

УДК 336.71(045)

РАЗВИТИЕ СЕРВИСОВ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РОССИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОБОРОТ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Рудницкая В. В.,

студентка магистратуры, Финансовый университет

beznoch@gmail.com

Аннотация. В последние годы сервисы дистанционного банковского обслуживания являются наиболее приоритетным направлением развития у банков, так как становятся все более востребованными у физических и юридических лиц из-за упрощения процесса использования всех существующих банковских услуг. Развитие сервисов ДБО существенно повышает финансовую доступность и финансовую грамотность населения, что напрямую влияет на показатель финансовой стабильности страны. В статье анализируются данные использования населением удаленных банковских сервисов, на основе которых исследуется их влияние на оборот денежных средств в России, а также рассматриваются возможные направления развития этого перспективного кластера банковских услуг.

Ключевые слова: банковское дело; дистанционное банковское обслуживание; финансовая доступность; финансовая грамотность; финансовые услуги.

THE DEVELOPMENT OF REMOTE BANKING SERVICES IN RUSSIA AND THEIR IMPACT ON THE TURNOVER OF FUNDS

Rudnitskaya V.V.,

graduate student, Financial University

beznoch@gmail.com

Abstract. In recent years, remote banking services became the most priority for development banks, as are becoming increasingly popular among individuals and legal entities due to simplify the process of using all the existing banking services. In recent years, remote banking services have become the most priority direction of banks' development as they have also become increasingly popular among individuals and entities due to facilitation of using all the existing banking services. Development of DBS significantly improves financial inclusion and financial literacy of people, which directly affects country's rate of financial stability. In this research was made an analysis of the data on using remote banking services in Russia, on the basis of which the impact of DBS on the cash flow in the country is explored. There also considered the possible development directions of this perspective cluster of banking services.

Keywords: banking; remote banking services; financial inclusion; financial literacy; financial services.

Научный руководитель: **Минина Т.И.**, кандидат экономических наук, доцент Департамента финансов и банков.

На данный момент времени Интернет бесспорно занял позицию самого главного элемента человеческой жизни – именно посредством него между людьми происходит обмен информацией. Финансовые операции здесь также не стали исключением. Дистанционное управление денежными средствами является именно тем, что требуется конечному пользователю, и банки, несомненно, развиваются в зависимости от текущих потребностей собственных клиентов. Финансовая доступность сейчас является ключевым фактором развития банковского сектора, и, даже несмотря на непростые экономические условия, банки продолжают вкладывать инвестиции в развитие всевозможных систем дистанционного банковского обслуживания (ДБО). Его возникновение является несомненным следствием инновационного скачка на базе общего технологического прорыва, связанного с развитием мобильных коммуникационных систем и сети Интернет.

Удаленные сервисы банковского обслуживания закономерно набирают популярность, так как позволяют заметно упростить отношения между клиентом и банком, и, что немаловажно для конечного потребителя, сэкономят массу времени. Ко всему прочему, абсолютное большинство банковских институтов сейчас предлагают повышение ставки по вкладам от 0,15 до 0,5% клиентам, самостоятельно оформляющим услугу онлайн, в мобильном приложении или интернет-банке. С 2013 по 2016 г. доля пользователей смартфонов выросла с 29 до 49%. Несмотря на то что около 27% российских граждан считают финансовые продукты и сервисы менее доступными, чем банковские услуги, делая упор на разнице использования электронных технологий и банковских услуг, 64% граждан считают дистанционное банковское обслуживание доступным и расценивают себя как полностью вовлеченных в цифровую среду. Только около 13% россиян по-прежнему оценивают ДБО как абсолютно недоступное [1].

Отсюда следует, что различные каналы ДБО, от банкоматов и контакт-центров до интернет-банкинга и мобильных приложений, должны открывать любому пользователю полный спектр банковских услуг, а в идеальных условиях – быть интегрированными между собой. В связи с этим на первый план выступает технология

Omni-channel – бесшовная интеграция всех сервисов ДБО. Спрос на нее характеризует последующее развитие дистанционного взаимодействия клиентов и банков.

