

# BANKING SERVICES БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ № $\frac{9}{2004}$

Выходит с 1995 года

Ежемесячный специализированный журнал

В НОМЕРЕ:



Главный редактор  
В.Н. Володина

#### Члены

редакционного совета:

д.э.н., академик РАЕН

В.Н. Шенаев,

д.э.н., проф. И.П. Хоминич,

д.э.н., проф. Я.М. Миркин,

к.э.н., проф. Р.Г. Ольхова,

к.э.н., доц. Н.М. Легонькова,

к.э.н. Н.В. Смородинская,

к.э.н. Н.А. Шлешина

С 2000 г. журнал  
включен в список  
обязательной научной

литературы

для ВУЗов

по специальности

060400

“Финансы и кредит”

Верстка

И.В. Самохваловой

## СПЕЦИАЛЬНЫЙ ВЫПУСК

### БАНКОВСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: УСЛУГИ

**МУРАВЬЕВА А.В. БАНКОВСКИЕ ИННОВАЦИИ: ФАКТОРНЫЙ И СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ..... 2**

**Основные направления инновационного развития в зарубежной банковской сфере ..... 3**

Инновационный тип развития банка ..... 3

Дистанционное банковское обслуживание ..... 5

Call-центры ..... 7

Интернет-банкинг за рубежом ..... 10

Виртуальное киберпространство ..... 10

Страновые особенности и качественные характеристики

интернет-банкинга ..... 12

Распространение интернет-банкинга (география) ..... 13

Классификация системы интернет-банкинга ..... 16

Платежные системы в интернете ..... 17

Аналитическая модель технологических инноваций зарубежного

банковского сектора ..... 18

**Перспективы инновационного развития международной банковской сферы и российские реалии ..... 19**

Инновации в российских банках ..... 19

Технологические решения российских банков ..... 21

Отечественный homebank ..... 24

**Последствия применения интернет-технологий в банковской сфере: мнения и оценки ..... 29**

Особенности новой банковской среды ..... 29

Преимущества интернет-банкинга ..... 30

Проблемные стороны дистанционного банка

и интернет-банкинга ..... 31

Совершенствование технических возможностей

интернет-банкинга ..... 34

Аналитика привлекательности интернет-банкинга для клиента 36

Тел./факс

(095) 456-06-08

e-mail: [vikiniki@aha.ru](mailto:vikiniki@aha.ru)

Адрес: 125499, Москва,

Кронштадтский бул.,

д. 37 «б», офис 107

(здание Финансовой

академии).

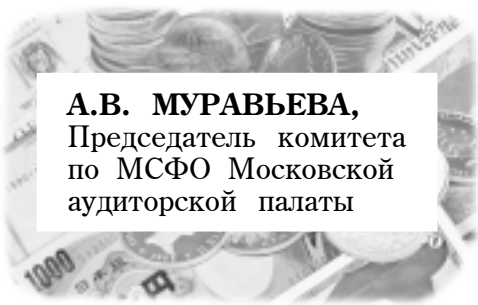
© Журнал "БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ".

Учредитель: ООО "Фининформсервис НИКА". Свидетельство ПИ 77-1026.

Издается с января 1995 г. Объем 8,0 печ. л. Тираж 1000 экз.

Подписной индекс по каталогу "Роспечать" 39369.

За содержание материалов и рекламы редакция ответственности не несет. Ссылка на журнал обязательна. Перепечатка материалов только с письменного разрешения редакции.



**А.В. МУРАВЬЕВА,**  
Председатель комитета  
по МСФО Московской  
аудиторской палаты

# БАНКОВСКИЕ ИННОВАЦИИ: ФАКТОРНЫЙ И СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ



*Зададимся вопросом: почему столь консервативные, склонные к рутинам организации как банки, в настоящее время активно занялись инновациями? Ответ, видимо, следует искать в особенностях развития современной мировой экономики на основе информационных технологий, которые составляют ядро инновационных изменений.<sup>1</sup>*

*В настоящее время международная финансовая система во все большей степени становится глобальным информационно-финансовым комплексом. Поэтому функционирование банков как никогда во многом зависит от изменений, происходящих во внешней среде. Как отмечает Х.Перонкевич: "Эти изменения происходят на нескольких уровнях: глобальном, региональном и национальном".<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> The Economist. A Survey on Online Finance. L., May 20th 2000 // Цит. по «Эксперт» №40, 23.10.2000. С. 71.

<sup>2</sup> Подробнее см. Перонкевич Х. Банки XXI века // "Банковское дело", 10/99.

## Основные направления инновационного развития в зарубежной банковской сфере



нешние факторы, определяющие направления преобразования в банках, можно объединить в три группы:

Во-первых, глобализация финансовых рынков, предопределяющая переход к более однородному рынку финансовых услуг.

Во-вторых, либерализация и дерегуляция национальных финансовых рынков, способствующие

♦ появлению новых конкурентов, не являющихся банками (поставщики новых банковских технологий, телекоммуникационные фирмы; супермаркеты и др.).

♦ В-третьих, переход к мировым интегрированным технологическим системам (Интернет), дающий возможность сформировать единую глобальную сеть.

♦ Главное отличие современной технологической революции состоит в том, что она затрагивает все средства коммуникации (телевидение, радио, факсимильную, телефонную связь и т.п.), объединяя их в единую информационную систему. Например, в Интернет можно выйти через кабельную телефонную сеть, через радиотелефон, мобильную связь, задействовав спутники связи. При помощи Интернета можно послать факс или осуществить телефонный разговор. Это приводит к невиданному удешевлению услуг связи. Так, в 30-е годы стоимость трехминутного телефонного звонка из Нью-Йорка в Лондон была более 300 долларов США, сегодня же - 20 центов.

♦ Таким образом на первое место по значимости можно поставить **тенденцию к созданию интегрального глобального информационного комплекса**, в котором все средства информации и коммуникации являются интегральными сегментами. Банковская сфера не остается в стороне от данных глобальных перемен в мировой экономике. Более того, банки вынуждены приспосабливаться к нуждам клиентов, особенностям их бизнеса и образа жизни, которые стре-

нительно меняются под влиянием все тех же информационных технологий.

### **Инновационный тип развития банка**

Для работы в банковской сфере требуются мощные и быстродействующие компьютеры. Именно сейчас происходит возрастание мощности и скорости работы компьютеров и коммуникационных сетей при снижении стоимости компьютеров.<sup>1</sup> За последние сорок лет глобальные вычислительные мощности увеличились в миллиард раз. К 2010 г. процессинговая мощность обычного компьютера будет в миллион раз больше, чем мощность компьютера 1975 г., а стоить он будет дешевле.<sup>2</sup> Огромные мощности компьютеров в совокупности с их быстродействием и скоростью работы сетей создают предпосылки для преобразования банковской сферы, потому что гигантские объемы информации и большие расстояния больше не являются препятствием для ее анализа, систематизации и мгновенной передачи.

Для эффективной работы финансово-информационных сетей необходимо также наличие определенного критического количества самих компьютеров и телефонов. Специалисты в области компьютерных технологий считают, что оно уже достигнуто.

В настоящее время в мире по одному компьютеру приходится на 10-13 человек (в зависимости от страны). Общее число персональных компьютеров - более 1,5 млрд.<sup>3</sup> Общее число действующих обычных телефонов в мире выросло с 7 млн. в 1910 г., 51 млн. в 1950 г. до 1 млрд. в 1999 г. В конце 90-х гг. XX века в мире насчитывалось примерно 500 млн. мобильных телефонов. За последние два десятилетия общее число телефонов на планете ежегодно увеличивалось на 9 – 10%. Но еще быстрее возростала скорость передачи информации. Например, в США только по обычным телефонным линиям она за 80 – 90-е годы увеличилась примерно в 22 раза (16 – 18% в год).<sup>4</sup>

**Таким образом, можно констатировать, что в целом экономика развитых стран в настоящее время перешла к инновационному типу развития, поэтому внешняя среда побуждает банки к переменам и создает для них технологическую основу.**

Под влиянием этих всеобъемлющих внешних факторов в зарубежной банковской практике происходят следующие инновационные изменения.

- Изменение структуры и облика банка в целом:
  - а) «многоканальная деятельность» при сочетании новых и традиционных технологий и инструментов,
  - б) самообслуживание,

- в) дистанционное обслуживание,
- г) использование Интернета,
- е) телефонные центры,
- д) высококвалифицированные индивидуальные консультации.

- Виртуальные банковские и финансовые технологии: управление банковским счетом, наличные расчеты, электронная подпись, заключение договоров, финансовые организации (биржи, банки).

- Комплексное использование новых информационных и коммуникационных технологий для электронного и смешанного (традиционного и нового) маркетинга.

- Сбор, хранение и аналитическая обработка внутренней информации. Новые возможности внутреннего контроля и аудита.

- Изменения в квалификации работников: продукт-менеджер, консультант, специалист по транзакциям и консультациям.

- Новые банковские продукты (услуги) на базе новых технологий.

- Новые автоматы самообслуживания (моно- и многофункциональные, информационные).<sup>5</sup>

Обращает на себя внимание использование зон самообслуживания, что позволяет резко снизить нагрузку на специалистов операционно-кассового зала банка и соответственно со-

<sup>1</sup> В 1965 г. Г. Мур (один из учредителей компании Intel) предсказал, что процессинговая мощность кремниевого чипа будет удваиваться каждые 18 месяцев. Этот постулат назвали «законом» Мура. С 1975 г. это число удваивается каждые два года. См. *Эксперт* №40, 23.10.2000. С. 72; *Компьютеры ПЛ* №8, 2002. С. 16.

<sup>2</sup> Там же. С. 71.

<sup>3</sup> *Тоффлер О. и Тоффлер Х.* Новая экономика. Все еще впереди. // *The Wall Street Journal*. 29.03.2001. // <http://www/vedomosty.ru>.

<sup>4</sup> См.: *Мельянец В.* Информационная революция — феномен «новой экономики» // МЭиМО. — 2001. — №32. С. 6–7.

<sup>5</sup> Более подробно см. Использование новейшей технологии для обслуживания банковских клиентов: обзор статей французских специалистов Ж. Муте и Ж. Гаспермана. /Автор обзора - *Зубченко Л.А.* // *Вестник АРБ: Приложение "Банковское дело: зарубежный опыт: Аналитические и реферативные материалы"*. М., 1998г., № 4., с. 55-56.; *Истенберг-Шик Г.* Многоканальная банковская деятельность - путь к клиенту. // *Бизнес и банки*, М., 1999г., № 43., с. 6-7.; *Воеводская Н.Д.* Новые банковские технологии. // *Банковские услуги*, М., 1999г., № 11-12., с. 15-18.; *Володина В.Н.* Об элементах стратегии разработки новых банковских продуктов (Введение в проблему). // *Банковские услуги*, М., 1998г., № 10., с. 18-19.

кратить количество операционистов и кассиров, выполняющих рутинные операции, и увеличить число менеджеров, занимающихся учетно-ссудными, консалтинговыми и другими видами услуг. Большую роль при этом играют банкоматы.<sup>1</sup>

Создаются и полностью ав-

томатизированные филиалы банка, которые представляют собой помещение, оснащенное специальным банковским оборудованием. Автоматизированный банк (в зависимости от количества оборудования) может размещаться на площади 10-50 м<sup>2</sup> в жилых зданиях, зданиях ма-

газинов, промышленных объектов, станций метро, вокзалов, аэропортов и т.д., может быть как встроенным, так и отдельно стоящим. Он оказывает услуги в автоматическом режиме 24 часа в сутки.

Эти услуги могут быть следующими:

<b>Самостоятельная работа клиента со своими счетами</b> (текущим, сберегательным, карточным и т.д.)
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ открытие дополнительных счетов;</li><li>❖ оплата коммунальных услуг, телефонных переговоров и т.д.;</li><li>❖ перевод денежных средств со счета на счет;</li><li>❖ осуществление безналичных денежных переводов;</li><li>❖ получение дорожных и иных банковских чеков;</li><li>❖ получение выписок за необходимый период времени;</li><li>❖ считывание и оплата полученных по почте счетов и т.д.</li></ul>
<b>Выполнение операций и услуг банком</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Обслуживанию карт различных платежных систем.</li><li>❖ Операции по приему денежной наличности с зачислением денежных средств на рублевый или валютный счета клиента в реальном масштабе времени.</li><li>❖ Операции по выдаче денежной наличности со снятием денежных средств со счета клиента.</li><li>❖ Обмен валюты.</li><li>❖ Круглосуточный доступ клиентов к индивидуальным ячейкам для хранения ценностей.</li><li>❖ Автоматическая инкассация с зачислением денежных средств на счет клиента в реальном масштабе времени.</li><li>❖ Круглосуточная выдача с помощью VIP-абонентских ящиков требуемых клиенту документов, подготовленных сотрудниками банка.</li><li>❖ Получение справочной информации об услугах, предоставляемых банком, и персонале, отвечающем за различные виды деятельности, с возможностью записи на встречу с конкретным сотрудником.</li></ul>

<sup>1</sup> Банкоматы (Automated Teller Machine, ATM) - это многофункциональные автоматы, так называемые автобанки, управляемые последним поколением магнитных пластиковых карточек. Их ценность для потребителя заключается в том, что они расширяют временные и пространственные рамки, в которых клиент может осуществить банковские операции. Для банка же банкомат является эффективным средством, которое позволяет сокращать персонал отделения и получать прибыль, а также сохранять свои позиции на потребительском рынке. // Подробнее см. Семикова П. Банковские инновации и новый банковский продукт // Банковские технологии, № 11, 2002. С. 42-47.

В этой связи появилась новая концепция банковской деятельности Dialog banking,. Согласно данной концепции, автоматы освобождают сотрудников от рутинной работы, а сами сотрудники ориентируются на контактное интеллектуальное обслуживание клиентов (напр. консалтинг).

Решения о создании зон самообслуживания с комплексом автоматов обусловлено тем, что в условиях информационной экономики осуществляется перераспределение нагрузки от экономически невыгодного малоинтеллектуального труда операторов и кассиров в сторону высокоэффективного труда ме-

- жилые кварталы;
- производственные и промышленные предприятия;
- торговые предприятия;
- транспортные зоны;
- зоны отдыха.

Каждая из них обладает своими особенностями и недостатками, и их обязательно надо учитывать при открытии автоматизированного банка.

Вот далеко не полный, но впечатляющий перечень происходящих в банковской сфере перемен.

Так, И.П. Хоминич применительно к банкам выделяет и классифицирует возможные инновации, представленные в таблице 1.

### **Дистанционное банковское обслуживание**

*Под дистанционным банковским обслуживанием понимается технология, в которой проведение операций не требует визита клиента в банк.*

При этом банк проводит платежи или совершает другие действия со средствами клиента на основании дистанционных распоряжений, передаваемых клиентом в банк по различным каналам доступа (телефон, Интернет и др.) при помощи различных средств (телефонный аппарат, компьютер, персональный коммуникатор).

Во многих развитых странах

### **Классификация банковских инноваций<sup>2</sup>**

*Таблица 1*

Критерий	Вид инноваций
<b>Причина появления</b>	Реактивные (реакция на нововведения в деятельности конкурентов) Стратегические (носят упреждающий характер)
<b>Цели</b>	Оперативные (текущие, краткосрочные) Перспективные (долгосрочные)
<b>Функциональное содержание</b>	Производственные Интеллектуальные Управленческие Финансовые
<b>Предмет (сущность)</b>	Продуктовые (новый продукт, услуги) Процессы (технологии, схемы управления и обслуживания клиентов, модели поведения)

неджером, занимающихся кредитными, консалтинговыми и другими видами услуг.<sup>1</sup>

Для определения вида и количества услуг автоматизированного банка всю городскую территорию условно делят на следующие зоны:

Проанализировав направления данных перемен, можно прийти к выводу, что главная тенденция, связанная с воздействием глобализации и технологической революции, заключается в развитии дистанционного банковского обслуживания.

происходит переход от классической филиальной модели к модели дистанционного банковского обслуживания, и все больше операций проводится клиентами без посещения банка. В связи с переносом центра тяжести на дистанционное обслу-

<sup>1</sup> Рогов В., Дятлов А. Автоматизированный филиал банка. //Банки и технологии, М., 1999г., № 3., с. 56-59.

<sup>2</sup> Хоминич И.П. Инновационный менеджмент банковской деятельности// "Банковские услуги" № 3, 1998.

живание функции существующей розничной сети постепенно сужаются и филиалы все более напоминают специализированные сервис-центры.

Эволюция банковской системы в сторону дистанционной модели банковского обслуживания обусловлена рядом объективных особенностей экономической и социальной среды, в которой существуют банки, и в первую очередь - изменениями в образе жизни людей, внедрением новых информационных технологий и автоматизацией банковских операций. Особое влияние оказывают следующие факторы:

- растущая конкуренция;
- фактор времени;
- развивающиеся средства коммуникации.

Прежде чем начать анализ банковских инноваций, связанных с развитием дистанционного банковского обслуживания, следует разобраться с терминологией, которая в этой области еще окончательно не сложилась. Различные авторы несколько по-разному употребляют термины. Постараемся их упорядочить.

