

# trends/финансы

## Деньги на расстоянии

Как уральские банки развивают дистанционные сервисы

**Разработка и развитие сервисов дистанционного банковского обслуживания (ДБО) становится одной из основных тенденций в уральском банковском сегменте. С одной стороны, на это влияет стремительное развитие интернета, с другой — необходимость сокращения издержек.**

### Вынужденная мера

Рынок платежей через сервисы ДБО развивается в России опережающими темпами: по прогнозам J'son & Partners Consulting, доля платежей через ДБО в общем обороте электронных платежных систем увеличится с 35% в 2013 году до 50% в 2018 году.

Участники рынка связывают интенсивное развитие сервисов ДБО, прежде всего с тем, что россияне стали активнее использовать интернет для своих повседневных нужд — покупок, оплаты различных услуг, совершения переводов. «Банки вышли в интернет вслед за клиентами, но сегодня наша основная задача — быть «на шаг впереди», — говорит директор департамента дистанционных продаж СКБ-банка Константин Котельников. С ним согласен начальник отдела развития каналов продаж Уральского банка реконструкции и развития (УБРиР) Антон Дмитриев: «Развитие технологий — активное освоение новых каналов связи, доступность мобильных устройств и их постоянное совершенствование — изменило уклад жизни населения, способствовало повышению мобильности людей и, как следствие, вызвало спрос на новые каналы взаимодействия, в том числе и в банковской сфере». По его словам, если два-три года назад банки были сфокусированы на активном развитии терминальной и банкоматной сетей, а также интернет-банков для стационарных компьютеров, то сегодня в связи со значительным ростом мобильного трафика фокус сместился. «Теперь главной ареной конкурентной борьбы в ДБО стал мобильный банкинг. Сегодня это уже полноценный канал продаж для банка, с помощью которого можно донести любое целевое предложение непосредственно потребителю и поддерживать постоянный контакт с ним в целях его удержания», — считает он.

Заместитель директора екатеринбургского филиала банка «Хоум Кредит» Светлана Балора напоминает, что влияние на развитие ДБО оказывает и непростая ситуация в банковском секторе. «С одной стороны, замедление экономики привело к снижению доходов населения и, как следствие, падению потребительского спроса. Люди меньше покупают товаров, соответственно, падает спрос на кредиты. С другой стороны, в борьбе за качество портфеля банки жестко отбирают заемщиков, сокращая объемы кредитования. В условиях падения объемов кредитования и сокращения прибыли, банкам не требуются такие большие розничные сети, как раньше. И банки стараются перевести большую часть обслуживания клиентов и продажи новых продуктов в дистанционные сервисы, потому что они обходятся банкам дешевле», — поясняет она.

### Оборот платежей через сервисы ДБО в России, млрд руб.



### Широкий ассортимент

Практически каждый крупный банк предлагает клиентам классический набор услуг ДБО: интернет- и мобильный банкинг, sms-информирование, операции через call-центр, банкоматы и терминалы. Функциональность удаленных сервисов постоянно развивается. «Хоум Кредит» внедрил «кредитный кабинет», с помощью которого можно получать информацию и вносить платежи по кредиту с помощью пластиковой карты любого банка. В интернет-банке УБРиР частные клиенты могут открыть счет в иностранной валюте, приобрести или продать валюту, оформить заявку на выпуск дебетовой карты. «Мы открыли функционал подключения карт любых банков. «Привязка» карт дает дополнительные возможности, так, например, заемщику не нужно снимать наличные в чужом банке, чтобы заплатить по кредиту, он это может сделать сразу в интернет-банке», — говорит Антон Дмитриев.

Банк «Кольцо Урала» в 2015 году внедрил для корпоративных клиентов новый интернет-банк Smart на технологической платформе Faktura.ru, который позволяет клиентам в режиме реального времени совершать стандартные операции (формировать выписки, контролировать плановые остатки, просматривать поступления на счет), а также импортировать и экспортировать платежные поручения из основных бухгалтерских программ, а также подписывать их непосредственно в IS-бухгалтерии. Росбанк запустил новое мобильное приложение «Росбанк онлайн», разработанное с учетом результатов маркетинговых исследований и основных ожиданий клиентов. «Помимо традиционных операций оно позволит найти отделение или банкомат, получить информацию о специальных акциях и скидках партнеров банка», — рассказывает директор по развитию розничных каналов Росбанка Виктория Селезнева. Финансовая группа «Лайф» в интернет-банке Life внедрила услугу «фотоплатежи» для физлиц и для бизнеса, которая позволяет оплачивать счета со сложными реквизитами. Для этого достаточно сфотографировать счет камерой своего мобильного телефона и через мобильное приложение отправить его в банк. Затем операция подтверждается sms-кодом, и в течение нескольких минут платеж принимается банком. С 2014 года «Лайф» в интернет-банкинге развивает PFM-сервис (Personal Financial Management) «Личные финансы». «Он «подтягивает» информацию о счетах,