Оmnikanальность, тем не менее, не является прерогативой систем, предназначенных для физических лиц. С развитием сектора FinTech (Financial Technology) – области экономики, состоящей из компаний, применяющих достижения технологической сферы для упрощения доступа и повышения эффективности финансовых услуг, – получили развитие и корпоративные системы ДБО, существенно отстававшие от сервисов дистанционного обслуживания частных клиентов. Корпоративные системы ДБО соединяют в себе околоранковские и традиционные банковские сервисы, а также предлагают расширенный функционал, нетипичный для кредитных учреждений, такой как сдача электронной отчетности в государственные контролирующие органы (ФНС, ПФР, ФСС, ФСПАР, РПН, РосСтат) и онлайн-регистрация бизнеса в них, проверка контрагентов (наличие аналитической системы для моментального выявления противопозитивных для проведения платежа), электронный документооборот, электронные торговые площадки с использованием электронной подписи, наличием банковской гарантии и системы подбора аукционов, оценка кредитоспособности, а также облачная бухгалтерия. FinTech оказывает немалое воздействие на корпоративных клиентов – это инновационные компании, работающие в основном с областью альтернативных финансов, таких как краудфандинг, краудлендинг и краудинвестинг. Такое расширение продуктов и возможностей, а также снижение расходов для клиента положительно сказывается на его доходах и денежном обороте, что для опытных инвесторов является весьма привлекательным. Сейчас, когда многие крупные P2P-площадки подали запросы на получение банковской лицензии и могут не только интегрироваться в банки-партнеры, но сами оперировать в качестве банков, такое взаимодействие видится весьма целесообразным [2]. 25% банков будут замещать свои системы ДБО сервисами стратапов FinTech [3].

Для корпоративного бизнеса ДБО является стратегически важным направлением и позволяет, прежде всего, знать финансовые потоки

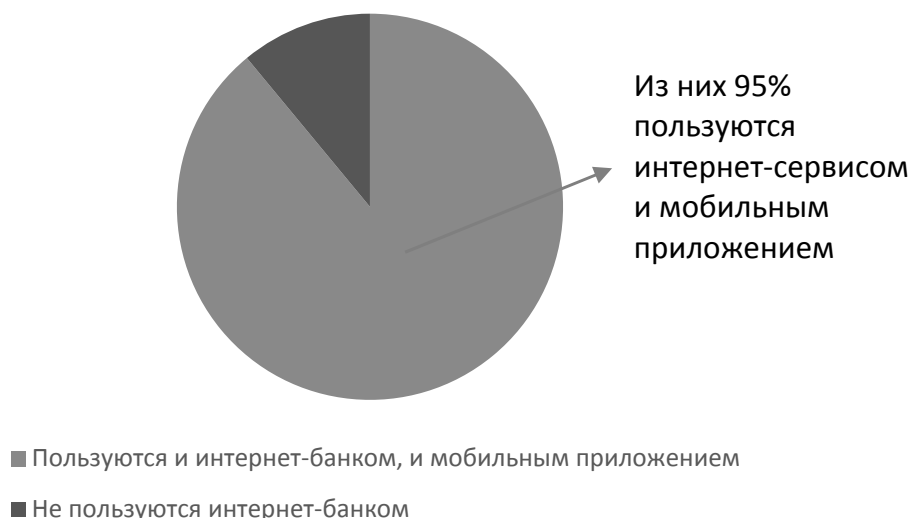


Рис. 1. Количество людей, пользующихся сервисами ДБО [3]

клиентов и эффективно оценивать риски; предоставлять клиенту более полную картину его финансового состояния; сформировать комплексное предложение, интересное клиенту. Для развития ДБО юридическим лицам, прежде всего, необходимо позволить клиенту самостоятельно создавать соразмерную структуру управления финансами, используя такие функции, как делегирование, распределение принятия решений о платежах, разные уровни управленческой отчетности; полностью автоматизировать управление утверждением платежей и предоставить клиенту возможность их настройки; предоставить клиенту механизм ведения платежных календарей с учетом договоров контрагентов и бюджетов; реализовать механизм контроля исполнения бюджета и отчетности по его исполнению; внедрить систему Cash pooling, корпоративные депозиты, кредитование под остатки группы [4].

Все сегменты рынка мобильных платежей характеризуются крайне высокими темпами роста:

- Электронные кошельки – 30–40% за 2016 г., более 100% за 2015 г.
- Банковские продукты – 50–60% за 2016 г., более 70% за 2015 г.
- Остальные каналы – 60–70% за 2016 г., более 100% за 2015 г.

Нельзя не заметить, что компьютерные версии (интернет-сайты) электронных кошельков и продуктов ДБО имеют более низкие темпы роста сравнительно с мобильными каналами, что напрямую связано:

1) с доверием клиентов – персональное мобильное приложение бывает более привлекательно, нежели «незащищенный» с точки зрения пользователя сайт. К тому же, мобильное устройство чаще всего также защищено мобильным числовым, буквенным либо графическим паролем или обладает защитой от кражи (как, например, функция “Find my iPhone” для пользователей устройств компании Apple);

2) с удобством использования – приложение зачастую менее требовательно к интернет-соединению и уже обладает всеми предварительно внесенными персональными данными пользователя, которые не требуется вводить заново при каждом входе.

