

## **БАНКІВСЬКІ ПЛАТІЖНІ КАРТКИ У СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ**

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій та методів ведення бізнесу формують нові напрямки в глобальній системі світової економіки. Сьогодні їх називають “ною економікою” та “інтернет-економікою”. Перспективною структурою даного сектора є електронна комерція.

Стан та світові тенденції розвитку мережі Інтернет визначають економічно розвинуті країни [3]. У цих країнах ефективно функціонує ринкова економіка, що забезпечує постійне зростання інформаційних потреб і платоспроможного попиту на інформаційні продукти та послуги; існує потужний середній клас, який є основним споживачем інформаційних послуг. Економіка цих країн має у своєму розпорядженні значні вільні ресурси для підтримки процесів інформатизації і розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури; розроблені й успішно втілюються державні стратегії і програми побудови інформаційного суспільства. Тому не можна ігнорувати або применшувати значення цього відносно нового сектора економіки.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Деякі автори визначають електронну комерцію як “ведення бізнесу в Інтернеті і за допомогою Інтернет”. Інші її розуміють як “комплекс організаційних, технічних і програмних засобів, призначених для створення і розвитку середовища взаємодії суб’єктів комерційної діяльності в мережі Інтернет” [4].

Європейським консорціумом PACE (*Public Administration and Electronic Commerce in Europe*) електронний бізнес визначено як “...більше ніж проста електронна купівля чи продаж товарів, а як бізнес, що залучає використання світових комунікаційних технологій для проведення широкого ряду дій на нижніх та верхніх ланках ланцюга отримання прибутку всередині та за межами організації” [2].

У даній роботі розглядаються основні тенденції розвитку системи електронних платежів у світі та в Україні, проведено огляд основних методів платежів у мережі Інтернет; проаналізовано різні джерела інформації щодо стану електронної комерції.

**Метою** даного дослідження стало обґрунтування місця банківських платіжних карток у системі електронної комерції, особливостей здійснення розрахунків з їх застосуванням. Предмет дослідження – електронні платіжні системи, що дають змогу проводити розрахунки за допомогою платіжних карток.

**Виклад основного матеріалу.** На сьогодні Інтернет використовують у Скандинавських країнах 40 % населення, в США – близько 30 %, у Великобританії – 15 %. Щодо України, за результатами дослідження компанії

“TNS Interactive”, лише 4 % жителів нашої країни мають доступ до мережі, а 1 % інтернет-користувачів є одночасно інтернет-покупцями.

Сучасні сервіси Інтернету дають можливість вирішувати практично всі завдання, що постають перед продавцем і покупцем: пошук товару або покупця, комунікація між продавцем і покупцем, електронні платежі, електронне навчання, електронні аукціони, електронна доставка програм і т.д.

Потрібно виділити ряд переваг, що надають електронні платіжні системи для здійснення покупок товарів та послуг через інтернет-магазини (табл. 1).

Технологія безготівкових розрахунків є одним із основних елементів інфраструктури системи електронної комерції. Можна виділити наступні основні механізми оплати, що використовуються в он-лайнних платіжних системах:

- 1) кредитні картки;
- 2) дебетні схеми;
- 3) оплата рахунків;
- 4) електронні (цифрові) гроші;
- 5) офф-лайнний метод розрахунків.

Більшість діючих систем не можна однозначно віднести до того чи іншого типу, оскільки інколи в рамках однієї системи використовується декілька механізмів, а інколи в основі системи лежить гібридна схема.

*Таблиця 1*

### Переваги здійснення покупок через інтернет-магазини

Категорія суб'єкта	Характерні переваги
Покупець	<ul style="list-style-type: none"> <li>- підтримка з боку лідерів як ринку інформаційних технологій, так і ринку розрахункових систем;</li> <li>- можливість заощадити час при пошуку товару;</li> <li>- більш широкий вибір товарів;</li> <li>- цілодобовий доступ покупців до інформації про товари;</li> <li>- покупка Soft-товарів (деякі з них не можна придбати ніде, крім як в інтернет-магазині);</li> <li>- можливість одержати товар з будь-якої країни світу;</li> <li>- вибір необхідної комплектації – користувач може зібрати прямо на сайті потрібну конфігурацію й довідатися, скільки вона буде коштувати;</li> <li>- можливість розмістити замовлення на товари, які ще тільки готуються до випуску;</li> <li>- можливість порівняти ціни декількох виробників</li> </ul>
Продавець	<ul style="list-style-type: none"> <li>- можливість більш гнучко планувати ресурси (замовлення від покупців надходять заздалегідь);</li> <li>- зниження витрат на оренду й утримання торговельних приміщень;</li> <li>- зниження витрат на прийом, розміщення й виконання замовлень;</li> <li>- зниження витрат на рекламу;</li> <li>- можливість розширити територію торгівлі за рахунок користувачів Інтернету;</li> <li>- ефективне здійснення реклами продукції;</li> <li>- можливість проведення маркетингових досліджень;</li> <li>- автоматизація приймання замовлень</li> </ul>

