

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

И.А. РЕЗНИК

ЭЛЕКТРОННЫЙ БАНКИНГ

Монография

Оренбург 2008

Инна Александровна Резник

Электронный банкинг

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=17004445

Электронный банкинг. Монография: 2008

Аннотация

В монографии рассмотрены теоретические аспекты исследования электронного банкинга. Проведено исследование развития электронных услуг за рубежом и в России. В работе разработаны условия реализации электронных услуг, предложены основные направления маркетинговой деятельности электронного банкинга в России. Монография предназначена для аспирантов, студентов экономических специальностей и слушателей факультета переподготовки и повышения квалификации кадров, а также специалистов банковской сферы.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БАНКИНГА	6
1.1 Особенности электронных банковских услуг	6
1.2 Факторы, определяющие развитие электронного банкинга	10
1.3 Эволюция электронного банкинга	15
Конец ознакомительного фрагмента.	25

Резник И.А.

Электронный банкинг. Монография

ВВЕДЕНИЕ

Инновации в банковском бизнесе, прогресс в информационных технологиях тесно связаны с инновациями в мировом финансовом секторе. Чтобы выдержать растущую конкуренцию в индустрии банковских услуг XXI века банкам следует оперативно и эффективно осваивать новые информационные и электронные технологии.

Расширение бизнеса требует от банка организации оперативной, удобной системы обслуживания клиентов, создавая возможности самообслуживания клиентов из дома, офиса или мультимедийного киоска, а также эффективного мониторинга предоставления банковских услуг. Однако традиционные способы доставки услуг клиентам не позволяют добиться этого. Переход к электронным банковским услугам с использованием новейших информационных технологий – одна из современных тенденций развития банковского бизнеса.

Использование передовых технологий в банковском обслуживании позволяет банкам дифференцированно работать с клиентами в зависимости от их индивидуальных предпочтений, сделать доступной банковскую услугу в любое время посредством дистанционного обслуживания, минимизировать издержки, усовершенствовать обслуживание, повысить качество предлагаемых банковских услуг, усилить конкуренцию в банковской сфере. За последние 5 лет рынок электронных банковских услуг в России динамично развивается, имеет огромный потенциал роста. Вместе с тем имеют место факторы, которые стимулируют развитие рынка электронных банковских услуг, так и тормозят рост.

Цель монографии, опираясь на различные подходы в области электронных банковских услуг, показать тенденции развития электронного банкинга, разработать практические рекомендации по совершенствованию банковского обслуживания на основе современных технологий.

Теоретической основой исследования явились работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные проблемам совершенствования банковского обслуживания клиентов с помощью дистанционных каналов доставки.

Информационная база исследования формировалась на основе законодательных и нормативных актов Российской Федерации и Центрального Банка Российской Федерации, официальных статистических данных, публикуемых Банком России, Федеральной службой государственной статистики РФ и другими официальными органами; монографии и научные статьи отечественных и зарубежных авторов, периодической печати и сети Интернет.

Книга состоит из трех глав. В первой главе выявлены особенности электронных банковских услуг, факторы, определяющие тенденции их развития, прослежена эволюция электронных банковских услуг.

Во второй главе проведен анализ факторов, стимулирующих развитие электронного банкинга на российском и зарубежных рынках.

В третьей главе предложены маркетинговые стратегии продвижения электронных банковских услуг на рынке современной России.

В заключительной части работы обобщены результаты исследования, сформулированы выводы и предложения научного и практического характера.

Основные положения и выводы монографии прошли апробацию на Международных научных конференциях «Проблемы менеджмента и рынка» (2000-2004 гг., Оренбург); на Международной научно-практической конференции «Учебная, научно-производственная и

инновационная деятельность высшей школы в современных условиях» (2001 г., Оренбург); на региональной научной конференции «Финансово-экономические проблемы деятельности организаций в современных условиях» (2002 г., Оренбург); на научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие г. Оренбурга: итоги, проблемы, перспективы» (2003 г., Оренбург); на Всероссийской научно-практической конференции «Взаимодействие реального и финансового секторов в трансформационной экономике» (2006 г., Оренбург); на Межвузовской научнопрактической конференции «Финансовые проблемы обеспечения устойчивого роста современной российской экономики» (2006 г., Гатчина), на научных семинарах кафедры банковского дела ГОУ ВПО «Оренбургский государственный университет».

