



1. Какие основные операции включают системы интернет-банкинга?

Интернет-банкинг направлен на повышение качества обслуживания клиентов и обладает многочисленными преимуществами: оперативность проведения операций (экономия времени), осуществление любых online платежей без задержек; круглосуточный доступ ко многим операциям без посещения офиса банка; отслеживание операций с пластиковыми карточками; возможность совершать безналичные платежи любого назначения и управлять различными счетами одновременно; осуществление денежных переводов; круглосуточный контроль счетов; возможность открытия счета в любом банке.

Интернет-банкинг часто доступен по системе банк-клиент, с использованием технологии тонкого клиента.

Как правило, услуги интернет-банкинга включают:

- выписки по счетам;
- предоставление информации по банковским продуктам (депозиты, кредиты, ПИФ и т. д.);
- заявки на открытие депозитов, получение кредитов, банковских карт и т. д.;
- внутренние переводы на карту банка;
- переводы на счета в других банках;
- конвертацию средств;
- личный кабинет для управления услугами;

Современные банки осваивают новое перспективное направление развития брокерских услуг, заключающееся в предоставлении физическим лицам доступа к международным валютным и фондовым рынкам (интернет-трейдинг).

Принципиально интернет-банкинг может осуществляться посредством «тонкого клиента» (пользователь не устанавливает дополнительное программное обеспечение, операции выполняются в браузере), либо посредством «толстого клиента», когда на компьютер пользователя устанавливается специальное программное обеспечение, с помощью которого проводятся банковские операции. В настоящее время «толстые» решения «клиент-банк» используются достаточно редко, вместо этого банки предлагают использовать онлайн решения.

Интернет-банкинг предназначен для выполнения платежей и осуществления информационного обслуживания клиентов — юридических и физических лиц с использованием сети Интернет.

1. Какие виды электронных расчётов вы знаете?

Система электронных платежей предоставляет возможность владельцам интернет-магазинов осуществлять прием платежей посредством электронных валют, терминалов оплаты, банковских карт и мобильных сервисов, таких как:

- Webmoney
- Яндекс.Деньги
- Moneymail RUR
- RBK Money RUR
- PayPal
- QIWI Кошелек
- LiqPay
- Терминалы (QIWI, Элекснет, Свободная Касса, Кассира.Нет, Новоплат)
- Банковские карты Visa и Mastercard
- Мобильный платеж (Билайн, МТС, Мегафон)
- Сбербанк-онлайн, сбермобайл
- Western union
- MyVend (мобильная кофейня)

Существует ещё несколько видов безналичных платежей – не только платежи картами и банковские переводы. Вот несколько основных:

- расчеты с помощью платежных поручений;
- расчеты посредством аккредитива;
- расчеты посредством инкассовых поручений или инкассо;
- расчеты через чековые книжки;
- расчеты по пластиковым карточкам;
- расчеты электронными деньгами;
- расчёты в криптовалюте.

1. Какие достоинства и недостатки можно выделить при осуществлении расчётов в кредитной системе?

Я рассмотрю достоинства и недостатки на примере кредитных карт. Сначала выделю **преимущества**:

- Кредитная карточка может выступать дополнительным источником финансирования при отсутствии или нехватке собственных средств.
- С помощью кредитной карты можно совершать покупки в сети Интернет, оплачивать мобильную связь и коммунальные услуги, не выходя из дома.
- Заемные средства всегда под рукой, не нужно каждый раз обращаться в банк за получением кредита, ожидать одобрения необходимой суммы или искать знакомого, у которого можно было бы одолжить деньги до зарплаты.
- У каждой кредитной карты есть льготный период, в течении которого можно пользоваться деньгами банка и не платить за это проценты, если ежемесячно погашать всю сумму задолженности до отчетной даты.
- Если нет возможности восстановить истраченный кредитный лимит сразу, можно вносить на отчетную дату минимальный платеж (как правило, он составляет 5-10% от суммы кредитного лимита) и выплачивать задолженность, как обычный кредит, самостоятельно регулируя сумму платежа (но не менее минимального), исходя из своих финансовых возможностей.
- Возможность получать дополнительные скидки, бонусы и прочие привилегии, осуществляя расчеты при помощи кредитной карты.