Тем не менее интерфейс интернет-страниц для всех вышеуказанных продуктов остается основным каналом, обеспечивающим объемы платежей.

ДБО в сферах мобильных приложений и интернет-сервисов развивается следующим образом (рис. 1):

- 97% интернет-пользователей в России – клиенты российских банков;
- 75% клиентов банков, пользующихся Интернетом, прибегают к услугам ДБО;
- 64,5% пользователей отдают предпочтение интернет-банкам, и 33% пользователей отдают предпочтение мобильному банку;
- 85% желают видеть детальную информацию по всем совершенным операциям (в том числе название магазина, локацию, дату, время и наименование покупки);

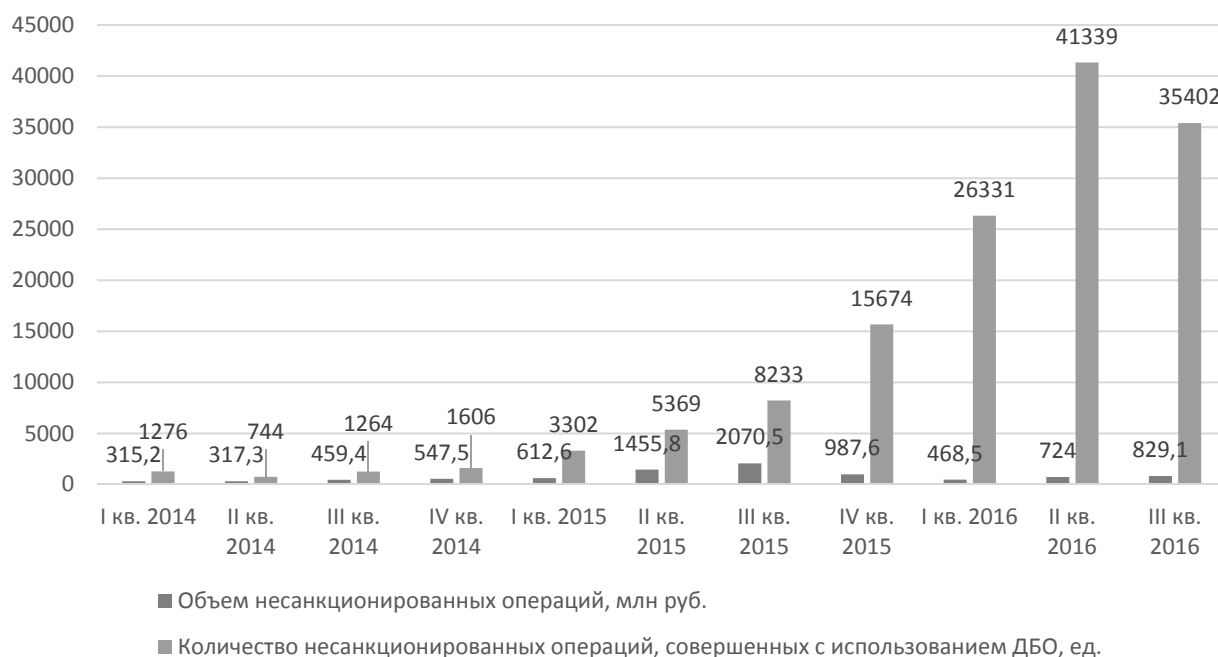


Рис. 2. Динамика и количество совокупных несанкционированных операций ДБО юридических и физических лиц [5]

- 80% используют продукты нескольких банков;
- 80% желают видеть все финансы в одном месте, вне зависимости от принадлежности тому или иному банку;
- 75% привлекает управление покупками, в случае легкости и удобства проведения операций.

С точки зрения безопасности система ДБО подвержена таким рискам, как вредоносное программное обеспечение, удаленное управление персональным компьютером, фишинг, социальная инженерия и дублирование SIM-карт. Разумеется, это требует создания серьезной системы защиты для безналичных платежей, мобильных приложений и всех прочих сервисов ДБО. В связи с повышенной, по мнению клиента, еще не до конца привыкшего к технологиям ДБО, вероятностью мошенничества только 22% россиян считают главным преимуществом банковского счета, в том числе виртуального, безопасность хранения денежных средств, что вызвано ежегодным ростом числа нелегальных операций, проводимых при помощи сервисов ДБО как среди частных, так и среди корпоративных клиентов (рис. 2).

