

УДК 336.717:001.895

ИННОВАЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ВИРТУАЛЬНЫЕ ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТЫ, ВЫДАЧА НАЛИЧНЫХ БЕЗ КАРТЫ В УСТРОЙСТВАХ САМООБСЛУЖИВАНИЯ

А.В. Припутенко

руководитель направления по операционному сопровождению клиентов – юридических лиц ООО «Экспобанк» (Новосибирск)

Н.В. Фадейкина

д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры финансов и банковского дела, ректор ЧОУ ВО «Сибирская академия финансов и банковского дела» (Новосибирск)

Обсуждаются возможности применения виртуальных пластиковых карт и выдачи наличных без карты в устройствах самообслуживания; рассматриваются порядок действий при использовании виртуальной карты и преимущества их применения как для банков, так и для клиентов; обосновывается необходимость соблюдения банками принципов ISO, указанных в национальных стандартах ГОСТ Р ИСО 9000–2015 и ГОСТ Р ИСО 9001–2015 Системы менеджмента качества (ориентация на потребителя; лидерство; взаимодействие людей; процессный подход; улучшение; принятие решений, основанных на свидетельствах; менеджмент взаимоотношений), в том числе при осуществлении своевременной трансформации используемой бизнес-модели.

Ключевые слова: виртуальные карты, новые технологии, конкурентоспособность, клиентоориентированность, организационные инновации.

Люди и технологии – две главные составляющие любой кредитной организации (КО). От уровня технологий, качества персонала, надлежащего приме-

нения КО принципов ISO 9001–2015 Системы менеджмента качества (СМК), адаптированных к банковской деятельности (ориентация на потребителя¹; ли-

¹ В соответствии со стандартом (далее – ст.) ГОСТ Р ИСО 9001–2015 Национальный стандарт (НС) РФ «Системы менеджмента качества. Требования», утв. Приказом Росстандарта от 28 августа 2015 г. № 1391-ст, высшее руководство КО должно демонстрировать лидерство и приверженность в отношении ориентации на потребителей посредством обеспечения того, что: а) требования потребителей, а также применимые законодательные и нормативные правовые

дерство²; взаимодействие людей (работников КО с руководством и между собой, с внешними поставщиками, клиентами в целях повышения эффективности банковских бизнес-процессов); процессный подход³; улучшение⁴; принятие решений, основанных на свидетельствах⁵; менеджмент взаимоотношений⁶) и свое-

временной трансформации используемой бизнес-модели зависят результаты работы КО, ее возможности в части получения прибыли и успешного функционирования на конкурентном финансовом рынке. Для банков жизненно важно своевременно внедрять инновационные подходы в операционной

требования определены, понятны и неизменно выполняются; b) риски и возможности, которые могут оказывать влияние на соответствие продуктов (услуг) и на способность КО повышать удовлетворенность потребителей, определены и рассмотрены; c) в центре внимания находится повышение удовлетворенности потребителей (клиентов).

² Высшее руководство КО должно демонстрировать свое лидерство и приверженность в отношении СМК посредством: (1) – принятия ответственности за результативность СМК; (2) – обеспечения разработки политики и целей в области качества, которые согласуются с условиями корпоративной среды КО и ее стратегией; (3) – обеспечения интеграции требований СМК в бизнес-процессы КО; d) содействия применению в КО процессного подхода и риск-ориентированного мышления; e) обеспечения доступности ресурсов, необходимых для функционирования СМК в КО; f) распространения в КО понимания важности *результативного менеджмента качества* и соответствия требованиям СМК; g) обеспечения достижения СМК намеченных КО результатов; h) вовлечения, руководства и оказания поддержки участию работников КО в обеспечении результативности СМК; i) поддержки улучшения бизнес-процессов, осуществляемых в КО; j) поддержки других руководителей в демонстрации ими лидерства в сфере их ответственности.