К **недостаткам** кредитных карт можно отнести следующие моменты:

- Ставка процентов по кредитным картам, как правило, более высокая по сравнению с потребительским кредитованием.
- Оформляя карту нужно быть готовым к дополнительным тратам, например, за годовое обслуживание карты, sms-оповещения о произведенных картой операциях, запрос выписок по счету, комиссия при снятии кредитных средств в банкоматах и прочее.
- Возможность мгновенного приобретения желаемой вещи может привести к потере контроля за своими тратами. Поэтому, прежде чем тратить кредитные средства необходимо лишний раз задуматься о необходимости такого приобретения и оценить свои финансовые возможности.
- Используя кредитную карту в расчетах нужно быть крайне внимательным, поскольку бывают случаи двойного списания средств в результате технических сбоев или ошибок кассира.
- Если решить расстаться с картой, после восстановления кредитного лимита нужно убедиться в том, что на счете задолженность действительно отсутствует. Сделать это необходимо через месяц после пополнения счета, запросив письменное подтверждение у банка. Даже копеечная задолженность

может привести к серьезным штрафам и пеням, а также подпортить кредитную историю.

- Ну и самое основное, быть бдительным: не сообщать никому пин-код своей карты, а в случае утери или кражи банковской карты незамедлительно осуществить блокировку счета, позвонив в банк. Соблюдение элементарных правил безопасности при осуществлении расчетов банковской карты - залог финансового благополучия.

1. Каким образом осуществляются расчёты в платёжной интернет-системе?

Электронные платежные системы предназначены для обеспечения платежных операций в сети Интернет. С помощью этих систем можно оплатить домен или хостинг для сайта, коммунальные услуги, мобильную связь, кабельное и спутниковое телевидение, рекламные услуги, покупку в электронном магазине, различные платные услуги, предоставляемые коммерческими Web-сайтами и т.д.

В зависимости от способа расчетов электронные платежные системы интернета разделяют на **кредитные**, при использовании банковских кредитных карточек, и **дебитные**, которые работают с электронными чеками и электронными (цифровыми) деньгами. **Электронные чеки** - аналог бумажных чеков, которые плательщик, имеющий деньги на счету в банке, может пересылать получателю в электронном виде.

В зависимости от величины платежа применяются те или иные способы расчетов. Для мелких и срочных платежей, так называемых микроплатежей, в Интернет (например, для оплаты покупок небольшой стоимости) применяются электронные или цифровые деньги.

Цифровые деньги - электронный аналог наличных денег. Электронные деньги в различных платежных системах называются по-разному. Они приобретаются (покупаются) пользователями и вводятся в специальные устройства, в которых хранятся. К таким устройствам относятся:

- смарт-карты (банковские платежные карточки с микропроцессором);
- программно - аппаратные комплексы (серверы платежных систем и компьютеры пользователя).

Для осуществления платежей в сетях Интернет с помощью смарт-карты необходимо ее подключить через специальное считывающее устройство к компьютеру плательщика. В настоящее время эта технология в странах СНГ пока

не нашла широкого применения. За рубежом используются смарт-карты, например, системы Mondex (эмитируемые MasterCard). В СНГ для микроплатежей широко используется второй тип устройств для работы с электронными деньгами. Эти системы обеспечивают взаиморасчеты напрямую между плательщиком и получателем при условии, что они подключены к одной и той же платежной системе. Чтобы стать участником одной из платежных систем в Интернете, необходимо в ней зарегистрироваться и Вам откроют счет в виде электронных кошельков.

Электронный кошелек - электронное устройство, которое хранит в своей памяти сумму денежных средств (цифровые деньги). Чтобы производить расчеты, необходимо сначала купить цифровые деньги и перевести (ввести) их в эти кошельки, т.е. наполнить их, и только после этого можете производить оплату за различные покупки. Ввод денежных средств в электронные кошельки осуществляется теми методами, которые предусматриваются конкретной платежной системой. Электронные деньги с виртуального счета всегда можно обменять на реальные деньги, т.е. вывести из электронных платежных систем.

