



Илья Рябый (MasterCard).

2012: ренессанс кредитных продуктов и дискуссий об Interchange Fee

03 2013



Евгений Соловьев
(Mobile Solutions)
mPOS. Мечты об идеале

с. 18

Игорь Арефьев (Альфа-Банк). Pay-me: транзакция по чипу
Валентина Кузьмина (Промсвязьбанк). mPOS как тренд на рынке аутсорсинга эквайринга
Сергей Попов (Центр Корпоративных Технологий). Мобильный эквайринг по модели in-house

Подписные индексы: 47743 по каталогу «Распечать», 40917 по каталогу «Пресса России», 99720 по каталогу «Почта России»

18 июня 2013 г.
МОСКВА, MARRIOTT GRAND HOTEL

БАНКОВСКИЕ
ТЕХНОЛОГИИ



ТРЕТИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ

ДИСТАНЦИОННЫЙ БАНКИНГ REMOTE BANKING 2013

Дистанционное банковское обслуживание –

одна из ключевых тем, которая находится в зоне внимания как розничных, так и корпоративных банков. Использование дистанционных каналов оказания финансовых услуг не только дает финансово-кредитным институтам новые возможности организации взаимодействия с потенциальными и существующими клиентами, но и создает новые угрозы и риски. Развитие дистанционных каналов приводит к глубокой трансформации рынка банковских услуг.

Язык Форума: русский/английский.

Контакты: www.int-bank.ru, тел./факс: +7 (495) 689-81-50, 602-63-88.

Программа Форума: Денис Сальников, denisms@int-bank.ru.

Партнерское и спонсорское участие: Дмитрий Логунов, log@int-bank.ru.

Регистрация на Форум: Екатерина Новак, katerina@int-bank.ru.

Темы Форума:

- Мировые тенденции и прогнозы развития дистанционных каналов банковского обслуживания.
- Банки и телекоммуникационные компании: конкуренция и сотрудничество.
- Лучшие практики внедрения систем дистанционного обслуживания в банках.
- Экономика и эффективность дистанционного банкинга.
- Дистанционный банкинг и новая парадигма информационной безопасности.

Генеральный спонсор



Генеральный
интернет-партнер



Информационные партнеры





Вот говорят: на российском рынке низкая культура карточных платежей. Оспорить данное утверждение сложно, потому что это на самом деле так.

Например, по данным Министерства торговли, только четверть российских торговых и сервисных предприятий принимает к оплате карточки, в абсолютных цифрах это 250 тыс. торговых и сервисных точек из более чем 1 млн зарегистрированных. Более того, в общем розничном обороте доля операций по платежным карточкам составляет лишь 4%, и даже в тех точках, где принимаются к оплате карточки, этот показатель не превышает 15%. Ничтожно мало!

Однако из чего складывается такая культура? Только ли из желания и привычки держателя карточки пользоваться ею всякий раз, когда нужно за что-то платить? Убеждена, что нет.

Культура безналичных розничных платежей это не только чья-то привычка доставать из кошелька карточку по любому поводу, но еще и структура карточной эмиссии, и качество карточных продуктов на руках у держателей, и удобство платежа как сервиса, и — быть может, главное — возможность заплатить карточкой всякий раз, когда нужно платить.

Вот это последнее обстоятельство — самое тонкое место. Потому что в силу тех или иных причин карточкой можно расплатиться далеко не всегда, даже если торгово-сервисное предприятие в принципе принимает их к оплате. То у них связь отвалилась, то терминал испортился, а скорее всего, зарплата на носу, и магазину нужны наличные. Более того, есть целые сегменты товарно-денежных отношений граждан с торговцами, где прием карточек даже не подразумевается.

В связи с чем возникает вполне логичный вопрос: как именно сформировать привычку платить карточкой, если сам по себе такой платеж возможен не всегда? Ответ, вероятно, очевиден. Сделать прием карточек если не тотальным, то хотя бы максимальным.

Ирина Квателадзе
Главный редактор