картах (в том числе сторонних банков), кабинетах сотовых операторов и визуализирует все движения. Расходы самостоятельно разностаются сервисом по категориям, времени и месту осуществления, что позволяет помнить о том, куда и на что уходят денежные средства, выгружать отчеты, выставлять лимиты на траты. Можно создавать цели и онлайн подбирать финансовые инструменты для их достижения», — говорит директор департамента розничного бизнеса ВУЗ-банка (группа «Лайф») Надежда Падурина.

ВТБ24 через каналы ДБО дополнительно предлагает обслуживание брокерских счетов и страховки для выезжающих за рубеж. «Для разных категорий клиентов мы можем предложить разные кредитные и депозитные продукты. Мы предлагаем услугу управления через интернет и мобильный банк таким банковским продуктом как возобновляемая кредитная линия», — рассказывает заместитель начальника управления дистанционного обслуживания ВТБ24 Марина Карпушева.

По оценкам господина Балоры, более 30% карточных клиентов используют дистанционные каналы, интернет- или мобильный банки. 25% клиентов выбирают мобильный банк, 75% используют интернет-банк. 15% клиентов используют одновременно оба канала. Участники рынка отмечают, что 95% клиентов-юристов пользуются стандартным функционалом — платежи, выписки, контроль поступлений. Клиенты-предприниматели обращают особое внимание на возможность получения оперативной и комфортной консультации специалиста банка по любым вопросам.

Директор регионального центра «Уральский» Райффайзенбанка Виталий Милованов говорит, что сейчас набирают популярность мобильные приложения для юридических лиц. «Также сейчас на рынке активно развиваются облачные системы бухгалтерии и управления бизнесом, которые могут упростить жизнь предпринимателю. То есть мы наблюдаем тенденцию развития рынка в двух основных направлениях: качественное развитие интернет-банка в части создания более дружелюбного и простого интерфейса и интеграция с интернет-сервисами для бизнеса», — отмечает он.

### Приложения будущего

Участники рынка уверены, что в будущем будет расти удобство использования дистанционных сервисов. Для проведения операций нужно будет совершать все меньше действий.

Банки уже конкурируют между собой и с другими создателями приложений за место в смартфоне пользователей, поэтому функционал мобильных банков расширяется. Теперь это и канал связи с банком через встроенный чат, и личный финансовый менеджер, который распределяет транзакции по категориям, и онлайн-карта, которая позволяет найти банкоматы и отделения. Вход в онлайн-банк будет осуществляться в одно касание. Уже сейчас существуют банковские приложения с идентификацией по отпечатку пальца. Будут создаваться новые мобильные финансовые приложения. Банки будут сами, при помощи технологий «больших данных», идентифицировать, какие проблемы клиентов они могут решить при помощи мобильных приложений, и предлагать клиентам готовые решения. «Мы считаем, что хорошие перспективы у большей интеграции финансовых сервисов с социальными сетями. Это упростит использование банковских услуг и, следовательно, повысит их использование», — добавляет Антон Дмитриев.

Виталий Милованов считает, что рынок ДБО будет также развиваться в направлении ведения учета личных финансов клиентов (например, статистика расходов с наглядными графиками, рекомендациями), бесконтактных переводов и использования камер смартфонов для считывания информации (номеров карт, платежных документов и т.п.). «Будет развиваться технология проведения платежей в розничной торговле с помощью смартфонов», — уверен он. Антон Дмитриев указывает на то, что одним из главных факторов развития интернет-банкинга станет взятый государством курс на снижение доли наличного оборота.

### Офис в союзе

Несмотря на то что ключевой задачей банков является снижение нагрузки на офисы с помощью ДБО, окончательно отказываться от розничных сетей они не намерены. «В стратегии СКБ-банка предусмотрен перенос большей части операций в сервисы ДБО, но это не исключает возможности посещения клиентом офиса. Клиенту очень важен физический контакт, прежде всего с точки зрения доверия к банку», — поясняет Константин Котельников. С ним согласна Марина Карпушева: «Дистанционные услуги и офис всегда будут находиться в союзе. Хотя сейчас есть банки, которые не имеют физических офисов и благополучно работают с клиентами дистанционно. Но крупные банки не могут полностью лишиться своих клиентов прямого контакта, потому что ассортимент услуг у больших банков обычно шире и при большом количестве клиентов необходимы пункты работы с личностью». «Тем не менее, мы будем продолжать мотивировать клиентов на бесконтактный способ обслуживания, так как это напрямую сказывается на наших издержках. Обслуживание в офисе — это самый дорогой вид обслуживания», — резюмирует Виктория Селезнева.

