Федеральное агентство по образованию

Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«ХХХХХ»

Экономический факультет

РЕФЕРАТ

на тему «Возможности использования мобильного банкинга

на российском рынке финансовых услуг»

г. Ростов-на-Дону

2008 год

**Введение**

Основная цель деятельности каждого банка, как и в любой другой сфере бизнеса, – получение дохода. Маркетинговый подход (планирование и реализация мероприятий по созданию и продвижению банковских услуг и продуктов), который способствует ее достижению, подразумевает ориентацию на потребителя и профессиональную гибкость в реагировании на изменения его требований к банковским услугам и продуктам.

Маркетинговая стратегия, являющаяся важнейшим условием планирования всех без исключения действий банка на рынке, по существу, устанавливает связь между банком и рынком: оттого, насколько прочной она окажется, зависит интенсивность роста доходов, получаемых банком. Более корректно маркетинговую стратегию банка определяют сформулированные и принятые им способы достижения четких целей на рынках. Эти способы основаны на использовании определенного набора банковских продуктов и услуг, предполагающих различную доходность отдельных элементов этого набора, систему их распространения. Наконец, учитываются приемы продвижения продуктов и услуг к потребителям.[[1]](#footnote-1)

К инновационным технологиям банковского маркетинга можно отнести: интернет-банкинг, мобильный банкинг, создание электронных офисов (отделений самообслуживания), развитие системы розничных услуг, применение CRM-систем.

Человечество вступило в ХХI век с мобильным телефоном в руке. Телефон – это уже не только средство связи, он трансформируется в сложное многофункциональное устройство, способное заменить даже телевидение, компьютер и персонального секретаря, а так же и миниатюрный банковский офис. Все большую популярность набирает использование сотовых телефонов в качестве «электронного кошелька». В Европе уже каждая восьмая покупка совершается при помощи мобильного телефона: для этого достаточно отправить в банк SMS-сообщение с номером «кошелька» магазина и указанием суммы, которую необходимо перевести на его счет.[[2]](#footnote-2)

Осенью 2007 года в прессе появились сообщения, что в наступившем 2008 году в России может появиться возможность совершать платежи непосредственно с мобильного телефона. Для этого будет создана единая система мобильных платежей. Разработать такую систему предложил Инфокоммуникационный союз (бывшая Ассоциация 3G), а в конце октября идею поддержало Мининформсвязи. Пока механизм работы системы разрабатывается, изначально предполагалось, что она может начать работать в России уже в первой половине 2008 года.[[3]](#footnote-3)

По мнению экспертов, к концу 2009 года около 25% абонентов мобильной связи в мире будут пользоваться беспроводными банковскими услугами. А российский рынок электронных платежей уже в 2008 году вырастет на 40–50%. Такой рост будет обеспечен в основном за счет появления новых технологий. Особенно активно будет развиваться мобильный банкинг. Распространенность мобильного банкинга, благодаря слиянию технологии и индустрии может способствовать превращению этой услуги в главный финансовый сервис в течение трех лет.[[4]](#footnote-4)

С 2009 года не меньше 10 крупнейших российских банков обещают предоставить клиентам полноценный мобильный банкинг, который позволит совершать активные банковские операции по счетам.

# 1. Сущность и перспективы развития мобильного банкинга в России

(Personal Digital Assistant) с использованием технологии беспроводного доступа (Wireless Application Protocol – WAP)[[5]](#footnote-5).

Услуги мобильного банкинга впервые были реализованы в 1992 г.: пионером в этой области стал банк Merita Nordbanken, а с 1999 года мобильный банкинг получает распространение в странах Юго-Восточной Азии, Европы и США.

Многие эксперты считают мобильный банкинг наиболее перспективным электронным каналом доставки банковских услуг, поскольку он позволяет реализовать маркетинговую концепцию «банк, который всегда с тобой»: пользователи мобильных телефонов – наиболее активная и перспективная для банков часть общества. Иными словами, развитие мобильной связи открывает перед банками новую возможность выйти на розничный рынок, не вкладываясь при этом в развитие филиальной сети.

Российские финансисты на данном этапе развивают взаимовыгодные отношения с сотовыми операторами. Речь идет о совместной работе с клиентами по предоставлению услуг мобильного банкинга. Учитывая, что транзакции такого рода обходятся в среднем на 15–20% дешевле традиционных, владельцы сотовых трубок, получив доступ к этому полезному сервису, имеют шанс сэкономить.

Мобильный банкинг – услуга однозначно ориентирована на частных лиц и подразумевает исключительно безналичные расчеты (таким образом можно оплачивать услуги операторов, коммунальные платежи, покупки в магазинах). То есть оплата посредством мобильного банкинга позиционируется как альтернатива использованию банковских карт.