К настоящему времени сложилась система, когда клиенты банка могут управлять своими счетами, а также осуществлять ряд операций дистанционно. Такая система в целом получила название **онлайн-банкинг** (online banking). Удаленное управление банковскими счетами может осуществляться различными способами:

- посредством телефона - **телебанкинг** (telebanking);

- персонального компьютера — **е-банкинг** (e-banking);
- Интернета - **интернет-банкинг** (Internet banking);
- портативных устройств - **мобильный банкинг** (mobile banking, m-banking).<sup>1</sup>

Если при помощи различных технических устройств устанавливается стационарная связь между банком и клиентом, то такая система называется обычно **Клиент-Банк**, в случае, если клиент — юридическое лицо, и **домашний банкинг** (home banking), если — физическое. Но по сути дела, домашний банкинг есть вариант системы Клиент-Банк. С помощью таких систем юридическое или физическое лицо, напрямую подключившись к банку по электронным линиям связи, может осуществлять различные финансовые операции прямо из своего дома или офиса.

Дистанционное банковское обслуживание появилось примерно двадцать лет назад, когда строительное общество Nottingham Building Society, британская телефонная компания British Telecom и Bank of Scotland объединили свои усилия для создания новой технологии - программы Homelink. Это был качественный скачок в развитии удаленных банковских технологий.

Пользователи систем электронных банковских услуг на дому самостоятельно приобретают необходимое оборудование, а банк консультирует клиентов по вопросам оборудования домашних терминалов и приобретения необходимого программного обеспечения. Подобные

системы позволяют клиенту банка, используя экран монитора или телевизора и персональный компьютер, подключиться по телекоммуникационным линиям связи к банковскому компьютеру. В данном случае банковские операции могут осуществляться 7 дней в неделю круглосуточно. Пользование данной системой позволяет управлять текущим счетом, вкладом, расчетами клиента с бюджетом, счетами платежей и сбережений.

Развитие средств связи и одновременное увеличение числа людей, пользующихся платными услугами связи, способствовало развитию телебанкинга. Первоначально банки использовали телефонную сеть и операторские центры для обслуживания клиентов. Позже у клиента появилась возможность, минуя оператора, самостоятельно осуществлять операции с помощью прямого модемного соединения.

Во Франции, например, прямую связь с банком имеют около 300 тыс. клиентов. В США все крупные банки предлагают своим клиентам обслуживание на дому. Система "Клиент-Банк" позволяет:

- передавать в банк платежные документы;
- получать выписки со счетов клиентов;
- получать электронные копии платежных документов;
- обмениваться с банком электронными текстовыми сообщениями;
- получать справочную информацию;
- осуществлять импорт/экспорт информации.

---

<sup>1</sup> Это комплексная система управления банковским счетом посредством сотового телефона или портативного компьютера (Personal Digital Assistant) с использованием технологии беспроводного доступа (Wireless Application Protocol).

Важнейшей проблемой дальнейшего развития и совершенствования банковских операций на дому является модернизация телекоммуникационных систем, которые, по мнению специалистов, будут неизбежно усложняться и затем широко использоваться во всех странах мира.

Среди достоинств систем удаленного банковского обслуживания класса Клиент-Банк - высокая безопасность проводимых расчетов, которую обеспечивают программные средства криптографии, а также хорошая интеграция с другими средствами автоматизации бизнеса. Но имеются и недостатки: в частности, эти системы требуют установки на компьютер клиента специального программного обеспечения.<sup>1</sup>

Нельзя не согласиться с мнением П. Семиковой в оценках перспектив домашнего банкинга: **"В будущем банковское обслуживание клиентов на дому, вне всяких сомнений, превратится в основную форму розничных банковских услуг. Оно обеспечивает объединение услуг, основанных на использовании банкоматов и кредитных платежных карточек, и услуг, оказываемых отделениями банков, в единую систему банковских видеослужб на дому".**<sup>2</sup>

Телефонное обслуживание клиентов не осталось без изменений. Теперь достаточно иметь под рукой телефон с тональным набором, чтобы не только получить разнообразные сведения о финансовом рынке и личном

счете, но и выполнить различные операции с таковым. Развитие мультимедийных технологий позволяет ожидать в скором будущем появления новых способов реализации удаленного банковского обслуживания, в частности ТВ-банкинга, предполагающего, что клиент сможет дать указание операционисту или менеджеру обслуживающего банка при непосредственном видеоконтакте. Главное преимущество удаленных банковских технологий - создание комфортных условий для потребителей банковских услуг.

Удаленное банковское обслуживание предполагает не только осуществление внешних платежей. Клиент может совершать и самые разные внутрибанковские операции: конвертировать валюту, размещать депозиты, формировать собственный инвестиционный портфель. Наряду с устранением территориальной привязки к кредитному учреждению удаленное обслуживание снимает зависимость клиента от времени суток.

**Исторически первой появилась система дистанционного банковского обслуживания, использующая телефон.**

Первые опыты по внедрению систем удаленного доступа были проведены западными банками в 80-х годах. Их системы совершенствовались параллельно развитию цифровой связи и компьютеризации. Одним из первых банков, внедривших у себя систему удаленного доступа, был английский National

Westminster Bank. Клиент дозванивался в банк по телефону и в режиме реального времени мог осуществлять простейшие операции: производить переводы по счетам внутри банка, покупать и продавать иностранную валюту, осуществлять стандартные платежи. Система обеспечивала клиенту доступ к управлению счетом при помощи пятизначного кода и давала возможность осуществлять переводы между двумя счетами внутри банка и оплачивать счета.<sup>3</sup> Несмотря на кажущийся консерватизм и приверженность традициям, английские банки, подгоняемые жесточайшей конкуренцией, искали и активно внедряли новые формы работы с клиентом.

### **Call-центры**

В США дистанционное банковское обслуживание по телефону получило особенно благодатную почву для своего распространения. До середины 90-х гг. американские банки не имели возможности открывать филиалы в других штатах, поэтому эта система представляла единственную возможность выйти на клиентуру в национальном масштабе. Одним из пионеров в этом деле был North Carolina National Bank, который в 1990 г. предложил своим клиентам более 30 услуг и операций через телефонную систему, для чего был создан довольно большой call-центр, который позднее был усовершенствован с сокращением численности операторов. В 1990 г. ежедневное число об-

<sup>1</sup> Иванов В., Угрына В. Банки и клиенты: вне времени и расстояния // Банковские технологии, № 5, 2003. С. 34-38.

<sup>2</sup> Семикова П. Банковские инновации и новый банковский продукт // Банковские технологии, № 11, 2002. С. 45.

<sup>3</sup> Более подробно см.: Банк, который всегда с тобой // Банковские технологии № 4, 1999.

ращений в систему составляло около 200 тыс.

В США больше 80% компаний используют в своей работе call-центры.<sup>1</sup> Наибольшее количество пользователей в таких странах, как Швеция, Норвегия, Финляндия, Дания и Нидерланды. Банки Франции, Австрии и Италии не спешат уходить от традиционной модели обслуживания розничных клиентов через филиальную сеть. Бурно внедряются системы дистанционного банковского обслуживания в Германии, Испании.<sup>2</sup> В Латинской Америке эта система стала незаменимым банковским инструментом в условиях инфляционной экономики, когда у частных лиц есть потребность постоянно покупать и продавать валюту и краткосрочные бумаги.

По некоторым оценкам, объем услуг, предоставляемый по телефону первопроходцами данного бизнеса — банками Великобритании, в течение ближайших пяти лет вырастет в десять раз, а количество ежемесячных обращений в интерактивные банковские системы достигнет 20 млн. (в настоящее время — 2 млн.).<sup>3</sup> По данным известной инфомедийной компании Datamonitor, в начале 2002 г. в США функционировало 50,2 тыс. call-центров, а в России в тот момент времени работало не более десятка таких центров. Как считает Datamonitor, к началу 2003 г. глобальный рынок технологических компонентов

call-центров превысил отметку в 4 млрд. долл.<sup>4</sup> Как полагают некоторые западные эксперты, рынок call-центров в США, Канаде, ряде стран Западной Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона достиг стадии насыщения. Прогнозируется, что в ближайшие пять лет среднегодовые темпы роста количества центров обработки вызовов на развитых рынках составят менее 1%, а глобальный рынок технологических компонентов будет расти в среднем по 6% в год.<sup>5</sup>

### **Что представляет собой современный call-центр?**

Это аппаратно-программный комплекс, позволяющий обрабатывать входящие телефонные вызовы автоматически или с участием оператора. По сравнению с обычной информационно-справочной службой использование call-центра позволяет более оптимально организовать обработку звонков, сокращая время поиска нужной клиенту информации и обеспечивая постоянную доступность услуги. Call-центр работает до 24 часов в сутки с интенсивностью до нескольких сотен звонков в минуту. На базе call-центра можно организовать целый ряд услуг, таких как информационно-справочная поддержка для клиентов; автоматизированное управление банковскими счетами; организация службы технической поддержки и т. д.

Также возможно подклю-

чение к центральному call-центру клиентов из удаленного филиала. При наличии территориально распределенной структуры такая технология позволяет достичь единого уровня контроля и обработки поступающих вызовов, т. е. любой региональный клиент, обращаясь в свой филиал банка, может получить ту же информацию, что и при звонке в центральный офис. В условиях растущей филиальной сети банка такая функциональная возможность системы приобретает огромную значимость.

**Одной из важных особенностей call-центра является возможность обеспечить каждому клиенту индивидуальное обслуживание. Входящие в состав центра механизмы позволяют идентифицировать звонящего абонента и извлекать имеющуюся информацию о нем, его обычных требованиях и запросах, а также времени его последнего обращения в компанию, соответственно оператор будет более подготовлен к разговору. Кроме того, call-центр автоматически протоколирует и формирует отчеты о своей деятельности, т. е. уровень обслуживания абонентов можно определить по таким параметрам, как количество звонков абонентов, среднее время ожидания абонента в очереди, процент звонков, прерванных абонентами во время ожидания, и т. д.<sup>6</sup>**

<sup>1</sup> Call-центр для банка: мода или необходимость? // Банковские технологии, № 3, 2003. С. 59-60.

<sup>2</sup> В Германии внедрение ДБО возглавили крупные банки, поставившие перед собой задачу перехватить клиентуру у традиционных сберегательных банков — шпарткасс. Системы, вводимые немецкими банками, предусматривают альтернативные каналы доступа к управлению счетом — оператор, интерактивная служба, факс, электронная почта, Интернет.

<sup>3</sup> Банк, который всегда с тобой // Банковские технологии 1999, № 4.

<sup>4</sup> Смородинов О. Бизнес-форум "Центры обработки вызовов и управление взаимоотношениями с клиентами — CallCenter CRM Solutions" 2003" // Банковские технологии, № 4, 2003. С. 27-29.

<sup>5</sup> Call-центр для банка: мода или необходимость? // Банковские технологии, № 3, 2003. С. 59-60.

<sup>6</sup> Там же // В России же, по самым оптимистическим прогнозам, аналогичный показатель составил менее 10 млн. долл.



В настоящее время в ряду инструментов работы с клиентами call-центр занимает одно из важнейших мест. Не случайно банки, для которых поддержка взаимоотношений с клиентами - основа бизнеса, оказались в числе основных потребителей этой технологии.

Круг задач, решаемых банками с помощью call-центров.<sup>1</sup>

город, город);

- связи, используемой клиентом (проводная, мобильная);
- выявленной цели звонка (какой набран номер, "ответы" автоинформатору);
- приоритетности вызова (VIP-клиент, должник, повторность вызова и пр.).

5. Распределение приходящих вызовов по группам опе-

рекламы и пр. (телемаркетинг).

9. Стопроцентный контроль за деятельностью агентов/операционистов. Документирование и анализ статистики вызовов, качества диалоговых систем, эффективности работы агентов.

10. Информационная защита и физическая безопасность данных.

### Задачи call-центров

Информационно-справочная служба для клиентов	Канал для донесения клиентам информации
Экономически выгодная система поддержки удаленных клиентов	Диспетчерская служба банка
Единый стандарт обслуживания клиентов вне зависимости от места их нахождения	Круглосуточная поддержка держателей карточек на местном и международном уровне

К call-центру, чтобы он мог эффективно решать те задачи, которые ставит перед ним банк, предъявляются определенные требования.

Примерный список требований, по мнению специалистов, может выглядеть следующим образом.<sup>2</sup>

1. Круглосуточность работы (доступность).

2. Минимизация очередей доступа к агентам/операционистам (быстрота соединения).

3. Минимизация времени общения клиента с call-центром (экономия средств клиента и/или банка).

4. Оптимизация очередности соединений по признакам:

- удаленности клиента (меж-

раторов в соответствии с квалификационными возможностями последних.

6. Возможность максимального удовлетворения запросов клиента без привлечения агентов/операционистов с помощью разветвленной системы "диалога" с интеллектуальными автоинформаторами.

7. Отображение агенту информации на экране (тексты приветствий, варианты ответов, сведения о звонящем и данные по его счетам, причине звонка, транзакциях и пр.) одновременно с поступлением звонка (оперативность).

8. Обзвон клиентов, партнеров, филиалов и отделений в целях оповещения, опроса, маркетинга,

Банки покупают оборудование и создают собственные call-центры, если намереваются решать с его помощью постоянные задачи. Но если планируется небольшая загрузка центра, решаются разовые или периодические задачи и, главное, нет средств, времени и специалистов для создания собственного call-центра., то эти задачи делегируются аутсорсинговому call-центру. Во многих случаях самым разумным оказывается комбинированный подход, при котором часть задач ложится на собственный call-центр, а часть - на аутсорсинговый. Так, на банковских операторов может быть возложено обслуживание юридических лиц и VIP-кли-

<sup>1</sup> Крюков Г. Как построить банковский call-центр // Банковские технологии, № 4, 2003. С. 30-31.

<sup>2</sup> Там же.

ентов, а менее сложные задачи можно делегировать аутсорсинговому call-центру. Кроме того, если речь идет о службах, не допускающих сбоев в работе, к собственному банковскому call-центру необходимо присоединить резервный внешний центр.

Таким образом, использование телефона как средства удаленного дистанционного банковского обслуживания широко применяется в банковской сфере за рубежом.

**Следующий этап развития — так называемый электронный банкинг** - был пройден очень быстро. При этой схеме связь с банком клиент осуществлял с помощью компьютера и модема, что позволяло осуществлять банковские операции в режиме реального времени. На его место пришел Интернет-банкинг.

Дальнейшее развитие удаленного банковского обслуживания предопределило использование в банковском деле новых средств связи. В первую очередь это Интернет и мобильные телефонные сети, которые существенно расширили возможности клиентов - ведь для реализации их взаимодействия с банком требуются обычные html- и war-браузеры, которые установлены практически в каждом современном ноутбуке или мобильном телефоне.

## **Интернет-банкинг за рубежом**

В настоящее время существует два варианта организации банковской деятельности:

**классический банк**, который имеет свои офисы и операционные залы и предоставляет клиентам возможность управлять своими счетами посредством сети Интернет;

**виртуальный банк**, который осуществляет свою деятельность только во всемирной компьютерной сети.<sup>1</sup>

Что означает термин "виртуализация" и соответственно "виртуальный", столь часто употребляемые в последнее время? Чтобы ответить на поставленный вопрос, обратимся сначала к анализу Интернета, а затем к виртуализации вообще, а затем виртуального банка.

### **Виртуальное киберпространство**

Интернет как информационная среда может быть охарактеризован следующими чертами.

1. Пользователи могут интерактивным способом иметь доступ к сетевой инфраструктуре.

2. Информация структурирована в сравнительно небольшие порции (пакеты), между которыми имеется взаимосвязь, что позволяет осуществлять навигацию от одного пакета к другому.

3. В основном информация организована в виде страниц, возможно иллюстрированных различным образом (графики,

рисунки, анимация и прочее).

4. Не существует серьезных барьеров и сложностей, чтобы размещать, посылать и получать тексты (информацию) в отличие от других средств связи.<sup>2</sup>

Интернет создает совершенно необычную для традиционной экономики ситуацию, которую называют по-разному: рыночное киберпространство или глобальный рынок (global market place). Суть ее заключается в том, что Интернет создает **единое виртуальное киберпространство** с типичными для экономической среды (рынка) взаимодействиями и интеракциями участников.<sup>3</sup>

Современные достижения в развитии информационных и коммуникационных технологий привели к созданию глобальной электронной среды, в которой может осуществляться экономическая деятельность. В официальных документах Европейской комиссии она определяется как «среда, в которой любая компания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы, для торговли, для обмена идеями и ноу-хау или просто для удовольствия».<sup>4</sup>

Важное значение имеет рост числа пользователей Интернета. Их доля в населении развитых западных стран уже составляет в среднем более 40%. При

<sup>1</sup> В иностранной литературе вместо интернет-банкинга чаще употребляется термин онлайн-банкинг, подчеркивающий возможность доступа клиента к банковским услугам в реальное время. Мы остановимся на термине "интернет-банкинг" как более распространенном в нашей экономической литературе. В литературе и на практике используются различные наименования при определении систем дистанционного банковского обслуживания: online banking, PC-banking, home-banking, electronic-banking, Internet-banking.

<sup>2</sup> *Algrain Ph.* Attention, Media, Value and Economics. //http://www.

<sup>3</sup> Киберпространство (cyberspace) совокупность информационных ресурсов, доступных посредством глобальной компьютерной сети Интернет. Термин введен в употребление писателем-фантастом Уильямом Гибсоном.

<sup>4</sup> Status Report on European Telework 1997. European Commission Report, 1997. // http://www.eto.org.uk/twork/tw97eto/

этом некоторые западноевропейские страны опережают по темпам освоения Интернета признанных лидеров из северной Америки: Норвегия — 48% населения, США — 45%, Швеция — 42%, Канада — 41%, Финляндия — 38%, Дания — 35%, Великобритания — 25% (по данным на конец 1999 года).<sup>1</sup>

Дальнейшее развитие микроэкономических инноваций проявляется и на макроуровне, сказывается на свойствах международной экономики в целом. Информационные технологии внесли качественные изменения во внутрифирменное пространство, а затем в среду национальных экономик и дальше - в международную экономическую среду.

