБ РФ сильно озабочен проблемой безопасности финансовых операций в интернет. Уровень безопасности интернет-банков существенно ниже прочих способов управления личными финансами. Особенно уязвимы в этом плане небольшие региональные банки.

Центробанк настоятельно рекомендовал банкам брать у владельцев кредитных карт отпечатки пальцев в случае, если они используют интернет банк. Возможно, в будущем, можно будет организовывать доступ к счетам через сканирование отпечатков. Так же среди других мер защиты ЦБ предлагает побуждать пользователей кредитных карт устанавливать лимиты на интернет-обращения, ограничивать операции со счетами и разнообразить пароли.

Немаловажно отмечается и повышение информированности банковских клиентов. Интернет-банки пользуются нарастающим спросом. Сейчас можно даже оформить заявку на кредит онлайн за пару минут или оформить вклад в интернете, оформить ипотеку онлайн. Прогресс идет все нарастающими темпами, но мошенники развиваются вместе с банками. Они придумывают подставные сайты, маскирующиеся под сайты банков, внедряют вирусы и программы, считывающие пароли, они способны отследить каждое нажатие на кнопки клавиатуры!

Но главным спасением от мошенников на все времена остается бдительность пользователя. Знание о возможных способах хищения в сумме с аккуратностью и внимательностью неплохо уберезжет вас от любого воровства и интернет-обмана.

# I Дистанционное банковское обслуживание (ДБО)

Технологии ДБО можно классифицировать по типам информационных систем (программно-аппаратных средств), используемых для осуществления банковских операций:

## I Системы «Клиент-Банк»

Это системы, доступ к которым осуществляется через персональный компьютер. Системы «Клиент-Банк» позволяют отправлять платежи в банк и получать выписки по счетам (информацию о движениях средств на счёте) из банка. Банк, при этом, предоставляет клиенту: техническую и методическую поддержку при установке системы, начальное обучение персонала клиента, обновление программного обеспечения и сопровождение в процессе дальнейшей работы. Системы «Клиент-Банк» обеспечивают ведение рублёвых и валютных счетов с удалённого рабочего места. Но не все банки обеспечивают клиентам полное ведение своих счетов, отклоняясь от мировых стандартов. В целях безопасности в системах «Клиент-Банк» используются различные системы шифрования. Использование систем «Клиент-Банк» для обслуживания юридических лиц до сих пор является одной из наиболее популярных технологий ДБО в России. Системы «Клиент-Банк» принципиально подразделяются на 2 типа (толстый клиент и тонкий клиент)

## I Банк-Клиент

Классический тип системы Банк-Клиент. На рабочей станции пользователя устанавливается отдельная программа-клиент. Программа-клиент хранит на компьютере все свои данные, как правило, это платёжные документы и выписки по счетам.

Программа-клиент может соединяться с банком по различным каналам связи. Наиболее часто для соединения с банком используется прямое соединение или через сеть Интернет.

## I Интернет-Клиент

Пользователь входит в систему через Интернет браузер. Система Интернет-Клиент размещается на веб-сервере банка. Все данные пользователя (платёжные документы и выписки по счетам) доступны на веб-сайте банка. По технологии Интернет-Клиент строятся также системы для мобильных устройств (мобильный сайт банка) — PDA, смартфоны (Мобильный банкинг (mobile-banking)). На основе Интернет-Клиент могут предоставляться информационные сервисы с ограниченным набором функций. У дистанционного банковского обслуживания через Интернет есть ряд как преимуществ, так и недостатков. Так, к преимуществам для организаций, предоставляющих такие услуги, можно отнести невысокую стоимость эксплуатации интернет-системы (все обновления проводятся только на веб-сервере, не тиражируясь у клиентов); возможность интеграции с бухгалтерскими системами клиента; доступность интернет-услуг для конечного пользователя; поддержание лояльности клиентов, активно использующих данные услуги.

К недостаткам относится в первую очередь слабая защищённость интернета от несанкционированного доступа. Несмотря на стремление разработчиков интернет-решений создавать и совершенствовать систему защиты передаваемых сообщений, многочисленные потенциальные опасности продолжают появляться.

Причины: недостатки операционных систем, программ коммуникации и браузеров, человеческий фактор. Поддержание уровня защиты на надлежащем уровне требует значительных материальных затрат, которые могут себе позволить в основном крупные банки, рассчитывающие на значительные доходы от предоставления подобных услуг.