Существующие электронные платежные системы, как правило, обеспечивают пользователей Web-интерфейсом для управления счетами (кошельками), но некоторые платежные системы требуют скачать и установить специальную прикладную программу на компьютер пользователя (например, WebMoney Transfer).

1. Рост российского рынка интернет-коммерции

На рост интернет-торговли все эти годы влиял рост числа активных пользователей интернета в стране и рост их опыта (а следовательно, использования ими различных интернет-сервисов, среди которых есть и онлайн-продажи). Ускорение роста рынка обусловлено в первую очередь огромными инвестициями крупнейших игроков в рекламу (телевизионную и интернет) и инфраструктуру (склады, последняя миля, ассортимент). Вложения крупнейших магазинов и маркетплейсов обусловили ускоренный рост интернет-торговли в 2019 и в 2020 годах за счет притока новых покупателей (не совершавших покупки в интернете или не повторявших их после предыдущего – старого опыта). Новые покупатели привлеченные рекламными кампаниями (в большей степени), а также расширяющейся территорией доставки крупнейших игроков (в меньшей степени), начали свои первые покупки в третьем квартале 18 года, обеспечили суммарно за 2019 год более 100 миллиардов рублей выручки интернет-торговли и удвоение (а

то и утроение) крупнейших игроков: Wb, Ozon, Aliexpress (продажи российских магазинов через площадки Aliexpress и Tmall), Beru, Goods, Аптека.ру.

Так же, Коронакризис 2020 ввел дополнительные коррективы в рост интернет-торговли, а именно:

Факторы, влияющие на дополнительный рост онлайн-продаж в 2020-2024 годах:

Новые онлайн-покупатели: три месяца карантина привели в онлайн-покупки не менее 10 миллионов человек. Большинство новых покупателей после завершения изоляции продолжат совершать покупки через интернет. Большинство этих покупателей так или иначе, но пришли бы к онлайн-покупкам в течение 5 прогнозных лет, а также то, что их активность в большинстве случаев будет ниже, чем у покупателей с многолетним опытом.

Изоляция дома: потребители, вынужденные сократить свои походы в магазины, делали в течение трех месяцев в онлайн больше покупок чем обычно, тратя каждый раз больше денег. Повышенный спрос в течение трех месяцев 20 года создаст высокую базу, уменьшая пропорционально темпы роста в 2021 году.

Увеличение частоты покупок в месяцы следующие за изоляцией: даже после окончания изоляции потребители во многих случаях предпочтут онлайн-покупки вместо походов в многолюдные магазины и торговые центры, этот фактор будет иметь значение в 20 и 21 году, после чего сойдет на нет.

Переход части людей на удаленную работу: по оценкам в результате коронакризиса 2020 и пересмотра многими компаниями политики работы в офисах, 5-7 миллионов человек в России перейдут на удаленную работу (включая и новых нанятых сотрудников, которые сразу станут удаленными). Сотрудники на удаленной работе частично переместятся из крупнейших городов, что даст дополнительный рост интернет-торговле (привычный ассортимент станет недоступным).

Рост онлайн-продаж: за счет ускоренного роста спроса и предложения в период изоляции и после него. Отсюда видно, значительные инвестиции и быстрое развитие новых игроков на рынке онлайн-продаж, включая и продукты питания.

Падение покупательской способности и потребительской активности: негативный фактор снижения объема потребления. Он оказывает влияние только

на показное (премиальное) потребление среднего класса. Обычное потребление растет за счет каннибализации оффлайн-продаж. За счет небольшой доли онлайн этот рост очень мало подвержен влиянию колебаний спроса в кризис.

Наибольшее дополнительное влияние из всех факторов показал рост онлайн-продаж продуктов питания и лекарств. Но в России до сих пор самый низкий процент проникновения онлайн-продаж. Даже небольшой прогресс здесь сразу дает значительный эффект.