

«Современные банковские технологии: основные тренды и проблематика»

Ассоциация Российских Банков в рубрике «Тенденции рынка» опубликовала серию материалов, посвященную рынку мобильных платежей и бесконтактных карт: «Как формируется рынок мобильных платежей», «Удобные платежи» и «Идеальный банк». Экспертные комментарии по темам публикаций по просьбе редакции предоставил **Партнер, Директору по стратегическому развитию АКГ «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» (GGI) Армен Даниелян:**

Как формируется рынок мобильных платежей

Несмотря на то, что технология мобильных платежей насчитывает уже почти 2 десятка лет, быстрые темпы развития рынка приходятся лишь на последние два года, когда операторы сотовой связи, пытавшиеся закрепиться на этом рынке, уступили место платежным системам и интернет сервисам. Конечно, в числе будущих лидеров рынка следует отметить Master Card и VISA которые уже тестирует ряд технологических решений в сфере мобильных (в том числе бесконтактных) платежей. В числе нефинансовых структур, которые активно проникают в рынок вслед за Apple и Google, следует отметить компанию Microsoft, которая на базе Windows 10 готовит внедрение собственной системы мобильных платежей. При этом, если учитывать аудиторию Windows, у компании весьма неплохие шансы войти уже в ближайшей перспективе в число лидеров рынка. Переориентация подобных гигантов на мобильные платежи даст толчок формированию вокруг них новой инфраструктуры, что обеспечит высокие темпы развития рынка, измеряемые десятками процентов ежегодного прироста в следующие пять-десять лет.

Однако развитие рынка криптовалют пока отстает от тенденции рынка мобильных платежей и ситуация в ближайшие 2-3 года вряд ли кардинально изменится. Если внедрение современных систем безопасности и антивирусного обеспечения являются достаточной гарантией для участников мобильных платежей, то криптовалюты, благодаря своей виртуальной природе, еще длительное время не будут вызывать доверия пользователей.

Удобные платежи

Проблема развития бесконтактных платежей, главным образом, кроется в отсутствии инфраструктуры. Установка терминала бесконтактной оплаты пока дорогое удовольствие, которое могут себе позволить лишь крупные магазины, но при текущих условиях им такой сервис не нужен. Ограниченный лимит на проведение операций (в Сбербанке – до 1 тыс. рублей) делает применение бесконтактных платежей неудобным при совершении крупных покупок. Мелкие же продавцы в России зачастую вообще не используют терминальную систему оплаты. Казалось бы, внедрение бесконтактных платежей сегодня представляется наиболее удобным в метро и в общественном транспорте, однако большинство из операторов уже используют системы бесконтактной оплаты с применением собственных платежных карт. Широкие возможности для внедрения бесконтактных платежей есть у служб такси, курьерской доставки товаров, но опять-таки необходимо развитие и внедрение недорогих мобильных терминалов.

Поэтому для активного развития рынка бесконтактных платежей именно операторы должны, прежде всего, сформировать спрос на услугу через внедрение доступных терминалов и установление плавающих лимитов для расчетов в точках продаж, ориентированных на средний чек покупки.

Идеальный банк

Основным трендом развития современного банка сегодня является внедрение мультиканальных продаж банковских услуг через взаимодействие с торговыми сетями, участниками рынка услуг мобильной связи, а также разработкой и продвижением собственных платформ интернет-банкинга. Но такое экстенсивное развитие могут позволить себе только крупные банки, способные потратить огромные средства на внедрение своих технологий. Отсюда кажется, что стандартам «идеального банка» может соответствовать лишь крупный банк. Поэтому мелкие и средние банки уже не выдерживают конкуренции и теряют клиентов. Однако зачастую крупный банк обезличивает мелких клиентов, которым доступны лишь стандартные банковские продукты, в то время как небольшие банки более трепетно относятся к интересам своих клиентов, предлагая каждому индивидуальный подход.

Нельзя сказать, что небольшие банки не могли бы стать «идеальными» для своих клиентов и предложить им полный комплекс услуг, доступный сегодня только в крупных банках, но для этого им необходимо объединить усилия и сформировать

единую систему мультиканальных продаж, которая бы позволила им использовать все преимущества новых технологических решений распределив при этом затраты между всеми участниками системы.

Источник: Пресс-центр АКГ «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» (GGI), Ассоциация Российских Банков

<https://delprof.ru/press-center/experts-pubs/sovremennye-bankovskie-tehnologii-osnovnye-trendy-i-problematika/>

Группа «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ»

127015, г. Москва, ул. Вятская, д. 70

+7 (495) 740-16-01

info@delprof.ru