Мобильными платежами можно воспользоваться только при наличии дополнительной функции SIM-карты, позволяющей получить доступ к денежным средствам на банковском счете с мобильного телефона.

Сегодня определенные перспективы телефонного банкинга связывают с развитием возможностей SIM-карт. Обладая защищенной внутренней памятью, SIM-карта представляет собой идеальное решение для хранения ключевой информации и выполнения некоторых вычислений. Ее использование для нужд электронной коммерции позволяет говорить о переходе на качественно новый уровень финансовой и информационной безопасности. Кроме того, SIMкарта – неплохая платформа для хранения личных данных клиента (например, персонального списка финансовых операций).[[6]](#footnote-6)

Мобильный банкинг позволяет клиентам совершать большинство банковских операций из любого уголка мира, где есть сотовая сеть:

* осуществлять переводы денежных средств (между различными счетами, в том числе в разных валютах, в различных банках);
* оплачивать услуги сотовых операторов, кабельного телевидения, жилищно-коммунальные услуги;
* оплачивать покупки
* покупать и продавать валюту;
* открывать вклады;
* получать информацию о состоянии своего счета (об остатке денежных средств, последних транзакциях, задолженности перед банком);
* получать информационную поддержку (банк регулярно рассылает SMS-сообщения, в которых рассказывает о своих новых услугах, о каких-то изменениях в тарифах и прочее);
* временно блокировать / разблокировать услугу мобильного банкинга.

Мобильный банкинг работает в любое время суток и в любой точке планеты, таким образом, контроль использования своих денежных средств осуществим в режиме реального времени.

Сами по себе мобильные платежи в российских реалиях крайне перспективная область, имеющая перед платежами через Интернет важно преимущество: уровень проникновения Интернета на большей части территории РФ остается низким, тогда как уровень проникновения мобильной связи в России превысил 100%-й барьер.

В настоящее время на пути развития данного вида банкинга имеются препятствия экономического и организационного характера.

Первая проблема связана с невозможностью для банка полностью контролировать ценовую политику при продвижении своей услуги (поскольку завышенные клиентские платежи за пользование мобильным банкингом могут сделать сервис невостребованным).

Вторая – с отсутствием стандартизированных решений и технологий (мобильный банкинг сегодня возможен лишь в пределах сети «своего» сотового оператора) и медленным распространением систем мобильной коммерции (например, по сравнению с торговлей через Интернет) из-за неразработанности международных стандартов, регламентирующих архитектуру мобильных систем, и невозможности разграничения интересов.

А также следует отметить что причинами отставания в сфере мобильных платежей являются еще и ряд законодательных затруднений, и отсутствие действительно универсальной инфраструктуры для осуществления платежных операций, и особенности местного менталитета, поскольку по-прежнему среди населения альтернативные способы оплаты нельзя назвать популярными, а многие даже не знают о подобных возможностях.

На Западе активными игроками на рынке мобильного банкинга являются не только банки, но и платежные системы. Весной этого года Visa заявила о том, что совместно с Сбербанком готовится выйти на российский рынок мобильного банкинга. Пока на этом рынке работает отечественная компания «Центр финансовых технологий» со своей системой SimMP. Но, по данным «Бизнеса», сотовые операторы не спешат становиться ее партнерами, ожидая выхода на рынок западных игроков.

# 2. Безопасность

Одним из важных преимуществом мобильного банкинга по сравнению с интернет-банкингом является высокая степень персонификации: любой мобильный сервис позволяет устанавливать с клиентом личный контакт.

Мобильный банкинг – это высокотехнологичный банковский сервис. Он удобен, безопасен и надежен, так как имеет многоступенчатую систему защиты. Во-первых, каждая финансовая операция подтверждается вводом PIN-кода, который проверяется непосредственно SIM-картой и не передается по каналам связи. В случае неправильного троекратного ввода PIN-кода банковское приложение на SIM-карте блокируется. Во-вторых, при совершении любой операции формируется электронная подпись клиента. В-третьих, все операции проходят авторизацию в процессинговом центре банка, во время которой производятся идентификация клиента и проверка его электронной подписи, а также проверка достаточности средств для совершения операции.

# 3. Модели мобильного банкинга

Основой мобильного банкинга являются технология WAP и беспроводной доступ в Сеть

Существующие следующие условные модели мобильного банкинга:

1. SMS-banking.

SMS-банкинг основан на технологии передачи коротких сообщений (Short Message Service) – специального канала передовой связи для передачи служебной информации. С помощью коротких сообщений (длина информационного блока 140 байт) на сотовый телефон передается информация из банка, например, список счетов или выписка по счету, а в банк – данные, введенные клиентом. Преимуществами sms-банкинга (или смс-оповещения) являются высокая рентабельность, сокращение расходов банка на содержание филиальной сети и call-центра. Кроме того, мобильный телефон – это инструмент повышения лояльности клиента и сокращения количества должников по кредитам (рассылка sms-напоминаний).