### **I Системы «Телефон-Банк» (Телефонный банкинг, телебанкинг, Телефон-Клиент)**

Как правило, системы Телефон-Банк имеют ограниченный набор функций по сравнению с системами «Клиент-Банк»:

- информация об остатках на счетах;
- информация о суммах поступлений в пользу клиента;
- ввод заявок на предоставление факсимильной копии выписки по счету;
- ввод заявок о проведении платежей, заказ наличности;
- ввод заявок на передачу факсимильной копии платежного поручения;
- ввод заявки на исполнение подготовленного по шаблону поручения на перевод средств;

Передача информации от клиента в банк может производиться различными способами в зависимости от реализации системы:

- Общение клиента с оператором телефонного обслуживания (Call Center).
- С использованием кнопочного телефона (Touch Tone Telephone) и голосового меню (средств компьютеризованной телефонной связи (технологии IVR (Interactive Voice Response)), Speech to Text, Text to Speech).
- Посредством передачи SMS сообщений (SMS-banking)

Все указанные функции становятся доступными только после персональной идентификации клиента банком на основе системы персональной идентификации. На сегодняшний день наиболее совершенной и безопасной является система на базе биометрических идентификационных карт.

### **I Обслуживание с использованием банкоматов (ATM-banking) и устройств банковского самообслуживания**

Технологии ДБО с использованием устройств банковского самообслуживания являются одними из наиболее популярных в мире и в России.

Банкоматы и Терминалы, подпадают в категорию ДБО, из-за предоставляемых почти полного предоставления банковских услуг дистанционно, не посещая банковскую организацию. Кроме того, самым важным фактором для включения их в эту категорию, является возможность дублирования основных функций стандартного банк-клиента, который банк предоставляет частным (физическим) лицам, для осуществления платежей.

Можно выделить несколько видов ДБО по типу используемых устройств:

- ДБО с использованием банкоматов (ATM-banking) — основаны на программном обеспечении, установленном на банкоматах банка. См. также Банковская карта
- ДБО с использованием платежных терминалов.

*<http://ru.wikipedia.org>*

## I Онлайн-банкинг входит в привычку

По данным нового регулярного исследования OnLife компании Synovate Comcon 42% недельной аудитории Интернета и клиентов банков офлайн пользуются услугой интернет-банкинга. При этом, более половины из них (55%), пользуются виртуальным банком не реже, чем раз в неделю.

Больше всего россиян привлекает круглосуточный доступ (67% респондентов). При этом в вечернее и ночное время (с 21.00 до 6.00) банковские услуги онлайн актуальны для 8–27% группы пользователей в зависимости от дня недели.

Однако среди активных Интернет-серферов, пользующихся банковскими услугами, 26% не испытывали онлайн-банкинг на себе, а 28% протестировали сервис и отказались от него. Основными барьерами для первого подключения к онлайн-банкингу 62% респондентов назвали недоверие и опасение за безопасность транзакций. Однако по мере пользования опасения за безопасность своих счетов становится меньше. Другие распространенные поводы для отказа от онлайн-услуг в данной группе: отсутствие нужных операций и нехватка времени, чтобы разобраться.

### Барьеры к пользованию онлайн-банкингом



## I Розничное страхование: будущее за Интернетом

**Вопрос:** Каким образом будет материализоваться покупка виртуальной страховки?

**Ответ:** Специалисты СК подготовят полис согласно запросу, поступившему на адрес электронной почты компании. Произвести оплату страхователь сможет в любом удобном терминале самообслуживания или в банке. Для получения полиса не обязательно ехать в офис страховой компании, его доставку можно заказать по месту работы или проживания.

**В.:** Как предполагается брать на страхование а/м через интернет, если страховая компания не «видит» транспорт живьем? Как будет проверяться подлинность информации?

**О.:** В данном случае используется следующий подход. На основе оставленной заявки страхователем на сайте компании или предоставленной информации по телефону, специалист компании подготовит расчеты. Затем специалист прибудет для осмотра автомобиля, сфотографирует его. После этого готовится страховой полис.

Для того чтобы избежать возможных мошеннических действий, рекомендует приобрести полис напрямую в офисе страховой компании, минуя брокеров и различного рода посредников.

**В.:** Будут ли снижены тарифы? Все-таки работа через интернет — это экономия части ресурсов СК.

**О.:** По нашим оценкам, тарифы при продаже полиса через интернет уже в ближайшие 2–3 года могут быть снижены от 10 до 15 % в зависимости от вида страхования.

Все зависит от уровня технологичности компании, готовности оптимизировать затраты на организацию продажи полисов онлайн.

**В.:** Как Вы оцениваете потребность страховых компаний в новых офисах продаж и урегулирования убытков в связи с введением интернет-страхования?

**О.:** Мы убеждены, что инфраструктура любой компании, которая планирует работать в долгую и выполнить взятые на себя обязательства, должна предполагать наличие офисов продаж. Многие пользователи финансовых услуг предпочитают получать информацию о продукте именно в офисах продаж, являющихся носителями корпоративных ценностей компании. Современный, технологически оборудованный офис урегулирования также чаще всего не является роскошью для страховой компании. Многие страхователи предпочитают лично заявить об убытке, передать документы представителю страховой компании и получить от него сопутствующие пояснения.