³ В ст. ГОСТ Р ИСО 9001–2015 применен процессный подход (ПП), который включает цикл Деминга – Шухарта «Планируй – Делай – Проверь – Действуй или Корректируй» (с учетом первых букв указанных слов на англ. – PDCA) и риск-ориентированное мышление, нацеленные на использование возможностей и предотвращение нежелательных результатов. Реализация цикла PDCA позволяет обеспечить бизнес-процессы КО необходимыми ресурсами, осуществлять их менеджмент, определять и реализовывать возможности для их улучшения. ПП включает в себя систематическое определение и менеджмент процессов и их взаимодействия таким образом, чтобы достигать намеченных результатов в соответствии с политикой в области качества и стратегией КО. Риск-ориентированное мышление позволяет КО определять факторы, которые могут привести к отклонению от запланированных результатов процессов и СМК КО, а также использовать предупреждающие средства управления для минимизации негативных последствий (большой частью связанных с недооцененными рисками) и максимального использования возникающих возможностей.

⁴ КО в соответствии со ст. ГОСТ Р ИСО 9001–2015 и ГОСТ Р ИСО 9000–2015 СМК должна определять и выбирать *возможности для улучшения* и осуществлять необходимые действия для выполнения требований ее потребителей (клиентов) и повышения их удовлетворенности. Это должно включать: улучшение банковских продуктов (услуг) в целях выполнения требований, а также учета будущих потребностей и ожиданий клиентов; коррекцию, предотвращение или снижение влияния нежелательных воздействий (в том числе банковских рисков); улучшение результатов деятельности и результативности СМК, реализуемой в КО. Организация должна осуществлять постоянное улучшение пригодности, адекватности и результативности корпоративной СМК. КО должна рассматривать результаты анализа и оценки, выходные данные анализа со стороны руководства, чтобы определить, имеются ли потребности или возможности, требующие рассмотрения их *в качестве мер по постоянному улучшению*.

⁵ В соответствии со ст. ГОСТ Р ИСО 9000–2015 Национальный стандарт РФ «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь» (с учетом изменений, внесенных в августе 2018 г. в новую редакцию ст.) *принятие решений, основанных на свидетельствах*, является достаточно сложным процессом и с ним всегда связана некоторая неопределенность. Он часто вовлекает многочисленные типы и источники исходных данных, а также их интерпретацию, которая может носить субъективный характер. Важно понимать причинно-следственные связи и их возможные незапланированные последствия. Анализ фактов, свидетельств и данных приводит к большей степени объективности и уверенности в принятых решениях. К потенциальным основным преимуществам применения данного принципа СМК относятся: улучшение процесса принятия решений; улучшение оценивания результатов процессов и способности достигать целей; улучшение результативности и эффективности работы; повышение способности анализировать, ставить задачи и менять взгляды и решения; повышение способности демонстрировать результативность прошлых решений. В указанном стандарте рекомендованы следующие возможные действия: определение, измерение и проведение мониторинга ключевых показателей для демонстрации результатов деятельности организации; обеспечение доступности всех необходимых данных для соответствующих работников; обеспечение уверенности в точности, надежности и безопасности данных и информации; анализ и оценка данных и информации с использованием подходящих методов; обеспечение компетентности работников в области анализа и оценки данных по мере надобности; принятие решений и выполнение действий на основе фактических данных, сбалансированных с учетом опыта и интуиции.

⁶ Для достижения устойчивого успеха (см. ГОСТ Р ИСО 9004–2010 ИС РФ «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества», утв. Приказом Росстандарта от 23 ноября 2010 г. № 501-ст) *организации управляют своими взаимоотношениями с соответствующими заинтересованными сторонами (стейкхолдерами)*, влияющими на результаты деятельности организации. Устойчивый успех с большей вероятностью будет достигаться в ситуации, когда КО управляет взаимоотношениями со всеми ее стейкхолдерами для того, чтобы оптимизировать их влияние на результаты ее деятельности. Менеджмент взаимоотношений КО с ее стейкхолдерами и партнерами часто имеет особую важность. К потенциальным основным преимуществам применения указанного принципа СМК относятся: улучшение результатов деятельности КО и соответствующих стейкхолдеров путем реагирования на возможности и ограничения, относящиеся к каждому стейкхолдеру (однородной группе стейкхолдеров); общее понимание стейкхолдерами целей и ценностей КО; увеличение способности создавать ценность для стейкхолдеров посредством совместного использования ресурсов (причем необязательно финансовых) и компетентности, а также осуществления менеджмента в отношении рисков и др.