Теоретическая значимость исследования состоит в решении задач по формированию конкурентного рынка электронных банковских услуг, новых форм банковского обслуживания с помощью альтернативных каналов доставки банковских продуктов. Отдельные выводы и предложения, полученные в ходе исследования, используются в процессе преподавания курсов «Деньги, кредит, банки», «Банковское дело», «Банковский маркетинг».

Практическая значимость результатов исследования заключается в разработке предложений и рекомендаций по совершенствованию банковского обслуживания клиентов на основе современных электронных технологий удаленного доступа. Положения и результаты исследования могут быть использованы в практике работы российских банков при формировании рыночной стратегии.

Результаты исследования могут способствовать дальнейшему развитию теории электронных банковских услуг. Они могут носить дискуссионный характер, поэтому автор будет признателен читателям за критические замечания и дополнения. Книга развивает предыдущую монографию «Электронные банковские услуги: зарубежный опыт и отечественная практика» в соавторстве с доктором экономических наук, профессором Черненко Владимиром Анатольевичем. Появление этой монографии восполнит существующий дефицит в этой области знаний.

Выражаю искреннюю благодарность своим учителям заведующей кафедрой «Банковского дела и страхования» Оренбургского государственного университета доктору экономических наук, профессору Парусимовой Надежде Ивановне и заведующему кафедрой «Мировой экономики» СанктПетербургского государственного университета сервиса и экономики доктору экономических наук, профессору Черненко В.А., которые явились моими главными консультантами и помощниками в исследовательской деятельности. Выражаю откровенную признательность своим коллегам кафедры «Банковское дело», моим близким, которые оказали поддержку и помощь в моей работе.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БАНКИНГА

1.1 Особенности электронных банковских услуг

Сложность категории «банковская услуга» обусловила многообразные формы ее реализации. Жизненный цикл банковского продукта включает: а) разработку банковского продукта; б) принятие рынком; в) рост продаж; г) насыщение; д) устаревание.

В свою очередь процесс принятия новой банковской услуги включает: узнавание, интерес, оценку, пробу и окончательное удовлетворение потребности. По времени на принятие банковской инновации клиенты подразделяются на 5 групп: любители новшеств; принимающие легко; быстро следующие за большинством; поздно следующие за большинством; отстающие.

Банковский продукт, пройдя испытание рынком, становится доступным для потребителя и трансформируется в банковскую услугу.

Как известно, успех реализации банковской услуги или ее провал, прежде всего, зависит от степени удовлетворения потребности клиента банка или ее приемлемости для потребителя. Однако, немаловажную роль в доставке банковского продукта и их общественном восприятии потребителем играют современные электронные технологии. Современные банки трансформировались из посредника в обмене и перемещении стоимости в предприятия вовлеченные, с одной стороны, в информационный процесс, а с другой – в процесс осуществления транзакций. Чтобы выдержать растущую конкуренцию в индустрии банковских услуг XXI века им следует оперативно и эффективно осваивать новые информационные и электронные технологии. Виртуальные банки скоро войдут в повседневную практику. Банки – это сетевой организм, собирающий, обрабатывающий и передающий информацию, значимую как для клиента, так и для самого банка. Занимаясь, с одной стороны, переводом средств, а с другой – поставкой информации, банки не могут обойтись без новых технологий, обеспечивающих потребность в электронных средствах ликвидности и позволяющих осуществлять электронную торговлю банковским продуктом.

Несмотря на широкое распространение электронных банковских услуг, в теории банковского дела отсутствует единая точка зрения, по поводу их сущности, необходимости и условиям продвижения на рынке.

Электронные банковские услуги, или электронный банкинг (е-банкинг) – это не экзотический финансовый инструмент и не дополнительное направление банковской деятельности – это новый технологический способ доставки банковских продуктов и удовлетворения потребностей клиента.

Согласно определению Базельского комитета по банковскому надзору, *e-banking*, включает предоставление розничных и незначительных по объёму банковских продуктов и услуг через электронные банковские каналы, а также значительных по объёму электронных платежей и других оптовых банковских услуг электронным способом.

