ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

«ДОНСКОЙ БАНКОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Материалы
отчетной научно-практической конференции
«НИО ФиНИКС»

«АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ»

Ростов-на-Дону - 2020 г.

Руководитель общества:

И.В. Стаценко - преподаватель профессионального цикла ГАПОУ РО «ДБК»

Составитель:

Н.Л. Медведева - заместитель директора по учебно-методической работе ГАПОУ РО «ДБК»

Учебно- и научно-исследовательская работа студентов является важной составной частью подготовки будущего специалиста.

Цель организации научно-исследовательской работы - развитие интеллектуального творчества студентов, привлечение их к исследовательской деятельности, вовлечение в науку студенческой молодежи, пробуждение у студентов интереса к новым научным знаниям, выходящим за рамки основных образовательных программ.

Таким образом, определены и задачи исследовательской работы**:**

1. Поиск и поддержка талантливых студентов.
2. Активное включение студентов в процесс самообразования и саморазвития.
3. Совершенствование работы с одаренными студентами.
4. Организация научно-исследовательской деятельности студентов для усовершенствования процесса обучения и профориентации.
5. Вовлечение студентов в исследовательскую деятельность.

20 марта 2020 года на базе колледжа была проведена итоговая научно-практическая конференция исследовательского общества студентов ДБК «ФиНИКС». Такая форма подведения итогов научно-исследовательской работы, позволяет студентам публично представить результаты своих научных наработок, связанных с выбранной профессиональной сферой, расширяет круг интересов, повышает мотивацию углубления профессиональных знаний

Конференция продолжила славные традиции Донского банковского колледжа по исследовательской работе преподавателей и студентов. На конференции были представлены инновационные результаты проектно-исследовательской и инновационной деятельности студентов. Темой исследований НИО «ФиНИКС» в 2019-2020 учебном году НИО была выбрана проблема «АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ».

Научное руководство научным обществом осуществляла преподаватель профессионального цикла Стаценко Ирина Васильевна.

Председатель общества: Ашихмина А. В.

Научными консультантами являлись преподаватели колледжа – Левонюк Л.А., Костенко Н..В., Гаращенко О.С.

ЛАБОРАТОРИЯ 1
АНАЛИЗ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Научный консультант: Левонюк. Л. А.

Руководитель лаборатории: Аверьянова Елизавета Александровна БД-33

Участники: Погосян Анна Артуровна БД-18, Сырыгина Анна Олеговна БД-18, Ткаченко Анжелика Борисовна БД-18, Жаркова Мария Владимировна БД-18, Солодовникова Анна Сергеевна БД-25, Рыбакова Александра Игоревна БД-25, Дьякоова Дарья Николаевна БД-21, Геворгян Сильва Ишхановна БД-21, Булаева Кристина Вячеславовна БД-21,Айдинян

Аделина Артемовна БД-21 Баранов Виктор Николаевич БД-22, Янченко Сергей Николаевич БД-24

ЛАБОРАТОРИЯ 2

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ ПЛАТЕЖЕЙ И МОБИЛЬНОГО БАНКА В РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ ПРАКТИКЕ

Научный консультант: Костенко Н. В.

Руководитель лаборатории: Магамаева Ольга Станиславовна БД-32

Участники: Авалян Сусанна Агасиевна БД-34, Нелюбова Анна Константиновна БД-34, Романюкина Валерия Алексеевна БД-34, Мкртчян Карина Витальевна БД-34, Митрошин Александр Андреевич БД-32, Топалян София Романовна БД-12, Казарян Стелла Тиграновна БД-12, Табачкова Алина Антоновна БД-12, Трегубова Полина Алексеевна БД-12

ЛАБОРАТОРИЯ 3

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ ИНТЕРНЕТ БАНКИНГА В РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ ПРАКТИКЕ

Научный консультант: Стаценко И. В.

Руководитель лаборатории: Ашихмина Анастасия Валерьевна БД-36

Участники: Кирпаленко Анна Сергеевна БД-36, Солосина Елизавета Олеговна БД-36, Матвеенко Анастасия Владимировна БД-36, Задорожная Евгения Сергеевна БД-31,Метлицкая Анна Валерьевна БД-31

ЛАБОРАТОРИЯ 4

БОНУСНЫЕ ПРОГРАММЫ И КОБРЕНДИНГОВЫЕ КАРТЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Научный консультант: Гаращенко О.С.

Руководитель лаборатории: Болтухов Тимофей Александрович БД-33

Участники: Сачко Дмитрий Владимирович БД-31, Казанцева Анастасия Ивановна БД-31, Ковш Анастасия Юрьевна БД-31. Каплуненко Дмитрий Дмитриевич БД-18, Корчагина Вероника Андреевна БД-23

Техническая поддержка: Миронова Олеся— БД-36

В качестве почетного гостя присутствовала к.э.н., доцент кафедры банковское дело РГЭУ (РИНХ) Воробьева И.Г

Гости конференции отметили высокий профессиональный уровень научно-исследовательских работ студентов колледжа.

СТРУКТУРА НИО «ФиНИКС»

Лаборатория №1

«Анализ рынка электронных банковских услуг для физических лиц»

Деятельность нашей лаборатории была направлена на изучение рынка электронных банковских услуг (ЭлБУ) для физических лиц.

Мы решили изучить сложившуюся конъюнктуру на рынке и определить направления его развития.

Цель исследования – определить состояние и перспективы развития указанного сегмента рынка розничных банковских услуг.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы организации и функционирования рынка ЭлБУ;
- дать определение и выявить состав банковских электронных услуг для ф/л на современном этапе;
- целевые сегменты, их особенности поведения и требования к продукту, уровень спроса;

- определить состояние рынка (конъюнктура, тенденции)
- изучить состояние дистанционного обслуживания на примере выборки банков ;
- определить возможности и перспективы развития рынка ЭлБУ

Исследование проводилось по элементам классической структуры маркетинга – системе четырех «р»: product, Price, Place Promotion

Что же понимается под электронными услугами банка для физических лиц?

Для ответа на этот вопрос нами была изучена информация по данному вопросу в учебных, научных, нормативно-правовых источниках и сети Интернет.

В 77% изученных учебников по банковскому делу и банковским операциям нет даже упоминания об электронном обслуживании. В отдельных изданиях услуги рассматриваются как часть ДБО (Рис1)

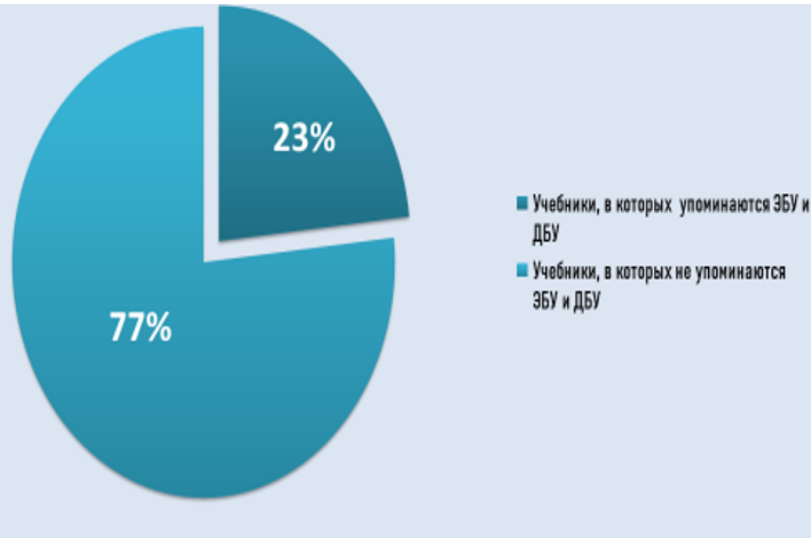


Рис 1 Отражение электронных банковских услуг в учебной литературе

Но и в 23% учебниках нет единого определения электронных банковских услуг.

Так, по мнению О.И. Лаврушина и Н.И. Валенцова «Банковские электронные услуги — это традиционные и нетрадиционные услуги банка, оказываемые с применением современных электронных информационных систем.» [10]

А.Турбанов и А. Тютюнник считают, что «Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) — общий термин для технологий предоставления банковских услуг на основании распоряжени, передаваемых к лиентом удаленным образом (то есть без его визита в банк), чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей.» [11]

В.А. Черненко и И.А. Резник относят к электронным банковским услугам или электронному банкингу (banking) «новый способ осуществления банковских услуг с помощью электронных сетей, включающий online информационное обслуживание, электронные платежи и расчеты, а также депозитные, валютные и инвестиционные операции.»[12]

Согласно учебнику Н.Н.Мартыненко «Банковские электронные услуги – это новый технологический способ производства банковских продуктов, удовлетворяющий потребности клиентов с помощью современных информационных технологий.» [13]

Нет и описания банковских технологий и алгоритма их предоставления. Информация носит ознакомительный, а не практический характер, является неполной, некорректной, и не раскрывает сущность продукта.

В интернет –источниках, также нет определения ЭЛБУ и четко обозначенного ассортимента. Общий подход - описательный характер и свободная трактовка информации.

«Большинство авторов понимает под электронными банковскими услугами совокупность технологических процедур и договорных условий, обеспечивающих совершение электронным способом банковских сделок по поводу передачи стоимости» [14]

«Обычно под ЭЛБУ подразумевается доступ к WEB-серверу банка с возможностью осуществления различных операций или получения информации, а также удаленное управление счетом клиента с использованием глобальной сети или телефона» [15]

«Под понятием электронный банкинг следует считать предоставление клиенту возможность совершать все возможные операции, которые могут быть осуществлены в офисе банка, используя только интернет» [16]

Изучаемая сфера банковской деятельности регламентируется целым рядом нормативно-правовых документов[1-9]. Однако ни в одном из них не раскрывается понятие электронных банковских услуг. Но есть упоминание ДБО как совокупности систем «клиент-банк» для юридических лиц и «интернет-банкинг» для населения [8]

Письмо ЦБ РФ содержит определение Интернет-банкинга : «Интернет-банкинг - способ дистанционного банковского обслуживания клиентов, осуществляемого кредитными организациями в сети Интернет (в том числе через WEB-сайт(ы) в сети Интернет) и включающего информационно и операционное взаимодействие с ними.» , но не конкретизирует виды взаимодействия банка и клиента в сети [7]

Тем не менее анализ информации в совокупности позволил нам выявить признаки по которым банковская услуга может быть отнесена к электронному обслуживанию физических лиц:

- предоставляются удаленно (без посещения офиса банка);
- требуют дополнительного программного обеспечения;
- доступны через специальные электронные устройства коммуникации.

