

## ***Обзор и перспективы развития систем дистанционного банковского обслуживания***

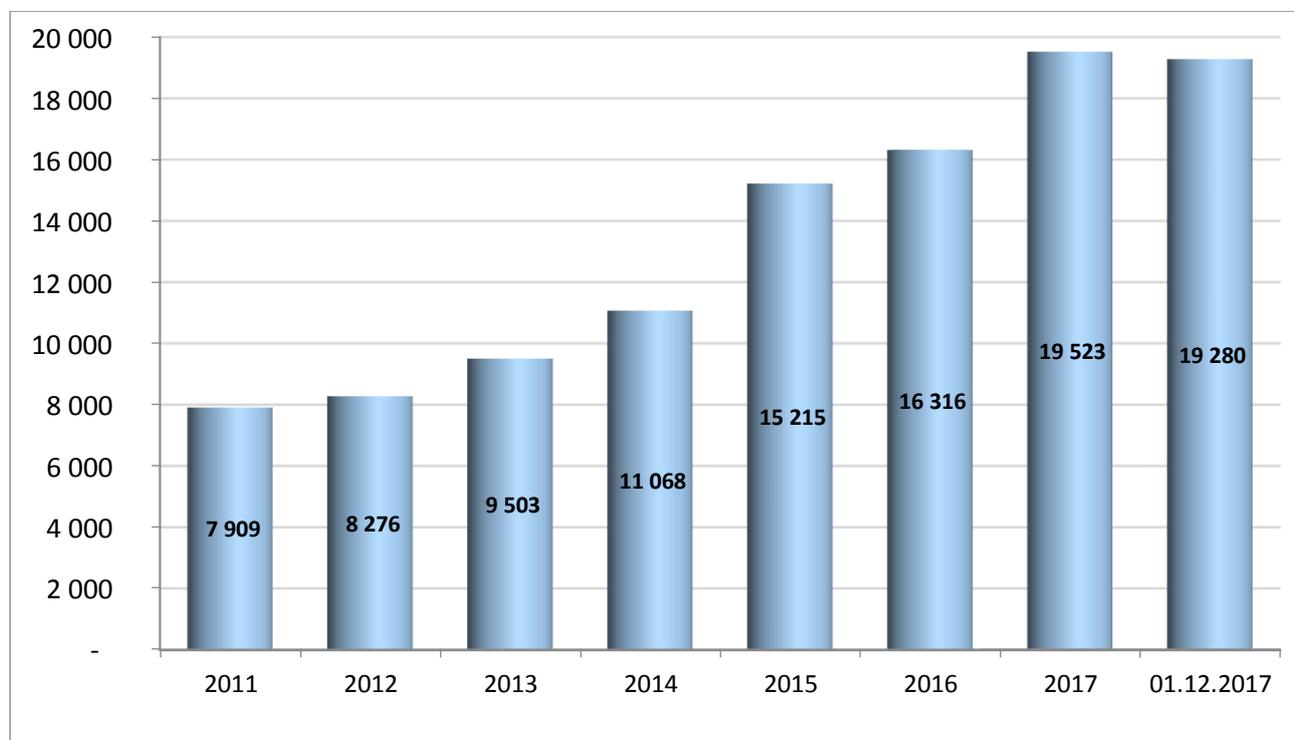
Развитие экономической сферы любой страны невозможно без эффективной платежной системы с действенными платежными механизмами. Платежные системы, являясь основой устойчивости финансовой системы государства, снижают операционные издержки в экономике, увеличивают эффективность использования финансовых и иных видов ресурсов, повышают ликвидность финансового рынка и способствуют проведению денежно-кредитной политики.

Как показывает международный опыт развития платежных систем в разных странах, развитие платежных систем связано в первую очередь, с расширением перечня платежных инструментов и услуг, повышением их рентабельности путем уменьшения операционных затрат. Уменьшению стоимости банковских услуг, связанных с осуществлением платежей, способствует широкое использование онлайн платежей через банковские карты.

В настоящее время банками Республики Узбекистан выпущено порядка 19,3 млн. банковских карт. За десять месяцев 2017 года по ним осуществлено операций на 36,9 трлн сум.