Основными предпосылками и стимуляторами роста рынка мобильных платежей являются:

- 1) общемировая миграция платежей и переводов из offline-каналов в online-каналы и в безналичные каналы из наличных соответственно;

- 2) миграция платежей и переводов из интернет-страниц финансовых продуктов в их мобильные версии;

- 3) рост степени проникновения и функциональности смартфонов;

- 4) рост степени проникновения банковских карт и клиентской активности на банковских картах.

По итогам изучения тарифов 30 банков, оперирующих в России, удалось выявить зависимость стоимости ДБО от разовых комиссий за перевод в другие банки по номеру карты, что обычно составляет от 0,5 до 2%, и номеру счета, что обычно составляет от 0,1 до 1%. В таких банках, как «Тинькофф», «Ситибанк» и «Кредит Европа Банк» комиссия не взимается совсем [6].

В 2014 г. оборот платежей в сервисах ДБО, в частности в мобильных приложениях, составил 15,2 млрд руб. в общем объеме безналичных платежей в 190 млрд руб., и с 2014 по 2019 г. прогнозируется дальнейший рост этих показателей в среднем на 28–30% в год. К 2019 г. оборот должен составить более 850 млрд руб. [7].

В течение 2016 г. рынок безналичных платежей России демонстрирует медленный, но устойчивый рост [8]. Возрастают также объемы выпуска и степень проникновения карточных продуктов ввиду того, что технологии бесконтактной оплаты набирают популярность,

в частности в России появились “Apple Pay” и “Samsung Pay”.

В связи с развитием мобильных приложений и прочих сервисов ДБО, доля безналичных транзакций в России существенно возросла. На безналичные транзакции приходится более 2/3 карточных операций. За первое полугодие 2016 г. в общем числе карточных транзакций (8034,2 млн 72%) 5765,4 млн приходится на безналичную оплату товаров и услуг. В сравнении с этим, в первом полугодии 2015 г. их доля составила 70,74% – 3863,7 млн транзакций из 5461,6 млн [9].

Характерно снижение операций снятия наличных денег в общем количестве транзакций по платежным картам в первом полугодии 2016 г. до 20,8%, что на 8,8% меньше результата 2015 г. – в 29,6% (1597,8 млн из 5461,6 млн операций). Это свидетельствует о большей популярности безналичных операций и продуктов ДБО.

За первое полугодие 2016 г. доля безналичных транзакций по оплате товаров и услуг в общем объеме карточных операций в России достигла 24,16% (5505,6 млрд руб. от общего объема в 22 783,3 млрд руб.) в сравнении с 23,85% (3568,4 млрд руб. от общего объема 14 963,7 млрд руб.) за первое полугодие 2015 г.

Более медленный рост данного показателя вызван кризисными явлениями, так как общий объем всех видов операций по карточным продуктам в России за первое полугодие 2016 г. вырос до 22 783,3 млрд руб. по сравнению с 14 963,7 млрд руб. за первое полугодие 2015 г. на 52%.

Количество и объем операций, совершенных на территории России с использованием карт, эмитированных банками-нерезидентами, крайне невелики по сравнению с аналогичными объемами для карт банков – резидентов РФ. Это, соответственно, 29,2 млн транзакций на общую сумму 149 млрд руб. в год (0,36% от транзакций по картам российских банков и 0,65% от общего объема транзакций по картам российских банков).

Тенденция возрастания количества и объемов безналичных операций по платежным картам коррелирует с тенденциями в динамике инфраструктуры приема российских банковских карт. Так, инфраструктура приема банковских карт в РФ к началу второго полугодия 2016 г., по данным ЦБ РФ, была представлена 1 582 000

POS-терминалами, установленными в торгово-сервисных предприятиях (ТСП), и 180 500 в банковских и государственных учреждениях. В сравнении с состоянием этой области на начало второго полугодия 2015 г. наблюдается рост на 21,7 и 13,7% соответственно с 1 299 400 и 158 711 POS-терминалов в этих же категориях.

Число банкоматов и банковских информационно-платежных киосков, по состоянию на первое полугодие 2016 г., снизилось на 4,5% с 218 646 в первом полугодии 2015 г. до 209 698 единиц. Следует отметить, что тенденция к снижению наблюдалась и годом ранее, когда к первому полугодю 2015 г. количество банкоматов и платежных киосков упало на 7,1% с 234 170 единиц по итогам первого полугодия 2014 г. до указанных выше 218 646. Тем не менее доля банкоматов и платежных киосков, имеющих функцию приема наличных денег, в первом полугодии 2016 г. остается прежней, показывая даже медленный рост до 61,14% с 60,3%. Это объясняется тем, что, переходя на безналичное обслуживание, люди по-прежнему не имеют альтернативы банковским отделениям, банкоматам и платежным терминалам для того, чтобы внести средства на карту и с нее воспользоваться более выгодными и простыми услугами оплаты, а также льготными условиями открытия вкладов и взятия кредитов.