В настоящее время этим признакам соответствуют любые услуги банка, предоставляемые клиентам через сеть Интернет и системы сотовой связи (Рис. 2)

Именно эти услуги и были установлены предметом исследования. Объекты исследования: банковская система России и репрезентативная выборка банков (Табл.1), которые отобраны по структуре уставного капитала (государственный / частный, частных лиц резидентов / нерезидентов страны), а также по виду лицензии (универсальная / базовая)

Таблица 1

Исследуемая выборка банков

Банки с универсальной лицензией	Банки с базовой лицензией
1.ПАО «Сбербанк» 2. АО «Альфа-Банк» 3. АО «Райффайзен» 4. АО«Россельхозбанк» 5. АО«Центр-Инвест» 6. АО «Тинькофф»	1. АО «Автоград» 2. АО «Вологжанин»

А именно:

- Сбербанк является лидером банковской системы РФ с участием в уставном капитале государства.

- системно значимый частный " Альфа-банк ", в котором обслуживается наш колледж. " .

- Райффайзен Банк" с уставным капиталом, принадлежащим нерезидентам

- "Россельхозбанк" со стопроцентным государственным уставным капиталом,

- "Центр-инвест"- самый крупный региональный банк.

- «Тинькофф» - первый в России полностью онлайн-банк, не имеющий розничных отделений.

А также АО " Автоградбанк "и АО " Воложанин" - банки с базовой лицензией. Исследование показало абсолютную доступность электронных банковских услуг для населения.

В современной практике ЭлБУ предоставляются только держателям пластиковых карт. Поэтому, в первую очередь, выявлялись эмиссия, эквайринг, и ассортимент карт, предлагаемых банками физическим лицам.

Все рассмотренные банки выпускают и обслуживают карты самых распространённых Международных платежных систем и Российской НСПК. Но «Вологжанин» не выпускает карты VISA, и «Автоград» не является участником системы Мастеркард

Ассортимент пластиковых продуктов варьируется от 47 видов в банке «Тинькофф» до 5 в «Автограде». С

Стоимость годового обслуживания составляет от 0(например, социальные карты) до 15000 р (карта «Подари жизнь»).

Так что у клиентов есть достаточный выбор для получения доступа к ДБО.

Цена SMS-banking-а цена варьируется от 0 ("Райффайзен банк ") до 79р ("Альфа-банк").

Все банки с универсальной лицензией предлагают своим клиентам интернет-банкинг (личный кабинет) и мобильное приложение. Услуга абсолютно бесплатна.

Банки с базовой лицензией предлагают клиентам усеченный пакет электронных услуг.

Это объясняется тем что для внедрения дистанционного обслуживания необходимы крупные финансовые инвестиции для создания каналов размещения, а у небольших банков таких средств может не быть. В случае с ЭлБУ каналы размещения – это системы мобильной связи и сеть Интернет (Place), благодаря которым банковские услуги становятся доступными клиентам в любой точке земли. В СМС – банкинге заключается индивидуальный договор с сотовым оператором и предоставляется доступ к серверу коротких номеров. Это обеспечивает дополнительную защиту от мошенничества и повышает лояльность клиентов. Такую услугу предлагают все мобильные сети, однако тренд рынка – это создание банками собственных виртуальных операторов. Народный рейтинг MVNO представлен на Рис.3.

Рисунок 3. Мобильные приложения коммерческих банков (MVNO)

MVNO предоставляет банкам существенные дополнительные возможности. От получения непроцентных доходов до наиболее конкурентоспособного скоринга, но требует и дополнительных затрат.

Однако не меньше нужно ресурсов на дополнительные серверы и ПО при внедрения онлайн обслуживания (рис.4).

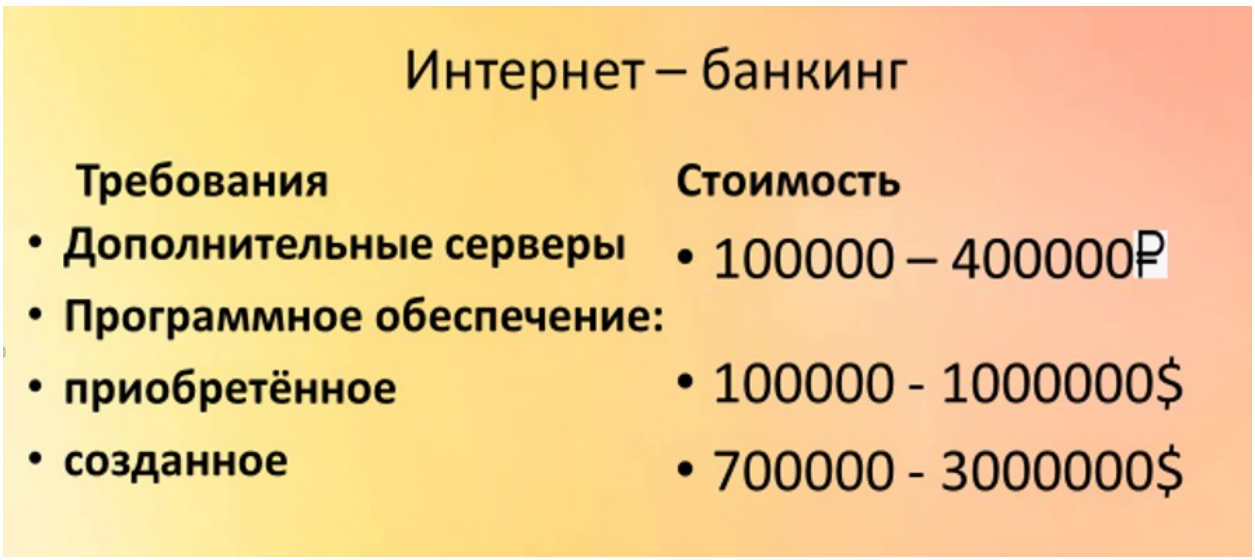


Рисунок 4. Инвестиции в Онлайн-банкинг

Каждый сервер охватывает зону 50 – 300 км чем больше банк хочет регион охвата, тем больше ресурсов он тратит. Программное обеспечение можно либо купить, либо создать самостоятельно. Обе возможности имеют свои плюсы, так и минусы, представленные в Таблица 2.

Таблица 2

Возможности внедрения программного обеспечения

	Покупка	Разработка
+	Не требуются время и усилия на проектирование и разработку интернет-банка; регулярные обновления и поддержка продукта от разработчика.	Полный контроль над интернет-банком; свободное управление развитием проекта.
–	Может потребоваться время и ресурсы на настройку; купленная платформа может не полностью оправдывать ожидания или соответствовать концепции проекта.	Высокие траты на долгий период разработки; необходимо самостоятельно работать над обновлением платформы; разработка может затянуться на длительный срок.

При этом нужно учесть, что эргономика, функциональная наполненность и безопасность должны быть равно проработаны. Если в какую-нибудь из этих составляющих банк вложится меньше чем в остальные, то проект обречён на провал.

Для продвижения ЭлБУ (Promotion) банки используют все виды классического маркетинга.

1. Реклама. Информация об услугах размещается на их официальных сайтах банков.

На ТВ и в сети интернет транслируются рекламные ролики. Но в них банки продвигают карты, ДБО представляется как дополнительная опция.

На этом фоне выгодно и существенно выделяется Сбербанк, публикуя видео для продвижения электронных переводов и бесконтактных платежей.

2. Между рекламой и PR провести четкую грань невозможно. Известный факт, что люди сразу реагируют на известные лица, поэтому банки, для создания положительного имиджа организации, увеличения продаж и привлечения клиентов, привлекают звезд рекламировать их услуги.

3. Стимулирование сбыта- это:

- бонусы, например, в баке Тинькофф если родитель открывает счет, ему выдается карта для ребенка бесплатно;

- акции - предоставление до двух месяцев бесплатного СМС-обслуживания по кредитной карте Райффайзен банка;

- от дифференцированных цен, в настоящее время банки отказались. Но до недавнего времени проценты по кредитам и депозитам были более выгодными для клиентов, если оформлялись онлайн.

4. Личная продажа отличается от других инструментов тем, что предполагает личный контакт продавца с покупателем и основной задачей сотрудника банка является

установление доверительных отношений с потенциальным покупателем и убеждение его в приобретении ЭлБУ. Это самый результативный, но при этом и самый малоэффективный способ массового продвижения продукта.

В каком же состоянии находится российский рынок ДБО для физических лиц? Для ответа на этот вопрос лабораторией были обследованы все действующие банки. Результат: полный пакет ЭлБУ предоставляет 35.15% кредитных организаций, но нужно учесть, что из оставшихся 64.85%, 71 организация не работает с населением вообще.

Объем предоставляемых электронных услуг напрямую связан с объемом эмиссии платежных карт. По данным Банка России за последние 5 лет их кол-во увеличилось на 14,9% и в настоящее время составляет более 280 млн.шт. положительную динамику демонстрирует и кредитные и расчетные карты, но темпы роста кредитных выше на 11.7% (Рис. 5)

Это значит, что возможностей к расширению рынка ЭлБУ становится все больше, потому что карта изначально является инструментом ДБО и допуском к онлайн-сервису и SMS-банкингу.