**В.:** Как интернет-продажи страховых продуктов могут повлиять на развитие розничного страхования?

**О.:** С развитием широкополосного доступа в сеть Интернет интернет-продажи займут основное место в розничных продажах. По данным аналитической компании Point Topic, Россия демонстрирует самые высокие в мире темпы роста числа пользователей широкополосного доступа в интернет, а общее количество его пользователей в 2012 году преодолело отметку 600 млн. человек.

Сегодня продажи через Интернет в основном возможны в городах с населением свыше 1 млн человек, а это далеко не вся Россия.

Дальнейшее развитие розничного страхования связано с популяризацией накопительного страхования жизни. Развитие продаж через Интернет потребует разработки простых и доступных таких продуктов.

**В.:** Многие банки предлагают на своих сайтах и страховые услуги. Видите ли вы перспективы агентских взаимоотношений банков и страховых компаний? Какие продукты для СК наиболее интересны в этом случае?

**О.:** Банкострахование на протяжении последнего ряда лет демонстрирует одни из наиболее высоких темпов развития и ежегодно растет темпами в 30%.

В этом сегменте низкая убыточность по операциям страхования (в пределах 30%), мало управленческих затрат и расходов на ведение дела, поток клиентов обеспечивается банком. Уже сейчас по объемам чистой прибыли в данном сегменте лидируют страховщики — дочерние компании банков. Основные продукты, реализуемые через банк — страхование жизни и здоровья заемщиков по потребкредитам.

**В.:** Полис будет электронный? Как авиабилет и как им будет пользоваться страхователь?

**О.:** Ассоциация между электронным авиабилетом и электронным страховым полисом абсолютно правильна.

Уверен, что с развитием электронного документооборота и продаж электронных полисов, распространением электронной подписи процесс продажи полисов станет для клиентов более простым и прозрачным. Оптимальным вариантом развития событий было бы, конечно, направление полиса клиенту через Интернет.

**В.:** А ценообразование изменится с переходом на интернет-продажи?

**О.:** На сайтах многих СК уже сейчас можно самостоятельно сделать выбор в пользу конкретного страхового продукта, выбрать необходимые страховые опции. Это своего рода страховой конструктор уже сейчас позволяет потребителю лично участвовать в принятии решения о том, какой должна быть страховая защита.

При этом, конечно, оценка рисков страховой компанией должна оставаться профессиональной и объективной, поэтому практика осмотра ряда объектов страхования сохранится. Уже сейчас такого рода оценка, например, загородных строений, производится в удобное для страхователя время и обычно не занимает много времени.

**В.:** С трудом можно представить как дистанционно можно страховать ипотеку или осуществлять титульное страхование?

**О.:** Ряд СК готовы предоставить страхование ипотечного кредита и титула. Для этого потребуется предоставить через Интернет копии основных документов. Вероятно при страховании ипотеки потребуются предоставить дополнительные документы, например, произвести оценку стоимости объекта недвижимости, о состоянии здоровья заемщика и ряд других.

**В.:** Какие изменения при интернет-страховании ожидают клиентов при осуществлении страховых выплат?

**О.:** Для того чтобы заявить о наступлении страхового случая не нужно приезжать в офис страховой компании, достаточно сделать телефонный звонок.



Переход компании на стандартизированные бизнес-процессы, внедрение централизованной IT-системы, электронного документооборота позволил нам предложить клиентам принципиально новый уровень в регулировании убытков. При этом сокращаются сроки урегулирования, сроки выдачи направлений на СТОА, диалог с клиентами ведется в режиме реального времени.

**В.:** Почему многие СК именно сейчас перешли к масштабному интернет-страхованию?

**О.:** Сейчас наступил новый этап в развитии электронных продаж страховых полисов. Согласно проведенному исследованию, свыше 45% страхователей предпочли бы покупать страховой полис через Интернет. Такое решение является идеальным с точки зрения компромисса интересов продавца и покупателя. Страховщик поддерживает требуемый уровень прибыльности за счет более четкого мониторинга тарифов, а страхователь — скидку.

**В.:** Какие, на ваш взгляд, главные подводные камни страхования через интернет?

**О.:** Если говорить о самих страховых компаниях, то главная трудность заключается в том, что все процессы должны быть синхронизированы. Страховые продукты должны быть доступны и понятны, сайт, онлайн-калькуляторы, блок урегулирования убытков, контакт центр должны соответствовать заявленному уровню и меняющимся потребностям клиентов. Соблюдение этих требований возможно только для высокотехнологичного бизнеса.

**В.:** Как интернет-страхование отразится это на стоимости услуг СК?

**О.:** Для потребителя полис, приобретенный через Интернет, обойдется примерно на 15% дешевле за счет отсутствия страховых посредников, упрощенной процедуры оформления.

**В.:** Каковы прогнозы по развития СК на 2014 год?

**О.:** Ключевыми драйверами развития отрасли в 2014 году, на мой взгляд, обещают стать банковское страхование, страхование АвтоКАСКО и ОСАГО, страхование имущества физических лиц, страхование ОПО, страхование ответственности перевозчиков.

*www.bfm.ru*