В России к концу первого полугодия 2017 г. прогнозируется увеличение количества POS-терминалов с поддержкой системы бесконтактных платежей, построенной на высокочастотной системе связи малого радиуса NFC (Near Field Communication), до 235 000 единиц, что составит около ¼ всей базы POS-терминалов страны. На текущий момент база POS-терминалов с технологией бесконтактной оплаты составляет около 100 000, и с приходом в страну технологий оплаты через мобильный телефон от Apple (“Apple Pay”) и Samsung (“Samsung Pay”) их количество с каждым днем продолжает неуклонно расти. Так, например, с 2015 г. выросло количество бесконтактных платежей по картам Mastercard [10].

Картами с технологией бесконтактной оплаты на сегодняшний день владеет 41% граждан России, из которых используют их на постоянной основе – 38%. Основными факторами мотивации россияне называют удобство (83%), скорость оплаты (56%) и новизну технологии (18%). Ин-

терес к картам с бесконтактной оплатой только растет, потому как оформить их намерено 52% тех, кто еще не владеет данным инструментом. Около 77% опрошенных считают операции по бесконтактным картам полностью безопасными. В качестве инструмента оплаты крупных покупок бесконтактную карту применяли 58% опрошенных россиян. Чаще всего подобные карты используются для ежедневных покупок в продуктовых магазинах, мелких торговых точках, отделах продажи одежды, в аптечных пунктах и на автозаправочных станциях [11].

Однако развитию рынка мобильных платежей способствуют не только усилия международных платежных систем, таких как VISA и Mastercard, активно применяющих технологию NFC в POS-терминалах как стандарт, но и недавний приход в РФ мобильных платежных NFC-сервисов «Samsung Pay» с конца сентября и «Apple Pay» с октября 2016 г., вначале запущенной Сбербанком России исключительно для держателей карт Mastercard. В течение первой недели работы «Apple Pay» с 4 по 11 октября 2016 г. из миллиона потенциальных клиентов, являющихся держателями карт с системой Mastercard Сбербанка и владельцами смартфоном iPhone более 125 000 человек привязали свои карты к системе «Apple Pay». В течение 2017 г. ожидается скорый рост интереса клиентов к «Apple Pay» после открытия доступа в ноябре 2016 г. для держателей карт системы VISA и введения возможности пользоваться данной услугой для всех банков – эмитентов карт.

«Apple Pay» в течение первой недели работы сервиса побил все рекорды. Так, например, оборот по привязанным к сервису картам клиентов банка «ВТБ 24» оказался выше 1,2 млн руб. [12]. Наибольшая доля платежей пришлась на продуктовые сети (33%), магазины одежды и обуви (20%), рестораны (19%) и автозаправочные станции (9%). Около 40% покупок были сделаны в Москве и Санкт-Петербурге. В 2017 г. ожидается, что оборот в сервисе «Apple Pay» только у клиентов «ВТБ 24» превысит 1 млрд руб. [13].

По данным другого крупнейшего частного банка РФ – «Альфа-Банка», больше всего оплата с использованием «Apple Pay» осуществляется в Москве (39,4%) и Санкт-Петербурге (8,93%). «Apple Pay» чаще используют для оплаты в супермаркетах – 30,78% от общего числа транзакций,

ресторанах и кафе (18,68%), магазинах одежды (12,06%). ТОП-5 категорий с самым большим чеком при оплате «Apple Pay»: бытовая техника, одежда, спорт, отели и товары для дома. Средний чек (по всем клиентам банка) составляет 1035 руб. [14].

По большей мере, именно высокие ожидания по вовлечению высокодоходных клиентов рассмотренных мобильных платежных сервисов побуждают лидирующие банки РФ обеспечить полную поддержку бесконтактных операций в своих сетях торгового эквайринга. Сбербанк России в 2017 г. планирует создать собственную сеть POS-терминалов с полной поддержкой бесконтактных транзакций, и уже сейчас 2/3 терминалов оборудованы технологией NFC. «ВТБ 24» стремится закончить процесс перестройки своих систем к 2018–2019 гг., однако уже сейчас более 50% POS-терминалов «ВТБ 24» в сети торгового эквайринга банка поддерживают NFC.