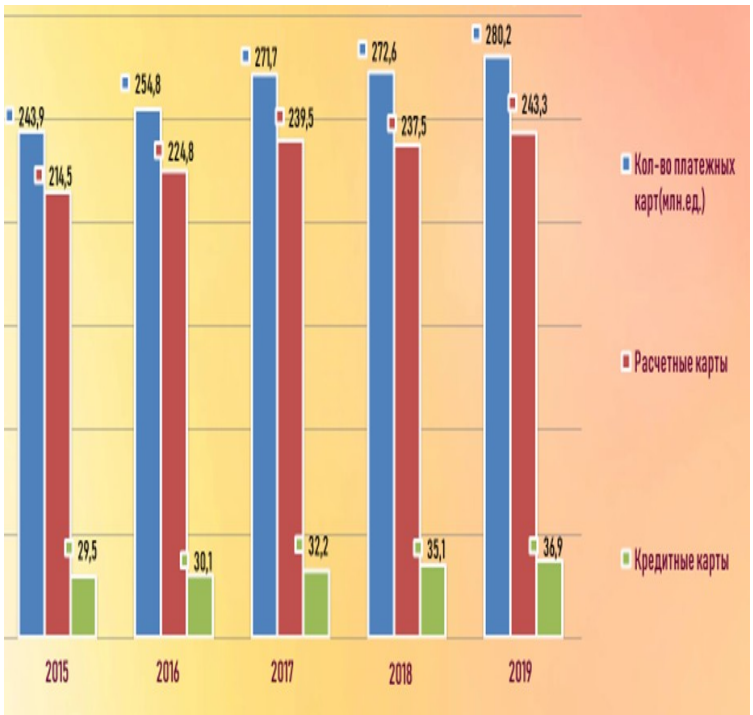
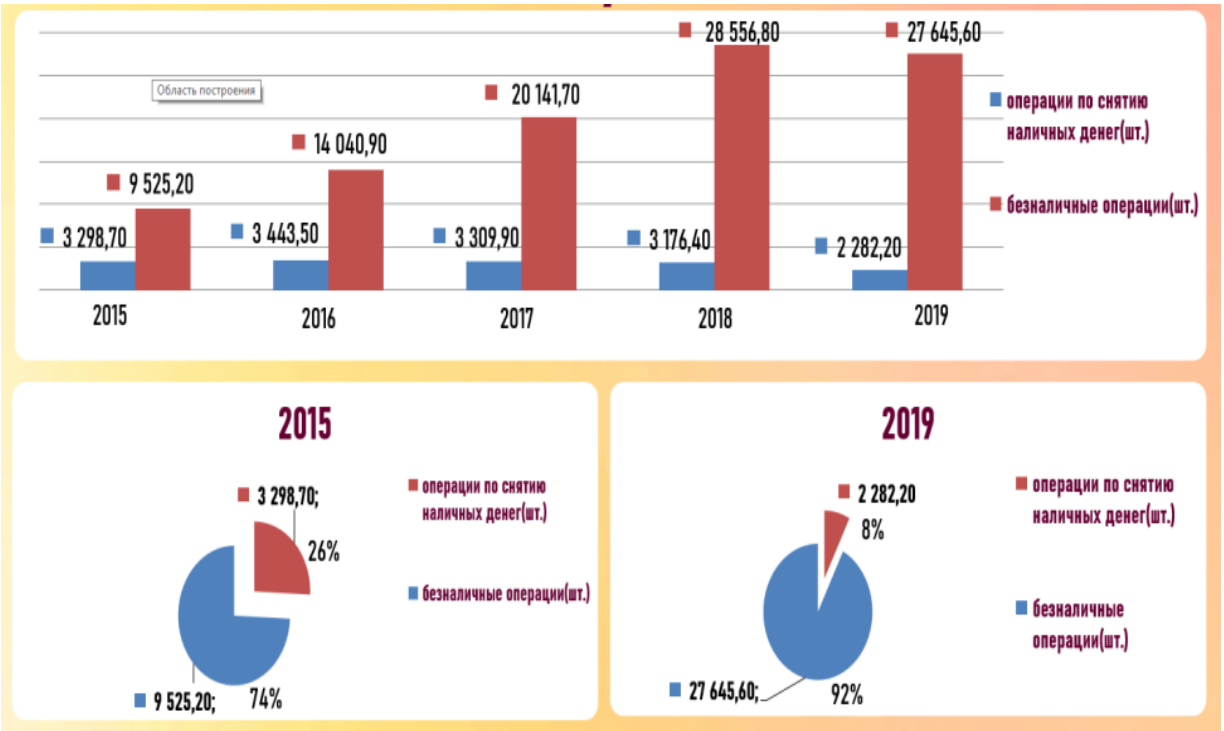


Рисунок 5. Количество выпущенных карт (млн. шт)

Как в количественном, так и в стоимостном выражении



возрастают объемы карточных операций. И их структура существенно меняется.

Рис. 6 Количество с платежными картами (млн.ед)

Расчетов, переводов и других безналичных операций по картам стало больше почти в 2 раза, а получение наличных денег сократилось на 30,8%,. Данные так же подтверждают развитие рынка дистанционного обслуживания.

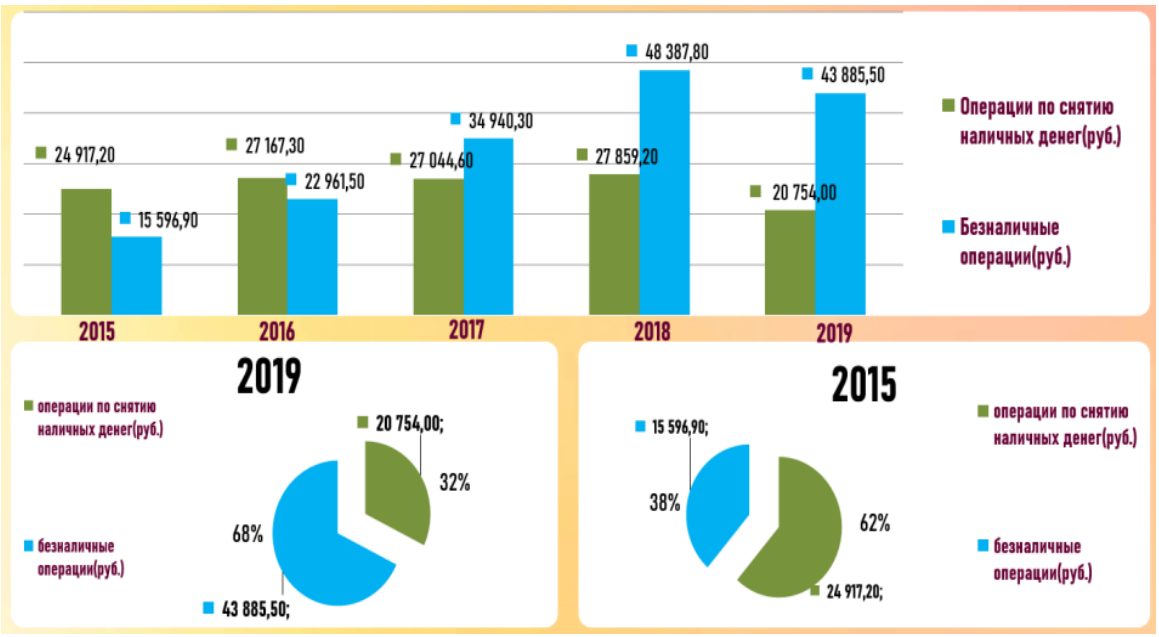


Рис. 7 Количество операций, совершенных с использованием пластиковых карт (млрд. руб)

В целом общее количество счетов физлиц в банках за исследуемый период увеличилось на 18% Но темпы прироста счетов населения с интернетдоступом составляют 46.9%

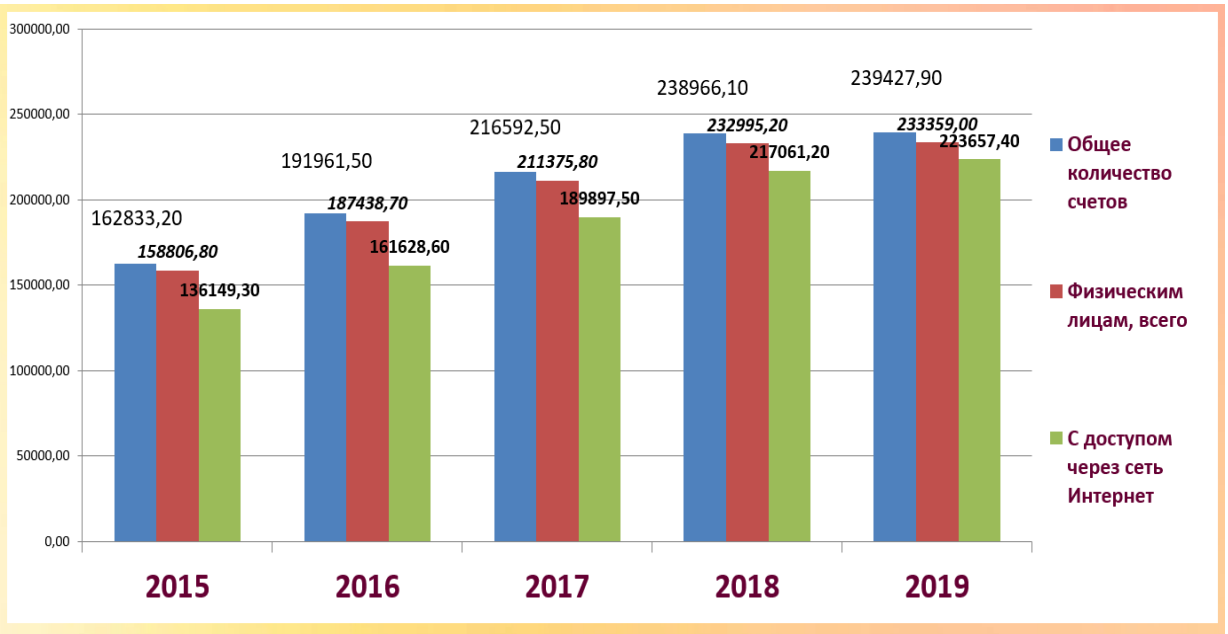


Рис. 8 Количество счетов, открытых физическими лицами в банках России

Этот рост происходит при постоянном сокращении общего числа кредитных организаций. Кол-во банков уменьшилось на 38.1% по сравнению с 2015 годом и на момент исследования составило 454 организации (Рис 9).

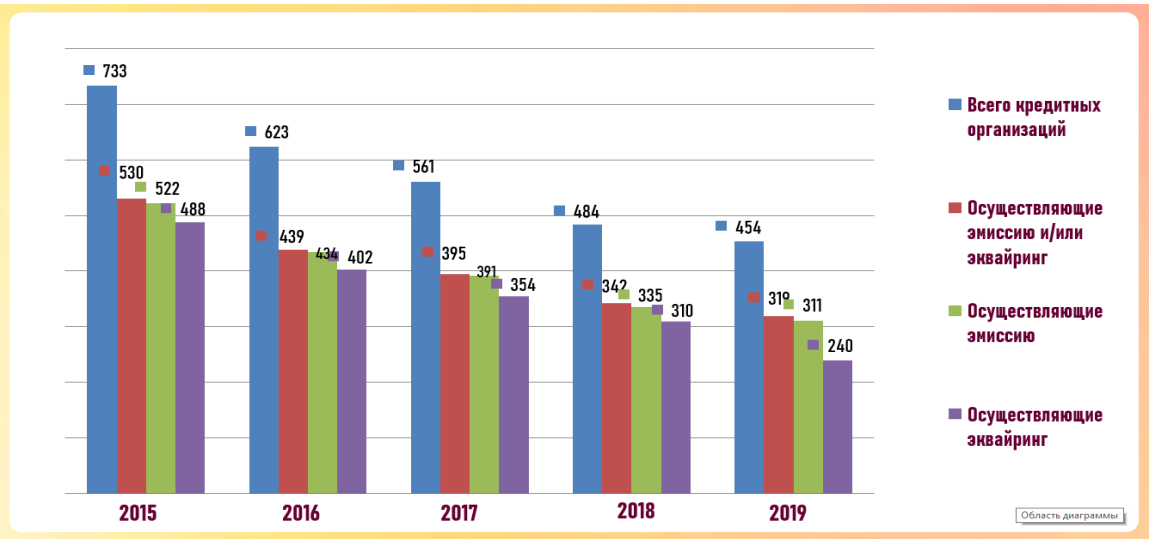


Рис. 9 Количество банков в РФ

Таким образом, рынок ЭлБУ для физических лиц активно развивается по интенсивной модели. Однако существенным сдерживающим фактором является восприятие услуги отдельными слоями населения.