Электронный банкинг удовлетворяет потребности клиентов в онлайн-информационном обслуживании, электронных платежах и расчетах, в депозитных, валютно-обменных, инвестиционных продуктах.

Большинство авторов понимает под *электронными банковскими услугами* совокупность технологических процедур и договорных условий, обеспечивающих совершение электронным способом банковских сделок по поводу передачи стоимости. Некоторые авторы,

сущность электронной банковской услуги раскрывают через призму технологии создания и реализации (доставки) банковской услуги.

Электронные банковские услуги – это использование технологии на основе передового опыта индустриально развитых стран в сфере широкого применения на практике заменителей наличных денег и платежных инструментов и средств, создания технологий и технических устройств для их автоматической обработки.¹

Среди наиболее значимых современных исследований в этом направлении можно выделить работу Рудаковой О.С. «Электронные банковские услуги». В ней автором представлена трехуровневая система банковских электронных услуг:²

а) розничные банковские электронные услуги: услуги, связанные с использованием пластиковых карт; с использованием банкоматов и др. устройств самообслуживании клиентов на дому, в офисе; системы расчетов в торговых точках; услуги, связанные с обработкой и хранением денежных документов;

б) оптовые банковские электронные услуги, предусматривающие перевод денежных средств, управление операциями и их контроль;

в) автоматизированные расчетные палаты – это специальные организации, создаваемые коммерческими банками для помощи в проведении сделок между клиентами с использованием электронных средств. В соответствии со своим содержанием АБС можно отнести к оптовым электронным услугам.³

Поскольку банковский бизнес подразделяется на оптовый и розничный, то соответственно и электронные услуги подразделяются на оптовые и розничные. На наш взгляд, распространение электронных банковских услуг, как это обычно бывает с инновациями, начиналось с оптового рынка, а затем принятие электронных банковских продуктов стало происходить на розничном рынке.

Под оптовыми электронными банковскими услугами следует понимать осуществление межбанковских электронных расчетов, управление денежными средствами через локальные специальные и глобальные компьютерные сети (например, через системы расчетов «Банк – Клиент», «Интернет – Банк – Клиент» и т.д.), позволяющие управлять ликвидностью, осуществлять денежные переводы, оплачивать транзакции и др.

В свою очередь, к *розничным электронным банковским услугам* относится операции по выпуску в обращение банковских пластиковых карт, удовлетворяющих потребность в ликвидности, через банкоматы в электронных расчетах, и оказывая сопутствующие услуги: запрос выписки, загрузка информации о транзакциях, предоставление и оплата счетов, удовлетворения заявки на кредит и др.

Как правило, оптовые электронные банковские продукты удовлетворяют потребности корпоративных клиентов, а розничные – индивидуальных потребителей.

Электронные банковские услуги отличаются от традиционных банковских услуг по технологии удовлетворения потребностей клиента. Именно поэтому наряду с обладанием традиционных признаков банковских услуг (непостоянство качества услуг; несохраняемость банковских услуг; договорный характер банковского обслуживания; связь банковского обслуживания с деньгами; протяженность обслуживания во времени; вторичность удовлетворяемых банковскими услугами потребностей),⁴ им присущи определенные особенности. Рассмотрим каждую из них в отдельности.

¹ Источник: <http://www.finnews.ru/>

² Рудакова О.С. Банковские электронные услуги. Учебное пособие для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. -1997. -261 с.

³ Минина Т.Н. Электронные банковские услуги//Банковские услуги. – 2002. – № 7. – С.13-18

⁴ Банковское дело: учебник / Под ред. Г.Г.Коробовой. – М.: Экономика, 2003. – 751 с.

Во-первых, электронные банковские услуги более абстрактны и порой, их нельзя ощутить материально, увидеть и оценить до момента удовлетворения потребности. Традиционные банковские услуги материализуются в действиях конкретного операционного работника банка.

В связи с ростом абстрактности, стандартизованности банковского продукта банкам – производителям необходимо уделять внимание к видимым элементам обслуживания – банковскому оборудованию, внешнему виду обслуживающего персонала, банковской символике и всему тому, что может дать косвенную информацию относительно характера и качества предоставляемых банковских услуг.

Во-вторых, электронные банковские услуги подразумевают наличие ряда посредников, взаимодействует с которыми потребитель банковского продукта удаленно, используя каналы связи. Клиент, получая абстрактно электронный доступ к банковскому продукту, может не представлять, какая чередой посредников его предлагает.