### **Количество банковских карт в обращении**

*(по состоянию на 1 января, в тыс. шт.)*

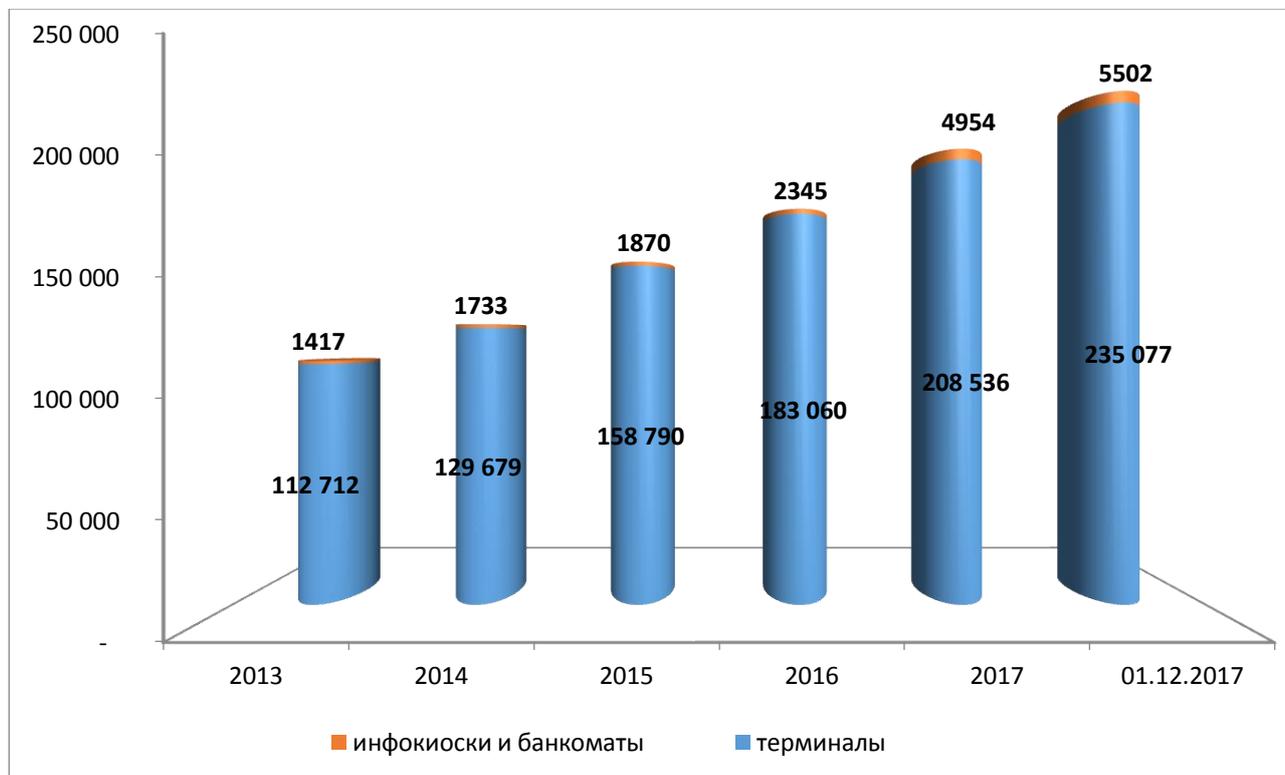


Примечание: общее количество банковских карт в 2017 г. сократилось в связи с завершением проекта по карточкам ДУЭТ

Большинство операций по банковских картам осуществляются через ПOC-терминалы, банкоматы и терминалы самообслуживания. Терминальная инфраструктура состоит из более 235 тыс. терминалов и 5,5 тыс. инфокиосков.