Как же относится население к электронным банковским услугам? Ответ на этот вопрос мы выясняли в процессе анкетирования (ПРИЛОЖЕНИЕ 2). При этом использовалась стандартная рынка по методу "a priori» (Табл.3)

Таблица 3

Сегментация клиентов банка по возрастному признаку

Сегмент	Характеристики сегмента
До 16 лет	Дети, подростки
16-24 года	Молодые люди , студенты, лица впервые нанимающиеся на работу, более взрослые люди, готовящиеся вступить в брак.
25-29 лет	Люди, недавно образовавшие семью впервые покупающие дом или предметы длительного пользования.
30-44 года	Люди со сложившейся карьерой, но ограниченной свободой финансовых действий.
45-59 лет	Лица "зрелого возраста" с ростом доходов по мере снижения финансовых обязательств.
60 и более лет	Лица, готовящиеся к уходу на пенсию, пенсионеры,

Опрос проводился среди жителей Ростова в соцсетях и Ростовской области путем устного интервьюирования. Данные опроса жителей хутора Верхнеянченков Багаевского района Ростовской области приведены в Табл.4

Таблица 4

Результаты интервью жителей х. Верхнеянченков, Багаевский район

	Опрос	Есть карты	Знают о личном кабинете	Пользуются личным кабинетом	Знают о мобильном банке	Пользуются мобильным банком	Знают о SMS-банкинг	Пользуются SMS-банкингом
До 15 лет	3	1	0	0	1	1	1	1
16-24 лет	4	4	3	1	4	4	4	4
25-29 лет	2	2	1	0	2	2	2	1
30-34 лет	6	5	4	2	5	4	5	3
45-59 лет	5	5	2	1	5	3	5	4
60 лет и старше	6	3	1	1	2	0	3	3

Самым активными пользователями ДБО являются люди в возрасте от 30-59 лет. Клиенты до 15 лет это перспективный сегмент, студенты - растущий Люди в возрасте от 60 и выше лет в сельской местности не используют онлайн сервис, ограничиваются SMS-банкингом, либо вовсе не имеют карт.

Общие данные опроса показали, что в целом люди имеют представление об ЭлБУ и системе ДБО, но сдерживающими факторами в развитии рынка является следующее:

-12% людей считают, что это ненадёжно;

-19% испытывают сложности в установке мобильных приложений и использовании современных электронных устройств;

Но преграда может быть преодолена путем разработки и внедрения отдельных подходов с каждым сегментом рынка.

Наш вывод заключается в том, что ЭлБУ предоставляют явные преимущества для банков и клиентов, что обеспечит дальнейший рост рынка.

Развитие происходит за счёт роста эмиссии и видов карт, внедрение новых электронных устройств и расширение ассортимента услуг, которые становятся доступными за счёт современных средств коммуникации.

Преимущества ЭлБУ

Для клиентов:

1)удаленное пользование;

2)оперативность;

3)разнообразие форм дистанционного обслуживания;

4)режим доступа к счетам и информации 24/7;

5)регион обслуживания неограничен;

6)и другие.

Для банков:

1)привлечение новых клиентов;

2)конкуренция между банками;

3)снижение себестоимости банковских услуг;

4)выход на рынки других регионов без открытия там розничных отделений.

5)и другие.

Для интенсификации развития рынка мы предлагаем:

- ввести единый нормативный акт, регламентирующий деятельность банков в системе ДБО;
- дополнить программы обучения специалистов банковского дела углубленным изучением ЭлБУ;
- банкам разрабатывать собственное программное обеспечение; расширять ассортимент и проводить мероприятия по повышению надежности электронного банкинга;
- обеспечивать индивидуальный подход к разным сегментам потенциальных клиентов.

Если люди не воспринимают информацию, виноваты не они, а ее содержание и подача. Клиент всегда прав.

Лаборатория 2

Развитие систем платежей и мобильного банка в российской банковской практике

Термин ДБО является одним для разных технологий предоставления банковских услуг на основе распоряжений клиентов как ЮЛ так и ФЛ, которые они предоставляют без их визита в банк (удаленным образом).

Под услугами дистанционного банковского обслуживания понимаются электронные услуги, разрешающие обслуживать клиентов с применением всех каналов доступа: Интернет, телефон, компьютер, платежные терминалы и другие.

Подобная форма взаимодействия с банком позволяет клиентам принимать актуальную информацию из банка или отдавать банку свои команды в нужное время без визита в банк.

ДБО в целом являются частью дистанционного финансового обслуживания (ДФО).

Виды ДБО

Как правило, дистанционные услуги различаются друг от друга в первую очередь функциональными возможностями, а также условиями предоставления и интерфейсом.

ДБО классифицируется по :

По категориям клиентов (просто ЮЛ и ФЛ)

Дистанционные банковские услуги используются как юридическими, так и физическими лицами.

По уровню сервиса можно выделить:

- простейший сервис - является ограниченным набором возможностей для клиента, к примеру, просмотр информации лишь об остатке средств на счете и минимальной справочной информации.
- расширенный сервис - дистанционное обслуживание, при котором у клиента есть возможность не только получать из банка актуальную информацию, но и следить за всеми банковскими операциями по своим счетам за любой промежуток времени и проводить безналичные платежи.
- комплексный (универсальный) сервис удаленного банковского обслуживания - дает клиенту возможность выполнять удаленный доступ ко всем банковским услугам, которые клиент смог бы получить при личном посещении офиса банка (за исключением операций с наличными деньгами).

По условиям предоставляемых услуг

дистанционные банковские услуги разделяют на платные и бесплатные.

Это совсем не значит, что какой-то определенный тип услуг всецело является платным либо бесплатным. Некоторые операции в составе расчетных, кредитных и депозитных могут выполняться бесплатно. Таким образом, большинство активных операций позволяют банку получить доход, в то время как его пассивные операции предполагают выплату процентов по определенным видам. Отдельные банковские услуги требуют больших затрат труда, вследствие этого их цена дороже.

Следовательно, банк сам устанавливает, является ли дистанционное обслуживание клиента услугой, или дополнительным сервисом к уже существующему продукту, а также платность или бесплатность услуги

2. Нормативно-правовое обеспечение в области дистанционного банковского обслуживания

Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) в настоящее время регулируется достаточно большим числом различных законодательных актов, значительную часть которых составляют письма Центрального Банка Российской Федерации.

Законодательство не дает четкого легального определения безналичных расчетов, однако их сущность и порядок раскрывается в главах 45, 46 Гражданского Кодекса РФ (ГК РФ), а также в подзаконных нормативных актах Центрального Банка России.

В Федеральном законе "О платежной системе" № 161-ФЗ впервые достаточно полно раскрывается понятие электронного средства платежа.

Под электронными средствами платежа понимаются средства и (или) способы, позволяющие клиенту оператора по переводу денежных средств составлять, удостоверять и передавать распоряжения в целях осуществления перевода денежных средств в рамках применяемых форм безналичных расчетов с использованием информационно-коммуникационных технологий, электронных носителей информации, в том числе платежных карт, а также иных технических устройств.

Банк России обращает внимание кредитных организаций на необходимость распространения предупреждающей информации для своих клиентов, о возможных случаях неправомерного получения персональной информации пользователей систем ДБО: В Письме ЦБР В качестве подобных мер кредитные организации могли бы, например, рекомендовать клиентам: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/487900/

Федеральный закон "О национальной платежной системе"

- В случае проведения оператором электронных денежных средств идентификации клиента - физического лица в соответствии с Федеральным законом от 7 августа 2001 года N 115-ФЗ использование электронного средства платежа осуществляется клиентом - физическим лицом при условии, что остаток электронных денежных средств в любой момент не превышает 600 тысяч рублей либо сумму в иностранной валюте, эквивалентную 600 тысячам рублей по официальному курсу Банка России. Указанное электронное средство платежа является персонифицированным.

- В случае непроведения оператором электронных денежных средств идентификации клиента - физического лица остаток электронных денежных средств в любой момент не превышает 15 тысяч рублей

- Общая сумма переводимых электронных денежных средств с использованием одного неперсонифицированного электронного средства платежа не может превышать 40 тысяч рублей в течение календарного месяца

- В случае проведения оператором электронных денежных средств упрощенной идентификации клиента - физического лица использование неперсонифицированного электронного средства платежа может осуществляться клиентом - физическим лицом для перевода электронных денежных средств в пользу юридических лиц, индивидуальных предпринимателей при условии, что остаток электронных денежных средств в любой момент не превышает 60 тысяч рублей

Возможности интернет-банкинга разнообразны. Зайдя в интернет, можно погасить кредиты, пополнить электронные кошельки, оплатить сотовую и стационарную связь, коммунальные услуги, интернет, цифровое телевидение, товары интернет-магазинов, штрафы ГИБДД, обучение и пр.

Есть и другие уникальные возможности. Например, можно быстро перевести средства на брокерские счета клиента для участия в торгах на различных биржах. Многие банки сейчас уже позволяют через интернет открыть вклад.

Так в чем Отличие интернет-банкинга от классической системы «Клиент-Банк»?

Интернет-банкинг - более совершенная модификация системы «Клиент-Банк» - это его аналог, работающий через Интернет. В России, как и на Западе, интернет-банкинг вырос из систем класса «Клиент-Банк».

Основные преимущества интернет-банкинга:

- удобство
- Простота процедуры подключения к интернет-банкингу
- Система тщательно контролирует правильность заполнения документов и указывает на ошибки.
- Интернет-банкинг позволяет экономить.
- Доступ к счету 24 часа в сутки
- отсутствие необходимости устанавливать объемное программное обеспечение

Главные недостатки интернет-банкинга:

- Во-первых, это относительно более низкий уровень защиты по сравнению с системой «Клиент-Банк»
- Во-вторых, высокие начальные капиталовложения.

Сбербанк

Самым популярным Интернет-банком в России является Сбербанк Онлайн. На его использование приходится 74% всех российских клиентов Интернет-банкинга. Самыми популярными Интернет-банками в России:

1. Сбербанк России;
2. Тинькофф Банк;
3. Альфа-Банка;
4. Втб24;
5. Русский Стандарт.

В сумме системы этих банков охватывают 90% российских пользователей Интернет-банкинга.

Мы рассмотрели применение Интернет банкинга на примере крупнейшего банка Сбербанка и активно рассиширяющего свою сеть Альфа Банка.