и иной деятельности с ориентацией на клиентов – их потребности в составе и качестве услуг. Нужно не навязывать им соответствующие продукты и услуги, а удовлетворять уже сформировавшуюся у них потребность. Но есть ли у банка для этого необходимый инструментарий – вот вопрос.

Само понятие клиентоориентированности не изменилось – появились новые формы ее выражения, а идеология осталась прежней. Со стороны общества увеличивается спрос на предоставление услуг, в том числе финансовых, через интернет. Банк России и КО заинтересованы в том, чтобы создать востребованную площадку для совершения сделок по покупке банковских продуктов в упрощенной форме. В этой связи банкам необходимо активно внедрять инновации – технологические (процессные и продуктовые) и нетехнологические (организационные и маркетинговые).

КО весьма заинтересованы в трансформации своей бизнес-модели, поиске новых секторов обслуживания и рынков – источников роста, во внедрении новых востребованных продуктов. Следует на постоянной основе осуществлять мониторинг с целью оценки эффективности применения банковских продуктов и технологий, реализуемых в том числе за счет автоматизации, новейших технологий или за счет масштабного изменения банковских бизнес-процессов. Предлагается использовать для этих целей концепцию АМАЗОН⁷, ориентированную на постоянную «охоту» за новыми удачными решениями в целях удовлетворения и предвосхищения ожиданий клиентов.

Применение концепции АМАЗОН предполагает наличие у КО динамической способности к поиску и тестированию новых идей, в том числе в области оказания банковских услуг на новой технологической платформе посредством использования платежных карт и их виртуальных аналогов, а также готовности банка к внешним и внутренним изменениям и к управлению ими.

Рассмотрим состояние рынка платежных карт Новосибирской области. КО осуществляют на территории данного региона эмиссию и эквайринг платежных карт, функционирующих в рамках российских и международных платежных систем, а именно VISA Int., MasterCard, Золотая корона, Мир, American Express, UnionPay и иных. К 1 января 2019 г. фактическое количество действующих расчетных и кредитных банковских карт, выданных КО (в том числе филиалами

и внутренними структурными подразделениями), достигло 5910 тыс. штук. Это несколько меньше (на 1,6 %) по сравнению с показателем на 1 января 2018 г.

Что касается сведений о количестве банковских карт, эмитированных КО (кроме предоплаченных карт) в Российской Федерации, то, согласно статистическим данным, опубликованным на официальном сайте Банка России, их количество составило на 1 января 2019 г. 272,6 млн штук. Абсолютным лидером по выпуску карт является ПАО Сбербанк – на его долю приходится более трети всех эмитированных банковских карт. Дебетовые карты лидируют среди других видов банковских карт – их выпущено 237,5 млн штук, то есть доля расчетных карт в общем выпуске карт составляет 87 %. Классических кредитных карт выпущено 35 млн штук (13 % от общего числа дебетовых и кредитных карт). Как известно, КО выпускают также предоплаченные карты, и их суммарное количество довольно значительно, но Банк России не включает данные об этих картах в свои информационные материалы⁸.

В Новосибирской области в структуре выданных платежных карт в разрезе основных платежных систем наибольшую долю составляют банковские карты платежной системы MasterCard International⁹. По состоянию на 1 января 2019 г. на долю операций, совершенных держателями платежных карт за счет их денежных средств, пришлось 94,1 % от общего объема операций, осуществленных с помощью платежных карт; соответственно, операции, совершенные держателями платежных карт за счет предоставленного им кредита, составили 5,9 %¹⁰.

