



Интересные факты развития рынка Интернет-коммерции



Андрей Березюк

директор по развитию бизнеса Украинского процессингового центра (UPC)

Вместе с ростом числа пользователей глобальной сети, ежегодно все больше и больше украинцев ощущают ее преимущества для покупок товаров и услуг. Распространение смартфонов и планшетов, с помощью которых стало проще пользоваться Интернетом, значительно ускоряют прогресс.

В особенности это касается крупнейших городов Украины, где существует проблема пробок и отсутствия свободного времени. Зачем

стоять в очереди в отделении банка, ехать через весь город за билетами, ходить в магазины одежды или электроники, если все это можно купить, используя свой компьютер, планшет или смартфон?

Клиенты хотят платить картой в Интернете, при этом ожидают простого, удобного и, самое главное, безопасного продукта со стороны своего банка.

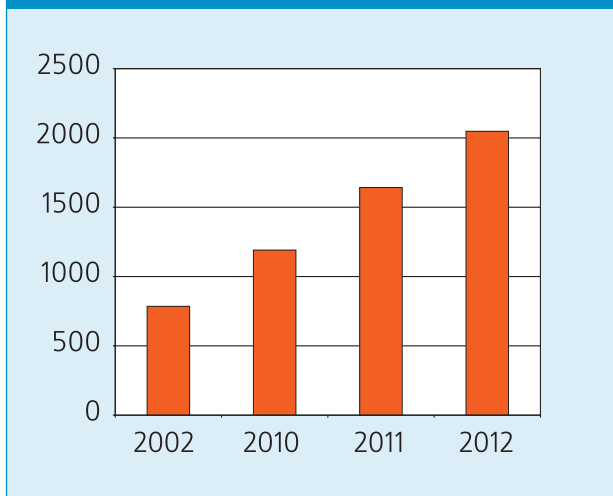
Где украинцы платят картами

Количество покупок товаров и услуг в Интернет-магазинах, подключенных к UPC (рис. 1), увеличилось на 81% в 2012 году по сравнению с 2011 годом. При этом обороты оплат в Интернете выросли на 57% (рис. 2). Доля покупок в Интернете в прошлом году составила 17% от общего числа покупок, оплаченных картами банков - клиентов UPC.

В 2012 году держатели карт банков - клиентов UPC в украинском Интернете чаще всего (рис. 3) пополняли счета мобильных телефонов (доля 48% от общего количества платежей в Интернете), покупали косметику на сайтах MLM-компаний (доля 25%), оплачивали коммунальные услуги (доля 17%), покупали билеты на транспорт - в основном, авиа и железнодорожные билеты (доля 7%), а также покупали программное обеспечение (доля 4%).

На иностранных сайтах в 2012 году держатели карт банков - клиентов UPC совершили почти в два раза больше операций, чем в 2011. Наибольшей популярностью пользовались операции приобретения приложений для мобильных устройств и планшетов и оплаты контента в социальных сетях, на долю которых приходится 33% от общего числа транзакций (рис. 4). Это, в основном, такие сайты, как AppStore, Play Market, Facebook, vk.com. На втором месте по популярности (с незначительным отставанием) - азарт-

Рисунок 1. Количество магазинов, подключенных к UIC



тные игры (доля 33%). Количество операций по оплате рекламы в Интернете занимает долю в 19%. Это различные услуги по продвижению сайтов в поисковиках, затраты на прямой маркетинг в Интернете и контекстную рекламу. Также украинцы активно покупали электронные деньги (8%) и оплачивали различные фишки в видеоиграх (7%).

Технология 3-D Secure

С одной стороны, практически любую карту международных платежных систем можно использовать для оплаты в Интернете, но не все клиенты готовы на это. Многие клиенты небезосновательно беспокоятся о том, что вследствие оплаты картой в Интернете, ею может воспользоваться мошенник.