Интернет банкинг Сбербанка представлен в виде:

- Сбербанк онлайн

-Сбербанк Бизнес онлайн для корпоративных клиентов

Практическая ценность Интернет Банкинга Сберанк Онлайн заключается в том, что:

- Вы всегда знаете, на что уходят деньги
- Совершайте покупки в интернете через Сбербанк Онлайн
- Платите и переводите деньги
- Экономьте время с шаблонами и автоплатежами и.т.д.

Для того чтобы пользоваться сервисом, необходимо иметь:

- пластиковую карту банка
- пройти регистрацию

- получить логин и пороль

Подключение Сбербанк онлайн на сайте представлено следующим образом:

Альфа-Банк

Интернет-банкинг от Альфа-банка представлен сервисом Альфа Клик.

Где имеются более 2600000 млн зарегестрироваанных пользователей.

Альфа-Банк стал победителем ежегодной премии «Лидер клиентоориентированного бизнеса» в номинации «Банк», а также одержал победу в номинации «Самый клиентоориентированный банк». Торжественная церемония награждения состоялась в Конгресс-центре Сокольники, в ходе II-го Съезда профессионалов клиентоориентированного бизнеса, который проводит Ассоциация Клиентской лояльности.

Подключение интернет-банка даёт пользователю множество аналогиченых по сравнению со Сбербанком возможностей дистанционно управлять своими средствами.

Вход в интернет-банк Альфа-клик можно совершить:

- через сайт Альфа-банка
- через сайт самой системы

Регистрация в системе проводится в том же алгоритме и последовательности что и в Сбербанк онлайн.

Интерфейс Альфа Клик имеет отличием дизайном и структурой.

(Описываешь операцию по слайдам)

Выводы:

Самым популярным Интернет-банком в России является Сбербанк Онлайн. На его использование приходится 74% всех российских клиентов Интернет-банкинга.

В Интернет-банкинге, к сожалению, пока невозможно осуществить потребительское кредитование. Ведь для начала клиенту необходимо открыть счет, а для этого придется посетить отделение банка. Несмотря на это многие банки оживленно пользуются онлайн-процедурой подачи заявлений на получение кредиты.

Несмотря на наличие ряда проблем (безопасность, виртуальность или абстрактность, недоверие к электронным деньгам), а также отсутствия сильной конкуренции между ведущими коммерческими банками, спрос на интернет банкинг растет с каждым годом. Это является причиной постоянного увеличения количества вкладываемых средств в разработку и поддержание этих систем, что позволяет сделать вывод о благоприятных перспективах развития данной сферы на территории РФ.

Лаборатория 3

Развитие систем интернет банкинга в российской банковской практике

СберМаркет — это онлайн сервис доставки продуктов и товаров первой необходимости из супермаркетов.

Это новый сервис от Сбербанка, реализованный на технологической и операционной платформе онлайн-сервиса Instamart.

С сентября 2019 года СберМаркет начал работу в тестовом режиме в Краснодаре и Ростове-на-Дону.

С 8 ноября 2019 г. онлайн-сервис доступен в 33 городах России. Мы работаем в Москве и Московской области, а также в 17 крупнейших городах России: Волгограде, Воронеже, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Красноярске, Нижнем Новгороде,

Новосибирске, Омске, Перми, Самаре, Санкт-Петербурге, Тюмени, Ростове-на-Дону, Уфе и Челябинске.

Почему покупку продуктов можно доверить СберМаркет?

100% качество Товары, которые вы заказали, отбирают специально обученные эксперты по продуктам. Они знают, как быстро найти лучшие фрукты и овощи, проверить сроки годности и правильно упаковать заказ, чтоб продукты приехали к вам так, как будто вы только что взяли их с полки магазина.

Поможем сэкономить

Цены в СберМаркет такие же, как в магазине. А еще каждую неделю более 2 тысяч товаров со скидками до 50% и сотни наименований собственных брендов гипермаркетов.

Доставим день в день

Время и место выбираете вы. Мы доставим заказ день в день, или в удобное время в течение недели. Интервал ожидания заказа всего 2 часа.

Донесем тяжелые сумки

Со СберМаркет вы забудете о тяжелых сумках. Доставка заказов до 30 кг. уже входит в стоимость сервиса. Наши курьеры донесут их до двери, даже если вы живете в доме без лифта.

Супергарантия

Только у нас возврат в течение 24 часов. Если вам не понравилось качество, вернем деньги по первому требованию.

Официальный партнер магазинов

Наш сервис – привилегированный партнер сети торговых центров METRO Cash&Carry по всей России. Также работаем с сетями Ашан и Азбука Вкуса.

Зарабатывать на покупках – просто

Копите баллы программы «Аэрофлот Бонус» за каждую покупку в СберМаркет. Получайте бонусы и скидки за приглашенных друзей.

Миссия СберМаркет — экономить время, энергию и деньги людей для чего-то более важного

Основой нашего отношения к бизнесу, сотрудникам и клиентам являются миссия и принципы. Согласно им мы собираем нашу команду, принимаем решения, строим работу, чтобы вы могли получить максимально высокий уровень сервиса.

Наши ценности

Позитивный настрой

Приятно понимать, что СберМаркет делает людей немного счастливей, ведь мы даём свободу от рутины, походов по магазинам, пробок и очередей. Осознание того, что вы проводите время так, как любите: занимаетесь любимыми делами, общаетесь с близкими — рождает в нас настроение делать сервис лучше.

Ответственность за результат

Мы выбираем лучшие товары на полках магазинов и доставляем вам точно в срок. Но если что-то пошло не так — мы всегда найдём способ это исправить: вернем вам деньги или дадим скидку на следующую покупку.

Открытость

Служба Заботы о Клиентах СберМаркет всегда готова объяснить вам, как работает наша компания, из чего складываются сроки доставки или ее стоимость. Мы открыты к

новым идеям: расскажите, как мы могли бы улучшить наш сервис, и мы постараемся сделать это для вас.

Мы — одна команда

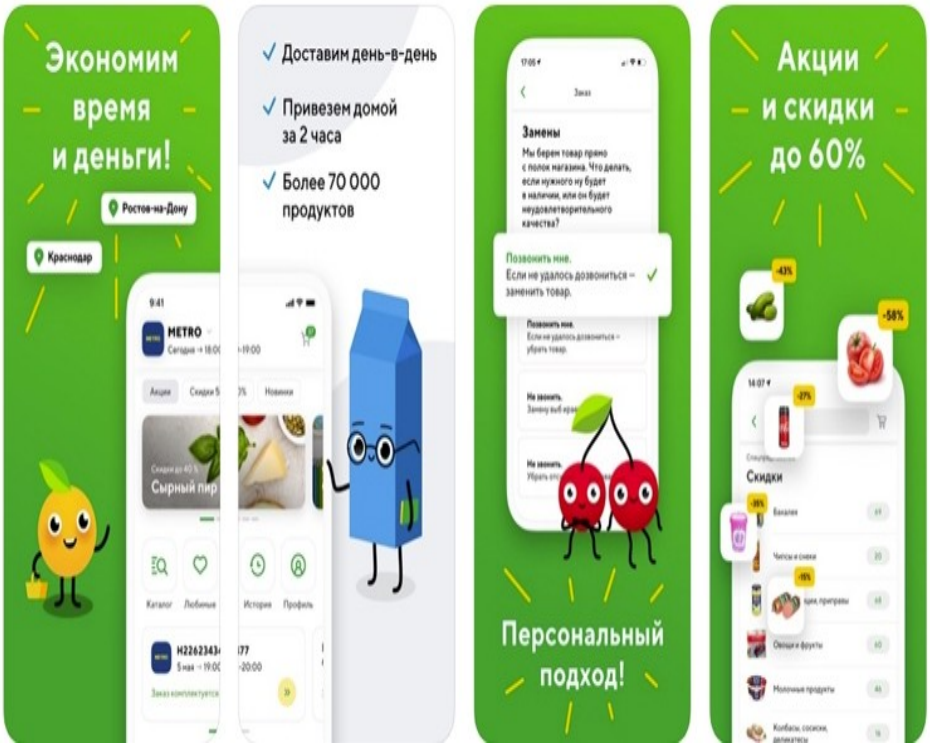
Мы создаем СберМаркет вместе с вами. Фокус-группы, аналитика метрик, собрания, совещания и опросы — все, чтобы сделать тот сервис, который нужен именно вам.

Одержимость клиентом

Молодая мама, успешный предприниматель, карьерист, пенсионер или человек с ограниченными возможностями — мы знаем, что нужно каждому из них. И вам тоже.

Постоянное развитие

Без современных технологий не была бы возможна работа нашего сервиса. Поэтому мы всегда отслеживаем и внедряем лучшие решения,чтобы процесс получения вами любимых продуктов был проще и быстрее.



Сбербанк объявил о запуске нового сервиса доставки продуктов и товаров из магазинов: платформа под названием «СберМаркет» охватит крупнейшие российские города.

Сервис создан на базе онлайн-службы доставки продуктов Instamart, присоединившейся к экосистеме Сбербанка в сентябре этого года. Воспользоваться новой услугой можно будет через сайт «СберМаркета» или мобильное приложение для устройств под управлением Android и iOS.

На первых порах «СберМаркет» охватит Москву и 16 городов Московской области, а также ещё 14 городов — Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Краснодар, Волгоград, Воронеж, Самару, Уфу, Красноярск, Омск, Новосибирск и Челябинск.

Сервис обеспечит доставку из торговой сети METRO Cash&Carry, а жители некоторых районов Москвы также смогут сделать заказ в гипермаркетах «Ашан» и супермаркетах «Азбука Вкуса».

В ассортименте — приблизительно 70 000 товаров, причём более 2000 из них — со скидками до 50 %. Все товары будут продаваться по той же цене, что и в самих магазинах.

Доставка осуществляется на дом или в офис день в день в удобное для клиента время. Минимальное время выполнения заказа — два часа. Стоимость доставки в

«СберМаркете» составит 98 рублей на первый заказ и 158 рублей на последующие (до 30 кг).

При регистрации на новой площадке можно использовать Сбербанк ID — единый аккаунт для удобной и безопасной авторизации, который работает уже на 40 сервисах Сбербанка и партнёров.

Стратегия Сбербанка предполагает его трансформацию в ИТ-компанию в течение нескольких лет. За последние три года банк инвестировал в небанковские проекты 3% своей чистой прибыли. Рынок фудтеха банк считает быстрорастущим и перспективным направлением, которое должно стать для него одним из ключевых.