Таким образом, на текущий момент времени мобильные банки и платежные сервисы становятся полноценными инструментами для управления финансами, картами и банковскими продуктами. Зачастую они используются значительно чаще их альтернатив в виде банковских отделений, касс, терминалов и даже интернет-страниц банковских продуктов. Подобные приложения несоизмеримо проще в обращении, чем все их предшественники – доступ к мобильному банку получается непосредственно через приложение при однократном вводе логина и пароля интернет-банка. Предполагается, что с развитием мобильных банковских приложений к 2017–2018 гг. они приобретут следующие черты:

- Внедрение системы чатов и интеграция с социальными сетями и интернет-магазинами – мобильный банкинг и банкинг для ускорения темпов развития может пойти по пути внедрения в более привычные для клиентов среды – социальные сети, чаты и мессенджеры, а также обеспечить возможность работы с определенными интернет-магазинами. Так, в известном интернет-гипермаркете AliExpress реализована так называемая система «AliPay», позволяющая не вводить все данные карты для оплаты, а осуществлять перечисление мгновенно после ввода созданного клиентом пароля. Такие системы можно интегрировать непосредственно в мобильное приложение банка. Главный вопрос,

стоящий перед разработчиками, заключается в том, насколько это будет безопасно – защита от взлома и кражи персональных данных в случае проведения подобной интеграции должна быть усовершенствована, например, посредством добавления двух- или трехуровневой идентификации. В будущем, возможно, одним из элементов подобной идентификации может стать государственный сервис ЕСИА, другие системы на базе Open ID Connect, а также биометрическая идентификация владельца по отпечатку пальца, что особенно распространено на смартфонах уже сейчас, портрету владельца в реальном времени или сетчатке глаза. Авторизация при помощи EMV-технологий (совместный стандарт компаний Europay, MasterCard и VISA) позволяет вообще исключить необходимость дополнительного подтверждения и при этом обладает надежностью крипто-ключа. Также может использоваться система “Single Sign ON”, подразумевающая вход клиента только из одного места в один и тот же момент времени. Тем не менее спрогнозировать, как отразится это на спросе на мобильные приложения, невозможно – усложнение пользования приложением в равной степени с расширением его функционала может как отрицательно, так и положительно сказаться на реакции потребителей сервисов ДБО.

Рынок ДБО неуклонно растет и занимает все большее место в жизни как частных, так и корпоративных пользователей и является наиболее перспективным направлением развития банковской сферы, позволяющим банкам не только прогрессивно общаться с клиентами, но и осуществлять лучший контроль за объемом транзакций и проведением финансовых операций.

- Развитие приложений для smart-watches «умных часов», реализующихся в качестве дополнения к мобильному банку для смартфона или планшета. Ввиду того что наблюдается тенденция на развитие систем бесконтактной

оплаты, «умные часы» могут стать тем неотъемлемым элементом, позволяющим не доставать смартфон из кармана, а оплачивать покупки «при помощи собственных рук».

- Постепенное замещение сложных интерфейсов, где пользователю нужно заполнять сложные формы на простые. Это может коснуться всех сфер идентификации пользователя – так, ввод номера карты может замениться сканированием, постепенно распространившись на распознавание штрих-кодов квитанций для их оплаты. На данный момент развитая система распознавания QR-кодов и штрих-кодов позволяет интегрировать данную функцию в мобильное приложение.

- Замена традиционных платежей на автоматические платежи – функция, напрямую связанная с системой бесконтактной оплаты, когда платежная операция или перевод средств инициируется получателем платежа, а владельцу карты, привязанной к мобильному приложению, остается только увидеть уведомление на экране смартфона, а затем одобрить или отклонить операцию. Для магазинов можно осуществить автоматическое отчисление НДС и прочих налоговых вычетов на отдельный счет.

- Персонализация – предоставить пользователю возможность максимально подстраивать приложение и услуги под собственные нужды. Например, предоставить возможность предъявления сведений о пенсионном обеспечении, о студенческих привилегиях и т.д. без появления в офисе для предоставления определенных льгот. Также можно внедрить календарь с системой будущих событий, напоминаний и лентой событий с разбивкой по категориям, а также многое другое.

- Анализ поведения – клиент с самого начала интересуется и пользуется определенным спектром услуг, данные о которых возможно систематизировать в зависимости от возраста, пола, финансового состояния и прочих характеристик клиента, что позволит банку в дальнейшем предлагать лучший продукт на наиболее привлекательных для целевой аудитории условиях.