1. Wap-banking.

Возможности wap-банкинга гораздо шире, чем sms-банкинга. По сути, пользователь wap имеет доступ к сайту банка в режиме 7х24. Опять же, банк сокращает затраты на call-центр, привлекает прогрессивную молодежную аудиторию. А в перспективе, обещают провайдеры, возможно и разделение дохода с банками от wap-трафика.[[7]](#footnote-7) Очевидным преимуществом WAP-банкинга является его удобство для пользователя: возможность навигации по сайту банка, наглядное представление и удобный ввод информации (в том числе буквенной).

Технологии WAP- и SMS-банкинга получают дальнейшее развитие при использовании SIM-карточек. Являясь вычислительными устройствами с внутренней защищенной памятью, SIM-карточки представляют собой идеальные средства для хранения ключевой информации и выполнения криптографических вычислений внутри защищенного устройства. Их использование обеспечивает качественно новый уровень финансовой и информационной безопасности. Кроме того, SIM-карточки являются хорошей платформой для хранения данных клиента (например, персонального списка операций).

1. JAVA-banking.

Клиент устанавливает на своем мобильном телефоне JAVA-приложение, в результате чего в мобильном телефоне опять-таки появляется специальное меню для проведения банковских операций. Транспортом при этом служит либо GPRS либо SMS. Достоинства: максимально возможная наглядность (дизайн меню с иконками, кнопочками и т.п.), относительная простота обновления, фактически отсутствие дополнительных расходов для клиента. Недостатки – значительные сложности в настройке GPRS либо (если транспортом служит SMS) появление дополнительной – клиент фактически платит комиссию за проведение банковских операций.[[8]](#footnote-8)

Можно сказать, в одной модели мобильного банкинга, присутствуют три связанных концепта:

* Мобильный Учет
* Мобильный Брокер
* Мобильное Финансовое Информационное Обслуживание

Большинство сервисов в категориях Учет и Брокер являются трансфертными операциями. Остальные услуги носят информационный характер, тем не менее, они важны для совершения сделок, например, запрос баланса может пригодиться перед совершением перевода денег. Следовательно, бухгалтерские и брокерские сервисы плотно связаны с информационными услугами. С другой стороны, информационный сервис может являться независимой услугой.

# Заключение

В последние годы отмечается быстрый рост числа электронных банковских технологий, предлагаемых на рынке. Электронная система прямого перечисления платежей, банковские автоматы, дебетовые карты и другие технологии позволяют кредитно-финансовым учреждениям ускорить обработку банковской информации и снизить издержки. Ряд таких технологий (банковские услуги и продукты по Интернету, банковские зарплатные карты и т.д.) служат главным образом для того, чтобы удержать старых и привлечь новых клиентов. Для потребителей выбор электронного формата банковского обслуживания означает экономию времени и средств, а также возможность круглосуточного получения услуг.

По мнению экспертов, 2008 год станет решающим в развитии мобильного банкинга в России: до конца года будут созданы единые стандарты для систем мобильной коммерции, и в текстовом режиме заработает универсальная платежная платформа на основе сотового телефона, который теперь позволяет общаться не только с человеком, но и совершать денежные переводы, и управлять банковским счетом.

Именно за системами wap-банкинга будущее, так как они обеспечивают максимально возможный уровень удобства клиента, именно на этой платформе перспективно стоить и развивать системы мобильного банкинга.

1. http://www.chelt.ru/2008/2-08/figurov208.html [↑](#footnote-ref-1)
2. В.А.Подунова "Банковское кредитование", 2007, N 1 [↑](#footnote-ref-2)
3. http://obmena.ru/ - А.Симакина “ Мобильные платежи: все только начинается” [↑](#footnote-ref-3)
4. http://www.forexcity.ru/analytics/banksreview/10310.html [↑](#footnote-ref-4)
5. /Словарь по электронной коммерции./ [↑](#footnote-ref-5)
6. http://www.rmob.ru/articles/?article\_id=942&rubric\_id=34 М. Букин “Мобильный банкинг по-русски” [↑](#footnote-ref-6)
7. Т.Мартынова "Банковское обозрение", №11, 2007 г., [↑](#footnote-ref-7)
8. http://bankir.ru/analytics/it/3/76383 А.Алексахин “Настоящее и будущее мобильного банкинга” [↑](#footnote-ref-8)