Развитие средств коммуникации в настоящее время проходит по двум направлениям: во-первых, совершенствование средств транспорта; во-вторых, развитие средств так называемых виртуальных контактов. В результате формируется как бы два параллельных пространства для взаимодействий людей. Первое называется «реальным» пространством, второе - «виртуальным». Череда технических инноваций в средствах коммуникации и обмена информацией постепенно меняла экономическую среду, расширяя границы возможных взаимодействий.

Термин «виртуализация» происходит от латинского *virtualis* - возможный. Ее суть заключается в том, что при помощи какой-то технологии че-

ловек имеет дело не с реальными объектами, а с их отражениями, символами и т.п. Д.В. Иванов подчеркивает: «Налицо процесс развеществления: сущность человека отчуждается не в социальную, а в виртуальную реальность, где человек имеет дело не с вещью (располагаемым), а с симуляцией (изображаемым): социальные институты, возникшие как следствие овеществления, теряя свою власть над индивидом, становятся образом, включаемым в игру. Институциональный строй общества симулируется, а не ликвидируется, потому что он, сохраняя атрибутику реальности, служит своего рода виртуальной операционной средой, в которой удобно создавать и демонстрировать образы и которая открыта для входа/выхода. Подобным образом операционная система Windows сохраняет атрибутику реальности, симулируя на экране монитора нажатие кнопок калькулятора или размещение карточек каталога в ящике. Сохраняется образ тех вещей, от которых собственно и избавляет применение компьютерной технологии. Компьютерные технологии и прежде всего, технологии виртуальной реальности, вызванные к жизни императивом рационализации - этим движущим принципом процесса рационализации, оказались наиболее эффективным инструментарием симуляции. И теперь императив симуляции ведет к превращению компьютерных технологий в инфра-

структуру всякого человеческого действия и к превращению логики виртуальной реальности в парадигмальную для этого действия.<sup>2</sup>

С.И. Паринов и Т.И. Яковлева, на наш взгляд, точно выразили сущность этого взаимодействия: «Агенты создают в информационном пространстве образ нового материального пространства и затем перестраивают последнее в соответствии с этим образом. В этом есть определенная цикличность: информационные образы новых связей и видов деятельности, рождающиеся во втором подпространстве, частично материализуются в структуре первого, меняя его текущее состояние; с другой стороны, новое состояние первого пространства становится базисом для генерации новых состояний и информационных образов, заполняющих второе пространство».<sup>3</sup>

Таким образом, виртуализация - это симуляция реальности при помощи информационных технологий и компьютерной техники.

**Информационные технологии привели к виртуализации и банковской деятельности.** Глобальная сеть становится одним из основных источников информации и ее транспортным средством. Наиболее важные достоинства интернет-технологии с точки зрения банка - это поддержка распределенной работы, унификация клиентских рабочих мест, упрощение администрирования, снижение общей

<sup>1</sup> Бурдинский А. Какой интернет-банкинг нам нужен?

<sup>2</sup> Иванов Д. В. Постиндустриализм и виртуализация экономики. Журнал социологии и социальной антропологии, 1998, том 1, № 1, <<http://hq.soc.pu.ru/publications/jssa/1998/1/a8.html>>

<sup>3</sup> Паринов С.И., Яковлева Т.И. Экономика 21-го века на базе Интернет-технологий, <<http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm>>

стоимости владения информационным комплексом. Интернет дает возможность создавать виртуальные частные сети практически любой сложности, обеспечивает прекрасные возможности по интеграции информационной системы банка во "всемирную паутину". Интернет позволяет изменить технологию функционирования систем "клиент-банк". Теперь нет необходимости в установке специализированного программного обеспечения на стороне клиента, так как конечный пользователь работает только со стандартной программой (браузером).<sup>1</sup> Появился **интернет-банкинг** (Internet banking) как способ удаленного (дистанционного) банковского обслуживания, использующего возможности сети Интернет.

В чем заключается принципиальная разница между виртуальным и классическим банком?

**Виртуальный банк** (virtual bank) - это банк, работающий с клиентами исключительно через Интернет и в отличие от традиционных банков не располагающий филиальной сетью. В случае виртуального банка клиент полностью лишен возможности контакта с его фронт-офисом. Банк привлекает и обслуживает клиентов исключительно через Сеть. Таких банков в мире немного. Как правило, банки предпочитают сочетание виртуальных и классических технологий. Существует только один банк, использующий исключительно онлайн-тех-

нологии. Это Wingspan, имеющий примерно 100 тыс. клиентов.

**От виртуального банка следует отличать Интернет-банк** (Internet bank), то есть банк, предоставляющий услуги интернет-банкинга. Интернет-банком может являться как традиционный банк, обслуживающий клиентов, в том числе и через Интернет, так и виртуальный банк.

### **Страновые особенности и качественные характеристики интернет-банкинга**

На Западе интернет-банкинг предоставляет следующие возможности:

- оплата счетов в реальном времени; кредитование;
- управление денежными средствами.

Первопричинами использования системы интернет-банка коммерческими банками являются конкуренция, при которой интернет-технологии рассматривались как способ удержания и привлечения клиентов, и эффективность затрат, поскольку распространять и осуществлять банковские услуги через Интернет гораздо проще и дешевле, чем создавать традиционные филиалы, требующие зданий и персонала. По оценкам специалистов, в 1999 г. стоимость проведения одной транзакции через банкомат была приблизительно в четыре раза, а транзакции, проведенной через Интернет, - почти в сто раз ниже, чем стоимость транзакции, про-

веденной вручную в филиале.<sup>2</sup>

Первый виртуальный банк Security First Network Bank ([www.sfnb.com](http://www.sfnb.com)) открылся в 1995 г. в Америке. Он существует и поныне, являясь одним из лучших банков такого рода. В реальном мире он не имеет ни офиса, ни филиалов, ни сколько-нибудь привычных атрибутов банка — операции клиенты банка осуществляли через Интернет. Идея создания интернет-банка возникла именно в Америке. Одной из причин стало существовавшее в США ограничение на открытие банками филиалов в других штатах. Перемещение клиента (а в США миграция населения очень высока) влечет за собой негативные последствия для обеих сторон: банк теряет клиента, а клиент теряет все привилегии, приобретенные им в банке, и должен доказывать свою платежеспособность заново. Банкам пришлось искать варианты предоставления услуг клиенту, находящемуся в другом штате или стране.

В том же 1995 г. на Западе появились и другие банки, которые предложили клиентам интернет-банкинг на качественно новом уровне, в полной мере использующим коммуникационные и сервисные возможности Интернета. Сегодня системы банковского обслуживания через Интернет успешно работают не только в крупнейших западных банках, таких как Citicorp, Bank of America, First Union, Wells Fargo, Bank Austria, Union Bank и др., но и в сотнях средних и мелких банков по всему миру. По-

<sup>1</sup> Зубченко Л, Никольский Н. Технологии в основе // Банки и технологии № 3, 1999.

<sup>2</sup> См. Егорова А.М. Интернет-банк в мировом масштабе // Банковские Технологии, №9, 2000 // e-Finance, № 451 от 24.2.2002.

явился даже термин *branchless bank* (бесфилиальный) — банк, который существует исключительно в Сети. За счет экономии на издержках такие банки предлагают более выгодные процентные ставки и условия обслуживания.<sup>1</sup> При небольшом вложении средств и содержании маленького штата сотрудников перед банками открывалась возможность обслуживания большой территории, а поскольку клиент самостоятельно руководил банковскими операциями и, следовательно, у банка возникала экономия на издержках, виртуальный банк мог выплачивать более высокую процентную ставку по вкладам. Это был наиболее весомый аргумент для людей, переведших свои деньги из обычного банка в виртуальный.

### **Распространение интернет-банкинга (география)**

По данным компании Gomez Advisors (специализирующейся на исследовании деятельности банков, финансовых организаций и брокерских фирм), 39 из 100 ведущих банков США уже предоставляют онлайн-услуги по оплате счетов (в 1998 г. таких банков было 17), 62% опрошенных банков предоставляют по Интернету информацию о совершении транзакций в реальном времени. Число клиентов-пользователей в США находится на уровне 4-5%, но эта цифра растет с каждым днем. Общий

объем операций, осуществляемых вне банковских отделений (т.е. через банкоматы, телефоны и компьютеры), в США растет ежегодно на 15% и сейчас составляет более 50% всех банковских операций.<sup>2</sup> Согласно прогнозам, в США доля операций, проводимых через компьютерные сети, составит к 2005 г. до 75%. Около 80% банков предлагают услуги домашнего банкинга - от электронной оплаты счетов до управления инвестиционными портфелями.<sup>3</sup>

В Европе интернет-банкингом сейчас пользуются приблизительно 4% клиентов и 60% банков. В настоящее время в Западной Европе (Германии, Испании, Франции, Нидерландах) электронных банков в 2 раза больше, чем в США. У потребителей наивысшим рейтингом за качество предоставляемых онлайн-услуг пользуются следующие банки: Security First Network Bank; Wells Fargo Bank; Citibank; Salem Five Cents Saving Bank; Bank of America.

Согласно отчету известной рейтинговой и аналитической компании Fitch IBCA доля клиентов ряда крупнейших европейских банков, пользующихся интернет-банкингом, превышает 10%, или 500 тыс. человек (по данным на конец 1999 г.): SE Banken (Швеция) — 380,000 клиентов (25% от общего числа клиентов — максимальная доля), Merita Norbanken (Финляндия/Швеция) — 1,030,000 (15%),

Deutsche Bank (Германия) — 650,000 (8%), Barclays (Великобритания) — 540,000 (4%), BSCH (Испания) — 500,000 (2%). Другой важный показатель развития рынка — количество банков, развивающих интернет-банкинг. Так, летом 2000 г. уже 71 из 100 крупнейших банков США предоставлял своим клиентам интернет-сервис, в том числе — 9 из 10 самых крупных, среди которых флагманы американского банковского бизнеса: Citicorp, Bank of America, Chase, Bank One, First Union, Wells Fargo.<sup>4</sup>

Наиболее активно банковские интернет-услуги развиты в северных странах - Финляндии, Норвегии, Швеции, где их оказывают приблизительно у 90% банков и пользуются 20% клиентов.<sup>5</sup> Согласно данным Шведской ассоциации банков, в этой стране услугами интернет-банкинга пользуются более 3 млн. человек, или почти 30% населения, что делает Швецию одним из мировых лидеров в развитии систем интернет-банкинга. Достаточно высокая для Европы степень интернетизации населения (60% домашних хозяйств пользуются сетью) привела к тому, что шведские банки одними из первых стали предлагать свои услуги через Интернет. На сегодняшний день безусловным лидером интернет-банкинга в Швеции признан Skandia Banken, являющийся подразделением страховой группы Skandia. Число интернет-клиентов этого

<sup>1</sup> Подробнее историю возникновения интернет-банкинга см. Ванин А. Развитие Интернет-банкинга// Компьютер-информ, № 2, 2000.

<sup>2</sup> Минервин И. Стратегия и перспективы технологических изменений в банковском деле// Бизнес и банки. №26, (348) июнь 1997.

<sup>3</sup> Ванин А. Развитие интернет-банкинга// Компьютер-информ. №2, 2000.

<sup>4</sup> Бурдинский А. Какой интернет-банкинг нам нужен?

<sup>5</sup> Банковское дело в Москве №8, 2000 30.11.00// По нашим оценкам, к 2005 году в России услуги Интернет-банкинга будут предоставлять 50% банков и пользоваться ими будут приблизительно 5% населения, или около 8-10 млн. человек.

банка выросло на 103% за период с января по сентябрь 2001 г. и составило 290 тыс. (50% клиентов банка).<sup>1</sup>

Действующая во Франции сеть Minitel имеет 14,4 млн. пользователей и предлагает услуги более 10 тыс. фирм. У французского онлайн-банка Zebank на сегодняшний момент 17 тыс. клиентов, и с каждым днем их становится в среднем на 400 человек больше, сообщает Yahoo!Actualites. Это неплохой результат для компании, которая открыла свои услуги в Интернете всего несколько месяцев назад. С такими темпами Zebank с легкостью может достичь своих целей: 60 тыс. клиентов за год своего существования. Главные акционеры компании - Интернет-холдинг Europatweb (80%) и банковская группа Dexia. В настоящий момент собственные фонды банка составляют 180 млн. евро. 17 тыс. клиентов банка владеют 35 тыс. счетов, на каждом из которых находится в среднем по 2 тыс. евро. Рентабельность банка будет достигнута через три года, когда клиентами этого онлайн-учреждения станут 260 тыс. человек.<sup>2</sup>

Весьма показателен и пример британского интернет-банка Egg - на web-сайте банка предлагается полный набор услуг, включая приобретение страховых полисов, торговлю ценными бумагами и даже финансовый консалтинг. Созданный в октябре 1991 г. Egg, к концу

1999 г. открыл 600 тыс. клиентских счетов. К этому времени на его долю приходилось уже 22 % депозитов банковской системы Великобритании.<sup>3</sup> Выход на розничный рынок банковских услуг интернет-компаний, например, таких, как Yahoo!, Egg, E-Trade, вместе с открывающимися перспективами развития интернет-банкинга и систем дистанционного банковского обслуживания в целом потребовал и от традиционных банков заметных инвестиций в развитие собственных электронных технологий.

По данным Forrester, сейчас число пользователей систем интернет-банкинга в Европе составляет 42 млн. человек, или 14% взрослого населения.

В Западной Европе и США, согласно прогнозам исследовательской компании Datamonitor, 121 млн. человек совершат в 2005 г. банковские операции посредством Интернета. Только в Европе обороты рынка онлайн-банкинга составят 5 млрд. евро.<sup>4</sup>

Как показывает исследование, проведенное компанией NetValue, интернет-банкинг становится популярным в Сингапуре. Во всяком случае, трафик посещаемости сайтов, которые предоставляют данные услуги, за последние 6 месяцев увеличился на 36%. На электронном рынке Сингапура доминируют 5 основных банковских сайтов: dbs.com, oub.com.sg,

uorbggroup.com, osbc.com, и keppelbank.com.sg. При этом наиболее популярным остается dbs.com так как он привлекает до 60% посетителей остальных четырех сайтов. Интересно, что пользователи данных сайтов принадлежат к возрастной группе 25-34 лет, а их среднемесячный доход составляет 2000-2500 сингапурских долларов (\$1094-1366).<sup>5</sup>

В 2001 г. в Корее зарегистрировано 1,23 млн. пользователей систем интернет-банкинга (для сравнения - 470 тыс. в марте 2000 г. и 120 тыс. в декабре 1999 г.). Таким образом, ежемесячный прирост составляет в среднем 10 тыс. клиентов, остановивших выбор именно на интерактивном банковском обслуживании. К настоящему времени уже 18 национальных банков предоставляют интернет-услуги.<sup>6</sup>

Полмиллиона клиентов совершают операции в китайских онлайн-банках. Согласно статистическим данным Народного банка Китая, более 200 отделений национальных банков имеют свои представительства в Интернете, из них свыше 50 предоставляют на своем веб-сайте услуги интернет-банкинга, которыми пользуются примерно 400 тыс. клиентов. Ведущим сетевым банком по-прежнему остается Китайский торговый банк, где только в мае 2001 г. количество онлайн-счетов выросло на 20 тыс. Кроме того,

<sup>1</sup> Семенов А. Банки в эпоху Интернета. Обзор по материалам компании The Boston Consulting Group. // Банковские технологии, № 5, 2002. С. 32-34.

<sup>2</sup> Семенов А. Банки в эпоху Интернета. Обзор составлен по материалам компании The Boston Consulting Group. // Банковские технологии, № 5, 2002. С. 32-34.

<sup>3</sup> Кузьменко А. Интернет-банкинг: смена ориентиров или второе дыхание? // Бизнес Online. № 10, 2001, 26.10.2001.

<sup>4</sup> Семенов А. Интернет-банкинг // Банковские технологии, № 2, 2002.

<sup>5</sup> Сингапурский интернет-банкинг: трафик растет - продолжительность сессий падает // CNews.R 26.07.2001.

<sup>6</sup> Интернет-банкинг стремительно завоевывает корейский финансовый рынок // CNews.R, 20.07.2000.

сайты 95% китайских компаний, предлагающих совершить покупку в онлайн, подключены к системе интернет-расчетов этого банка.

В Японии интернет-банкинг составляет уже около 90% финансовых операций.<sup>1</sup> Интересен пример интернет-банка Sony. Японский лидер электронной промышленности - корпорация Sony занялась банковской деятельностью в Интернете и открыла в 2002 г. собственный виртуальный банк,<sup>2</sup> стремясь противопоставить себя традиционным банкам, где услуги оказывают медленно.

Некоторые аналитики пессимистично относятся к начинанию Sony. По их мнению, новые игроки в этом секторе обречены если не на провал, то, по крайней мере, на большие убытки. И главный вопрос заключается в том, как долго в условиях убыточности они смогут выплачивать проценты своим пользователям. Кроме того, очень мало японцев имеют в своем распоряжении фиксированное интернет-соединение, предпочитая мобильное подключение.