- Учет геолокации и контекста клиента – функция может быть полезной как с точки зрения пользования услугами, так и с точки зрения защиты клиента от несанкционированного взлома. Так, если клиент осуществляет вход в приложение с нестандартного места, клиент может

запросить у него дополнительную информацию для подтверждения его личности.

- Экосистема для партнеров – такие крупные банки, как «Московский Кредитный Банк», «Альфа-банк» и «Райффайзен» предоставляют своим клиентам возможность пользоваться определенным спектром услуг без взятия комиссии, например, в банкоматах. Так, можно внедрить в мобильное приложение возможность добавления карт банков-партнеров с определенным перечнем услуг и указанием комиссии. Также у банков могут иметься партнеры в виде магазинов, фирм сферы услуг и прочее, за счет которых клиенты могут получать бонусы. Примером взаимодействия может послужить система «Спасибо» от Сбербанка, в связи с наличием которой немаловажным было бы наличие возможности распоряжаться баллами или бонусными средствами внутри мобильного приложения.

- Персональный финансовый менеджер (ПФМ) и Персональный финансовый помощник (ПФП) – для предоставления данной функции клиенту (преимущественно корпоративным клиентам) необходим большой объем информации о них, что позволит предоставить не только удобную статистику, но и прогнозировать будущие расходы и предлагать грамотную стратегию действий. Также ПФП и ПФМ могут функционировать как обучающие программы-советчики для повышения финансовой грамотности клиентов. Клиентам (90%) интересны специальные предложения, если они касаются их интересов и раздражают предложения, не интересные им. В связи с этим необходимо спроектировать интерфейс помощника с возможностью полной пользовательской настройки под текущие нужды, исходя из используемых функций. Так, например, Сбербанк России уже запустил на базе приложения «Сбербанк Онлайн» на основе искусственного интеллекта сервис «Мой помощник». Это приложение за счет сбора обезличенной информации (о денежных тратах, сбережениях, информации профиля) будет формировать их в математические модели, на основе которых затем сумеет предсказывать поведение пользователей и давать им релевантную информацию. Сейчас в сервис загружено порядка 40 моделей жизненных ситуаций: например, резкое появление в списке покупок пользователя детских магазинов, автозаправочных станций или появление ежемесяч-

ных платежей за ипотеку. В этом случае сервис может предложить самую удобную ближайшую АЗС с ценой на 5–7% меньше конкурентов или напомнить о времени очередного платежа [15].

- Смартфон как средство бесконтактной оплаты – распространение бесконтактных платежей по технологии NFC. Усиление защиты мобильных бесконтактных платежей, работа над простотой использования, а также расширение сети пользователей по всем банкам и платежным системам. Внедрение алгоритмов оценки функционирования этих систем, анализ поведения клиентов, а также интеграция систем бесконтактной оплаты во все банкоматы, банковские терминалы, интернет-банки и мобильные банки.

Подводя итоги, необходимо отметить, что в течение I квартала 2017 г. рост аудитории пользователей безналичных платежей в России, в том числе бесконтактных мобильных платежей, при помощи NFC может достичь 7,5 млн человек, а оборот рынка составит не менее 20 млрд руб., и, при благоприятном развитии событий, может достигнуть более 50 млрд руб., что позволяет оценивать безналичные платежи как одно из самых перспективных направлений развития банковских технологий [16]. Можно вне всякого сомнения сказать уже сейчас, что рынок ДБО неуклонно растет и занимает все большее место в жизни как частных, так и корпоративных пользователей и является наиболее перспективным направлением развития банковской сферы, позволяющим банкам не только прогрессивно общаться с клиентами, но и осуществлять лучший контроль за объемом транзакций и проведением финансовых операций. Использование сервисов ДБО, несомненно, отражается на обороте денежных средств, все сильнее смещая структуру платежного оборота в сторону безналичных платежей. Рост числа сервисов ДБО и развитие их сетей позволяет лучше контролировать денежные потоки в Российской Федерации и осуществлять контроль за их оборотом. Развитие ДБО существенно повышает финансовую доступность и грамотность населения, что является одной из приоритетных целей Центрального банка Российской Федерации, действующего в интересах улучшения экономики государства и благосостояния населения, так как данные показатели оказывают непосредственное влияние на финансовую стабильность страны.

