

УДК 336.717

*Андреасян Г.М., магистрант,
2 курс, Институт математики, физики и информационных технологий,
Тольяттинский государственный университет,*

Тольятти (Россия)

*Тихонов Н.Е. студент,
2 курс, Институт финансов, экономики и управления,
Тольяттинский Государственный Университет*

Тольятти (Россия)

*Andreasyan G.M., Master student,
2nd year, Institute of Mathematics, Physics and Information Technologies,
Togliatti State University,*

Togliatti (Russia)

*Tikhonov N.E. student,
2 course, Institute of Finance, Economics and Management,
Togliatti State University*

Togliatti (Russia)

ПЛАТЁЖНЫЕ СИСТЕМЫ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ. БЕЗОПАСНОСТЬ ДАННЫХ.

Аннотация: в статье рассмотрены основные аспекты платёжных систем через интернет для бизнеса и для покупателей. Безопасность данных, которые пользователи оставляют в интернете при онлайн покупках

Ключевые слова: платёжная система, безопасность данных, кредитные карты, цифровая валюта

Payment systems via the Internet. Data security.

Annotation: the article discusses the main aspects of the payment system via the Internet for business and for buyers. Security of data that users leave on the Internet when shopping online

Keywords: payment system, data security, credit cards, digital currency

Системы интернет-платежей относятся к различным методам, с помощью которых частные лица и компании, ведущие бизнес онлайн, собирают деньги со своих клиентов в обмен на товары и услуги, которые они предоставляют. Для онлайн-покупок существует множество различных форм оплаты, и все больше их постоянно разрабатывается. В конце концов, в наилучших интересах как потребителей, так и продавцов сделать электронную торговлю как можно более безопасной и простой

Клиенты, которые физически посещают торговые заведения, могут выбирать из множества способов оплаты, включая наличные, чеки, кредитные и дебетовые карты. Клиенты, которые совершают покупки в Интернете, начинают ожидать, что онлайн-торговцы будут предлагать такое же разнообразие и удобство в условиях оплаты. Кредитные карты остаются наиболее распространенной формой оплаты онлайн-покупок, хотя возможности расширились и включают цифровые наличные, смарт-карты, электронные чеки и другие технологии.

Возможно, самая большая проблема, затрагивающая системы онлайн—платежей—как с точки зрения продавцов, так и с точки зрения покупателей, - это обеспечение безопасности финансовой информации, передаваемой через Интернет. Опрос, проведенный Visa, показал, что 91 процент потребителей были обеспокоены конфиденциальностью и безопасностью в Интернете

ВАРИАНТЫ ОНЛАЙН-ПЛАТЕЖЕЙ

КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ

Кредитные карты оставались наиболее распространенным средством онлайн - платежей. Они также были одними из самых простых способов оплаты как для потребителей, так и для продавцов. С точки зрения потребителя, для заказа товаров через Интернет требовалось только ввести номер кредитной карты и дату истечения срока действия в соответствующие поля на веб-сайте продавца. Многие потребители чувствовали большую уверенность в онлайн-транзакциях, когда они использовали кредитную

карту, зная, что третья сторона (кредитная карта компания или банк-эмитент) были вовлечены и могли бы помочь защитить их от мошенничества.

ЦИФРОВЫЕ НАЛИЧНЫЕ

Цифровые наличные-это форма электронной валюты, которая функционирует аналогично дебетовой карте. Клиенты могут переводить деньги со сберегательных и расчетных счетов на онлайн-кассовый счет, с которого они снимают средства для совершения покупок через Интернет. Эта форма оплаты особенно хорошо подходит для покупок небольших, недорогих товаров. Кроме того, он предлагает потребителям анонимность при совершении покупок, аналогичную использованию реальных наличных денег. Основная технология, используемая в операциях с цифровыми денежными средствами, заключается в шифровании с открытым ключом. Цифровые подписи используются для аутентификации банка, выпустившего банкноту, и отдельного пользователя компьютера, который тратит деньги.

Защищенные третьи стороны и онлайн-банки

Банки традиционно неохотно ведут бизнес в Интернете из-за предполагаемых рисков безопасности. Но банки начали предлагать все большее количество услуг онлайн в ответ на запросы клиентов. Защищенными третьими сторонами могут быть банки или другие учреждения, которые выступают в качестве посредников в финансовых операциях между продавцами и клиентами. Для малого бизнеса проведение транзакций через защищенную третью сторону устраняет необходимость и затраты на создание защищенного веб-сайта. Безопасный третьи стороны также обеспечивают потребителям дополнительную защиту от мошенничества, поскольку торговцы никогда не обрабатывают номера своих кредитных карт. "

Усилия по обеспечению безопасности

Безопасность остается главной проблемой в системах онлайн-платежей, особенно при использовании кредитных карт для покупок, совершаемых через Интернет. Хотя в сообщениях СМИ, как правило,

основное внимание уделяется влиянию нарушений безопасности на потребителей, мошенничество с кредитными картами также влияет на продавцов. Например, когда хакеры проникают в компьютеры компании, крадут тысячи номеров кредитных карт клиентов и используют их для оплаты мошеннических покупок, репутации интернет-магазина наносится серьезный ущерб. Кроме того, компании иногда остаются без права регресса, когда они принимают заказ по кредитной карте и отправляют товар, только для того, чтобы клиент заявил, что он его никогда не заказывал и не получал.

Но многие аналитики электронной коммерции утверждают, что передача номеров кредитных карт онлайн не должна быть менее безопасной, чем передача карты продавцу в розничном магазине.

Для малых предприятий, которые управляют своими веб-сайтами на сервере, принадлежащем интернет-провайдеру (ISP) или другому хостингу, по-прежнему можно принимать платежи по кредитным картам онлайн. Многие хосты будут собирать финансовые данные клиентов и передавать их своим клиентам в зашифрованном виде.

Список используемой литературы:

1. Чеканов В.С., Егорова М.Ю. ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЁЖНЫЕ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ // Научное обозрение. Экономические науки. – 2020. – № 2. – С. 27-32;
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга. Учебник. - М.: Финпресс. Изд. 2, 2003. 215 с
3. Горемыкин В.А., Нестерова Н.В. Стратегия развития предприятия: Учебное пособие. - 2-е изд., испр. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дошков и К», 2004. - 594 с.