Однако на деле популярность нового виртуального финансового учреждения оказалась вне конкуренции. Только за первый час на искомую страницу пробилось 13 570 человек, причем 340 из них сразу решили открыть в банке собственный счет. За первый месяц работы в интернет-банке корпорации Sony открыто 21 тыс. счетов.<sup>3</sup>

В целом же в банковском секторе Азиатско-Тихоокеанского региона зарегистрировано около 4 млн человек, управляющих собственными финансами через Интернет.<sup>4</sup>

Исследование Market Intelligence Strategy Centre (MISC), показало, что в Австралии в 2000 г. было зарегистрировано 1,37 млн. пользователей интернет-банковских систем, или 18% от общего количества подключенных к Интернету, опережая по этому показателю и США и Великобританию (14%), но пока еще значительно отставая от Финляндии (60%). Точная цифра приверженцев сетевых финансовых услуг обнародована впервые, ранее назывались лишь приблизительные оценки, варьировавшиеся от 700 тыс. до 1,8 млн. человек. Результаты исследования выглядят обнадеживающими для австралийских банков, которым до недавних пор приходилось нести наибольшие среди стран-членов ОЭСР расходы по обеспечению деятельности филиальной сети.<sup>5</sup>

***Всего сегодня в мире насчитывается более 1500 банков, имеющих в своем арсенале услуги интернет-банкинга (по данным самого полного справочника интернет-банков на сайте [www.onlinebankingreport.com](http://www.onlinebankingreport.com)).***

Банки благодаря виртуальным технологиям получили возможность расширить или изменить предложение по продуктам и услугам. Самые надеж-

ные и известные банки в Америке и Европе вкладывают большие инвестиции в систему интернет-банка, что свидетельствует об адекватности системы, ее эффективности и, главное, необходимости для того, чтобы оставаться на уровне новых технологических решений.<sup>6</sup>

Опыт создания и успешного функционирования виртуальных банков, накалив конкуренцию на рынке предоставления высокотехнологичных банковских услуг, подтолкнул и гигантов традиционного банкинга к идее оказания своих услуг через сеть Интернет. Многие крупные банки, ранее создавшие дочерние виртуальные структуры, оказались в весьма интересной ситуации - они были поставлены в условия «внутренней» конкуренции. Дочерний виртуальный банк стал конкурировать с материнским банком.

**В результате к настоящему времени сложилась еще одна модель интернет-банкинга: традиционные банки, предоставляющие банковский сервис по многим каналам, включая Интернет. Такие банки, сочетающие дистанционное обслуживание с обслуживанием через розничную сеть, принято называть «многоканальными».**

Сбыт банковских услуг в Германии, например, в большинстве своем все еще осуществляется через банковские отделения. Операции в филиалах обеспечивают непосредственное обслуживание клиентов и

<sup>1</sup> Ванин А. Развитие Интернет-банкинга // Компьютер-информ, № 2, 2000.

<sup>2</sup> Корпорации Sony принадлежат 80% новой компании, а оставшиеся 20% разделили между собой партнеры - Mitsui Sumitomo Bank и JP Morgan Chase.

<sup>3</sup> Семенов А. Банки в эпоху Интернета. Обзор составлен по материалам компании The Boston Consulting Group. // Банковские технологии, № 5, 2002. С. 32-34.

<sup>4</sup> Там же. С. 33.

<sup>5</sup> Австралийцы стремительно осваивают интернет-банкинг // CNews.R, 17.10.2000.

<sup>6</sup> См. Егорова А.М. Интернет-банк в мировом масштабе // Банковские технологии, №9, 2000 // e-Finance, № 451 от 24.2.2002; Иванов В., Угрына В. Банки и клиенты: вне времени и расстояния // Банковские технологии, № 5, 2003. С. 34-38.

надежно привязывают их к банку. Однако растущие запросы клиентов, в том числе потребность в банковских услугах в нерабочее время, и высокие издержки на содержание персонала и инфраструктуры отделений подтолкнули к поиску новых возможностей в дополнение к традиционному каналу сбыта услуг. Систему персонального обслуживания у окошка кассы стали дополнять банковскими продуктами, которые предлагались уже через автоматы в нерабочее время и вне офисов (например, в аэропорту или на вокзале).<sup>1</sup>

На определенной ступени своего развития отдельные банки отказываются от обслуживания клиентов непосредственно в отделениях и обращаются к средствам телекоммуникации, предоставляя им услуги напрямую.

"Прямые банки" предлагают клиентам централизованные адреса обслуживания, доступные по факсу, телефону или компьютерной линии. По этим каналам клиенты могут пользоваться услугами банка независимо от местонахождения его отделений и их рабочего времени.

Интернет-банки обычно предлагают интерактивное банковское обслуживание, возможность провести основные банковские операции и оплачивать счета через Интернет. Крупные банки также предоставляют клиентам информацию о своих инвестиционных подразделениях и исследовательских возможностях.

**Последней новацией является**

### **интерактивное брокерское обслуживание.**

Клиенты отдельных банков могут теперь покупать акции компаний и ценные бумаги доверительных фондов путем вложения средств по чеку или со сберегательного счета. Но пока немногие банки сопрягают работу со счетами клиентов и покупку-продажу акций в онлайн-режиме.

Посредством системы Compass Web Brokerage клиенты могут интерактивно торговать акциями, используя депозитный счет в Compass Bank. Клиент может также сканировать акции, зарегистрированные на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE), Американской фондовой бирже (AMEX), фондовом рынке NASDAQ. Войти в систему можно прямо с домашней страницы банка. Соответствующие консультации помогут пользователю зарегистрироваться и открыть счет. В дальнейшем для доступа требуется входное имя и пароль. Комиссионное вознаграждение и все торговые операции проводятся через одного из 50 брокеров, базирующихся в Бирмингеме.

Примерами могут служить следующие банки: First Chicago, девятый по величине банк Америки (с 112,2 млрд. активов) запустил свою сетевую брокерскую программу одним из первых. Банк, однако, взимает оплату с клиентов \$19,95 в месяц за неограниченное использование или \$4,95 за первые три часа и \$1,95 за каждый последующий час соединения со службой Connect

Here, предлагающей полнофункциональное брокерское обслуживание. Bank One объявил о партнерстве с E\*Trade Group Inc., с которой организован совместный веб-сайт, предлагающий интегрированные финансовые услуги через Интернет. Благодаря этому альянсу клиенты смогут управлять своими инвестициями, используя сетевые брокерские операции E\*Trade, информацию и услуги портфельного менеджмента.

### **Классификация системы интернет-банкинга**

В процессе анализа возникает потребность в классификации системы интернет-банкинга следующим образом.<sup>2</sup>

По уровню предоставляемых услуг они делятся на две категории:

- **информационные** - системы, предоставляющие клиентам банка информацию индивидуального и общего порядка (запрос выписки; загрузка информации о транзакциях и т. д.);
- **транзакционные** - системы, позволяющие проводить активные операции со счетом клиента, а именно, управление наличностью, переводы, транзакции через автоматическую клиринговую систему, представление и оплата счетов и т. д.

По сфере применения они также делятся на две категории:

- **consumer-banking** - системы, ориентированные на физических лиц (потребительский сектор);
- **business-banking** - системы, ориентированные на

<sup>1</sup> Райтер-Мартинсенс С. Ддистерер Г. Новые возможности для банков, связанных с клиентами через компьютерные терминалы. // Die Bank. N 3, 1997 // Цит по. Бизнес и банки №42 (364), октябрь 1997.

<sup>2</sup> Семенов А. Интернет-банкинг // Банковские технологии, № 2, 2002.



юридических лиц (корпоративный сектор).

При использовании любых систем интернет-банкинга возникают проблемы с безопасностью платежей.

В большинстве электронных магазинов мира к оплате принимаются кредитные карты, хотя это не самый безопасный способ.<sup>1</sup> В связи с этим есть необходимость применения иных схем оплаты в интернете. Решить непростую проблему обеспечения безопасности интернет-платежа может использование электронных денег или виртуальных счетов в виртуальном банке с защищенным доступом. При этом электронные деньги представляют собой зашифрованный и защищенный электронной подписью от фальсификации носитель номи-

нала — информационный массив. Их следует рассматривать как дополнение к реальным деньгам, либо как еще один инструмент осуществления торговых операций в Интернете, дополняющий кредитные карточки.

Каким образом функционирует данная система?

В качестве примера можно привести американскую платежную систему Instant. В ней реализована работа как с виртуальными счетами, так и с кредитными картами. Счет продавцу или покупателю открывается бесплатно в течение нескольких секунд. После того как покупатель перевел на этот счет деньги, он может оплачивать в реальном времени кредитными картами свои приобретения. Важным моментом при этом яв-

ляется то, что при такой схеме оплаты информация о клиенте продавцам не пересылается.<sup>2</sup>

### **Платежные системы в Интернете**

По состоянию на сегодняшний день новые системы оплаты с использованием электронных платежных средств могут быть условно разделены на две группы:

- первая основана на применении **смарт-карт**,
- вторая - системы оплаты через **Интернет**.

В таблице 2 представлены наиболее известные системы платежей в Интернете. Системы электронных платежей гораздо шире, но в рамках данной статьи упомянуты только интернет-системы.<sup>3</sup>

**Некоторые платежные системы в Интернете <sup>4</sup>**

*Таблица 2*

<a href="#"><u>Mondex</u></a>	Система электронных наличных, сочетающая свойства традиционных наличных денег с удобством электронных платежей. Электронные наличные могут быть загружены на смарт-карту через компьютер, соединенный с Интернетом. Карта может использоваться как для платежей в Интернете, так и через автономные принимающие устройства.
<a href="#"><u>CyberCash</u></a>	Предлагает платежные решения для кредитных карт, микроплатежей — CyberCoin Service и Interactive Billing — интерактивную систему оплаты по счетам.
<a href="#"><u>DigiCash</u></a>	Технологические решения для платежной системы цифровых денег.
<a href="#"><u>First Virtual</u></a>	Платежная система, обходящаяся без сложных систем безопасности, использующая электронную почту для подтверждения платежных транзакций от клиентов.
Instant	Процессинговая система, позволяющая клиентам банков производить взаиморасчеты в on-line через Интернет. Она обрабатывает операции по виртуальным счетам клиентов и обеспечивает клиентов информацией по проведенным операциям.

<sup>1</sup> При каждом платеже покупатель должен предъявлять продавцу всю информацию о себе и о своей карте (эти данные проверяются). Риск быть обманутым существует как для продавца, так и для покупателя. Покупатель рискует тем, что продавец может снять с кредитной карты денег больше, чем необходимо для оплаты покупки (или даже превысить лимит кредитования). Кроме того, никто не может поручиться за то, что вся полученная информация о покупателе не будет передана (продана) всем желающим. В свою очередь, продавец рискует тем, что отпускает товар по фальшивой или по только что украденной карте. В этом случае факт покупки будет опротестован и продавец будет вынужден вернуть деньги в банк, который оплатил покупку, и заплатить ему определенный штраф (такой штраф может, например, составлять \$25 за каждую операцию возврата денег — chargeback).

<sup>2</sup> Законодательная база для введения электронных денег практически отсутствует, особенно в отношении международных операций с электронными деньгами. Наиболее развита законодательная база в США, где существует детальный Федеральный акт "Об электронных денежных переводах", однако специфику, связанную с использованием именно электронных денег, еще только предполагается учесть в будущих изменениях и дополнениях к этому документу.

<sup>3</sup> Более подробно см. Халевинская Е.Д. Электронные платежные системы. // Финансовая газета. Региональный выпуск, М., 1998г., № 38., с. 10.; № 39., с. 5.; № 40., с. 10.; № 41., с. 10.; № 42., с. 10.

<sup>4</sup> Составлено автором по ст. «Современное состояние мирового рынка электронной коммерции», «КИ»/1.

Интересную исследовательскую оценку новых платежных систем предлагает, например, В. Халевская "Новые системы оплаты — это попытка расширить возможности платежных инструментов путем применения компьютерных сетей, сохранив при этом преимущества старых систем. Методы, лежащие в основе новых систем оплаты, могут быть классифицированы следующим образом: замена наличных денег, замена чековой системы, замена системы пластиковых карт и замена системы денежных переводов".<sup>1</sup>

Одна из последних новаций в данной области - мобильная система платежей, превращающая беспроводные телефоны в кошелек мобильной коммерции. Она разработана европейским объединением Mobey Forum - группой финансовых учреждений и производителей сотовых телефонов. Членами Mobey Forum являются финансовые институты Европы: ABN AMRO Bank, Banco Santander Central Hispano, BNP Paribas of France, Barclays Bank, Deutsche Bank, HSBC Holdings of Britain, Nordea, UBS of Switzerland и Visa International - наряду с телекоммуникационными компаниями Ericsson, Nokia и Siemens.<sup>2</sup> По мнению Mobey Forum, с ростом потребителей, намеренных использовать свои трубки в качестве платежных устройств, удобная, безопасная и надежная система просто необхо-

дима для роста рынка. Для банков при разработке платежных систем, рассчитанных на мобильных клиентов, предпочтительным является подход, основанный на создании кошелька в виде сервера. Это дает возможность проводить платежи на расстоянии. Подобная система подходит для массового рынка, она позволяет потребителю иметь возможность выбора, так как он не зависит от конкретного оператора или банка.

**Аналитики компании Tower Group считают, что мобильный банкинг начнет развитие в Соединенных Штатах позднее, чем в Европе. На сегодняшний день процесс перехода на новые услуги тормозится отсутствием на рынке необходимого количества мобильных устройств. В то же время аналитическая компания Yankee Group подсчитала, что в 2005 г. объем мобильных транзакций достигнет 50 млрд. долл. По ее мнению, банки должны проявить инициативу в переходе на новые каналы, чтобы закрепить за собой высокотехнологичных клиентов. С другой стороны, Forrester считает, что не все банки должны осуществлять переход прямо сейчас. Мобильный банкинг пока обслуживает слишком маленькую нишу, которая впоследствии будет постепенно расширяться. В связи с этим банкам придется плотно интегрировать свои**

**каналы оказания услуг, большинство из которых практически не соприкасается друг с другом.**<sup>3</sup>

Одной из проблем, характерных для американского рынка мобильного бизнеса, является то, что банкам необходимо обеспечить поддержку не только большого числа стандартов связи, но и огромного количества разных устройств. В сложившейся ситуации специалисты рекомендуют банкам ориентироваться на пожелания пользователей, которые пока только пытаются найти себя в неисследованном пространстве мобильного Интернета.

#### **Аналитическая модель технологических инноваций зарубежного банковского сектора**

Таким образом, проведенное исследование показало, что современная технология дистанционного банковского обслуживания основывается на телефонных каналах, включая мобильную связь, и Интернете.

Дистанционное банковское обслуживание имеет следующие черты.

- **Экстерриториальность** и непрерывность работы системы. Клиенту предоставляется возможность управления средствами вне зависимости от его нахождения и времени суток.
- **Общедоступность.** Средства доступа, используемые клиентом, должны быть прием-

<sup>1</sup> Халевинская Е.Д. Электронные платежные системы. // Финансовая газета. Региональный выпуск, М., 1998г., № 39., с. 5.

<sup>2</sup> Семенов А. Банки в эпоху Интернета. Обзор составлен по материалам компании The Boston Consulting Group. // Банковские технологии, № 5, 2002. С. 32-34.

<sup>3</sup> Семенов А. Банки в эпоху Интернета. Обзор составлен по материалам компании The Boston Consulting Group.

лемы — по цене и широко распространены.

• **Множественность каналов доступа.** В Системе должна быть предусмотрена возможность использования разных каналов в любой комбинации.

• **Интерактивность обслуживания.** Система должна обеспечивать возможность проведения операций в режиме самообслуживания, но при этом клиенту должна предоставляться возможность выбора между проведением операций в интерактивном режиме и через оператора.

• **Проведение операций в режиме реального времени** в тех случаях, когда это возможно.

• **Минимизация ручной обработки операций.** Технология должна быть организована так, чтобы по возможности исключить или сократить стадии, требующие ручной обработки.

Как было показано выше, управление банковскими счетами через Интернет, или интернет-банкинг, является сегодня наиболее интересным направлением финансовых интернет-решений благодаря широкому

спектру банковских услуг, представленных в системах интернет-банкинга. Системы интернет-банкинга включают в себя полный набор банковских услуг, предоставляемых клиентам, естественно, за исключением операций с наличными деньгами. Системы интернет-банкинга могут быть основой систем дистанционной работы на рынках ценных бумаг и удаленного страхования, так как они обеспечивают проведение расчетов и контроль над ними со стороны всех участников финансовых отношений.

Все вышеизложенное позволяет построить **аналитическую модель распространения технологических инноваций в международном банковском секторе.**

Таким образом, распространение инноваций в банковской среде тесно связано с инновациями в глобальном и мировом финансовом секторе, что делает этот процесс неизбежным для всех банков в различных странах.