Серед методів проведення інтернет-платежів саме з використанням кредитних карток проведено: 88 % обсягу транзакцій у США, 81 % – у Великобританії, 61 % – у Франції, 20 % – у Німеччині. Оплата за допомогою кредитних карток з використанням телефону є більш поширеною у США та зовсім не розповсюджена

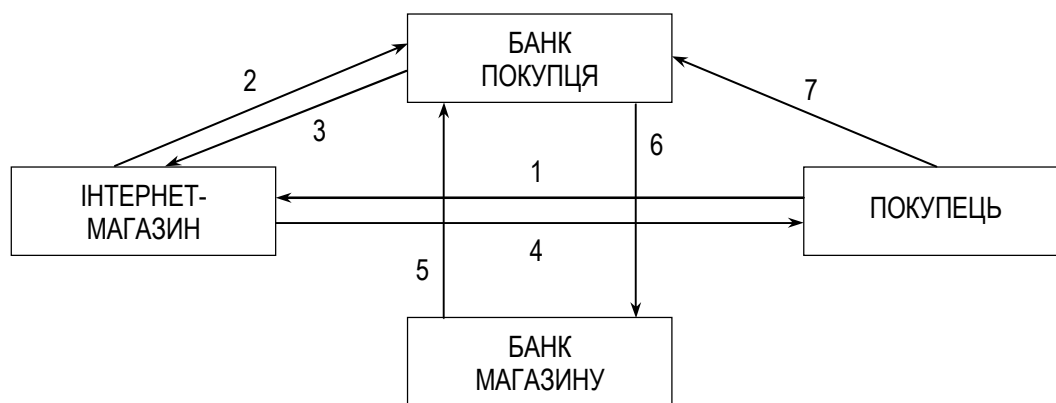
у Франції та Німеччині. Також має місце оплата виставлених рахунків, готівкою та чеками.

Наведені дані по високорозвинутих країнам дають можливість стверджувати, що на сьогоднішній день домінуючим платіжним засобом при он-лайн-покупках є платіжні картки, зокрема *Visa International, MasterCard Incorporated, American Express*.

До електронних платіжних систем, що використовують кредитні картки для розрахунків між учасниками угоди із залученням додаткових заходів безпеки, відносять *CyberCash, CheckFree, Opfern Market, First Virtual*, стандарт SET, запропонований для платежів у мережі Інтернет компаніями *Visa та MasterCard; CyberPlat, Assist* (російські системи). Усі кредитні схеми вимагають підтвердження кредитоспроможності клієнта або дійсності представлених платіжних засобів третьою стороною (банком-емітентом).

Кредитні картки об'єктивно були першим платіжним інструментом, який отримав досить широке розповсюдження в Інтернеті, адже картки з самого початку були добре пристосованими до віддаленої оплати (телефон або спеціальна мережа) і номер картки легко було передати продавцю.

На рис. 1 наведено схему проведення оплати товару через інтернет-магазин за допомогою платіжної картки.



**Рис. 1. Схема проведення оплати товару через інтернет-магазин за допомогою платіжної картки**

Механізм здійснення покупки в мережі Інтернет за допомогою картки полягає в наступному. Покупець заходить на сайт магазину, вибирає товар (формує корзину), заповнює платіжну форму, в якій вказує своє ім'я (власника карти), тип картки (*Visa, Master Card*), термін її дії та номер (1). Після цього інтернет-магазин звертається в банк покупця для підтвердження його кредитоспроможності (2). Одержавши підтвердження (3), магазин блокує певну суму й відправляє товар споживачеві (4). Пізніше банк магазину надіслав електронний запит в банк покупця (5) і отримає від нього платіж (6). А банк покупця відповідно спише гроші з карткового рахунку (7).

Кредитні схеми розрахунків більш поширені у Північній Америці, де кредитні традиції особливо міцні. У Європі більше віддають перевагу дебетним схемам. Механізм використання дебетних карток схожий на механізм кредитних, однак замість кредитної історії клієнту відкривається картковий рахунок, з якого списуються відповідні суми. До таких систем належать: *Mondex, VisaCash;*

*CyberPlat, Instant, Russing shopping Club* (російські системи); *Portmone, Interplat* (українські системи).