В-третьих, рынок электронных банковских услуг отличается высокой обезличенностью. Банки – создатели продукта взаимодействуют при его реализации с рядом специализированных посредников. Именно поэтому конечные потребители банковского продукта взаимодействуют на рынке не с первичными производителями продукта, а с производным финансовым посредником. При этом система посредников объединяет ряд взаимосвязанных звеньев (см. рис. 1.1).

В-четвертых, особенностью банковских услуг является их сложность для восприятия. В отличие от традиционных банковских продуктов, удовлетворение потребности в электронных продуктах требует повышенный интеллектуальный, культурный, образовательный, правовой потенциал.

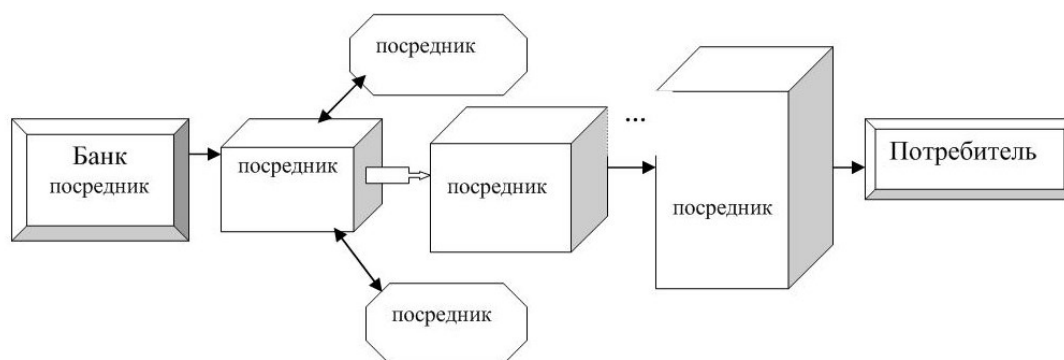


Рис. 1.1 – Схема многозвеньевого посредничества в распространении электронных банковских услуг ⁵

В-пятых, неотделимость услуги от источника предоставления. Услуга не существует отдельно от того, кто ее оказывает, в отличие от товара, который в материальном виде существует независимо от присутствия или отсутствия его источника. Источниками услуг могут быть люди или машины. Традиционно банковские услуги оказывались банковскими служащими, имеющими соответствующую квалификацию. По мере роста, уровня развития и технического оснащения современной банковской отрасли источником банковских услуг все более становятся машины, у клиентов появилась возможность отдавать распоряжения банку через электронные каналы (банкоматы, модемная связь, терминалы). Автоматизация, прежде

⁵ Источник: составлено автором

всего, обуславливает переход к стандартизированным продуктам, комплексному банковскому обслуживанию.

В-шестых, непостоянство качества услуг. Хотя многие банки предлагают клиентам сходный или даже одинаковый набор услуг, тем не менее, абсолютной идентичности банковских продуктов (такой, как при серийном производстве в промышленности) не достигается. Прежде всего, это относится к неавтоматизированным услугам, которые предполагают интенсивное общение клиентов с банковскими сотрудниками, имеющими разный уровень технических и коммуникационных навыков. С внедрением средств автоматизации значение этой характеристики несколько снижается: банковский автомат оказывает стандартные услуги всем клиентам, независимо от времени дня, поведения или внешнего вида потребителя. Непостоянство качества у автоматизированных банковских услуг может возникать, в основном, в связи с различиями используемых банками технологий.

В-седьмых, несохраняемость банковских услуг. Банковские услуги не могут храниться, их нельзя «заготовить впрок». Спрос на них меняется, он может быть различен в разные дни недели и даже в разное время суток.

В-восьмых, экстерриториальность и интерактивность обслуживания.⁶ Это проявляется в возможности удовлетворения потребности клиента в управлении активами вне зависимости от местонахождения и времени суток в режиме самообслуживания.

В-девятых, множественность каналов доступа и общедоступность к системе предусматривает возможность удовлетворения потребностей клиента, используя при этом индивидуальные различные каналы доступа.