Хотя бы того банки или нет, но процесс их втягивания в новую экономику идет. Согласно дан-

ным маркетинговой компании Datamonitor, в ноябре 2001 г. 100% опрошенных западноевропейских компаний имели собственные сайты в сети Интернет (основные результаты этого исследования были опубликованы на сайте компании в феврале 2002 г.). Причем как минимум 75% числа респондентов использовали присутствие в киберпространстве не только для рекламы собственных продуктов и услуг, но и для более тесной связи с поставщиками и клиентами. Банки, как и компании и организации других отраслей и секторов экономики, начинают все активнее использовать новейшие информационные технологии.<sup>1</sup>

**Перспективы инновационного развития международной банковской сферы и российские реалии  
Инновации в российских банках**

С учетом того, что банковская система России только развивается, на наш взгляд, под опре-

Таблица 3

Новаторы как особый фактор производства	
Технологические инновации	
В банковской сфере	Во внешней макроэкономической и глобальной среде
Технологии дистанционного банковского обслуживания	Интернет, новейшие средства связи
Телебанкинг, интернет-банкинг (онлайн-банкинг)	Глобализация мирового финансово-банковского сектора; консолидация и конвергенция в международной банковской среде; новые платежные системы
Всемирное распространение инновационных банковских продуктов на основе информационных технологий	

<sup>1</sup> Смородинов О. Заметки о лояльности в условиях новой экономики // Банковские технологии, № 5, 2002. С. 17-23.

деление банковской инновации подпадают:

- новый банковский продукт, впервые появившийся на российском финансовом рынке ( первоначально и в одном банке);
- новый для России зарубежный банковский продукт.<sup>1</sup>

В российских банках как небольших структурах по сравнению с огромными западными банками в известной мере легче вводить инновации, потому что нет такого сопротивления косной внутренней среды. Новые, молодые организации исследуя неизвестное, всегда в этом смысле рискуют.

чем неэффективные промежуточные процедуры будут перестроены, поэтому традиционные банки часто будут проигрывать вновь создаваемым компаниям в скорости адаптации к меняющимся условиям ведения бизнеса.

В пользу новой компании говорит и возможность минимизации проектных рисков - в случае неудачи акционеры компании несут ответственность только в рамках собственных вкладов, репутация и рейтинг инвесторов или материнской компании не так страдает. Однако у традиционных банков имеется еще одно важное преимущество

ключительно на новых клиентов и разрабатывать варианты переманивания клиентов других кредитных организаций за счет предоставления более выгодных условий. Это может оказаться делом дорогостоящим и не найти поддержки инвесторов. Конкуренция на рынке финансовых услуг заставит искать возможности объединить преимущества двух путей, избежав свойственных им опасностей.

Рассмотрим основные направления инноваций в банковской сфере России.

Проведенное выше исследование развития дистанционного банкинга за рубежом по-

**Принципы, влияющие на рискованные решения\***

Таблица 4

<b>Размер банка</b>	Крупные банки не расположены к риску, а мелкие фирмы идут на неординарный риск.
<b>Скорость роста</b>	Риск находится в прямой зависимости от темпов роста банка.
<b>Возраст банка</b>	Новые фирмы исследуют неизвестное, а старые – защищают прошлое.
<b>Наличие рутин</b>	После того как организация окончательно сложилась все ее элементы считаются незыблемыми.

\* Составлено автором по Дж.Н.Ландлам. Тринадцать мужчин, которые изменили мир. Ростов-на-Дону, 1997.

В пользу традиционных банков свидетельствуют известный бренд, многолетний опыт работы, авторитет и рейтинги. С другой стороны, внутренняя жизнь традиционных банков часто настолько нединамична, что может пройти много месяцев, прежде

- у них уже есть клиенты. Их задача - правильно позиционировать нововведения, решить, как ориентировать онлайн-услуги и на существующих клиентов банка, и на привлечение новых. Вновь создаваемые компании могут рассчитывать ис-

казало, что важнейшей его составной частью является **call-центр**. Если взять средний показатель, известно, что применение call-центра позволяет экономить около 30% издержек.<sup>2</sup>

В России также начали развиваться call-центры. Первые

<sup>1</sup> Под определение банковской инновации на данный момент, например, подходит внедрение МФСО. См. *Муравьева А.В.* МФСО и новые требования ЦБ к отчетности банков: проблемы и противоречия. //.; *Муравьева А.В.* Переход на международные стандарты финансовой отчетности и проблемы кредитования. //; *Муравьева А.В.* Переход России на международные стандарты финансовой отчетности: планы и реальность. // *Муравьева А.В.* Актуальные вопросы перехода на международные стандарты финансовой отчетности для профессиональных участников рынка ценных бумаг. // *Муравьева А.В.* Учет обесценения активов как основа подготовки достоверной отчетности. // .

<sup>2</sup> Call-центр для банка: мода или необходимость? // *Банковские технологии*, № 3, 2003. С. 59-60.

центры обслуживания вызовов появились в представительствах зарубежных корпораций. В последние годы call-центры были организованы и в крупных российских компаниях, например в "ВымпелКоме", "Белом Ветре", "НТВ+", Альфа-банке.

Ни в России, ни в других странах СНГ до сих пор не существует столь конкурентной внешней среды, которая во многом предопределила распространение call-центров на рынках экономически развитых стран. Фактически отсутствует в нашей стране и рынок услуг независимых операторов call-центров, работающих на основе аутсорсинга, - просто потому, что на такие услуги нет спроса со стороны небольших российских фирм. Пока call-центры в России - явление сугубо столичное: помимо Москвы и Санкт-Петербурга их нет практически ни в одном регионе. Однако ожидается, что в ближайшие годы рынок услуг call-центров в России будет развиваться быстрыми темпами. При сохранении существующих тенденций рынков этих услуг в России будет расширяться на 35-40% ежегодно и через пять лет может достичь 200 млн. долл.<sup>1</sup>

В России появились и компании - дистрибьюторы продукции и программного обеспечения западных производителей компонентов и технологий для call-центров, а также консалтинговые фирмы, занимающиеся

аналитическими исследованиями рынка и оказывающие информационно-справочные услуги для компаний - заказчиков центров обработки вызовов.

### **Технологические решения российских банков**

Для американских и западноевропейских корпораций - разработчиков и производителей оборудования и программного обеспечения для call-центров и систем управления взаимоотношениями с клиентами снижение показателей доходности на рынках экономически развитых стран является сигналом для начала активного освоения необъятных просторов развивающихся стран: Китая, России, Бразилии и т. п. Поэтому нет ничего удивительного, что в течение последних двух-трех лет в Москве и Санкт-Петербурге открылись и приступили к работе представительства многих международных компаний, бизнес которых имеет непосредственное отношение к CRM и центрам обработки вызовов.

Одним из ведущих в России поставщиков решений для call-центров является компания "Голден Телеком". Компания предлагает два основных подхода к внедрению технологии call-центра для заказчиков.

**Первый** из них подразумевает использование заказчиком call-центра в режиме аутсорсинга, когда инфраструктура центра и

технические средства по приему и обработке вызовов находятся в составе нашей компании. Данный метод подходит в основном для решения задач общего характера, например, организации центральной информационной службы, информационной линии и т. д.

**Второй** вариант предусматривает развертывание инфраструктуры call-центра непосредственно у заказчика. Этот путь существенно более капиталоемкий, однако он позволяет заказчику полностью сохранить контроль над информацией в собственных руках, что особенно актуально для финансового сектора.

Интерес к call-центрам со стороны российских банков особенно возрос в последние годы, когда все большее число финансовых институтов стало обращать внимание на розничный сектор и всерьез занялось работой с физическими лицами. Однако, несмотря на растущий интерес и значительное число успешных внедрений, call-центры пока в новинку для большинства банков.<sup>2</sup>

Другое направление инноваций в российской банковской сфере - интернет-банкинг.

Его основателем в России следует считать Автобанк, который уже в мае 1998 г. предложил своим клиентам данный вид услуг. 2000 г. стал точкой отсчета, когда в России начали появляться банки, предложившие

<sup>1</sup>Смородинов О. Бизнес-форум "Центры обработки вызовов и управление взаимоотношениями с клиентами - CallCenter CRM Solutions" 2003" // Банковские технологии, № 4, 2003. С. 27-29.

<sup>2</sup>Банк "Русский Стандарт" стал одним из пионеров на российском рынке кредитных карточек. Изначально call-центр на базе решения от компании Nortel Networks был создан в банке в рамках проекта потребительского кредитования, однако впоследствии и список возложенных на него задач, и нагрузка расширились настолько, что "Русский Стандарт" был вынужден задуматься о смене решения. С осени 2002 г. в банке функционирует call-центр (IP Contact Center) компании Cisco Systems, рассчитанный на работу 200 операторов, обслуживающих не только центральный офис банка, но и восемь его филиалов, в том числе региональных. // См. Крюков Г. Как построить банковский call-центр // Банковские технологии, № 4, 2003. С. 30-31.

своим клиентам помощь в организации интернет-представительств с полным циклом электронной коммерции. Сегодня их уже больше 100. Но особенных успехов здесь пока нет. Онлайн-новыми банковскими услугами пользуются сегодня всего около 6000 человек, в основном клиенты Автобанка и «МЕНАТЕП-СПб».<sup>1</sup>

В России банковские Интернет-технологии не так развиты: по нашим данным, всего полторы сотни из тысячи трехсот отечественных кредитных учреждений оказывают или планируют предоставлять в ближайшем будущем услуги интернет-банкинга.<sup>2</sup> Это связано, прежде всего, с малым количеством пользователей Интернета в стране. Сегодня по уровню интернетизации Россия находится на одной ступени с Бразилией и Индонезией (4% населения страны).

В конце июля 2001 г. были обнародованы результаты исследования "Финансовые интернет-услуги в России", проведенного компаниями "МФД-ИнфоЦентр" и "Интернет-Маркетинг" при участии Deloitte & Touche. Исследование проходило в апреле - июле 2001 г. и стало первым столь широким исследованием российского рынка финансовых интернет-услуг.

**Основные выводы, сделанные в ходе исследования, довольно оптимистичны. Рынок финансовых интернет-услуг в стране продолжает динамично развиваться. Более того, в ближайшее время, как показывает исследование, можно ожидать**

**как минимум двукратного роста объема предложений на рынке услуг по предоставлению интернет-банкинга.**

В настоящее время около 140 российских банков используют различные системы для работы с клиентами через Интернет. То есть, данную услугу сегодня предоставляют 40% российских банков, а 50% планируют ввести ее в ближайшее время; 19% банков, опрошенных в рамках исследования, используют системы интернет-банкинга собственной разработки. Остальные банки применяют готовые программы. Лидерами здесь являются программы iBank компании "БИФИТ" и "Банк-Клиент" компании "ИНИСТ". Такие программы используют еще 19% банков.

Интернет-банкинг предназначен в первую очередь для юридических лиц. Однако сейчас на рынке активно продвигается аналогичная услуга и для физических лиц; 70% опрошенных заявили, что они уже предлагают эту услугу либо готовы ее предложить. Часть систем, работающая с юридическими лицами, напрямую предлагает последним вести всю финансовую документацию на сайте самого банка, там же заполняя бланки отчетности и производя операции по счету, что должно полностью устранить риск сбоя в системе клиента. Минус интернет-банкинга в России на сегодня состоит в том, что в развитии данного направления банки отдают большее предпочтение корпоративным клиентам, т. е. юридическим лицам,

обладающим большим оборотом денежной массы, уделяя весьма незначительное внимание гражданам, поскольку сопровождение мелких клиентов требует пристального внимания персонала за незначительными финансовыми операциями и больших операционных затрат.

С помощью систем интернет-банкинга можно покупать и продавать безналичную валюту, оплачивать коммунальные услуги, платить за доступ в Интернет, оплачивать счета операторов сотовой и пейджинговой связи, проводить безналичные внутри- и межбанковские платежи, переводить средства по своим счетам и, конечно, отслеживать все банковские операции по своим счетам за любой промежуток времени.

Возможность работать со счетами пластиковых карточек позволяет пользоваться услугами интернет-магазинов как в России, так и за рубежом - достаточно перевести с помощью системы интернет-банкинга требуемую сумму средств на карточку, а затем с помощью этой карточки оплатить какую-либо услугу или товар в интернет-магазине на веб-сайте последнего. При этом в системе будут доступны выписки по картсчету, из которых можно определить, сумму списания и назначения платежа. Таким образом, клиент всегда в состоянии отследить прохождение операции.

Это далеко не полный список всех возможностей, которые высокие технологии открывают перед клиентом банка. С каждым годом спектр удаленных

<sup>1</sup> По материалам газеты Ведомости № 149, от 30.08.2001.

<sup>2</sup> Иванов В., Угрына В. Банки и клиенты: вне времени и расстояния // Банковские технологии, № 5, 2003. С. 34-38.

банковских услуг расширяется, а их преимущества становятся еще более очевидными даже для скептиков.

Учитывая все преимущества взаимодействия с клиентом через Интернет и российскую ситуацию, некоторые банки предлагают усеченный вариант интернет-банкинга. Например, только просмотр выписок по счету. Эта бесплатная услуга предоставляется клиентам через сайт банка. Если же клиент еще не имеет доступа в Интернет, банк может за сумму, существенно меньшую по сравнению с тарифами обычных провайдеров, предоставить клиенту возможность посещения сайта банка, а также подключить к электронной почте.

Пока чаще всего интернет-банк рассматривается как дополнительный банк наряду с основным, хотя многие не исключают возможность полного перехода в такой банк, если он сможет предложить более выгодные условия и привлекательные услуги. И если у него будет репутация надежного банка.

Один из вариантов позиционирования интернет-банка - как вспомогательный офис для оплаты текущих счетов. Этот вариант потребует минимальных инвестиций, банк сможет ограничиться относительно несложной системой безопасности, т. к. текущие остатки по счетам будут небольшими, вполне можно использовать схемы страхования вкладов для минимизации операционных рисков.

**Отечественные банковские организации не уступают сегодня своим западным коллегам в качестве современных финансовых технологий.** В качестве примера можно привести WAP-банкинг - удаленное управление счетами посредством мобильного телефона, оснащенного специальным программным обеспечением на базе протокола беспроводной передачи данных. К сожалению, компании мобильной связи, предлагая клиентам телефоны стандарта GSM с возможностью выхода в Интернет, далеко не всегда могут поддерживать необходимую степень защиты передаваемых или получаемых сведений на том уровне, как это организовано в Интернете. Поэтому банки не могут взять на себя ответственность за конфиденциальность платежей клиентов и предлагают им при помощи мобильного телефона лишь просматривать остаток на счете и список последних операций. Однако уже разрабатывается программное обеспечение, способное довести услугу WAP-банкинга до совершенства. Пока же для того, чтобы обеспечить безопасность платежей, некоторые банки оговаривают с клиентом список операций и присваивают каждой из них соответствующий код.

В России есть собственные инновационные разработки в этой области. Челябинский акционерный коммерческий банк "Дорожник" при содействии компании "Южно-Уральский сотовый телефон" первым на Южном Урале внедрил про-

грессивные технологии интернет-банкинга и мобильного-банкинга. Услугами интернет-банкинга уже пользуются более 30 челябинских предприятий, организаций и индивидуальных предпринимателей, что позволяет им в режиме реального времени из любой точки мира управлять своим банковским счетом через Интернет.<sup>1</sup>

Еще одна услуга мобильного банкинга, предоставляемая банками владельцам сотовых телефонов. При помощи службы коротких сообщений (SMS), которая есть у любого оператора сотовой связи, клиенту будет доступна вся информация о состоянии расчетных счетов, а также получение выписок по счету за требуемый период.

Обращают на себя внимание результаты деятельности одного из первых региональных банков, который самостоятельно разработал, внедрил и успешно эксплуатирует систему интернет-банкинга для юридических лиц, - екатеринбургского банка «Северная Казна». Так, по данным за сентябрь 2000 г. (в скобках - данные за август): количество клиентов (юридических лиц) 708 (565), или 19,26% (15,34%) от числа работающих клиентов банка; количество исходящих платежных поручений 11,480 (11,425) шт., или 14,05% (12,46%) от количества обработанных банком поручений в рублях; сумма исходящих платежей 487,8 (470,9) млн. руб., или 12,44% (11,75%) от объема клиентских платежей в рублях; средневзвешенная сумма денежных средств на интернет-счетах -

<sup>1</sup> При этом стоимость подключения к интернет-банкингу составляет всего 30 долл., а ежемесячная абонентская плата - 100 руб. Система позволяет в режиме реального времени получать информацию о состоянии банковского счета по мобильному телефону компании "ЮУСТ" через выделенный WAP-шлюз. Кроме того, с июня 2001 г. банк "Дорожник" приступил к приему наличных денежных платежей за пользование мобильными телефонами "ЮУСТ".

51,6 (47,7) млн. руб., или 10,64% (9,28%) от средневзвешенных остатков на счетах юридических лиц в банке.<sup>1</sup>

Рынок электронных банковских услуг благодаря быстрым темпам своего развития привлекает все большее внимание со стороны банкиров, осознающих открывающиеся перспективы. Если ещё пять-шесть лет назад электронные услуги могли предоставить своим клиентам лишь самые продвинутые банки, то сегодня практически каждый уважающий себя банк в том или ином объеме предлагает дистанционное обслуживание.

Большинство банков рассматривает электронное обслуживание уже как неотъемлемую часть комплексного механизма привлечения клиентов, снижения операционных издержек и получения прибыли. Опыт наиболее успешных банков позволяет констатировать тот факт, что максимальная отдача достигается именно при комплексном подходе, обеспечивающем электронное обслуживание всех без исключения групп контрагентов банка - клиентов, подразделений, корреспондентов и т.д.<sup>2</sup>

С развитием компьютерных технологий растет также и число каналов предоставления электронных услуг. Наряду с традиционным банк-клиентом и банковской телефонией в последнее время широко используются решения, основанные на интернет-технологиях - «тонкий» браузерный банк-

клиент. При этом одновременное использование нескольких каналов электронного обслуживания в комплексе даёт возможность предоставления новых услуг, таких, например, как организация полного цикла электронной коммерции для клиентов. Банки, которые помимо традиционных услуг предлагают совершенно новые, создающие дополнительные удобства для клиентов, несомненно более выигрышно смотрятся на общем фоне. Такие банки постоянно в центре внимания, за счёт чего и растёт их клиентская база.