В даний час ряд провідних американських компаній – емітентів кредитних карток – проводять роботи по створенню нової системи електронної оплати рахунків. Дана модель пропонує клієнтам перегляд своїх рахунків на веб-сайтах їх представників (сервісні компанії) з подальшою оплатою цих рахунків за допомогою кредитних карток. Даний метод є ще одним додатковим способом використання платіжних карток у всесвітній мережі Інтернет. Хоча поки-що дана модель застосовується ще не дуже широко, на думку аналітиків, її активне запровадження може дати окремі переваги усім учасникам процесу електронного виставлення та оплати рахунків – споживачам, банкам та самим сервісним компаніям, які виставляють ці рахунки. Спеціалісти зазначають, що така система має непогані шанси закріпитися на ринку та помітно активізувати електронні платіжні операції.

Системи цифрових грошей є продуктом, специфічним поки-що лише для мережі Інтернет. Оплата за допомогою даної системи здійснюється шляхом реєстрації клієнта в тій чи іншій системі з відкриттям рахунку на його ім'я. До них належать: *DigiCash, NetCash, NetBill, GeldKarte, MicroMoney, eCash, CyberCoins, PayCash, WebMoney*.

Розглянемо ситуацію, що склалася в Україні. Слід зазначити, що основною проблемою платіжних систем є надзвичайно мала частка безготівкових розрахунків. Відповідно, це стосується застосування банківських платіжних карток у здійсненні споживчих платежів через торгово-сервісні підприємства, зокрема і при їх використанні при оплаті покупок в інтернет-магазинах. На сьогодні в Україні домінуючим способом оплати за товари та послуги, придбані через мережу Інтернет, є оффлайновий метод.

Першою в Україні системою оплати комунальних та інших послуг в Інтернет за допомогою платіжної картки стала система “Портмоне”. Користувачі системи мають можливість отримувати в електронному вигляді регулярно виставлені на них рахунки за комунальні послуги, електроенергію, міські, міжміські та міжнародні послуги зв'язку. Користувачі платіжних карток *Visa* та *MasterCard* мають можливість оплачувати виставлені на них рахунки безпосередньо на сайті системи.

В останній час з'явилися спеціальні інтернет-картки, призначені для розрахунків у мережі Інтернет. Перші віртуальні картки в Україні були випущені ще в 2000-2001 роках. Одними з перших по випуску даної послуги були банк “Надра” й Укрінбанк. Останній почав емісію платіжних карток *VISA Virtual*, призначених винятково для розрахунків в Інтернеті та зняття грошей у пунктах видачі готівки. АКБ “Надра” почав реалізацію віртуальної картки *Visa Virtuon*. Обидва продукти були розроблені на базі міжнародної платіжної системи *Visa International*.

Трохи пізніше один з лідерів вітчизняного “пластикового” бізнесу Приватбанк приступив до реалізації проекту, у рамках якого клієнти банку могли отримати через мережу відділень, банкоматів, POS-терміналів, а також систему “Приват-24” і сервісний центр банку предоплачені картки *Prepaid Internet Visa Electron* (PIVE). Унікальність цього проекту полягала в тому, що для придбання картки не треба відкривати рахунок і надавати які-небудь документи. Картка існує віртуально – в електронному вигляді (клієнт одержує лише чек із

зазначенням її реквізитів) і може бути використана одразу після придбання. Її власники також одержали можливість безкоштовно користуватися системою електронного банкінгу “Приват-24” для контролю витрат по картці й поповнення рахунку. У цей час придбати можна як предоплачені картки *PIVE Domestic* для оплати товарів і послуг в Україні, так і картки *PIVE International* для міжнародних розрахунків. При цьому користувач у крайньому випадку ризикує втратити лише ту суму, що він заплатив за послугу.

Одночасно Приватбанк випускає картку *Visa-Internet*. Її придбання обійдеться ненабагато дорожче, ніж придбання *PIVE*: необхідно внести 7 дол. за випуск й 20 дол. – на страховий депозит. Плюс та сума, що ви розраховуєте витратити.

*MasterCard* запропонувала віртуальний “пластик” для жителів України трохи пізніше, ніж *Visa*. Однак їй вдалося захопити досить значну частку цього потенційно великого ринку. Відповідно до повідомлень ЗМІ на базі *MasterCard Europe* свої віртуальні продукти розробили такі банки, як “Кредитбанк Україна” (*Virtual Kredyt Bank (Ukraine)*), “Ікар-банк” (*IKAR-BANK i Card*), “Аваль” (“Гроші он лайн”).