Основными владельцами платежных карт, выданных на территории Новосибирской области, являются физические лица; доля корпоративных карт составляет всего 1,2 % от общего количества выданных электронных средств платежа. Объем операций по получению наличных денежных средств с использованием платежных карт, выданных КО за 2018 г., незначительно увеличился (на 0,1 %) по сравнению с показателем 2017 г. и составил 580 425 млн руб. Распределение этой суммы в разрезе платежных систем таково (%): VISA Int. – 48,2; MasterCard – 34,6; Мир – 16,4; Золотая корона – 0,1; иные платежные системы – 0,7.

Объем безналичных расчетов в торгово-сервисной сети с использованием платежных карт, выданных КО, за 2018 г. увеличился по сравнению с 2017 г. на

⁷ Концепция АМАЗОН (AMAZON) зашифрована в его названии и логотипе: во-первых, А, начальная буква алфавита, обеспечивает организации первые позиции в различных каталогах. Амазонка, напомним, крупнейшая река мира, которая, по мнению создателей данной платформы, метафорически сравнима с интернетом как вечное течение. Улыбка-стрелочка под надписью в логотипе, появившаяся в 2000 г., символизирует, что в каталоге есть все, от А до Z. Стратегия АМАЗОН базируется на следующих принципах: товары и услуги находятся в свободном доступе; понятный клиенту интерфейс; расширение бизнеса от малого к большому; распространение филиалов (дополнительных офисов) по всему миру; современные способы связи; универсальное поведение и мышление. URL: <https://www.facebook.com/amzmln/?pageid=1199776156700785&ftentidntifier=2428803950464660&padding=0> (дата обращения: 12.04.2019).

⁸ URL: http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet013.htm&pid=psrf&sid=itm_55789 (дата обращения: 05.03.2019).

⁹ MasterCard International, или Internl, – международная платежная система, осуществляющая операции с банковскими картами. Учреждена в 1967 г. в США в результате слияния ряда региональных платежных организаций в InterBank Card Association с последующим преобразованием в MasterCard International, охватывающую около 20 тыс. членов, в том числе в России (в основном – КО). В функции системы входит выдача лицензии на выпуск платежных продуктов; поддержание бренда (торговой марки); выработка стандартов и правил эмиссии и обращения карт; поддержание работы телекоммуникационной сети для клиринга и урегулирования расчетов между членами ассоциации. Авторизация операций осуществляется круглосуточно через компьютерную сеть Bank-net, соединяющую компьютерные центры банков-членов с процессинговыми центрами системы.

¹⁰ URL: https://www.cbr.ru/statistics/PrintYG.aspx?Year=2018&pid=psrf&sid=ITM_8811 (дата обращения: 05.03.2019).

35,9 % и составил 371 254 млн руб. Суммы исполненных на территории Новосибирской области расчетных операций в общем объеме безналичных расчетов в торгово-сервисной сети, совершенных с использованием электронных средств платежа, распределились следующим образом (%): VISA Int. – 51,6; MasterCard – 36,6; Мир – 11,8; иные платежные системы – 0,1.

Из общего объема расходных операций, исполненных в 2018 г. с использованием платежных карт в инфраструктуре КО, 40,9 % составили операции по снятию наличных денежных средств с лицевых счетов, 26,2 % операций совершены держателями электронных средств платежа в виде безналичных расчетов в торгово-сервисной сети и 32,9 % составили прочие операции (таможенные платежи, уплата штрафов, налогов, государственных пошлин, переводы с карты на карту и оплата по реквизитам).

Общее количество банкоматов, установленных КО на территории Новосибирской области, к 1 января 2019 г. изменилось незначительно в сравнении с данными на 1 января 2018 г. – с 3595 до 3666 ед., а количество электронных терминалов увеличилось с 48 515 до 59 928 ед.¹¹.