Борьба за каждого клиента обязывает банки предоставлять, с одной стороны, широкий спектр банковских услуг, с другой - обеспечивать высокое их качество и оперативность обслуживания. Фирмы же разработчики банковских систем стремятся предоставить возможность банкам постоянно диверсифицировать спектр предоставляемых услуг, расширяя функционал разрабатываемых систем.

На российском рынке существуют 15 разработчиков соответствующего программного обеспечения. Лидерами на сегодня являются программы Quik Сибирской межбанковской валютной биржи, NetInvestor от «МФД-ИнфоЦентра», «ИТС-Брокер» и «Инвестор» от компании «ИНИСТ».

Сейчас в России имеется ряд программных продуктов, предлагающих вести учет и составлять отчетность финансовых

операций в Сети, среди них можно отметить следующие: «Интернет-Сервис-Банк», «Интернет-Банк», iBank, «Телебанк», «Банк-Клиент», «Банк-Клиент Онлайн» и др. Этими системами успешно пользуются Автобанк, Межтопэнергобанк, «Эллипс банк», банк «Россия» и многие другие (см. табл. ).

Система «Интернет-Сервис-Банк» представляет собой новую удобную форму банковского обслуживания физических лиц. Это - интерактивная компьютерная система, которая обеспечивает удаленное управление банковскими счетами через глобальную сеть Интернет в режиме реального времени в любое время суток.<sup>3</sup> «Интернет-Сервис-Банк» обеспечивает доступ ко всем счетам клиента, открытым в Автобанке: текущим (рублевым и валютным), карточным и депозитным. Пользователь системы может сам определить перечень счетов, которые будут доступны ему через «Интернет-Сервис-Банк».

### **Отечественный home-bank**

Что такое система «Домашний банк» Автобанка?<sup>4</sup>

«Домашний банк» представляет собой совершенно новую форму банковского обслуживания физических лиц. «Домашний банк» - это интерактивная компьютерная система, которая обеспечивает удаленное управление банковскими счетами из

<sup>1</sup> Бурдинский А. Какой интернет-банкинг нам нужен? // e-Finance 01.02.2001.

<sup>2</sup> Яковлев Е. Дистанционное банковское обслуживание: новые возможности. // «Московский банковский журнал» №10 2001г.

<sup>3</sup> В качестве программного обеспечения применяется браузер Microsoft Internet Explorer 5, который предоставляется Автобанком вместе с техническими составляющими «Интернет-Сервис-Банка», или же клиент может самостоятельно скачать его с сервера Microsoft.

<sup>4</sup> См. www.avtobank.ru // С мая 1998 г. «Домашний банк» находится в коммерческой эксплуатации.



**Банки - пользователи систем интернет-банкинга \***

Таблица 5

Банк	Город	Система
Автобанк	Москва	Интернет-Сервис-Банк
Академхимбанк	Москва	Банк-Интернет-Клиент (iBank)
БИН	Москва	Кортис
Гранкомбанк	Екатеринбург	IBank
ГУТА Банк	Москва	Телебанк
Дорожник	Челябинск	Интернет-банкинг (iBank)
Ингострах-Союз	Москва	Интернет-Сервис-Банк
Интеркредит	Москва	Интернет-Клиент-Банк (iBank)
Комунибанк	Москва	Интернет-Банк (iBank)
Межтопэнергобанк	Москва	Банк++
Менатеп СПб	Санкт-Петербург	Домашний банк
Металлург	Москва	IBank
Национальный коммерческий банк	Москва	IBank
НОМОС-Банк	Москва	Интернет-Клиент
Омскпромстройбанк	Омск	Интернет-Банк
Петровский народный банк	Санкт-Петербург	Услуги On-line
Платина	Москва	CyberPlat
Россия	Санкт-Петербург	Банк-Клиент
Рублевский	Москва	Ibank
Русский Генеральный Банк	Москва	Интернет-Банк (iBank)
СДМ-Банк (филиал в СПб.)	Санкт-Петербург	Ibank
Северная казна	Екатеринбург	ИнтернетБанк
Судоостроительный банк	Москва	Sbank
Томскпромстройбанк	Томск	Ibank
Уральский банк реконструкции и развития	Екатеринбург	Ibank
ЦентроКредит	Москва	Ibank
Эллипс банк	Нижний Новгород	Телебанк-НН
Югра (филиал в СПб.)	Санкт-Петербург	Ibank
Юниаструм Банк	Москва	Интернет-Банк-Клиент

\* Семенов А. Интернет-банкинг // Банковские технологии, № 2, 2002.

дома или с работы через глобальную сеть Интернет. "Домашний банк" обеспечивает доступ ко всем счетам клиента, открытым в Автобанк, - текущим (рублевым и валютным), карточным, депозитным. Пользователь системы может сам определить перечень счетов, которые будут доступны ему через "Домашний банк".

С помощью системы "Домашний банк" пользователь имеет возможность:

- 24 часа в сутки, 7 дней в неделю иметь быстрый доступ ко всем своим счетам, открытым в банке;
- проверять наличие денежных средств на любом из своих счетов;
- отслеживать историю движения денежных средств по своим счетам, а также получать выписки за любой период времени;
- осуществлять переводы между своими счетами;
- осуществлять безналичное перечисление денежных средств на счета иных лиц, открытые в банке;
- производить безналичную покупку/продажу иностранной валюты в соответствии с тарифами банка;
- оперативно размещать денежные средства во вклады (срочные депозиты);
- отзываться денежные средства с депозитов.

Система "Телебанк" является совместной разработкой ГУТА Банка<sup>1</sup> и компании "Степ Ап". Используя систему "Телебанк", клиенты могут круглосуточно

покупать и продавать валюту, совершать переводы в рублях и валюте, оперативно оплачивать коммунальные услуги, междугородные и международные переговоры, сотовую и пейджинговую связь, доступ в Интернет и многое другое. Чтобы воспользоваться таким разнообразным и комплексным сервисом, не обязательно посещать банк. Обслуживание круглосуточно доступно через интерактивную телефонную службу, через Интернет или с мобильного телефона, поддерживающего WAP-протокол. Интерактивный сервис гармонично сочетается с обслуживанием в офисах банка и через операторский центр - к услугам клиентов телефонная операторская служба и сеть дополнительных офисов банка. Каждому клиенту системы "Телебанк" при оформлении бесплатно выдается одна пластиковая карточка Visa Elektron.

Система "Банк-Интернет-Клиент" банка "Югра" предлагает клиенту полноценный банковский сервис в режиме реального времени, обеспечивая защищенный доступ из любой точки планеты по сети Интернет к справочной и финансовой информации банка, работу с платежными документами и отправку этих документов через Интернет в банк. Система способна принимать платежные поручения, даже если в текущий момент счет пуст, но клиент ожидает поступлений в банк или они уже находятся в стадии зачисления на его счет.

Система "Банк-Интернет-

Клиент" позволяет с рабочего места клиента:<sup>2</sup>

- готовить и передавать в банк по электронной линии связи платежные документы и проводить рублевые и валютные платежи;
- готовить и передавать в банк заявки на покупку/продажу валюты (для валютного счета);
- получать из банка уведомление о прохождении документов;
- получать из банка выписки по счетам;
- вести архив переданных в банк платежных документов;
- отслеживать текущее состояние своих счетов;
- обмениваться с банком другой информацией из офиса, сведя посещение банка к минимуму;
- производить импорт документов из бухгалтерской программы;
- производить экспорт документов в бухгалтерскую программу.<sup>3</sup>

В АКБ "Ланта-Банк" запущена и функционирует система обслуживания клиентов через Интернет в режиме реального времени "Интернет-Банк-Клиент". Система "Интернет-Банк-Клиент" предназначена для онлайн-обслуживания клиентов через Интернет. Система позволяет клиентам банка (как физическим, так и юридическим лицам) управлять своими счетами через Интернет. Клиенты получают возможность использовать стандартные формы рублевых и валютных документов, а также получать

<sup>1</sup> В настоящее время у Гута-Банка отозвана лицензия.

<sup>2</sup> Подробнее см. Семенов А. Интернет-банкинг // Банковские технологии, № 2, 2002.

<sup>3</sup> В системе "Банк-Интернет-Клиент" применены международные стандарты кодирования информации с использованием технологии электронной подписи и хранением электронного ключа, что обеспечивает эффективную защиту передаваемых сообщений.

выписки по счетам. Помимо режима онлайн клиенты получают надежную защиту передаваемой информации. Для работы в системе не нужна инсталляция на стороне клиента никаких дополнительных программ, достаточно наличия любого из наиболее популярных веб-браузеров. Используя сотовый телефон, клиенты могут в настоящее время получать информацию о состоянии своих счетов, курсах валют и др.

Системы Банк-Клиент постоянно совершенствуются. Существует масса таких систем.<sup>1</sup>

Как было показано выше, в России основную массу потребителей услуг интернет-банкинга представляют юридические лица.

Каковы перспективы развития интернет-банкинга в России с точки зрения расширения клиентской базы среди физических лиц?

Как показало опубликованное недавно исследование The Internet Monitor, 9% жителей российских городов в возрасте от 16 до 64 лет имеют доступ в Интернет, в Москве таких - 13,5%.<sup>2</sup> В основном это люди с достаточно высоким уровнем доходов и образования. Конечно, по отношению ко всему населению эта группа невелика. Но, с другой стороны, и несколько процентов у нас - это миллионы человек. Иначе говоря, потенциальные потребители онлайн-бан-

ковских услуг в России есть.

Для привлечения новых клиентов российские кредитные учреждения устанавливают более низкие расценки на операции, выполняемые в удаленном режиме. Такая политика, направленная на увеличение клиентской базы, особенно эффективна на этапе становления рынка. Однако имеются определенные барьеры на пути развития интернет-банкинга, со стороны потребителей услуг.

В Иркутске было проведено специальное обследование.<sup>3</sup> В опросе принимали участие 152 человека в возрасте от 16 до 58 лет, причем наибольшее число респондентов (31%) составляет группа в возрасте от 30 до 45 лет, а самый немногочисленный состав - молодые люди от 20 до 25 лет (9%).

Результаты показали следующее. Возраст является основополагающим критерием при определении потенциальной аудитории пользователей систем интернет-банкинга, так как именно возрастные границы определяют психологический настрой людей. Консерватизм людей старших возрастных групп очевиден, но данное исследование показывает также, что основной процент опрошенных, не доверяющих банкам, приходится на людей в возрасте до 20 лет (32%).

При анализе данной возрастной группы показателен тот

факт, что именно на эти категории выпадает самый высокий процент положительных ответов на вопрос "Имеется ли у вас персональный компьютер?", соответственно - 45% и 52%. У этого же состава наблюдается наибольшее количество подключенных к сети Интернет персональных домашних компьютеров.

Для людей, находящихся в возрасте от 45 до 60 лет, пользование системами интернет-банкинга не кажется приемлемым, так как пересмотр устоявшихся психологических традиций в данном возрасте уже не произойдет, а уровень дохода просто не позволит использовать сеть Интернет в качестве инструмента для осуществления платежей.

Ситуация в группе молодежи до 20 лет выглядит не так удручающе, так как практически все опрошенные - студенты начальных курсов экономических вузов и становление их психологических характеристик еще не произошло. Как раз на данном временном этапе банкам следует начать вести работу с этой аудиторией.

В результате анализа выявлены наиболее перспективные группы людей, которые хотят и могут пользоваться системами интернет-банкинга:

- человек в возрасте 20-35 лет с достаточно высоким уровнем образования (предпочти-

<sup>1</sup> Система "Клиент-Банк" позволяет: передавать в банк платежные документы; получать выписки со счетов клиентов; получать электронные копии платежных документов; обмениваться с банком электронными текстовыми сообщениями; получать справочную информацию; осуществлять импорт/экспорт информации. // См. подробнее, например: Попов А. Развитие системы ДБО BS-Client v.3 продолжается // Банковские технологии, № 2, 2002; Семикова П. Банковские инновации и новый банковский продукт // Банковские технологии, № 11, 2002. С. 42-47; Тютюнник А. Выбор автоматизированной банковской системы. // Банковские технологии, № 7-8, 2002. С. 27-34.

<sup>2</sup> Ведомости, №149, 30.08.2001.

<sup>3</sup> Иньшина А. Исследование целевых рынков использования систем интернет-банкинга в банках Иркутска // Банковские технологии, № 5, 2002. С. 24-31.

тельно высшее образование), юридически грамотный, имеющий среднемесячный доход около 20-100 тыс. руб., предприниматель или служащий коммерческого предприятия. Клиент банка, проводящий в сети Интернет более трех часов в неделю и имеющий доступ в Интернет с собственного или рабочего компьютера. Постоянно осуществляет безналичные переводы. В работе с банком он ценит прежде всего скорость, удобство и надежность при осуществлении платежа, в работе стремится использовать новейшие технологии;

- человек в возрасте от 25 до 45 лет, с высшим или средним образованием и месячным доходом от 20 до 50 тыс. руб., является постоянным банковским клиентом и регулярно переводит средства в другие банки. Как положительные моменты отмечает небольшой размер комиссии и удобство оформления платежного поручения. Пользовался различными методами перевода средств, но предпочитает банковский метод. Знаком с компьютерной техникой, но опасается производить финансовые операции через Интернет.

Что же может сделать интернет-банк, чтобы потенциальный клиент стал реальным? Проект в области интернет-банкинга должен обладать проработанной стратегией развертывания бизнеса, точным позиционированием онлайн-

вых продуктов в зависимости от реальной структуры спроса и характеристик целевой клиентской группы. Не стоит спешить копировать западный опыт - надо внимательнее посмотреть на то, чего хочет российский клиент. Компания Accenture провела исследование потенциального спроса на онлайн-банковские услуги в Москве. Опрос показал, что наибольший интерес вызывают сейчас услуги по оплате текущих счетов - за мобильную связь, Интернет, спутниковое телевидение, коммунальные услуги, счетов страховых компаний, штрафов ГИБДД, а также бронирование отелей, выкуп туристических туров и т. д. Потенциально привлекательны и возможность онлайн-управления счетами, мониторинга движения средств по счетам, межбанковские переводы и электронные магазины.

Будущее интернет-банкинга в России тесно связано с развитием розничного банковского обслуживания. Крупным клиентам важнее эксклюзивный, нестандартный сервис и персональное внимание, а уже после этого - интерактивность осуществления всех необходимых операций. В отношении мелких и средних предприятий, предпринимателей и частных лиц обслуживание в системе Интернет-банкинга более продуктивно, поскольку позволяет предоставить массовый высококачественный и - что

очень важно — недорогой сервис.<sup>1</sup>

Таким образом, сегодня можно с уверенностью сказать, что российский рынок интернет-банкинга постепенно увеличивает темпы своего развития, используя, в том числе возможности интеграции и развития других дополняющих услуг. Особенность ситуации в том, что у российских банков есть уникальный шанс "проскочить" целый исторический этап и сразу перейти к новым формам работы с частными лицами. Если в других странах банки, уже обладая разветвленной розничной сетью, вынуждены уходить от филиальной модели эволюционно, путем постепенного изменения функций и роли филиалов, в России такой переход не нужен, поскольку розничной сети у многих банков просто нет.

На наш взгляд, поскольку интернет-банкинг — комплексное и сложное явление, то для его успешного внедрения банки должны выработать стратегические цели и планы. Как могла бы выглядеть структура такого плана, представлено ниже.

Таким образом, от первых попыток опробования новых услуг клиенты отечественных банков перейдут к регулярному использованию интернет-услуг. Однако этот переход происходит только при условии, что эти услуги отвечают определенным требованиям и ожиданиям клиентов.

<sup>1</sup> Банковское дело в Москве, №8, 2000 30.11.00

**Стратегический план инновационных мероприятий  
коммерческого банка**

Таблица 6

<p><b>Раздел 1. Стратегия.</b> Аналитическая оценка опыта передовых зарубежных банков различных стран и прогноз их инновационного развития: определение приоритетных направлений развития банковской техники, технологии, менеджмента, определяющих борьбу за лидерство.</p>
<p><b>Раздел 2. Главная цель и конкретные результаты.</b> <b>Главная цель</b> - достижение оптимального уровня конкурентоспособности на основе комплекса согласованных технологических, экономических и управляющих мероприятий. <b>Конкретные конечные результаты.</b> Создание банков и банковских систем нового поколения, работающих в режиме так называемого инновационного менеджмента. Суть – нацеливание банков на постоянное внедрение новых, более совершенных технологий, продуктов и организационных структур. Ставится задача повысить гибкость и адаптивность к рынку.</p>
<p><b>Раздел 3. Основные стратегические направления.</b> 1. Технологические новшества. Автоматизация банковских процессов, переход на новые компьютерные технологии самообслуживания, дистанционное обслуживания, использование Интернета в системе "банк-клиент", виртуальные банковские и финансовые технологии. Разработка и внедрение новых банковских продуктов (услуг) на базе новых технологий. Комплексное использование новых информационных и коммуникационных технологий для электронного маркетинга. 2. Совершенствование форм и методов управления, включая постоянное внедрение инноваций. 3. Изменения в квалификации работников: продукт-менеджер, специалист по трансакциям и консультациям, консультанты (высококвалифицированные индивидуальные консультации клиентов).</p>
<p><b>Раздел 4. Тактические особенности реализации стратегических направлений.</b> Учет особенностей ситуации в российской банковской сфере.</p>
<p><b>Раздел 5. Модификация органов и структур управления.</b> Структурные и функциональные изменения с учетом многоканального обслуживания клиентов, при сочетании новых и традиционных технологий и инструментов, Оптимизация банковской сети: сегментация, изменения в филиалах и филиальной сети. Организация центра внедрения инноваций</p>

**Последствия  
применения  
интернет-технологий  
в банковской сфере:  
мнения и оценки**

**Особенности новой  
банковской среды**

**К каким последствиям приводит применение банками интернет-технологий?**

Прежде всего усиливается конкуренция в банковской сфере. Данный процесс заме-

тен за рубежом, где банки время вынуждены во все большей степени подчиняться новым закономерностям и принципам организации и ведения бизнеса в эпоху цифровых технологий.