За повідомленнями у пресі банк “Аваль” здійснює обслуговування платежів кількох інтернет-магазинів (“Бамбук”, “Дукат” та ін.), які приймають до оплати картки даного банку. При цьому клієнт повинен звернутися у центральне відділення банку та отримати спеціальну програму для аутентифікації та криптографічного захисту платіжної транзакції в мережі Інтернет.

Своїм шляхом у віртуальний світ розрахунків іде Національна система масових електронних платежів. Платежі в Інтернеті за допомогою карток даної системи реалізуються платіжною системою “Інтерплат”.

Здається, кількість інтернет-магазинів в Україні росте, збільшується кількість власників пластикових карток, з’являються нові види оплати товарів та послуг. Однак і сьогодні мало хто з наших співвітчизників розглядає Інтернет як середовище для розрахунків. Для цього існує ряд причин:

- 1) проблема забезпечення необхідного рівня безпеки платіжних транзакцій, необхідність підвищеного рівня захисту внаслідок передачі інформації з платіжних карток покупців через мережу;
- 2) проблема надання страхових гарантій від збитків, які можуть виникнути внаслідок шахрайських дій;
- 3) лише небагато людей вважають Інтернет діловим середовищем;
- 4) низька популярність Інтернету;
- 5) великий бізнес поки що не розглядає електронну комерцію як перспективний напрямок розвитку;
- 6) відсутність поширеної практики торгівлі за каталогами;
- 7) низька платоспроможність населення;
- 8) інтернет-продавцям не вистачає служб доставки товарів і вони не бажають вкладати кошти в їх створення;
- 9) розробкою інтернет-магазину займаються не професіонали електронної комерції, що є важливою проблемою нерозвиненості ринку пропозицій;
- 10) психологічний бар’єр, викликаний недовірою до нових форм торгівлі;
- 11) фактор української ментальності, коли покупець звик товар “помацати” руками, а не лише прочитати його характеристики на екрані монітору;

- 12) майже повна відсутність законодавчої бази для здійснення електронної торгівлі (у випадку придбання товару через Інтернет покупець не отримує ніяких фінансових документів);
- 13) недостатній розвиток інфраструктури телекомунікації та послуг провайдерів;
- 14) недостатня інвестиційна активність на ринку нових технологій;
- 15) значна різниця у рівнях інформатизації великих міст та регіонів країни;
- 16) недосконалість банківської системи, адже випущена ще дуже невелика кількість карток, придатних до використання в мережі Інтернет;
- 17) у нашій державі ще не сформувалася масова культура споживання банківських послуг, насамперед традиційних.

**Висновки.** Таким чином, в останній час все більше поширення має проведення різних платіжних операцій з використанням мережі Інтернет. Однак саме платіжні картки (в глобальному масштабі) зберігають домінуюче положення серед методів здійснення таких платежів. Але в секторі електронних платежів поки-ще немає стійких єдиних стандартів, а всі існуючі системи лише проходять перевірку та постійне налагодження. Тобто практично будь-який новий проект має деякі шанси на кінцевий успіх.

Не підлягає сумніву, що електронна комерція сприятиме створенню торговельно-економічних зв'язків усіх країн світу. Однак Україна відстає від розвинених країн у формуванні нового економічного порядку, що утворився на основі нових інформаційних технологій бізнесу, розвитку глобальних телекомунікаційних мереж, створенні нового сектора торговельно-економічного співробітництва в галузі електронної комерції. Це викликає необхідність якнайшвидшого врегулювання даної сфери, а на це слід звернути увагу українським органам законодавчої та виконавчої влади. Встановлення прозорих, законодавчо закріплених правил необхідне всім учасникам ринку: підприємцям для державного захисту від недобросовісної конкуренції та шахрайства, споживачам для захисту їх прав та інтересів, і, звичайно, державі як носієві суспільних інтересів. Тому потрібно відмітити, що дані проблемні питання потребують подальших досліджень, від яких залежить у перспективі розвиток електронного бізнесу в Україні.

### *Список літератури*

1. Вересюк А. Банкиры испытывают новый способ электронных платежей // Банковская практика за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 56-59.
2. Жучкова И., Коноплева А. Электронная подпись в Украине: первые шаги // Економіка. Фінанси. Право. – 2004. – № 1. – С. 17-20.
3. Коваленко О. Мережева економіка: нові правила. Тенденції розвитку Е-бізнесу в Європі взагалі й в Україні зокрема // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2002. – № 8-2. – С. 175-178.
4. Макарова М.В. Електронна комерція: Посібник. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 272 с.