### Количество установленных терминалов и инфокиосков (банкоматов)

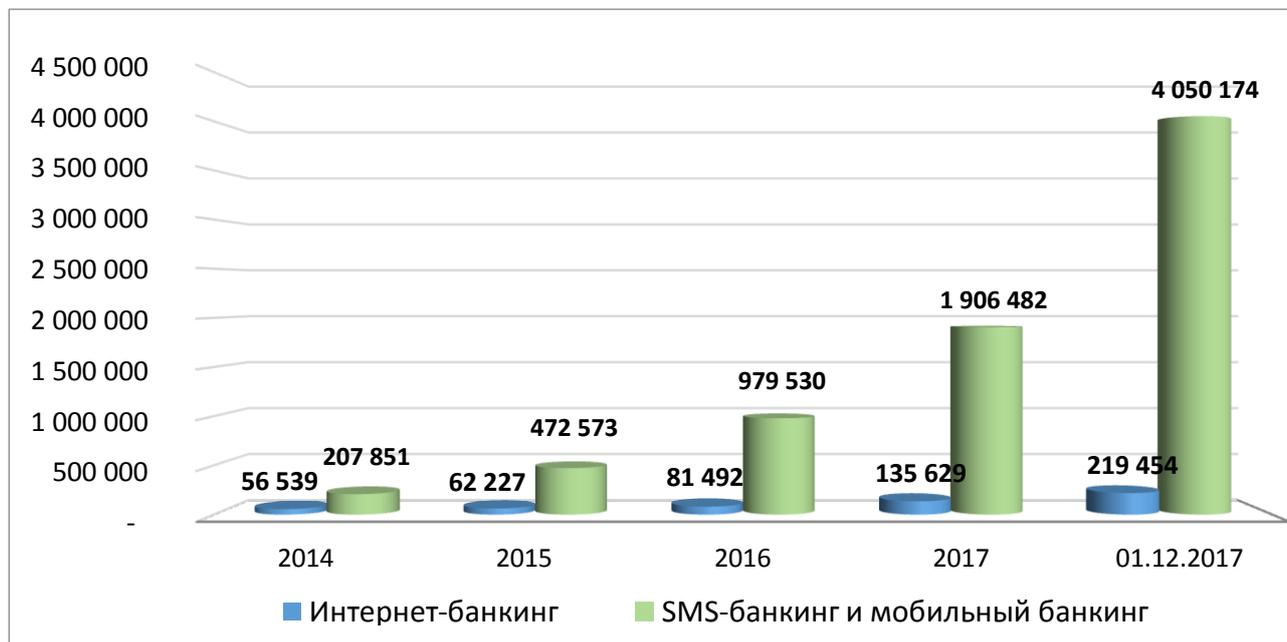
*по состоянию на 1 января*



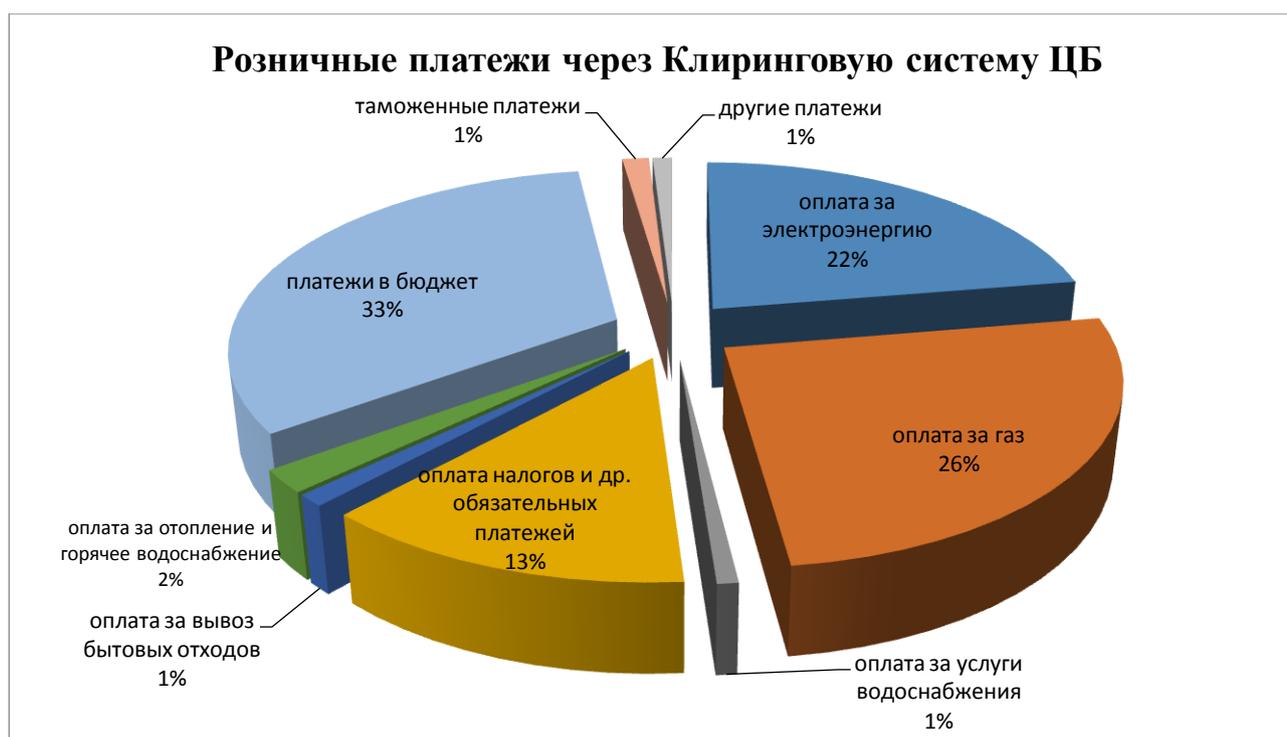
С активным развитием современных платежных технологий и дистанционных сервисов динамично продолжают расти дистанционные безналичные платежи. Так, в последнее время у населения получили популярность системы оплаты через мобильные приложения. В настоящее время более 3,7 млн держателей банковских карт используют системы мобильных приложений. Системы мобильных приложений разрабатываются и эксплуатируются коммерческими банками в сотрудничестве с небанковскими организациями. Наиболее известными и распространёнными системами являются приложения CLICK, Raume, M-bank, а также мобильные приложения коммерческих банков Миллий, Хамкормобайл, Агробанкмобайл, Асакамобайл.