Литература

1. *Пророкова Е.* Исследование Mastercard: миллионы жителей Европы не имеют доступа к финансовым услугам // Mastercard Engagement Bureau: электронный журнал, 12.12.2016. URL: <https://goo.gl/W2AaiY> (дата обращения: 20.01.2017).
2. *Dunkley E.* Peer-to-peer lenders morph into traditional banking // The Financial Times Limited: интернет-журнал, 27.12.2016. URL: <https://www.ft.com/content/16a572d6-c39f-11e6-81c2-f57d90f6741a> (дата обращения: 21.01.2017).
3. *Кирьянова А.* Цифровая трансформация банков: проблемы и возможности // CNews Conferences и CNews Analytics: подразделения информационного интернет-портала CNews.ru, выступление на конференции «Рынок ДБО 2016: новые тренды», 31.05.2016. URL: http://filearchive.cnews.ru/files/reviews/2016/05_31/1_Kiryanova.pdf (дата обращения: 24.01.2017).
4. *Веневцев А.* Как развивать ДБО: точки приложения усилий // CNews Conferences и CNews Analytics: подразделения информационного интернет-портала CNews.ru, выступление на конференции «Рынок ДБО 2016: новые тренды», 31.05.2016. URL: http://filearchive.cnews.ru/files/reviews/2016/05_31/5_Venevtsev.pdf (дата обращения: 24.01.2017).
5. Обзор финансовой стабильности ЦБ РФ по итогам II–III полугодия 2016 года // ЦБ РФ, информационно-аналитический обзор, 01.10.2016. URL: http://cbr.ru/publ/stability/fin-stab-2016_2-3r.pdf (дата обращения: 27.01.2017).
6. Business Mobile Banking Rank 2016 // Marksw Webb Rank & Report, аналитическое агентство, 21.09.2016. URL: <http://markswwebb.ru/e-finance/business-mobile-banking-rank-2016/> (дата обращения: 25.01.2017).
7. Оценка рынка мобильных платежей в РФ по итогам 1-го полугодия 2015 года // J'son & Partners Consulting, 15.10.2015. URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/otsenka-rynka-mobilnyh-platejey-v-rf-po-itogam-1-go-polugodiya-2015-goda-20151015115917 (дата обращения: 25.01.2017).
8. *Гризов К.* Рынок платежных карт Российской Федерации в 2016 году: краткий обзор // Агентство «ПЛАС», информационный аналитический интернет-портал, 30.12.2016. URL: <http://www.plusworld.ru/professionals/rynok-platezhnykh-kart-rossiyskoy-federatsii-v-2016-godu-kratkiy-obzor/> (дата обращения: 27.01.2017).
9. Основные показатели развития национальной платежной системы // ЦБ РФ, статистический обзор, 21.12.2016. URL: http://cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet001.htm&pid=psrf&sid=itm_30245 (дата обращения: 27.01.2017).
10. *Пророкова Е.* MasterCard публикует исследование MasterIndex: все больше россиян расплачиваются безналично ежедневно // Mastercard Engagement Bureau, электронный журнал, 31.05.2016. URL: <http://goo.gl/NXg5f4> (дата обращения: 20.01.2017).
11. Россияне доверяют картам с технологией бесконтактной оплаты и высоко оценивают их безопасность – исследование Visa // Visa Incorporated, пресс-релиз, 21.09.2016. URL: <http://www.visa.com.ru/ru/ru-ru/aboutvisa/newsroom/pressreleases/uploads/RU-22092016.pdf> (дата обращения: 29.01.2017).
12. Клиенты ВТБ 24 «разменяли» первый миллион в Samsung Pay // ВТБ 24, пресс-релиз, 11.10.2016. URL: <https://goo.gl/gTU3Lx> (дата обращения: 29.01.2017).
13. ВТБ 24 подключил карты Visa к Samsung Pay // ВТБ24, пресс-релиз, 17.01.2017. URL: <https://goo.gl/3x7cgx> (дата обращения: 29.01.2017).
14. Альфа-Банк: первые цифры запуска Samsung Pay в России // Альфа-банк, пресс-релиз, 13.10.2016. URL: <https://alfabank.ru/press/news/2016/10/13/37158.html> (дата обращения: 01.02.2017).
15. Сбербанк начал давать советы клиентам с помощью искусственного интеллекта // РБК, информационный онлайн-портал, 08.02.2017. URL: http://www.rbc.ru/technology_and_media/08/02/2017/5899de809a79478a4da91039 (дата обращения: 08.02.2017).
16. Отчет компании «Евросет» о состоянии рынка смартфонов с поддержкой функции NFC за 2014 год // Евросет, интернет-магазин, 19.02.2015. URL: <http://euroset.ru/news/7918631/> (дата обращения: 03.02.2017).