По итогам 2018 г. российский рынок онлайн-заказа продуктов питания достиг 22,9 млрд руб., но это всего 2% от общего объема заказа товара в интернете. Около 45% рынка занимает сервис доставки продуктов питания «Утконос». Опрошенные РБК аналитики называют рынок «пустым», поскольку даже в Москве он на данный момент мало насыщен игроками. Это открывает широкие возможности для запуска новых сервисов. Аналитики оценивают рынок как рискованный и экспериментальный, но в перспективе очень прибыльный для инвесторов.

Следует отметить, что многие сети супермаркетов в России имеют собственную службу доставки продуктов — например, «Перекресток» или «Ашан». Но эти службы доставляют продукты только из одного супермаркета, что отличает их от сервисов типа «СберМаркета» и Instamart.

28 октября 2019 года Сбербанк и Mail.ru Group предложили новую электронную финансовую услугу

Сбербанк-рестораны «sberfood»

SberFood (до октября 2019 года – Plazius) — это система мобильных платежей, бонусов и подарков, являющаяся одним из лучших способов взаимодействия между рестораном и гостем. Система уже интегрирована с кассовыми системами. (iiko, r-keeper, 1c, Frontol). Оплата заказа, начисление, списание баллов происходит на кассе автоматически с использованием мобильного приложения SberFood.

SberFood не только помогает взаимодействовать с уже пришедшими посетителями, но и активно привлекает новых. В систему SberFood встроены эффективные маркетинговые инструменты, позволяющие конструировать акции и бонусные программы. Проходящии в заведении акции рекламируются при помощи рассылок, электронных флаеров, публикациях в социальных сетях.

«Частично новый сервис дублирует уже существующий функционал Plazius (бронь столика, оплата заказа онлайн и безналичные чаевые), но у него также появились новые возможности — подборки «Афиша-Рестораны», а также предварительный заказ еды и напитков, которые будут готовы к моменту, когда вы придете в кафе», — уточнил гендиректор FoodPlex Никита Нечаев. Кроме того, SberFood обладает встроенными механизмами для увеличения среднего чека. С SberFood гости ходят к вам чаще, тратят больше и приглашают своих друзей.

Кроме того, SberFood обладает встроенными механизмами для увеличения среднего чека. С SberFood гости ходят к вам чаще, тратят больше и приглашают своих друзей.

Преимущества

1. Выбирайте из тысяч ресторанов и кафе

2. Бронирование столика
3. Предзаказ еды
4. Акции и бонусы
5. Оплата счета без ожидания
6. Безналичные чаевые

Возможности SberFood для рестораторов

- Отслеживать активность гостей
- Увеличить продажи и средний счет гостя с помощью бонусных механик и коммуникаций
- Привлечь новых гостей и заказы через геотаргетинг, предоплаченные купоны и предзаказ
- Повысить удовлетворенность на основе адресных отзывов гостей в разрезе заведения/сотрудника
- Удержать и вернуть гостей с помощью маркетинговых кампаний

Возможности SberFood для гостей

- Получить персональные бонусные программы и оплату в одном мобильном приложении SberFood
- Контролировать процесс и экономить время, оплачивая счет и оставляя «безналичные» чаевые одной кнопкой
- Экономить время, делая предзаказ с оплатой
- Определять близлежащие заведения от текущей геопозиции, использующие SberFood
- Сделать предзаказ

Регистрация в приложении «sberfood»

Скачать приложение «sberfood» и открыть его

Зарегистрироваться в приложении по номеру телефона

Или войти в приложение с помощью Сбербанк ID

Пользование приложением «sberfood»

Открыть главное меню

Выбрать пункт меню «Бронь»

Ознакомиться с правилами бронирования

Такие же этапы можно провести со следующими пунктами меню : «Счет»,»Предзаказ», «Бонусы», «Доставка» через Delivery Club , а также ознакомиться с условиями проведения каждой операции

Актуальность продукта «sberfood» от Сбербанка и Mail.ru Group заключается в том, что данное приложение объединяет весь спектр услуг по ресторанному бизнесу, и при этом включает в себя программу лояльности для клиентов

Пять главных «фишек» SberFood по версии ARBUS

Увеличение суммы среднего чека	SberFood стимулирует гостей покупать больше, автоматически предлагая им более высокий бонусный процент за определенную сумму чека. Допустим, средний чек ресторана или магазина равен 800 рублям. Тогда систему можно настроить так, чтобы на все заказы (покупки) с суммой, например, менее 1000 рублей, начислялся бонус в размере 10%

	от суммы чека, а на те, сумма которых превышает пороговое значение 1000 рублей — 15%. Это будет стимулировать гостя в течение определенного времени зайти в ваше заведение еще раз, чтобы получить увеличенные бонусы.
Чекин в стол	Каждому столику в заведении с помощью NFC меток присваивается свой номер. Он либо находится на столе, либо его подскажет официант. Гость вводит этот номер в приложении и видит всю информацию о своем заказе. Если за столом несколько гостей, они могут разделить свой счет. Каждый оплачивает свой заказ без ожидания, получает бонусы, может оставить чаевые даже без наличных и экономит время. Это экономит время гостей, освобождает официанта, и помогает бороться с фродом владельцу заведения. Все прозрачно и быстро.
Электронные чаевые	Все просто. Получив счет, гость чекинится в SberFood. Интеграция с кассой позволяет вывести на экран смартфона заказ. Ресторан сам может выставить размер чаевых по умолчанию, но с этой системой гость сам может указать, какую сумму можно списать с его карточки для того, чтобы поблагодарить официанта и заведение. Чаевые поступают непосредственно на карточку официанта, минуя расчетный счет компании.
Обратная связь с гостями	На портале можно настраивать рассылки SMS и E-Mail сообщений, фильтруя списки гостей и покупателей по нужному параметру. Например, можно отправить поздравления гостям, дни рождения которых попадают на ближайшую неделю, либо пригласить тех, кто моложе 25 лет, на концерт популярной группы.
Отчеты	Отчеты SberFood - это мощные инструменты анализа работы ресторана. Отчеты предоставляют исчерпывающую информацию по заказам в заведении, которое подключено к SberFood. С их помощью можно, в частности, узнать общее число и сумму заказов в ресторане, число и сумму заказов, сделанных с использованием Plazius, число и сумму чеков, оплаченных бонусами Plazius и многое другое

дистанционно (через интернет), совершать операции по переводу средств между своими счетами, оплачивать сотни услуг, переводить деньги третьим лицам без посещения банка и контролировать свои расходы.

Работать в системе онлайн-операций Сбербанка очень просто для каждого пользователя. Мы рассмотрим все основные моменты использования системы более подробно.

Особенности работы в системе Сбербанк Онлайн

Очень важно ознакомиться с разделом о безопасности, чтобы не стать жертвой мошенников. Не стоит игнорировать рекомендации банка, поскольку финансовые злоумышленники постоянно придумывают новые схемы для своих афер.

Во-первых, для отмены какой-либо банковской операции нет необходимости вводить свой пароль (это может быть одним из способов мошенников выманить нужные сведения).

Во-вторых, вход в систему Сбербанк ОнЛайн осуществляется только после ввода:

пароля – сложного набора символов (цифры и буквы латинского алфавита);

идентификатора – персонального десятизначного числа (который может изменяться пользователем по своему усмотрению).

Если клиент является владельцем карты Сбербанка, то все необходимые процедуры по регистрации в системе Сбербанк ОнЛайн и получению данных для входа в личный кабинет можно произвести через Интернет или банкомат.

Нужно выбрать раздел «Подключить Сбербанк ОнЛайн и мобильный банк», после чего терминал выдаст либо чек с необходимыми для входа реквизитами, либо чек с 20-ю единоразовыми паролями (на выбор клиента). А можно каждый раз при входе в систему получать пароль на мобильный телефон.

Сбербанк заботится о том, чтобы клиенты всегда держали руку на пульсе последний событий как в сфере внутренних банковских услуг, так и финансового мира вообще. Поэтому главная страница сервиса Сбербанк ОнЛайн (online.sberbank.ru) постоянно обновляется, а посетители страницы при входе в систему не только получают доступ в свой личный кабинет, но и могут просмотреть анонсы новостей, а также ознакомиться с последними банковскими нововведениями и усовершенствованиями.

После входа в личный кабинет, клиенты могут самостоятельно осуществлять многочисленные операции: просматривать выписки из личных счетов, переводить средства, управлять кредитными картами, контролировать свои вклады и т.д.

Напоследок хочется отметить значительный рост сервиса Сбербанка ОнЛайн в сравнении с недавним временем.

Сегодня интернет-банкинг от Сбербанка – это современная, мощная и многофункциональная система по управлению личными средствами, которая отвечает всем необходимым международным стандартам финансового мира.

В перспективе Сбербанк ОнЛайн планирует дальнейшее развитие и усовершенствование комплекса услуг в сфере дистанционного обслуживания клиентов.

Вход в личный кабинет Сбербанка осуществляется по адресу: https://online.sberbank.ru , также вы можете зайти на официальный сайт Сбербанка и нажать на кнопку “Сбербанк Онлайн” в правом верхнем углу. Для входа в личный кабинет необходимо указать логин и пароль, полученные при регистрации.

После нажатия кнопки “Войти” на ваш мобильный телефон, к которому подключена услуга “Мобильный банк”, придет SMS с кодом подтверждения входа в личный кабинет. Код действует в течение 5 минут, если не ввести его в указанный срок, то код придется запрашивать повторно.

Внимание! В целях финансовой безопасности не давайте пользоваться вашим мобильным телефоном знакомым и посторонним лицам!
Если вы хотите войти в Сбербанк Онлайн с телефона, то процедура входа происходит точно также: указываем идентификаторы для входа, подтверждаем кодом из SMS и система перенаправляет нас в личный кабинет. Также при попытке войти с телефона вам может бы предложено установить мобильное приложение, если вы не хотите этого делать, то тогда для доступа на сайт зайдите в меню браузера и нажмите там на пункт “Полная версия”. Этот метод даст доступ вам к окну авторизации в личный кабинет.

Сбербанк заботится о своих клиентах и поэтому во время каждого входа в личный кабинет присылает оповещение владельцу карты или счета в SMS, где указывается, что был осуществлен вход в кабинет и дата и время вашего визита (ред.)