В самом недалеком прошлом рынок банковских услуг в любой экономически развитой стране представлял собой олигополию, в рамках которой участники и экономически, и законодательно были защищены от чрезмерной конкуренции. Технологии новой

экономики в кратчайшие сроки подорвали многие экономические барьеры для конкуренции, существовавшие в банковском бизнесе. Кредитные учреждения стали испытывать усиливающуюся конкуренцию, как со стороны традиционных участников рынка, так и со стороны новичков (телекоммуникационных компаний или провайдеров услуг в глобальной сети). В настоящее время любой традиционный банк может совершенно

неожиданно оказаться перед фактом наличия конкуренции со стороны виртуального банка, отдаленно зарегистрированного от рынка сбыта.

Обостряется конкуренция непосредственно, между интернет-банками, т.к. перечень доступных электронных услуг, предлагаемых различными банками, не одинаков. Фактически во всех банках клиенту предоставляется возможность проверять состояние текущего счета, осуществлять денежные переводы, получать (заказывать) электронные счета на оплату. Более сложные системы позволяют клиентам составить заявку на получение кредита (ссуды), загрузить информацию по своим счетам на собственный компьютер, поторгать ценными бумагами компаний или доверительных фондов, просмотреть распечатки своих чековых и депозитных книжек.

Анализируя перспективу, следует иметь в виду, что на рынок финансовых услуг начинают выходить технологические гиганты (Microsoft, Sony, IBM, Yahoo), напрямую угрожая банковской монополии. Помимо себе подобных, традиционные банки получают в конкуренты не только новые финансовые организации, амбициозные и мобильные, но и еще одну категорию бизнеса - технологичную, богатую и глобальную. И за клиентскую базу, потенциал роста которой все же не беспределен, предстоит острая борьба.

**Не исключено, что рынок**

**интернет-банкинга может скопировать сценарий развития рынка телекоммуникаций — мгновенный всплеск, стремительный рост, а в итоге осталось всего несколько конкурентоспособных игроков.<sup>1</sup>**

Интеграция кредитных учреждений в новую информационную экономику находит выражение в появлении **новых бизнес-моделей** и стратегий развития, используемых банками для достижения своих экономических целей. Некоторые банки начинают организовывать собственные B2B-площадки, на которых выступают в качестве координатора связей, гаранта платежных транзакций, кредитора и посредника при заключении сделок. Другие банки стремятся к максимально эффективному использованию сетевой структуры организации и ведению бизнеса, характерной для крупных виртуальных и традиционных компаний. При такой организации банк становится центром многочисленных взаимосвязей и взаимозависимостей, в орбиту действия которых попадают поставщики банковского оборудования и программного обеспечения, корпоративные клиенты и частные потребители.

Специфика организации бизнеса в сети Интернет потребовала от кредитных учреждений установления партнерских отношений с компаниями, обеспечивающими доступ и/или предоставление услуг в глобальной сети.

## **Преимущества интернет-банкинга**

Интернет — идеальная среда для привлечения новых клиентов в банки. Потенциальному клиенту гораздо проще случайно оказаться на сайте банка, чем в его отделении. Он открывает новые широкие возможности на рынке финансовых услуг, поэтому интернет-банки смогли занять свою нишу на рынке и даже начали теснить традиционные банки.

Использование систем интернет-банкинга дает ряд преимуществ клиентам:

- **во-первых, существенно экономится время за счет исключения необходимости посещать банк лично;**

- **во-вторых, клиент имеет возможность 24 часа в сутки контролировать собственные счета и, в соответствии с изменившейся ситуацией на финансовых рынках, мгновенно отреагировать на эти изменения (например, закрыв вклады в банке, купив или продав валюту, и т.п.);**

- **в-третьих, системы интернет-банкинга незаменимы и для отслеживания операций с пластиковыми картами (любое списание средств с карточного счета оперативно отражается в выписках по счетам);**

- **в-четвертых, способствует повышению контроля со стороны клиента за своими операциями;**

- **в-пятых, позволяет пользоваться услугами интернет-магазинов**

<sup>1</sup> Ведомости №149, 30.08.2001

• **в-шестых, интернет-банки, предлагают более высокие проценты по вкладам, чем традиционные банки.**

Таким образом, интернет-банкинг относится к системе, предоставляющей более эффективные каналы проведения банковских услуг - от таких объемных, как управление наличностью и проведение транзакций посредством клиринга, до самых простых, будь то денежные переводы, представление и оплата счетов, запрос выписки о состоянии счета или заявка на предоставление кредита. При этом основное удобство заключается в том, что клиенты, используя данную технологию, получают доступ к банковской сети в любой точке мира.

Если сравнивать интернет-банкинг с другими формами дистанционного банковского обслуживания, то основным его положительным отличием является отсутствие необходимости устанавливать на стороне клиента специализированное программное обеспечение. Клиент получает доступ к своим счетам через «стандартные» средства Интернета. За счет этого отличия банк добивается экономии в обслуживании клиентов, так как исключает затраты по установке и обслуживанию клиентской части программного обеспечения. Интернет-банкинг позволяет легко масштабировать бизнес-процессы, поскольку не зависит от роста или снижения клиентской базы. Новые продукты и услуги банка становятся моментально доступными всем Интернет-клиентам банка, так

как все изменения происходят на сервере банка.

Для самого банка переход в "виртуальное" пространство означает улучшение внутренней модели бизнеса. Практически до нуля сокращаются затраты, связанные с арендой и содержанием помещений, необходимость в которых при дистанционном обслуживании исчезает. За счет автоматизации процесса управления клиентами собственными банковскими счетами существенно уменьшается численность необходимого персонала, а значит, и расходы на заработную плату. В итоге стоимость транзакций уменьшается на порядок, и бизнес становится рентабельным даже при обслуживании частных лиц - держателей незначительных сумм на банковских счетах.

В самом начале развития интернет-банкинга казалось, что он лишен отрицательных сторон, однако практика выявила ряд **недостатков и проблем.**

### **Проблемные стороны дистанционного банка и интернет-банкинга**

В последнее время наблюдается отток клиентов из данных банков. Оказалось, что главное их преимущество — виртуальность — является одновременно и главным недостатком. Основной причиной, заставляющей их расставаться с таким банком, клиенты называют невозможность человеческого общения. По общему признанию западных экспертов, «ахиллесовой пятой» виртуальных банков является то, что они в силу своей

«виртуальности» не могут полностью удовлетворить потребности клиента в общении с банковскими работниками и естественное «право» клиента на индивидуальный подход. Как правило, автоматические ответы виртуального банка на сообщения по электронной почте мало кого устраивают, а ответов от клиентской службы приходится ждать довольно долго.

Несмотря на бурное развитие удаленного банкинга (через Интернет, по телефону или посредством мобильной связи), американцы по-прежнему предпочитают старый проверенный способ работы с банковскими учреждениями, то есть попросту направляются в ближайшее отделение банка. По словам вице-президента Maritz Research по маркетингу Ф. Уайзмана, "хотя банки и предлагают наперебой технологии, позволяющие повысить удобство и эффективность взаимодействия между банком и клиентом, местный банковский офис все еще остается более предпочтительным, когда речь идет о ведении финансовых дел".<sup>1</sup> В ходе общенационального опроса выяснилось, что 47% респондентов совершают банковские операции традиционным способом, и лишь 4% регулярно работают со своим банком через Интернет. Почти 40% опрошенных указали, что при выборе банка руководствовались исключительно степенью близости к собственному дому. То есть, несмотря на те удобства, которые может предоставить клиентам онлайн-банкинг, общество пока не готово

<sup>1</sup> Турецкая А. Виртуальный банк: стратегия реального бизнеса // Эксперт, № 47, 13 декабря 1999 г.

отказаться от живого общения при решении своих финансовых вопросов.

Специалисты считают, что банки должны принять во внимание ряд обстоятельств: «Современные стратегии сбыта в сфере розничной деятельности все чаще предусматривают возможность виртуального или электронного ведения операций. Наибольшая опасность, связанная с электронным способом оказания банковских услуг, заключается в ослаблении контакта с клиентом, а следовательно, привязанности клиента к банку. Виртуальные банки ни в коем случае не заменят полностью традиционные банковские филиалы в ближайшие десять лет, хотя технический прогресс и заставит предпринять определенные шаги по совершенствованию системы филиалов... Палитра банковских услуг состоит из стандартных продуктов, а также решений, для пользования которыми необходимы дополнительные разъяснения. В таких случаях персональный компьютер пока не рассматривается как средство предложения услуг. Однако все может измениться, когда компьютер начнут использовать в сочетании с видео-телефоном, возможностью классифицировать документ и идентифицировать магнитную карточку».<sup>1</sup>

Наряду с этим существуют недостатки в области безопасности транзакций, хотя Интернет более безопасен по сравнению с другими способами связи и

транспорта информации. С точки зрения безопасности транзакций, во всех случаях могут использоваться одинаковые механизмы криптозащиты. Но ситуацию осложняет тот факт, что изначально Интернет не проектировался как защищенная сеть. Поэтому данные, передаваемые через интернет-банк, могут быть легко перехвачены с помощью достаточно быстрых и доступных средств.

Кроме того, при проведении транзакций через Интернет возникает дополнительный операционный риск компании, предоставляющей клиенту доступ в Сеть (провайдера). Этот риск может проявиться, например, когда у провайдера отключат электроэнергию или возникнут неисправности с компьютерным оборудованием.

**Главным фактором риска остается безопасность сетевых операций с банковским счетом. В этой связи стоит вспомнить такие громкие случаи, как обнародование возможности несанкционированного доступа к счетам банков, использующих программное обеспечение компании Fiserv.<sup>2</sup>**

Интернет-атакам подвергались, к примеру, онлайн-банк Egg, система Home Net Интернет-сервиса ABN AMRO Bank, крупнейший австралийский интернет-банк St.George и швейцарская финансовая группа Union Bank of Switzerland (UBS). Сбой в системе автоматизации открыли клиентам банка Barclays доступ к счетам других пользо-

вателей. А недавнее обновление системы онлайн-банкинга Lloyds TSB привело к уничтожению учетных записей 1,6 млн. клиентов. И банк вынужден был предоставлять пользователям выписки о текущем состоянии счета на бумажных носителях.

Недостатки интернет-банкинга заставляют сами банки давать негативную оценку своему бизнесу и даже закрывать "виртуальные" отделения. Так, британский банк Halifax заявил, что его онлайн-филиал Intelligent Finance пока не достиг намеченной цели по рентабельности. На безубыточный уровень работы пока не вышел и французского онлайн-банка Zebank. Убытки несет и британский банк Egg. О закрытии своей онлайн-банковской службы Ebanking сообщила французская группа Fortis. Негативную оценку собственному онлайн-бизнесу дал Bank of America.

В этой связи перед интернет-банкингом стоит целый ряд **проблем и задач, требующих решения.**

Но существуют и рекомендации рекомендует банкам сконцентрироваться на решении следующих задач:<sup>3</sup>

**Сосредоточиться на нуждах потребителей.** Одно из главных преимуществ операций в Интернете - возможность легко и быстро собирать огромное количество информации о клиентах. Однако для достижения настоящего успеха в Интернете банкам необходимо научиться

<sup>1</sup> См. *Инстенберг-Шик Г.* Многоканальная банковская деятельность - путь к клиенту. // Бизнес и банки, 1999, №43(469).

<sup>2</sup> С помощью программ Fiserv во всем мире происходит управление 200 млн. онлайн-счетов на сумму, превышающую 15 млрд. долл.

<sup>3</sup> *Семенов А.* Банки в эпоху Интернета. Обзор составлен по материалам компании The Boston Consulting Group. // Банковские технологии, № 5, 2002. С. 32-34.



обрабатывать эти данные, а также быстро реагировать на результаты исследований.<sup>1</sup>

**Использовать преимущества традиционных видов деятельности.** Создание полностью автономной компании в Интернете - зачастую самый простой, но не лучший выход. Преимущества традиционных видов деятельности, такие как узнаваемые торговые марки, широкая клиентская база и развитая филиальная сеть, могут значительно облегчить задачу продвижения в Интернете.

А. Турецкая ставит вопрос о стратегических задачах банка при организации интернет-банкинга: "Один из главных вопросов, который необходимо решить, приступая к проблемам электронного банкинга, — вопрос стратегического свойства: какие задачи ставит перед собой банк или другая финансовая организация при переходе на электронные средства работы с клиентом, чего стремится добиться?"<sup>2</sup>

Другая проблема связана с возможностями **расширения клиентской базы интернет-банков**. Готовы ли клиенты к такой работе?

Психологическую готовность клиентов, уровень их компьютерной грамотности, готовность работать с электронными средствами необходимо принимать во внимание при выстраивании банком своей стратегии, ориентированной на использование электронных средств.

В разных странах ситуация в этом плане не одинакова. В США растущий спрос на электронные банковские услуги демонстрируют как индивидуальные клиенты — физические лица, так и все виды бизнеса, в силу чего в 2000 году доля банковских операций, совершающихся без общения с персоналом, увеличится до 58% всех совершаемых транзакций (по отношению к 1997 году рост на 20%).<sup>3</sup>

В России рынок банковских услуг для частных лиц пока достаточно узок и рост его сдерживается как высокой для массового потребителя стоимостью компьютера, так и общим недоверием к банковской системе. Чтобы завоевать сейчас клиента электронных услуг, банку требуется изобретательность.

Исследования, базирующиеся на анализе более 30 российских проектов, осуществленных в области электронных технологий, показали, что затраты на приобретение новых клиентов значительно превышают выгоды от снижения себестоимости банковских операций, то есть затраты на маркетинг и приобретение нового клиента могут в несколько раз превышать уровень доходов от бизнеса, приносимого в банк этим клиентом.<sup>4</sup>

Если затраты на "приобретение" нового онлайн-клиента оцениваются в 200-600 долл., то прибыль от сетевых операций - на порядок меньше. Так что решение эффективности банковского бизнеса в Интернете -

такая же сложная задача, как и в традиционных сферах деятельности кредитных организаций.

Становится очевидно, что частные клиенты банков, на которых изначально был ориентирован интернет-банкинг, еще не проявляют к этой услуге интереса, ожидаемого финансовым сообществом. Тем не менее онлайн-банкинг оказался весьма удобным коммуникационным средством для такого сектора экономики, как малый и средний бизнес.

Доказательством растущего интереса предприятий малого бизнеса к онлайн-банкингу служат данные по Соединенным Штатам Америки, приведенные Online Banking report. За последние годы произошло существенное увеличение онлайн-клиентов из числа предприятий малого бизнеса. Одной из главных причин, дающих объяснение такому росту, является принятие в США осенью прошлого года федерального закона об электронной цифровой подписи, придавшего легитимность электронному документообороту. Примечательно, что среди предприятий, относящихся к группе Largest small business, уже сегодня число онлайн-клиентов кредитных организаций составляет 29%.<sup>5</sup>

Ж.Муте, президент Groupe Markov, предлагает использовать методы геомаркетинга (geomarketing), который позволяет оценить рыночный потенциал той или иной зоны и

<sup>1</sup> Наиболее успешные компании в Интернете ежедневно пересматривают свой набор продуктов и услуг. Например, такие компании, как NextCard, быстро определяют наиболее ценных из своих клиентов и на основании этого пересматривают цены для каждого продукта.

<sup>2</sup> Турецкая А. Виртуальный банк: стратегия реального бизнеса // Эксперт, №47, 13 декабря 1999 г.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Там же.

склонность проживающих в ней клиентов пользоваться банковскими услугами, предоставляемыми в отделениях банков или с помощью средств дистанционного обслуживания.<sup>1</sup> В настоящее время для банков особое значение приобретает определение скорости "миграции" клиентов от физических сетей (отделений, банкоматов и т.д.) к виртуальным каналам. Предпочтения клиентов зависят от сектора деятельности, страны, региона, способности банка предложить наиболее привлекательную комбинацию банковского продукта и канала его распределения.

Главным элементом системы геомаркетинга является информация о том или ином рынке и уровне конкуренции на нем. Для оценки потенциала рынка используются такие показатели, как численность населения данного региона, миграционные потоки населения, привлекательность региона, уровень развития торговли банковскими услугами. Используя эту информацию, банк осуществляет сегментацию рынка и клиентуры, на основе которой определяется потенциал обслуживания клиентов в отделениях, с помощью телефонной сети, Интернет и т.д. На следующем этапе банк разрабатывает план конкретных действий в отношении каждой категории клиентов.