Рассмотрим новую возможность для КО – использование виртуальных пластиковых карт и выдачу наличных без карты в устройствах самообслуживания, определим достоинства и недостатки данных новых продуктов. Очевидно, что в ближайшее время КО постепенно исключат изготовление и использование пластиковых карт для потребителей, а денежные средства можно будет получать в устройствах самообслуживания (банкоматах) без карт.

Заметим, что изготовление пластиковых карт – весьма трудоемкий и затратный процесс, а прибыль

от реализации данного продукта невелика. К примеру, изготовление пластиковой карты, самой простой, с магнитной полосой и нанесением информации с помощью струйного принтера, требует использования пластика, ламината, картриджа для принтера (черного, цветного), магнитной полосы. С учетом скромных объемов производства, например 2500 карт в день, получаем месячную выработку (при 24 рабочих днях) в 60 тыс. руб. Валовая прибыль составит 873 тыс. руб. После выплаты заработной платы 2-3 специалистам (допустим, в размере 20 тыс. руб. на человека) и оплаты различных общехозяйственных и общепроизводственных расходов (приблизительно 40 % от выручки) получаем весьма небольшую прибыль по сравнению с расходами.

По мнению Д. Агапитова, директора по развитию и сооснователя платежного сервиса Simple Pay, в 2018 г. платежи и финансовые операции будут все глубже уходить в интернет. По данным исследовательской и консалтинговой компании Gartner, к 2020 г. на руках у населения мира будет 20,8 млрд устройств, подключенных к интернету. Потребители будут ждать новых возможностей для оплаты продуктов (услуг) «в одно касание». Например, покупатели будут приобретать продукты питания прямо на экране холодильника или оплачивать покупку топлива с сенсорного экрана автомобиля. Магазины и банки будут мигрировать на мобильные устройства, чтобы оставаться ближе к пользователям. Экосистема платежей продолжит замыкаться вокруг одного устройства. Пользователи все больше осознают удобство использования телефона вместо кошелька или банковской карты¹² [1].

Таким образом, одной из современных тенденций развития платежных систем является замеще-

¹¹ Там же.

¹² VISA опубликовала статистику (URL: <http://web-payment.ru/newsitem/1267/visa-statistika-beskontaktnyh-platezhej/>) по использованию бесконтактных платежей во время проведения Кубка Конфедераций FIFA 2017. 30 % покупок на стадионах совершалось с использованием бесконтактных платежных инструментов, из них 20 % – с помощью мобильных телефонов (MT) и смарт-часов. Сбербанк сообщил (URL: <https://www.macdigger.ru/news/post/sberbank-raskryl-kolichestvo-polzovatelej-apple-pay-i-samsung-pay-v-rossii/>) о том, что более миллиона российских клиентов используют Apple Pay и Samsung Pay для оплаты покупок. Тинькофф Банк раскрыл данные (URL: <https://www.plusworld.ru/daily/digital-banking/oborot-tinkoff-banka-po-beskontaktnym-platezham-s-pomoshhyu-telefona-prevysil-1-mlrd-rub-v-mesyats-2/>) о ежемесячном росте на 25 % объемов покупок, совершаемых с помощью MT (аналитики Банка Тинькофф посчитали, что в марте 2017 г. клиенты Тинькофф Банка совершили покупки бесконтактным способом с помощью телефона на сумму более 1 млрд руб.). «Связной» сообщает (URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/01/29/749217-bum-prodazh>) об увеличении на 60 % продаж MT с поддержкой NFC (коммуникация ближнего поля); компания связывает это с популярностью платежных инструментов Samsung Pay, Apple Pay и AndroidPay, которые позволяют привязать банковскую карту к MT и платить с помощью мобильного устройства. В 2017 г. таких аппаратов у населения было около 18 млн штук. Технологии NFC (коммуникация ближнего поля), которые позволяют посредством мобильных телефонов быстро обмениваться информацией, внедряются в практику достаточно активно. Их преимуществом является то, что время на нахождение второго устройства составляет около 1 миллисекунды. Кроме того, все большее распространение среди производителей MT приобретает использование технологии передачи данных LTE (Long Term Evolution), которая позволит удовлетворить будущие потребности потребителей в высокой скорости «закачки» данных из сети интернет. Тенденция использования MT как средства оплаты заставит измениться и бизнес. Компания Ibox, например, предлагает два аналогичных по своему функционалу варианта для бизнеса: устройство для смартфона по считыванию карт и полноценный терминал. Дополнительно бесплатно предоставляется приложение для обработки платежей. Покупатели уже сегодня отказываются от кошельков и наличности в пользу MT, которые стали универсальными устройствами, заменив карты, камеру, часы, диктофон и другие привычные вещи. Бизнесу придется закупать больше mPOS- и POS-терминалов с поддержкой NFC или работать с сервисами, позволяющими принимать оплату бесконтактным способом (mPOS-терминалы взаимодействуют с картами платежных систем VISA, MasterCard, Maestro и Мир). Есть и другие тенденции. Например, заплатить за проезд в метро можно будет не только с помощью MT, но и с помощью браслета (браслеты «Тройка» для поездок в московском метро уже поступили в продажу). Альфа-Банк представил собственное носимое устройство – кольцо для бесконтактной оплаты (керамическое кольцо белого или черного цвета; предлагается несколько вариантов, исходя из размера пальца будущего пользователя; кольцо не боится воды и может