Международные платежные системы уже достаточно давно озадачились проблемой защиты карточных данных в среде Интернет, результатом чего стало появление технологии 3-D Secure. С одной стороны, данная технология позволяет дополнительно идентифицировать настоящего владельца карты, с другой стороны, Интернет-сайт магазина не имеет доступа к номерам карт. Ввод клиентом номера карты происходит на защищенном сайте процессингового центра банка-эквайера. При этом магазин получает от процессингового центра информацию о состоянии операции - успешна или не успешна. Следует отметить, что большинство украинских Интернет-магазинов поддерживают 3-D Secure.

Что касается дополнительной аутентификации владельца карты, то существует много различных вариантов:

- статическая аутентификация: пароль;
- динамическая аутентификация: брелок - генератор одноразового кода, мобильное приложение, одноразовый код в СМС-сообщении.

По нашему мнению, наиболее простым и эффективным способом аутентификации является одноразовый цифровой код, отправляемый клиенту в СМС-сообщении в момент совершения транзакции.

Оплачивая картой в Интернете, клиент вводит номер карты, срок действия, после чего происходит переадресация на сайт банка-эмитента, где просят ввести цифровой код, отправленный на зарегистрированный клиентом номер мобильного. Сайт эмитента проверяет правильность введенного кода и возвращает клиента на сайт эквайера с результатом аутентификации. Если введенный код неправильный, то такая транзакция будет отклонена.

Активировать 3-D Secure по своей карте можно либо в банкомате, либо позвонив в колл-центр банка, либо в Интернет-банкинге, либо изначально при выпуске новой карты она уже будет поддерживать такую технологию.

Преимущества технологии 3-D Secure для банков - эмитентов карт и для клиентов очевидны: для того, чтобы совершить операцию в Интернете, недостаточно будет наличия номера карты и срока действия, нужен еще и мобильный телефон владельца карты.

Таким образом, 3-D Secure существенно повышает безопасность оплаты картой в Интернет-среде. Кроме того, если карта поддерживает 3-D Secure, а торговец нет, то клиенту, совместно с банком-эмитентом, будет значительно проще опротестовать мошенническую операцию.

Хотя технология 3-D Secure в мировых масштабах все больше и больше набирает обороты, так как практически все ведущие банки мира, включая Bank of America, Citi Bank, Royal Bank of Scotland, Barclays и многие другие поддерживают её для своих карт, большинство популярных американских Интернет-торговцев, в том числе и упомянутые выше, её не применяют или

Рисунок 2. Обороты оплат и число покупок в Интернете клиентов UIC



Рисунок 3. Где платили картами банков-клиентов UIC в украинском интернете 2012

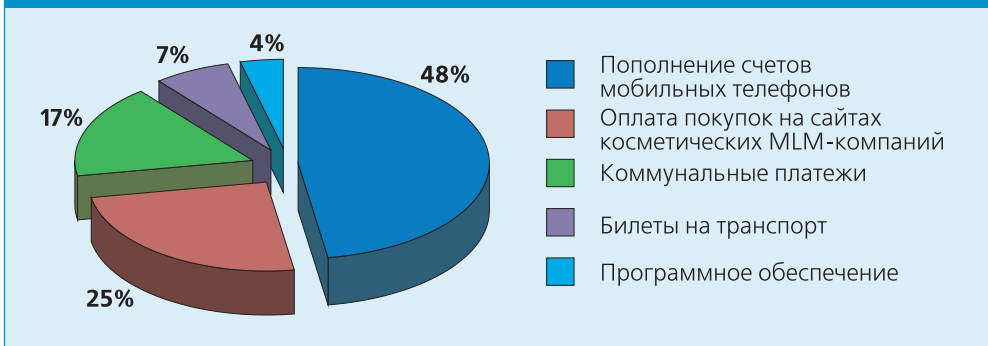
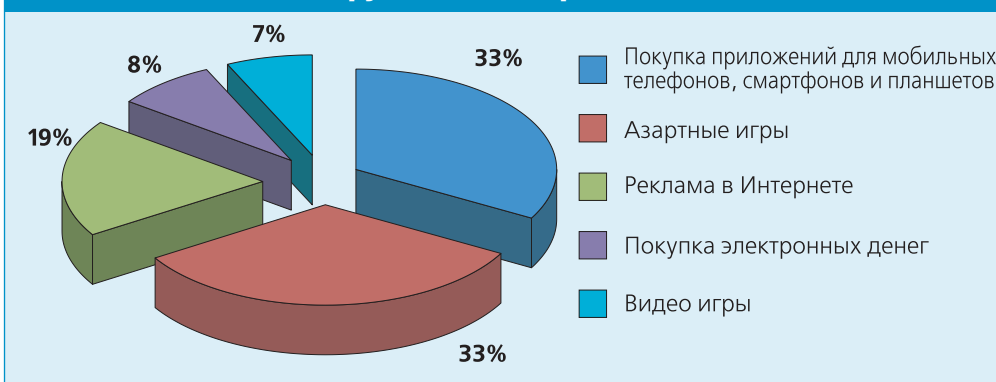