Личный кабинет представляет из себя удобный интерфейс для управления своими активными банковским продуктами. Возможности кабинета Сбербанка следующие:

История операций (выписка по любому счету или карте за нужный период)

Анализ расходов (удобный инструмент для анализа своих трат, разработанный Сбербанком)

Информация о карта, счетах (общая информация о карте, баланс, просмотр и отправка реквизитов для перевода) Оплата услуг (мобильная связь, интернет, ТВ, услуги ЖКХ, штрафы, налоги и многое другое)

Денежные переводы (между своими счетами и картами, а также на счета и карты других банков по свободным реквизитам)

Шаблоны платежей (создание специального шаблона при оплате, который можно использовать в дальнейшем не вводя в очередной раз реквизиты получателя)

Автоплатеж (услуга автоматического платежа в счет поставщика услуг, например автоматическое пополнение счета мобильного при снижении баланса до установленной отметки)

Вклады (открытие, пополнение и закрытие любого из вкладов. Процентная ставка у вклада открытого онлайн выше, чем у открытого в отделении банка)

Кредиты (внесение очередного платежа, досрочное погашение, просмотр остатка долга и графика платежей)

Копилка (услуга, позволяющая копить деньги в зависимости от поставленной финансовой цели. Откладывание средств на специальный счет происходит автоматически)

Открытие счета (открытие счета в рублях или валюте. Очень удобно для совершения валютных операций или откладывания денег)

Перевыпуск и заказ новой карты (можно перевыпустить карту в случае утери или заказать карту другой серии, например, с индивидуальным дизайном. Также доступна к выпуску виртуальная карта Visa – выпуск осуществляется в течение 5 минут.)

Блокировка/разблокировка карты (актуальная функция в случае утери или кражи карты)

Заявка на кредит онлайн (возможность подать заявку на кредит, результат рассмотрения можно посмотреть онлайн)

Заказ справок и выписок (новинка). Теперь можно заказать нужную справку из банка в личном кабинете через раздел меню “Прочее”.

Сервисы для пенсионеров (выписка из ПФР, оформление пенсии на карту Сбербанка, детализация получаемой вами пенсии)

Регистрация на портале Госуслуги при помощи учетной записи Сбербанк Онлайн (быстрая регистрация на портале и ускоренное подтверждение личности)

Поиск банкоматов и отделений (поиск ближайших филиалов в зависимости от вашего текущего местоположения)

Обратная связь с банком (контакты для связи с банком)

Курсы валют и их обмен (по внутреннему курсу банка)

Котировки драгоценных металлов (золото, серебро, платина)

Система Сбербанк Онлайн надежно защищена – в случае бездействия в системе более 15 минут доступ в личный кабинет автоматически закрывается и для продолжения работы в кабинете необходимо заново вводить логин и пароль.

Если вы постоянно в пути и вам нужно оплачивать и контролировать ваши счета в Сбербанке, то на помощь вам придет мобильное приложение “Сбербанк Онлайн”.

Переводите деньги, оплачивайте счета

Оплачивайте ЖКХ, связь и другие услуги, просто сканируя QR-код квитанции

Переводите деньги клиентам любых банков по номеру телефона

Погашайте кредиты (в том числе и досрочно) без визита в офис

Совершайте международные переводы

Управляйте картами, вкладами и счетами

Проверяйте баланс на картах и счетах

Открывайте и пополняйте вклады и карты

Оформляйте кредиты и кредитные карты, узнавайте размер минимального платежа, дату оплаты, отслеживайте график

Отслеживайте платежи и переводы в истории операций

Диалоги

Общайтесь в чате с банком без ожидания на линии, переводите деньги своим друзьям и близким с красивой открыткой, дарите настоящие подарки – все это и не только в Диалогах

Пуш-уведомления

Как СМС, только лучше: с пуш-уведомлениями легче отслеживать операции по карте. Вы видите не только время и сумму оплаты, но также адрес с точкой на карте и логотип магазина.

ЧАТ С БАНКОМ

Возможность здесь и сейчас проконсультироваться со специалистами банка

ГРАФИК РАСХОДОВ ЗА МЕСЯЦ

Возможность проводить анализ расходов за месяц, что позволяет планировать свои финансы

СВОЕ ДЕЛО Зарегистрируйтесь как самозанятый, зарабатывайте, пользуйтесь полезными сервисами

Приложение имеет почти все функции личного кабинета Сбербанка. Логин и пароль для входа в приложение совпадает с теми данными, которые вы получили при регистрации кабинета Сбербанк Онлайн. Также вы можете пройти регистрацию в системе прямо на экране смартфона, если у вас подключена услуга “Мобильный банк” к одной из карт. Приложение предоставляется бесплатно. Сбербанк Онлайн доступен для телефонов и планшетов, работающих на базе iOS и Android, а также Windows Phone.

Совет! Для быстрого входа в приложение в его настройках вы можете включить вход по PIN-коду и по отпечатку пальца. На самых последних моделях телефонов поддерживается вход по сканеру лица и сетчатки глаза.

Мобильное приложение Сбербанк Онлайн

Приложение Сбербанк Онлайн обладает следующим функционалом:

Информация о всех активных банковских продуктах (картах, счетах, вкладах, кредитах)

Финансы и бонусы (общая сумма всех карт и счетов, а также количество накопленных баллов в программе лояльности “Спасибо от Сбербанка”)

Кредиты (список действующих кредитов с информацией по сумме долга, процентной ставке и графике платежей)

Оформление заявки на автокредит (новинка!). Теперь вы можете оставить заявку на приобретение авто прямо в мобильном приложении.

Карты (информация по имеющимся у вас картам, а также возможность заказать новую дебетовую карту прямо в приложении. К заказу доступна виртуальная карта Visa от Сбербанка)

Вклады и счета (список всех имеющихся счетов и депозитов, открытых в банке)

Денежные переводы (переводы между своими счетами и картами, а также клиентам любых банков)

Оплата услуг (мобильная связь, коммунальные платежи, ТВ, интернет, штрафы, налоги и прочее)

Шаблоны платежей (быстрая оплата часто используемых услуг)

История операций (возможность контроля всех проведенных транзакций за любой период)

Диалоги (функционал, позволяющий контролировать денежные переводы между клиентами Сбербанка)

Персональные предложения (предварительно одобренные вам предложения банковских продуктов на индивидуальных условиях)

Заказ справок и документов (выписки по счету и справки о состоянии карт и счетов)

Актуальный курс валют (по внутреннему курсу банка)

Адреса отделений и банкоматов (поиск ближайших филиалов на основании текущего местоположения)

Обратная связь с банком

Сторис (вкладки, содержащие ценные советы и рекомендации от Сбербанка) Стоить обратить внимание на то, что оплатить услуги первой необходимости (ЖКХ, штрафы и налоги) можно максимально быстро: отсканировав QR-код на квитанции или считав камерой штрих-код с извещения.

Скачать мобильное приложение Сбербанк Онлайн можно зайдя в магазин приложений вашего смартфона (Google Play, App Store или Microsoft Store) и введя в строке поиска фразу “Сбербанк Онлайн”. Первым результатом отобразится искомый мобильный клиент банка. Далее нажимаем кнопку “Установить” и дожидаемся окончания загрузки на мобильное устройство – в меню появится новая иконка. Почему не приходят SMS от Сбербанк Онлайн

Сообщения от Сбербанка в редких случаях могут не доходить до конечного получателя, в следствие чего могут возникнуть трудности при подтверждении операции кодом или при восстановлении пароля от личного кабинета. СМС-ки могут не приходить по следующим причинам:

Самый быстрый способ отключить Сбербанк Онлайн – обратиться в контактный центр Сбербанка и попросить заблокировать доступ в личный кабинет. Вторым возможным решением проблемы может быть отключение услуги “Мобильный банк” – без

нее войти в личный кабинет не получится. Также вы можете посетить ближайшее отделение Сбербанка и написать заявление на отключение интернет-банка.

Пополнить карту через Сбербанк Онлайн можно несколькими путями:

Перевести деньги на карту со своего счета

Перевести деньги на карту с другой своей карты

Попросить родственника или друга перевести вам деньги по номеру карты (или по номеру телефона, к которому привязана карта)

Операция выполняется в несколько шагов: выбираете карту, которую хотите пополнить в разделе “Карты”, далее выбираете пункт меню “Пополнить”, выбираете один из счетов/карт с которых желаете осуществить пополнение и указываете сумму пополнения. Далее, если все указано верно, то подтверждаете перевод. Операция зачисления средств происходит мгновенно.

Комиссия за переводы в Сбербанк Онлайн

Внутри системы Сбербанк Онлайн за совершение некоторых операций предусмотрена комиссия.

Важно знать, что за переводы через личный кабинет и мобильное приложение Сбербанк Онлайн внутри Сбербанка в пределах домашнего региона комиссия не взимается. Комиссия взимается лишь за переводы в другие регионы, а также за переводы на карты и счета других банков.

С полным перечнем операций и размером комиссии за них вы можете ознакомиться в статье.

Как распечатать чек в Сбербанк Онлайн

Если вы производили оплату услуги через Сбербанк Онлайн и вам понадобился чек, то вы можете получить его в личном кабинете самостоятельно. Для этого необходимо найти нужную операцию в истории операций. Для этого перейдите в раздел «История операций в Сбербанк Онлайн», перейдя в нее из раздела Личного меню в правой части страницы.

Выписка по операциям, совершенным не в системе Сбербанк Онлайн (операции через банкоматы, оплата покупок в магазине и т. д.), доступна по ссылке «Полная банковская выписка», по которой Вы можете перейти из информации по Вашей карте/ вкладу/ счету

Далее нажмите на нужную операцию и выберите опцию “Распечатать чек”. Если ваш принтер подключен к компьютеру, то выберите его из списка и подтвердить операцию нажатием кнопки “Печать”.

Плюсы системы

Главным достоинством является возможность осуществления операций как днём, так и ночью. Доступ к своему счёту можно будет получить с ПК, смартфона или планшета. Для этого нужно будет выйти в сеть.

Партнёрами этого банка является более 100 тысяч компаний, что даёт возможность клиентам на расстоянии платить за услуги различных российских коммерческих и государственных фирм.

Данная система поможет осуществить не только расчётные операции, но и сделать вклад, оставить заявку на получение кредита или выяснить остаток средств на карточке.

Всю необходимую информацию клиент сможет получить, находясь дома.

Личный кабинет каждого пользователя надёжно защищён. Взломать аккаунт никто не сможет.

Статистика и факты

Более 76 млн клиентов пользуются СМС-банком

4 млн платежей и переводов ежедневно совершают пользователи сервисаЛучший мобильный банк по Центральной и Восточной Европе за 2017 и 2018 годы по версии Global Finance

Аудитория Сбербанк Онлайн — более 50 млн пользователей

Самый удобный мобильный банк 2018 гогда по версии UsabilityLab

Самый инновационный банк по версии Global Finance 2018

Интернет банкинг

Пользоваться интернет-банком выгоднее

Страховой полис дешевле, если заказать его через интернет

Процент по кредиту ниже, если оформить его в Сбербанк Онлайн во время акции

Контролируйте свои расходы

Все траты сортируются по категориям

Можно поставить цель и копить на нее

Мгновенно переводите деньги

Между своими счетами

Другим людям по номеру карты или телефона

Организациям по реквизитам

Настраивайте шаблоны платежей

Оплачивайте услуги

Подключайте автоплатежи для оплаты сотовой связи, ЖКХ, штрафов.