ние карт цифровыми аналогами, оплата посредством мобильного телефона/часов/браслетов/колец, оплата с помощью QR-кода, созданного специально для распознавания мобильными устройствами, и других цифровых платежей. Общеизвестно, что мошенники приспособились списывать денежные средства при помощи пластиковых карт, и материальный ущерб от мошенничества растет [2]. Замещение пластиковых карт их цифровыми аналогами обеспечит сохранность денежных средств. Если даже реквизиты виртуальной карты будут похищены, злоумышленник все равно не сможет получить доступ к основному счету, так что лучший способ хранения денег – обмен данными в интернете.

Виртуальная карта – это аналог платежной карты, который существует только в электронном виде, без физического носителя. У такой карты есть все необходимые реквизиты, как и у обычной пластиковой дебетовой: номер, срок действия и данные о держателе. Пластиковая карта «привязывается» к классическому счету для совершения максимально безопасных платежей в интернете. Виртуальная карта выпускается к основному расчетному счету, как к дебетовому, так и к кредитному, совершенно бесплатно и за считанные секунды, никакого дополнительного обслуживания, перевыпуска (при окончании срока действия) она не требует. Такой способ расчета более безопасен, чем использование банковской пластиковой карты, поскольку номер основной карты не будет известен третьим лицам.

Согласно статистике, около 90 % совершаемых в банкоматах операций – выдача наличных. Выдача наличных в банкомате без карты – это комплекс решений, с помощью которых клиент банка может выбрать счет для снятия средств и затем получить наличные в устройстве без предъявления карты.

К преимуществам виртуальной карты и выдачи наличных в банкомате без карты (для банка, для клиентов) относятся:

– сокращение расходов на изготовление, персонализацию и доставку карт для банка (многие банки имеют дополнительные офисы в разных регионах и несут немалые расходы на доставку карт инкассаторскими службами; нередко карта приносит лишь

расходы на ее изготовление и доставку, которые не окупаются);

– снижение операционных издержек (процесс выдачи карты связан с посещением банка клиентом, а также с дополнительным обслуживанием при выдаче карты);

– повышение уровня обслуживания клиентов (у сотрудников банка высвобождается время для решения других важных задач);

– лояльность клиента (удобство в использовании);

– экономичность (виртуальные карты гораздо дешевле пластиковых и у них нет страхового депозита), удобство и оперативность выпуска;

– уменьшение риска мошенничества (виртуальными картами можно оплачивать только через интернет, так что вероятность утраты ее реквизитов сводится к нулю);

– удобный контроль затрат (все виртуальные и реальные платежи можно разделить, определив лимит, который будет переводиться на виртуальную карту для приобретения товаров и услуг);