Рисунок 4. Где платили картами банков-клиентов UIC в зарубежном интернете 2012



попросту не поддерживают в силу технологических особенностей обслуживания клиентов. В связи с чем технология с использованием CVV2 или CVC2 будет одновременно существовать наряду с технологией 3D Secure.

Виртуальные карты

Кроме технологии 3-D Secure, для того чтобы клиент получал зарплату на карту, платил в Интернете и при этом спал спокойно, не беспокоясь о мошенничестве, банки могут предложить отдельный продукт - Виртуальную карту. Обычно, виртуальная карта выдается в Интернет-банкинге, и использовать ее можно только для оплаты в Интернете, так как физической карты на пластике не существует.

Для клиента преимущества виртуальной карты в том, что это отдельная карта и отдельный счет. Они никак не связаны с зарплатным счетом и картой. Перед совершением операции, клиент пополняет виртуальную карту необходимой суммой, совершает платеж, после чего карта находится с нулевым или близким к нулю остатком. Это делает ее бесполезной для использования мошенников.

Управление счетом и картой в он-лайне

Оплата картой в Интернете и при этом зво-

нок в банк или посещение отделения - не самое подходящее для клиента сочетание. Если клиента заставляют оформлять договор на Интернет-банкинг, виртуальную карту в отделении или звонить в банк каждый раз, когда он желает что-то оплатить, теряется основное преимущество онлайн-платежей - быстрота и удобство. Именно поэтому получение виртуальной карты, изменение лимитов по карте, включение и отключение CVV-2 кода - всё это должно происходить в среде Интернет.

В современном банке оформить подписку на Интернет-банкинг можно в

банкомате, на сайте банка - изменять авторизационные лимиты и включать/отключать CVV-2 код, проверять баланс, ставить карту в стоп-список, открывать виртуальную карту с отдельным счетом.

Все это позволяет клиентам почувствовать, что они сами управляют своими продуктами, а в конечном результате это формирует у клиента чувства доверия и безопасности - "все под контролем". В свою очередь, для банка - это экономия на операционных расходах и лояльность клиентов.

Прогноз на будущее - куда идет рынок?

В ближайшие годы показатели роста в сфере Интернет-коммерции будут выше, чем в сфере терминального и банкоматного эквайринга. Но и конкуренция на рынке станет активнее. В конкурентной борьбе за клиентов выиграют те банки, которые разработают удобные решения, с помощью которых их клиенты - держатели карт смогут просто и безопасно платить он-лайн. Банки, которые выпустят удобные в оформлении и безопасные в использовании карточные продукты с множеством возможностей для быстрой оплаты в Интернете, смогут рассчитывать на лояльность их держателей карт. А лояльность клиента всегда чревата большими доходами.