### **Совершенствование технических возможностей интернет-банкинга**

На сегодняшний день многие банки и разработчики программного обеспечения прихо-

дят к мысли о том, что одного из видов дистанционного обслуживания уже не достаточно для удовлетворения потребностей всех групп клиентов. На рынке появляются комплексные решения для дистанционного банковского обслуживания. Положительным моментом данных решений является интегрированный подход к взаимодействию клиента с банком по различным информационным каналам (телефон, выделенная или коммутируемая линия Банк-Клиента, сеть Интернет, сотовый телефон с поддержкой WAP-технологии). Если завтра появятся новые средства коммуникации (например, телефоны и телевизоры), они также будут интегрированы в систему ДБО.

Оценка рисков и управление технологическими рисками являются важным звеном в схеме внедрения системы Интернет-банка.

Интернет-банкинг имеет и специфические трудности. Так, обеспечение "мгновенных" банковских проводок требует наличия мощной внутренней информационной системы (back office), поскольку любая операция, например, обналичивание крупной суммы, приводит к дисбалансу средств, аккумулированных в банке. Банковская система должна быть в состоянии решить эту проблему самостоятельно или "почти самостоятельно", то есть необходимая степень автоматизации внутренней работы банка, рискнувшего выйти в виртуальный мир, должна быть близкой к 100%. Отсюда вытекает и необходимость существенных инве-

стиций банков на технологическую реконструкцию.

Так, Дж. Шелтон - исполнительный директор Online Banking Association считает, что клиенты будут ужесточать свои требования: "Наиболее динамичное развитие online banking происходит в сфере оплаты счетов при помощи "одного щелчка мышью" (one-click).<sup>2</sup> Теперь нет нужды в оформлении счетов или чеков на бумажной основе, и банк на этом может сэкономить. В результате появления возможности оплачивать счета посредством online banking объем ежемесячных платежей может вырасти до нескольких миллиардов долларов. Однако для развития этого направления потребуется еще несколько лет, поскольку осуществление платежей через Интернет — процесс весьма трудоемкий.

В целях облегчения организации электронных платежей и прочих аспектов online banking банки объединяют свои усилия, создавая стратегические альянсы — Integrion (союз 18 крупных банков), MFSDC (новая программа Microsoft) и First Global Commerce, куда вошли Hewlett Packard, Electronic Data Services и Verifone.

**При реализации систем online banking банки применяют два системных подхода. Большинство банков требует от клиентов использования специального программного обеспечения, установленного на их собственных компьютерах (подход Client-based), тогда как современные системы на базе Интернет (подход Internet-**

<sup>1</sup> Более подробно см. "Использование новейшей технологии для обслуживания банковских клиентов". Аналитические и реферативные материалы. - М.: Финансы и статистика, 1998.

<sup>2</sup> См. www.obanet.org

based) позволяют просто установить удаленное соединение и пользоваться банковским программным обеспечением или программным обеспечением, предоставляемым интернет-провайдером.

Эти два подхода имеют очевидные преимущества и недостатки для клиентов. И все же клиенты банков, не пользующиеся пока электронными банковскими услугами, поступят правильно, остановив свой выбор сразу на Internet banking, потому что традиционные системы, по всей видимости, выйдут из употребления уже через несколько лет.

**В основе систем Client-based лежит использование так называемого персонального финансового менеджера — специальной компьютерной программы, которая помогает клиенту выполнять разнообразные банковские операции.** Наиболее популярными программами считаются Quicken от Intuit<sup>1</sup> и Managing Your Money фирмы МЕСА и Microsoft Money.<sup>2</sup> Подобные программы позволяют клиенту выполнить основную часть работы в автономном режиме, а затем, установив интернет-соединение, завершить банковскую операцию. Таким образом, Client-based системы имеют преимущество, позволяя клиенту объединять их банковскую информацию с другими финансовыми данными, используя при этом несложную программу.

Отдельные банки имеют собственные разработки программного обеспечения для online banking, которое распространяется, как правило, бесплатно. Смена банка в этом случае также будет иметь неблагоприятные последствия, связанные с необходимостью освоения новой программ. В настоящее время лишь немногие банки предоставляют клиенту возможность выбирать между традиционными системами online banking и Internet banking. Однако ожидается, что такое переходное состояние сохранится до тех пор, пока все потребители online banking не переключатся на Internet banking.

Новейшие системы Internet-based позволяют клиенту установить удаленное соединение и использовать программное обеспечение банка (или интернет-провайдера). Многие клиенты, особенно те, кто хочет получать электронные банковские услуги, но не желают производить другие финансовые расчеты, найдут их более простыми в эксплуатации по сравнению со старыми системами. Более того, доступ может быть осуществлен с любого компьютера. Но вместе с тем система Internet-based менее универсальна. Она не позволяет консолидировать обширную информацию о личных финансах в оболочке несложной программы.<sup>3</sup>

По мнению Ж.Гаспермана

(G.Gasperment), одного из руководителей компании Andersen Consulting, сегодня наиболее обещающей формой связи с клиентами является использование в качестве конечных терминалов обычных телевизоров, которыми во Франции обладают почти 100% домашних хозяйств. Интерактивное телевидение должно обеспечить движение потоков информации в обе стороны:

1) с помощью спутников или кабельных сетей передается информация, которая аккумулируется в банках, транспортных компаниях и т.д.;

2) в обратном направлении - от поставщиков информации к потребителям - по телефону передаются персонализированные данные.<sup>4</sup>

В Испании, Великобритании и во Франции ставка сделана на развитие цифрового телевидения, в которое затем вводится механизм, обеспечивающий интерактивность. В Германии и странах Бенилюкса начинают вводить подобные механизмы в аналоговое телевидение, хотя в будущем и в этих странах неизбежен переход к цифровому телевидению. В США осуществляется переход от аналогового к цифровому интерактивному телевидению.

От обеспечения безопасности информационной вычислительной системы (ИВС) банка сегодня во многом зависит бесперебойное, устойчивое и надежное функционирование

<sup>1</sup> См. [www.intuit.com](http://www.intuit.com)

<sup>2</sup> См. [www.microsoft.com/money](http://www.microsoft.com/money)

<sup>3</sup> Более подробно см. Мельников Ю., Теренин А. Возможности нападения на информационные системы банка из Интернета и некоторые способы отражения этих атак // Банковские технологии, № 1, 2003.

<sup>4</sup> Более подробно см. "Использование новейшей технологии для обслуживания банковских клиентов". Аналитические и реферативные материалы. - М.: Финансы и статистика, 1998.

бизнес-процессов в банке в целом; в частности репутация финансового учреждения, доля на рынке, снижение издержек.

Системы защиты предназначены для обеспечения безопасности информации, обрабатываемой в ИВС. Ко всем данным, с которыми работает информационная банковская система, в обязательном порядке предъявляется требование сохранности, аутентичности и целостности. Обеспечение этих требований является первостепенным в задачах обеспечения информационной безопасности. При современной острой конкурентной борьбе многие финансовые данные должны быть доступными только определенному кругу уполномоченных лиц. В то же время банковская система должна оставаться прозрачной для государственных надзорных и налоговых органов.

Интернет позволяет передавать конфиденциальную информацию практически в любую точку мира, но передаваемые данные необходимо защищать как в плане конфиденциальности, так и в плане обеспечения подлинности, иначе они могут быть искажены или перехвачены. Интернет-систему необходимо защищать от подлога, несанкционированного изменения, разрушения, блокирования работы и т. д.

Для обеспечения высокого уровня информационной безопасности вычислительных си-

стем специалисты рекомендуют проводить следующие процедуры при организации работы собственного персонала:

- фиксировать в трудовых и гражданско-правовых договорах обязанности персонала по соблюдению конфиденциальности, в том числе лиц, работающих по совместительству;
- распределять основные функции между сотрудниками так, чтобы ни одна операция не могла быть выполнена одним человеком от начала до конца;
- обеспечивать строгий режим пропуска и порядка в служебных помещениях, устанавливать жесткий порядок пользования средствами связи и передачи информации;
- регулярно проводить оценку всей имеющейся информации и выделять из нее конфиденциальную в целях ее защиты;
- иметь нормативные правовые документы по вопросам защиты информации;
- постоянно повышать квалификацию сотрудников, знакомить их с новейшими методами обеспечения информационной безопасности;
- создать базу данных для фиксирования попыток несанкционированного доступа к конфиденциальной информации;
- проводить служебные расследования в каждом случае нарушения политики безопасности.<sup>1</sup>

### **Аналитика привлекательности интернет-банкинга для клиента**

На сегодняшний день большинству интернет-пользователей необходима система интернет-банкинга как дополнительный инструмент управления собственными средствами. Помимо счета в онлайн-банке пользователь имеет еще один или несколько в банках оффлайн-банков. Однако исследование Datamonitor, показывает, что чем активнее интернет-пользователи будут осваивать новые технологии интернет-банкинга, тем активнее будет расти их доверие к подобным системам. Одной из наиболее перспективных технологий привлечения интернет-пользователей в виртуальные банки на сегодняшний день является технология комплексной работы с несколькими счетами с одного веб-сайта, исключающая необходимость управления каждым отдельным счетом с разных интернет-порталов. Аналитики Datamonitor выяснили, что порядка 49% онлайн-пользователей будут пользоваться преимуществами данной системы к 2005 году. К этому времени в Западной Европе и США будет насчитываться уже порядка 121 млн. пользователей интернет-банкинга.<sup>2</sup>

Преимущество пользования одним счетом для управления сразу несколькими очевидно и заключается в удобстве контроля

<sup>1</sup> Мельников Ю., Теренин А. Возможности нападения на информационные системы банка из Интернета и некоторые способы отражения этих атак // Банковские технологии, №1, 2003.

<sup>2</sup> Самосудов А. «Интернет-банкинг становится привычкой» // Интернет и инвестиции, 27.06.2001 // <http://www/banners.ru/cgi-bin/href/pl?13947/548685>.

над своими финансовыми делами с персонального или карманного компьютера, мобильного телефона или же другого интернет-совместимого терминала. Посредством нового сервиса клиенты банков смогут контролировать неограниченное количество счетов, совершать онлайн-платежи и проверять состояние своего портфеля. Оффлайн-банки, как полагают эксперты, будут основными носителями данных услуг для интернет-пользователей. Опыт работы в Сети позволит им преумножить число своих клиентов и укрепить взаимодействие с ними.<sup>1</sup>

Десять лет назад понятие "лояльность" практически повсеместно относилось исключительно к сфере отношений с покупателями товаров и услуг. В настоящее же время специалисты все чаще говорят о лояльности работников банков. Использование в банковской сфере новейших информационных технологий сделало проблемой первостепенной

важности установление и поддержание лояльности своих работников.

Необходимо также отметить, что для кредитных учреждений вопросы, связанные с лояльностью, всегда были неотъемлемой частью взаимоотношений работодателей и наемных работников. Специфика банковского дела, конфиденциальность получаемой, используемой и продаваемой информации налагали на менеджеров и рядовых сотрудников банков весьма специфические требования и обязательства, в числе которых была абсолютная преданность интересам кредитного учреждения и лояльность по отношению к клиентам. В эпоху зарождения и распространения новой экономики банки еще более, чем раньше, нуждаются в преданности и абсолютном доверии своих работников.

**Банки вынуждены искать дополнительные способы опощрения наиболее квалифицированных работников, поскольку масштабная интегра-**

**ция новых информационных технологий в бизнес-процессы предъявляет и к рядовым специалистам, и к руководителям компаний дополнительные требования в плане знаний и умения.**

**Оценить развитие интернет-банкинга однозначно не представляется возможным.**

По данным исследования, проведенного изданием Japanese Internet Banking, японские банки, в отличие от североамериканских и европейских конкурентов, считают, что в 10-летней перспективе традиционный банкинг будет существенно превалировать над интернет-банкингом. В любом случае, несмотря на то, что интернет-банкинг не оправдал те надежды, которые на него были возложены финансовыми кругами на заре Интернета, подобный вид сервиса признан перспективным. Дискуссии ведутся только о том, насколько активно банкам надо развивать сервис онлайн-банкинга, но в необходимости его развития сомнений нет.

<sup>1</sup> Смородинов О. Заметки о лояльности в условиях новой экономики // Банковские технологии, №5, 2002. с. 17-23.

## **УВАЖАЕМЫЕ СОТРУДНИКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ!**

**РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА «БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ»**

**ПРИНИМАЕТ ЗАЯВКИ НА ПУБЛИКАЦИЮ БАЛАНСОВЫХ ОТЧЕТОВ  
О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ ПО ИТОГАМ КВАРТАЛА И ГОДА.**

**Для постоянных подписчиков скидки.**

**Цена публикации годового баланса —  
6 600 руб. за одну полосу А-4.**

**ТЕЛ./ФАКС: 456-06-08**

**«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ИНСТИТУТ XXI ВЕКА»**

**ОСНОВАН В 1999 ГОДУ**

**ФИНАНСОВОЙ АКАДЕМИЕЙ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ**

(лицензия № 24Г 0316 от 01.04.99 г.)

## **ФАКУЛЬТЕТЫ**

### **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ**

по направлению: **БАКАЛАВР ЭКОНОМИКИ**

Подготовка **БАКАЛАВРОВ** в области финансовых услуг, бухгалтерского учета и аудита, налогов и права.

Продолжительность обучения: **4 года.**

Форма обучения: **очная.**

### **ЮРИДИЧЕСКИЙ**

по специализации: **ФИНАНСОВОЕ ПРАВО**

Подготовка **ЮРИСТОВ** для работы в банковской, внешнеторговой сферах: аудиторских, консалтинговых, страховых и др. службах; специалистов в сфере политики, выпуска и обращения ценных бумаг и т.д.

Продолжительность обучения: **по программе подготовки специалиста 5 лет, второе высшее образование 3 года.**

Форма обучения: **очная.**

«Международный финансовый институт XXI века» предоставляет студентам уникальную возможность получить диплом Финансовой академии и Университета — зарубежного партнера — Блумсбургского университета (США, штат Пенсильвания) и Букингемского университета (Великобритания) на основе высокого уровня академических программ и методик преподавания российских и западных учебных учреждений.



Студентам гарантируются все права, которые дает Финансовая академия при Правительстве РФ, включая получение отсрочки от службы в армии на время обучения; по окончании «Международного финансового института XXI века» прошедшие военную подготовку получают звание офицера запаса.

В «Международном финансовом институте XXI века» обучение на русском и английском языках проводят российские и иностранные преподаватели, имеющие практический опыт работы в ведущих экономических вузах России и других стран. По завершении теоретического курса студенты проходят преддипломную практику, в том числе и за рубежом.

**По вопросам поступления обращаться по тел: (095) 943-94-67, 943-94-24.**



## **АУДИТОРСКАЯ ФИРМА «ФИНАУДИТКОНСАЛТИНГ»**

Лицензия Министерства Финансов РФ  
№Е000751 на проведение всех видов аудита

**Высококвалифицированные специалисты  
предлагают банкам и организациям следующие услуги:**

- ✓ проведение аудиторских проверок предприятий, банков, финансовых, страховых, инвестиционных компаний (квартальных, полугодовых, годовых);
- ✓ консультирование по вопросам бухгалтерского учета и налогообложения;
- ✓ оценка рисков предприятий по налоговым платежам в бюджеты всех уровней;
- ✓ ведение текущего бухгалтерского и налогового учета предприятий всех видов собственности;
- ✓ подготовка балансов к сдаче в налоговую инспекцию;
- ✓ экспресс-аудит для всех видов клиентов, в том числе для VIP-клиентов;
- ✓ анализ финансового состояния клиентов;
- ✓ оценка эффективности расходов предприятий и прогнозная оценка его финансовой деятельности;
- ✓ оценка эффективности инвестиционных проектов и финансовая оптимизация вложений;
- ✓ консультирование по вопросам финансового менеджмента (анализ финансовых показателей, составление бизнес-планов, помощь в установлении контактов с банковскими структурами);
- ✓ восстановление бухгалтерского учета.

**Тел. 139-30-52 E-mail: shlepina@rol.ru**

## «БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ»

1995 .

39369

« »

- самые обсуждаемые и актуальные вопросы финансовой политики
- теория: деньги, кредит, банки
- банковский маркетинг и менеджмент
- финансовая и банковская аналитика
- прикладные исследования в области банковских услуг и технологий
- зарубежный опыт банковской деятельности
- очерки истории денег и денежного обращения
- высокий профессионализм авторского коллектива
- сбалансированный и объективный тон публикаций

## «ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ, ИНВЕСТИЦИИ»

2003 .

81652

« »

*В рубриках:*

- Макроэкономика: современность и новые тенденции
- Финансы и финансовые технологии  
(от бюджетной и налоговой политики до страхования)
- Финансовые рынки: анализ развивающихся сегментов
- Денежные рынки: динамика и перспективы
- Валютные зоны и инструменты
- Инвестиционная привлекательность: особое мнение
- Мировая экономика
- Деньги: исторический ракурс

## «НУМИЗМАТИЧЕСКИЙ АЛЬМАНАХ»

1997 .

71715

« »

- нумизматика и бонистика
- находки, клады
- новости из-за рубежа
- история и современность

**ЖУРНАЛ ДЛЯ ТЕХ, КТО ИНТЕРЕСУЕТСЯ НУМИЗМАТИКОЙ И ИСТОРИЕЙ ДЕНЕГ**

Наш адрес: 125499, г. Москва, Кронштадский бул, 37<sup>б</sup>,  
Финансовая академия, офис 107,  
Издательско-полиграфическая фирма ООО «Фининформсервис НИКА»  
Тел./Факс: (095) 943-95-53. E-mail: vikiniki@aha.ru.