– защита от фишинга¹³ путем контроля оплаты покупки через телефон, к которому привязано платежное средство;

– упрощенная форма выдачи карты клиенту;

– быстрое оформление и проведение операций, включая закрытие счета;

– выгодное содержание карты;

– обширная география – расплачиваться картой можно в онлайн-магазинах по всему миру;

– виртуальная карта обходится своему держателю значительно дешевле пластиковой, а во многих случаях и вовсе бесплатно (банки не тратят деньги на производство и хранение карт, на оплату труда работников, которые будут их выдавать людям);

– виртуальную карту нельзя украсть, погнуть, потерять и т.д. [3];

– у виртуальной карты нет PIN-кода, есть только код CVC2, который защитит от возможного мошенничества.

Виртуальные карты выпускаются пока в малых количествах, российские банки только приступили к их использованию. *Различия данных карт проявляются в таких параметрах, как:*

использоваться как украшение). Специально к Зимним Олимпийским играм 2018 г. компания VISA презентовала перчатки с NFC-модулем. Они продаются в качестве сувенира и позволяют оплатить покупки, не доставая смартфон или банковскую карту. С помощью NFC позволяют проводить платежи «умные» часы Apple Watch (они соединяются с телефоном и используют приложение Apple Wallet для проведения оплаты). Фитнес-браслеты также позволяют оплатить покупки. Например, браслет Jawbone UP4 поддерживает оплату с помощью платежной системы American Express. URL: <https://fb.ru/opinion/trendy-platezhej/> и <http://yourdevice.org/interesno-znat/sovremennye-tendentsii-razvitiya-mobilnykh-telefonov.html> (дата обращения: 14.03.2019).

¹³ Фишинг (англ. phishing от fishing «рыбная ловля, выуживание») – вид интернет-мошенничества, целью которого является получение доступа к конфиденциальным данным пользователей – логинам и паролям. Это достигается путем проведения массовых рассылок электронных писем от имени популярных брендов, а также личных сообщений внутри различных сервисов, например от имени банков или внутри социальных сетей. В письме часто содержится прямая ссылка на сайт, внешне неотличимый от настоящего, либо на сайт с редиректом. После того как пользователь попадает на поддельную страницу, мошенники пытаются различными психологическими приемами побудить пользователя ввести на поддельной странице свои логин и пароль, которые он использует для доступа к определенному сайту, что позволяет мошенникам получить доступ к аккаунтам и банковским счетам. Фишинг – одна из разновидностей социальной инженерии, основанная на незнании пользователями основ сетевой безопасности; в частности, многие не знают простого факта: сервисы не рассылают писем с просьбами сообщить свои учетные данные, пароль и пр. Для защиты от фишинга производители основных интернет-браузеров договорились о применении одинаковых способов информирования пользователей о том, что они открыли подозрительный сайт, который может принадлежать мошенникам. Новые версии браузеров уже обладают такой возможностью, которая именуется «антифишинг». URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата обращения: 10.03.2019).

- срок действия карты;
- возможность пополнения счета;
- максимальный лимит хранящихся денежных средств;

- сервис и комиссия на транзакции;
- возможность открытия карты в зависимости от возраста субъекта (к примеру, до 18, после 65 лет);
- дополнительные бонусы.

Обязательные реквизиты виртуальной карты: номер; срок действия; код безопасности (CVC/CVC2/CVV); имя держателя (этот реквизит не обязателен).

Как и у любого продукта, у виртуальной карты есть свои минусы. Основным недостатком виртуальной карты представляется ограниченная сфера применения: такой картой нельзя расплатиться, например, за аренду автомобиля или бронирование номера в отеле, даже если заказ был совершен через интернет. Виртуальные карты сложно использовать для оплаты товаров в магазинах, но возможен обходной маневр: «привязать» виртуальную карту к смартфону, а затем использовать смартфон для бесконтактной оплаты. Вышеуказанные недостатки носят временный характер, в будущем такие карты будут «обрастать» новыми возможностями и полностью заменят пластиковые.