Более 200 000 поставщиков в одном месте

Комиссия ниже, чем при оплате в офисе

Лаборатория 4

Бонусные программы и кобрендинговые карты коммерческих банков

Сегодня карты с возможностью возвращать часть потраченных средств переживают в некотором смысле второе рождение. Согласно исследованию Всероссийского центра изучения общественного мнения, кэшбэк - наиболее востребованная «карточная» опция. Предпочтение ему отдали 66% опрошенных россиян. С каждым годом такие карты эволюционируют - банки изменяют условия и добавляют новые опции и возможности. За последнее время прослеживается четкая тенденция - банки стимулируют клиентов на большие траты. Карты с функцией cashback подразумевают возвращение средств на карту после ее использования. Кобрендинговые карты – это продукт, который объединяет в себе все возможности пластиковой карты и преимущества дисконтной карточки. Владельцы карт могут пользоваться денежными средствами и получать при этом существенные скидки, всевозможные бонусы и подарки от компаньонов банка.

Использование каналов коммуникаций при кобрендинговых программах дает синергетический эффект, т.е. эффективность совместного использования каналов выше, чем их же использования каждым из участников проекта или программы по отдельности.

Карты с функцией cashback подразумевают возвращение средств на карту после ее использования. Как правило, процент, который начисляется после расчета картой небольшой, однако все же приятный. Большая часть банков начисляет от 0,5 до 10% от потраченной суммы, чаще всего размер вознаграждения равен 1%.

Поскольку cashback, это не разновидность карты, а лишь ее дополнительная функция, то подключить ее можно как к дебетовой, так и к кредитной карте. Стоит отметить, если кредитка имеет льготный период кредитования, то использование карты с функцией cashback дает сразу несколько плюсов: во-первых, безвозмездное пользование средствами, во-вторых, возможности заработать при безналичном расчете.

Банк в результате подобных проектов получает:

А) новых клиентов

б) увеличение активности старых клиентов

В) увеличение узнаваемости бренда

"Основная цель банка — предложить продукт клиентской базе партнера, то есть новым клиентам. В рамках такого привлечения банк выпускает кредитные карты с дополнительной ценностью именно для данного клиентского сегмента. И постепенно клиенты партнера становятся клиентами банка. Со временем банк может предложить этим клиентам и другие продукты: кредит наличными, вклад и другие.

Клиент при этом получает определенные бонусы на ряд продуктов или услуг. Например, покупка билетов определенной картой может сэкономить до 10% его стоимости, а расчет картой в ряде торговых сетей может вернуть на карту до 5% от стоимости товаров.

И, конечно, важное значение для развития этого бизнеса имеет соответствие кобрендинговой карты требованиям потребителей. Очевидно, что карта, позволяющая максимально удовлетворить все запросы клиентов, будет использоваться чаще. В связи с этим целесообразно провести исследование ожиданий имеющихся и потенциальных клиентов банка от кобрендинговой кампании, предваряющее разработку стратегии ее

продвижения. Успешные совместные программы банков и торговых сетей способны дать ощутимый финансовый результат. Торговые сети также фиксируют значительное увеличение средней суммы разовой покупки при оплате кобрендинговой картой. Несмотря на существующие риски и сложности, а также неудачу некоторых кобрендинговых проектов в России, это направление является стратегическим в банковском маркетинге и заслуживает самого пристального внимания и профессионального исполнения. Какую карту лучше выбрать

Принимая решение, какую дебетовую карту с кэшбэком лучше выбрать в 2020 году, изучите такие факторы:

- Каковы условия программы кэшбэка. Важно знать размер возврата в разных торговых точках, на какие категории покупок он распространяется, можно ли их выбирать самостоятельно, где можно потратить кэшбэк и т.п.
- Начисляются ли проценты на остаток денег на счете. Некоторые дебетовые карты используются, как депозитный счет. Для начисления процентов, обычно нужно соблюдать ряд условий, таких как минимальная сумма на счете, определенный размер затрат в месяц и пр.
- Какова стоимость годового обслуживания и есть ли условия его бесплатного получения. Обслуживание некоторых дебетовых карт с кэшбэком обходится дорого, что становится невыгодным для владельца.
- Наличие различных комиссий. Оформляя продукт, узнайте условия обналичивания средств. На каких-то картах деньги можно снимать без комиссии в «родных» банкоматах, с других комиссия взимается в любом случае. Также нужно узнать о комиссиях при осуществлении переводов на счета других банков.

В настоящее время можно выделить пять главных секторов, в рамках которых чаще всего реализуются отечественные кобрендинговые проекты. Первое место принадлежит авиакомпаниям, на 2-м месте – ритейлерам, 3- е занимают ставшие популярными в последние годы аффинити кобренды, 4-е – туристические организации, пережившие большой кризис в 2014 году, и тем не менее не уступившие свою долю рынка кобрендинговых проектов, и только 5-е место, в отличие от зарубежной практики, занимают АЗС. Следует отметить, что конъюнктура кобрендинговых проектов достаточно сильно изменилась за период 2015-2017 гг. Практически исчезли кобренды с операторами сотовой связи, интернет магазинами и печатными изданиями, на первый план вышли кобренды с благотворительными организациями, увеличилась доля ритейлеров, появились единичные кобренды в разных сегментах рынка. Подобная ситуация объясняется новизной кобрендинговых проектов для российских организаций, банки экспериментируют, осваивают новые ниши, способные принести 77 прибыль организации, привести новых клиентов и улучшить имидж участников кобренда. Очевидно, что в будущем ситуация будет меняться. Рисунок 14 – Распределение кобрендов по сферам деятельности в 2017 году,

В результате проведенного анализа можно отметить, что кобрендинговые проекты являются важной составляющей маркетинговой стратегии и социальной ответственности коммерческих банков. проекты являются успешными и на протяжении длительного времени показывают положительные результаты. Стабильный рост на протяжении анализируемого периода говорит о

заинтересованности клиентов в кобрендинговых картах.

Развитие новых методов привлечения и удержания клиентов является одним из важнейших критериев успешного существования в конкурентной банковской среде. Различные программы лояльности помогают привлечь и заинтересовать потенциальных потребителей банковских услуг. Долгосрочные отношения между банками и клиентами в значительной степени сегодня формируются за счет кобрендинговых карточных проектов. Как и любое нестандартное решение в сфере бизнеса, технология кобрендинга заключает в себе не только потенциальные преимущества, но и риски.

К рискам заключения партнерства относят:

- Трудность для одной из сторон отказаться от партнерства и создать себе рынок самостоятельно;
- Несовместимость партнеров по совместному брендингу в силу разных деловых культур;
- Негативное влияние одного из брендов на общий продукт;
- Вероятность сокращения рынка одного из брендов в противовес первоначальным планам;
- Возможность поведения одной из сторон во вред другой;
- Передача конкурентных преимуществ партнеру, создание потенциального конкурента;
- Риск, связанный с обменом информацией и ноу-хау между партнерами;
- Несимметричность выгод для партнеров от участия в кобрендинге;
- «Размывание» одного бренда в тени другого.

Если проект делается без учета или понимания целевой аудитории, к примеру, есть два сильных бренда, но нет интересного предложения для потребителей, вероятность успеха в долгосрочной перспективе крайне мала

Банковская статистика неумолимо говорит о том, что в США около половины всех банковских карт являются кобрендинговыми, в то время как в нашей стране - на порядок меньше.

Выявлены направления, которые позволят добиться большей эффективности при работе с карточными кобрендами: - расширение ассортиментного ряда партнерских карт, а также создание так называемых мультикобрендиновых карт, которые могут в большей степени заинтересовать клиентов; - освоение новых сегментов и свободных ниш для кобрендинговых проектов; - анализ проводимых операций и разработка на основе этого индивидуальных предложений; - использование гибких процентных ставок и комиссионных платежей; - увеличение размера бонусов за покупки; - использование доллара США и евро в качестве валют по картам; - совершенствование системы Интернет-банкинга.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский Кодекс РФ от 21 октября 1994 с изменениями
2. Федеральный закон №161-ФЗ от 27.06.2011«О национальной платежной системе»
3. Положение Банка России № 595-П от 06.07.2017 "О платежной системе Банка России"
4. Положение Банка России № 383-П от 19.06.2012 «О правилах осуществления перевода денежных средств»
5. Положение Банка России № 36-П от 23.06.1998 "О межрегиональных электронных расчетах, осуществляемых через расчетную сеть Банка России"
6. Положение Банка России № 266-П от 24.12.2004 « Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием»
7. Письмо Банка России № 36-Т от 31.03.2008 "О рекомендациях по организации управления рисками, возникающими при осуществлении кредитными организациями операций с применением систем интернет-банкинга"
8. Письмо №10/257 от 17.01.2012 Письмо Министерства внутренних дел РФ О Методических рекомендациях и порядке действий в случае выявления хищения денежных средств в системах дистанционного банковского обслуживания (ДБО
9. Правила и тарифы национальной системы платежных карт (МИР) В редакции от 25.12.2019
10. Банковское дело : учебник / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева [и др.] ; под ред. О.И. Лаврушина. — 12-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2016. — 800 с. — (Бакалавриат).
11. Александр Турбанов, Александр Тютюнник Банковское дело. Операции, технологи, управление. — М.: «Альпина Паблишер», 2015. — 688 с
12. Мартыненко, Н. Н. Банковские операции : учебник для академического бакалавриата 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2018. -368 с.

13. Электронные банковские услуги: зарубежный опыт и отечественная практика : монография / В. А. Черненко, И. А. Резник. - Москва : Инфо-да, 2017. - 144 с
14. Электронной библиотека ЛитРес https://www.litres.ru/i-reznik/elektronnyy-banking/chitat-onlayn/
15. Белгородский государственный исследовательский универсистет http://ftp-www.bsu.edu.ru
16. Библиофонд https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=787875
17. Официальный сайт ЦБ РФ https://cbr.ru/
18. Официальный сайт ПАО «Сбепрбанк» https://www.sberbank.ru
19. Официальный сайт АО КБ «Альфа Банк» https://alfabank.ru/
20. Официальный сайт «Райфайзендбанк» https://www.raiffeisen.ru/
21. Официальный сайт «Россельхозбанк» https://www.rshb.ru/
22. Официальный сайт «Тинькофф Банк» https://www.tinkoff.ru
23. Официальный сайт «Банк Центр- Инвест» https://www.centrinvest.ru
24. Официальный сайт АО «Автоградбанк» https://www.avtogradbank.ru/
25. Официальный сайт АО Банк «Вологжанин» https://bankvl.ru/