Взаиморасчеты между банками по розничным платежам, в том числе расчеты по банковским картам осуществляются Клиринговой системой Центрального банка. Кроме этого, Клиринговая система ЦБ, наряду с розничными платежными системами, также обеспечивает взаимодействие с биллинговыми системами поставщиков услуг и информационной системой Казначейства Министерства финансов.

**Количество пользователей дистанционным  
банковским обслуживанием по видам систем  
(по состоянию на 1 января)**



Наиболее востребованными услугами среди мобильных приложений являются оплата услуг мобильных операторов сотовой связи и интернет провайдеров (для частных розничных платежных систем), оплата коммунальных услуг, налогов и других обязательных платежей – через Клиринговую систему ЦБ. Общий объем платежей поставщикам услуг через Клиринговую систему ЦБ за отчетный период 2017 года достиг 4 трлн сум, а количество платежей превысило 31 млн транзакций.



Для дальнейшего развития онлайн-банкинга в стране и полного охвата держателей банковских карт всеми коммерческими банками разработаны план-графики по внедрению мобильного банкинга для физических лиц. В то же время, для расширения услуг мобильных приложений с возможностью дистанционного управления банковскими счетами, на базе Клиринговой системы Центрального банка началось тестирование механизмов осуществления платежей с карты на карту, выдачи и погашения кредитов, оформления онлайн-вкладов, онлайн-оплат в пользу субъектов торговли и поставщиков услуг.

С внедрением данного механизма рассматривается запуск единой платформы, позволяющий клиентам банков совершать операции по своим банковским счетам в разных банках в режиме 24x7 без перерыва на выходные и праздники. На сегодняшний день через Клиринговую систему Центрального банка имеют возможность осуществления р2р-платежей клиенты Национального банка ВЭД, Ипотекабанка, Узпромстройбанка, Ипак йули банка, Хамкорбанка, Кишлок курилиш банка, Туронбанка, Туркистонбанка и этот список постоянно расширяется.

Также предполагается в рамках расширения инфраструктуры приема безналичных платежей в 2018 году реализация механизмов использования бесконтактных способов принятия оплат с применением мобильных приложений с использованием QRcode и NFC. Особенно актуально применение данных технологии при организации торговли на рынках, ярмарках вне торговых помещений, в транспорте и др.

Важно отметить, что расширение функциональных возможностей мобильных приложений порождает необходимость развития удаленной идентификации пользователей мобильных приложений для удаленного управления банковскими счетами. Запуск этого механизма позволит упростить банковское обслуживание и обеспечит сохранение необходимого уровня контроля над операциями. Используя систему единого механизма удаленной идентификации, клиенту не потребуется, обращаясь за различными финансовыми услугами, повторно предоставлять данные в финансовые учреждения.

В свою очередь, удаленная идентификация позволит банкам снизить стоимость привлечения новых клиентов и будет способствовать повышению конкуренции на финансовом рынке. В соответствии с этим в 2018 году предполагается модернизация Национальной информационной базы банковских депозиторов (НИББД) путем регистрации физических лиц и присвоения им уникальных кодов. Присвоение уникальных кодов физическим лицам является актуальным и в системе «Электронного правительства», поэтому Министерством по развитию информационных технологий и коммуникаций предусматривается внесение в качестве идентификатора физического лица персональный идентификационный номер физического лица (ПИН ФЛ).

Широкое развитие эффективных банковских услуг с использованием мобильного интернет-банкинга не представляется возможным без организации соответствующей маркетинговой стратегии по продвижению новых услуг банка. В зарубежной практике банки, использующие интерактивные возможности Интернета, проводят активные рекламные кампании в социальных сетях. И у нас в стране коммерческие банки начали использовать социальные сети в качестве основного инструмента маркетингового продвижения банковской продукции и услуг. Созданные Хамкорбанком, Капиталбанком, Универсалбанком и Агробанком аккаунты в соцсетях становятся эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций и способствуют сбору необходимой информации о клиентах, сокращению расходов при установлении контакта с новыми пользователями банковских продуктов и услуг, повышают качество поддержки клиентов. Например, Агробанк и Хамкорбанк на постоянной основе через социальные сети делают упор на продвижение своих мобильных приложений. Получая обратную связь в виде отзывов от пользователей, данные банки имеют возможность оперативно реагировать на пожелания и замечания по оказываемым услугам. С уверенностью можно сказать, что социальные сети для банковской системы рассматриваются в качестве важного и действенного канала обратной связи.