Николай Яблонский

## вопрос цены



руководитель направления информационной безопасности компании КРОК

Михаил Башлыков

Количество популярных сервисов дистанционного банковского обслуживания неуклонно растет. Наличие онлайн, мобильного и телефонного банкинга становится одним из основных требований, которые предъявляют как физические, так и юридические лица к банковским организациям помимо собственно процентных ставок и иных финансовых гарантий. В нынешних экономических непростых условиях функционал подобных сервисов и их удобство для пользователей — один из ключевых инструментальных удержания клиентов, которые становятся все более мобильными. Однако репутация банка и необходимость следования требованиям регуляторов в области информационной безопасности по-прежнему стоят на ступеньку выше. В этой игре за удержание клиента важно не только предоставить ему удобный сервис, но и не допустить утечки конфиденциальных данных.

«Безопасность — один из самых важных критериев работы сервисов ДБО. Ведь каждый случай банковского мошенничества — это не только денежные, но и репутационные потери»

Безопасность — один из самых важных критериев работы сервисов ДБО. Ведь каждый случай банковского мошенничества — это не только денежные, но и репутационные потери. С этой позиции нужно помнить о нескольких важных аспектах защиты.

Во-первых, должны соблюдаться требования регуляторов в отношении защиты персональных данных. Во-вторых, следует предусмотреть комплексную защиту от кибератак, которые могут привести к временной остановке работы сервисов, потере данных и утечкам информации. В-третьих, нужно позаботиться о предотвращении мошеннических действий, осуществляемых с помощью сервисов дистанционного банковского обслуживания. В частности, атакам чаще всего подвергаются либо редко используемые, либо слишком «динамичные» счета. Ведь владельцы и тех, и других аккаунтов могут не заметить пропажи средств. В-четвертых, нельзя забывать о наиболее популярном способе мошенничества с банковскими картами — скимминге. Речь идет об установке на банкомат специальных считывающих устройств, информация с магнитной стороны банковской карты используется мошенниками для изготовления дубликатов. Несмотря на то что этот способ знаком уже многим, подобные утечки информации и средств происходят нередко, что серьезно отражается на репутации банка. И, наконец, широкое распространение получило «двоеение» sms-оповещений. Для этого на смартфон пользователя устанавливается софт, который «перехватывает» банковские сообщения. В результате sms с паролями для совершения транзакций, номерами карт и CVV-кодов получает не клиент банка, а мошенник. Защищаться от подобных «злоупотреблений» позволяют механизмы с использованием дополнительных каналов оповещения при сомнительной активности пользователя, например, путем отправки сообщений на другой номер телефона, либо устно.



Кирилл Сорокин, начальник управления комиссионных продуктов РКО банка «Кольцо Урала»

### «Для банков ДБО — это один из обязательных сервисов»

— Последнее время банки все больше внимания стали уделять развитию сервисов дистанционного банковского обслуживания (ДБО). С чем это связано?

— Как ни странно, с техническим прогрессом. Он, в свою очередь, рождает два тренда. Первый — повальная интернетизация. Даже если у человека нет под рукой ПК с кабельным интернетом, у него в кармане смартфон с мобильным интернетом. Второй тренд — пробки. Живя в мегаполисах, так просто не покатаешься по банкам. Поэтому у предпринимателей возникает закономерное желание вести дела, не вставая с места. Это спрос. А спрос рождает предложение.

Разумеется, самое очевидное преимущество интернет-банка для пользователя — это возможность экономить свое время. Кроме того, совершение операций через

больше действий удаленно: и просто общение с банком, и обмен документами — с банком, с контрагентом, с государством. Второе — безопасность. Развитие расчетов через интернет влечет за собой увеличение числа способов украсть денежные средства. И банки просто обязаны обеспечивать клиентам спокойный сон. Банк «Кольцо Урала», например, предлагает максимальный на сегодняшний день инструмент безопасности — safe touch (устройство, выводящее данные реального получателя средств на экран с функцией подтверждения или отмены операции), способное визуализировать на внешнем экране то, что действительно будет подписано. Более того, пока на устройстве не будет нажата кнопка, платежное поручение подписано не будет.

— Кто больше пользуется сервисами ДБО — корпоративные клиенты или частные?

— Если в процентном соотношении, то частные. Это связано, как раз, с опасениями предпринимателей за сохранность своих денежных средств. Хотя уровень риска, на мой взгляд, одинаков — и там, и там для работы исполь-

зуется персональный компьютер. Вероятно, бизнес просто опасается за более крупные суммы.