В самом деле, ведь выдача наличных без карты в устройствах самообслуживания намного удобнее, быстрее, безопаснее, чем при «классическом» подходе – снятии наличных с помощью карты. Формы расчетов избираются плательщиками, получателями средств самостоятельно и могут предусматриваться договорами¹⁴. Чтобы убедиться в удобстве снятия наличных без карты, рассмотрим несколько кейсов по выдаче денежных средств без карты.

Кейс № 1. Клиент «забыл карту». Клиентский сценарий.

1. Клиент заходит в мобильное приложение, выбирает карту, с которой хочет снять наличные, вводит сумму и подтверждает ее.

2. На экране мобильного устройства клиента отражаются ID-операция в виде QR-кода и цифровой код.

3. Клиенту на мобильный телефон приходит PIN-код в виде SMS.

4. Клиент находит банкомат, сканирует QR-код или вводит код «руками», вводит OTP-код (одноразовый пароль (англ. one time password, или OTP) – это пароль, действительный только для одного сеанса аутентификации; действие одноразового пароля также может быть ограничено определенным промежуток времени).

5. Банкомат выдает наличные, печатает чек.

Кейс № 2. Выдача кредита наличными. Обслуживание в банке.

1. Клиент обращается в офис банка для оформления кредита.

2. Кредитный специалист оформляет кредитный договор/заявку на получение кредита.

3. После оформления кредита выпускается виртуальная карта (устанавливается сумма кредита).

4. Клиент получает PIN-код.

5. Клиент находит банкомат, выбирает опцию «получение наличных по номеру телефона», вводит OTP-код (приходит SMS).

6. Клиент выбирает сумму (или банкомат предлагает конкретную сумму к выдаче), вводит PIN-код.

7. Банкомат выдает наличные, печатает чек.

Кейс № 3. Снятие наличных со счета. Ситуация: был закрыт срочный вклад и деньги переведены на текущий счет клиента. Клиентский сценарий.

1. Клиент обращается в банкомат (вход через личный кабинет, логин-пароль).

2. Клиент выбирает опцию «Карты/вклады/счета», выбирает счет для снятия и сумму.

3. Банкомат выдает наличные, печатает чек.

Как видим, снятие наличных денежных средств без карты намного удобнее, безопаснее, быстрее и надежнее; можно снять кредитные средства, сделать вклад, выполнить переводы и т.д.

В мире появляется все больше технологий, которые можно применять для создания новых продуктов (услуг), причем их стоимость стремительно падает. Поэтому представителям банковского сектора и других организаций, предоставляющих банковские (финансовые) услуги, следует учитывать, что для обеспечения должной прибыльности и конкурентоспособности необходимо:

- быть результативнее конкурентов (по качеству и цене);

- обеспечивать рост опережающими темпами;

- быть технологически продвинутыми;

- ориентироваться на большие и глобальные рынки;

- создавать принципиально новые продукты (услуги), востребованные клиентами;

- внедрять прорывные бизнес-модели;

- активно использовать организационные инновации.

Только при применении вышеуказанных подходов и принципов, обеспечивающих постоянное повышение экономической эффективности и результативности деятельности, кредитные организации могут занять лидерские позиции на финансовом рынке и добиться устойчивого успеха.

Литература

1. Агапитов Д. О новых возможностях оплаты товаров и услуг. URL: <https://rb.ru/opinion/trendy-platezhej/>.

2. Гайкович В., Першин А. Безопасность электронных банковских систем. М.: Единая Европа, 1994. 43 с.

3. Мишарин С.В., Разумова И.А. Современные тенденции развития рынка банковских карт // Ученые записки Международного банковского института. 2014. № 10. С. 111–118.

¹⁴ О Правилах осуществления перевода денежных средств: Положение Банка России от 19 июня 2012 г. № 383-П (в ред. от 11 окт. 2018 г., с изм. и доп., вступ. в силу с 6 янв. 2019 г.).