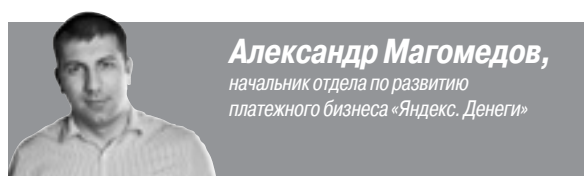
— Насколько банки могут обеспечить безопасность работ в интернет-банке или мобильном банке?

— Зависит от стремлений и банка, и клиента. Когда-то я был уверен, что «токен» в сочетании с одноразовым паролем в состоянии обеспечить максимальную безопасность. Потом появилась информация о вирусах, которые способны подменить окно интернет-банка и реквизиты платежного поручения.

— За какой срок банки полностью откажутся от физических офисов и перейдут в интернет?

— В России крайне сложно оказывать юридическим лицам, именно юридическим, максимально удаленный сервис, не нарушая различные нормы законодательства. В то же время, сами клиенты пока на 100% не готовы не иметь физического офиса (плюс вечная необходимость получать в банке справки, копии документов с живыми печатями и штампами). Пока — определенно рано.

Интервью взял Николай Яблонский



Александр Магомедов, начальник отдела по развитию платежного бизнеса «Яндекс.Деньги»

### «63% пользователей смартфонов используют их для совершения онлайн-покупок»

— Какая динамика по проведению электронных платежей наблюдается в России?

— Сейчас сложно найти человека, никогда не совершавшего электронный перевод или электронный платеж — сервисы предлагают как широко распространенные услуги вроде пополнения мобильного и денежных переводов, так и решение более узких, локальных задач. Число пользователей электронных денег и их активность растет из года в год. За 2014 год пользователи «Яндекс.Денег» из Екатеринбурга совершили почти на 20% больше платежей, чем годом раньше, а оборот от их оплат вырос на 40%. Сегодня электронные деньги — второй по популярности способ онлайн-оплаты после банковских карт.

— Электронные платежные системы являются конкурентами банкам?

— Рынок платежных сервисов многообразен. Самый многочисленный по количеству компаний и числу клиентов — банковский сегмент. И это неудивительно: банки появились задолго до интернета. Но первыми предлагать услуги денежных переводов и оплаты онлайн стали сервисы электронных платежей. Они накопили огромный опыт работы с пользователями. Несмотря на некоторое пересечение в услугах, которые и банки, и электронные платежные сервисы предоставляют клиентам, конкуренции между ними нет. Сервисы электронных платежей, как правило, имеют лицензию небанковской кредитной организации (НКО), которая позволяет проводить платежи и переводы физлиц, но не дает права выдавать кредиты или начислять проценты на остаток по счету — это прерогатива

банков. Поэтому пользователи электронных платежных сервисов, как правило, заводят кошелек, когда им нужно оплатить что-то в сети — услугу или покупку в интернет-магазине.

— Какой прогноз по развитию электронных платежей можно сделать на ближайшую и долгосрочную перспективу?

— Все исследователи и эксперты соглашаются, что электронная коммерция и электронные платежи будут развиваться — люди всегда будут покупать товары и оплачивать услуги, только платежные привычки будут смешиваться в сторону более удобных и быстрых методов. В связи с этим вполне ожидаемо снижение доли наличных.

Второй важный тренд — упрощение процесса оплаты. Сегодня большинство магазинов предлагает оплату банковскими картами, но многие по-прежнему опасаются платить с карты, иногда единственной, в сети. И платежные сервисы предлагают различные альтернативные методы, простые и вызывающие доверие у пользователей.

Третий тренд — мобильные платежи. Бурный рост использования мобильных в разных целях стимулирует пользователей переносить в мобильную среду и

такие свои задачи, как шопинг, оплата услуг, пополнение телефона. По данным WapStat, 63% пользователей смартфонов в России используют их для совершения онлайн-покупки. Каждый десятый пользователь делает это несколько раз в неделю.

— Можете ли вы оценить развитие дистанционных банковских технологий в России?

— Все ведущие банки уже имеют интернет-сервисы. В большинстве своем банки развивают дистанционное обслуживание в нескольких направлениях. Во-первых, развивают мобильные платформы — мобильные приложения и мобильный банкинг. Во-вторых, улучшают и упрощают интерфейсы. В-третьих, развивают сервисы управления личными финансами (PFM) — в этом сегменте есть и отдельные игроки, но многие банки включают услугу контроля за расходами в свои решения ДБО. В-четвертых, делают ставку на небанковскую аудиторию: к примеру, предлагая создать электронный кошелек — такую аудиторию банкам проще конвертировать в клиентов традиционных продуктов (вклады, кредиты).

Интервью взял Николай Яблонский