Категорию доступности можно рассматривать с разных позиций, например, с точки зрения возможности пользователей использовать ту или иную систему. Главное преимущество электронных банковских услуг – удобство, простота, создание комфортных условий для потребителей, например доступная ценовая политика, доступная удаленная круглосуточная возможность, предоставляющая оперативно управлять счетом вне зависимости от его нахождения и времени суток.

Наблюдается следующий ряд существенных преимуществ электронных банковских услуг по сравнению с традиционными услугами: удобство для клиентов; сравнительно легкий охват большого числа потребителей на рынке через глобальные сети телекоммуникаций; возможность круглосуточного предоставления услуг и быстрого изменения предоставляемых услуг в ответ на перемены требований рынка; проведения оперативного маркетингового анализа спроса на отдельные банковские услуги; предоставление потенциальным клиентам возможности в режиме реального времени детально познакомиться с интересующими их банковскими услугами и выбрать наиболее подходящие.

Перечисленные особенности электронных банковских услуг позволяют банку повысить конкурентоспособность и построить эффективное управление бизнесом.

⁶ Клиенту предоставляется возможность выбора между проведением операций в интерактивном режиме и через оператора.

1.2 Факторы, определяющие развитие электронного банкинга

Для успешной реализации электронных банковских услуг необходимы условия, такие как прозрачность рынка, развитие экономики страны, наличие спроса, посреднических организаций.

Субъектами посреднической банковской деятельности могут быть:

- частные лица, обладающие правом на осуществление посреднической деятельности;
- посреднические фирмы (организации), которые могут иметь собственную сбытовую сеть;
- смешанные сети, которые включают все и (или) часть возможных видов взаимоотношений между физическими и (или) юридическими посредническими лицами.

Современный банковский бизнес является многоотраслевым. Именно поэтому при потреблении банковского продукта между банком и его клиентом возникает комплекс отношений, при этом банк с клиентом, в которых сам банк выступает одновременно кассиром, плательщиком, агентом, гарантом, кредитором, инкассатором. Банк, действуя от своего имени и за свой счет при размещении средств (перемещении стоимости); от своего имени и за чужой счет при исполнении трастовых операций; от чужого имени и за чужой счет, являясь агентом.

Например, могут быть следующие модели оказания электронных банковских услуг на дому.⁷

Банк может применять следующие каналы распределения: прямые, связанные с перемещением товаров без участия посредника; косвенные (банк – торговый посредник-потребитель); смешанные (совмещающая два).

Выбор конкретного посредника зависит от выбора методов распространения и предложения конкретных услуг со стороны банка. Методы реализации услуг бывают следующих видов:

- исключительный сбыт банковских услуг, который характеризуется ограниченной степенью насыщения рынка долгосрочными услугами, высоким уровнем подготовки и квалифицированной поддержкой посредника;
- выборочный сбыт банковских услуг, обусловленный средним насыщением рынка конкретными услугами, ограниченным использованием услуг посредников;
- экстенсивный сбыт банковских услуг, который характеризуется высокой степенью насыщения рынка услугами краткосрочного использования.

При выборе посредника используется доминантная модель, модель ограничений и др.⁸

⁷ Банк предоставляет пользовательский интерфейс, сеть и наполнение решения услуги. При этом может использоваться система «Банк-Клиент», разработанная самим банком или специализированной фирмой, производящей программное обеспечение; – посредник или провайдер услуг берет на себя ответственность за пользовательский интерфейс и за сеть, в то время как банк отвечает за наполнение решения услуги; – предоставление услуг на дому с помощью Интернет. В данном случае интерфейс представляет собой программу просмотра Веб, в качестве сети выступает Интернет, а наполнение зависит от банка. Идеальной является ситуация, когда провайдер тесно взаимодействует с разработчиком используемой системы «Банк-Клиент», либо сам им является. Банк может выступать посредником между виртуальным магазином и покупателем в проведении оплаты по пластиковым картам.

⁸ Доминантная модель (при выборе производитель исключает «худшего» посредника по какому-либо критерию (по цене, имиджу и др.); модель ограничений (банк накладывает ограничения на определенные характеристики посредника и исключает по этому принципу посредника); ступенчатая модель (посредника сначала отбирают по наиболее важному критерию, а затем по критерию второй степени важности); модель ожидаемой полезности (банк оценивает значение каждого критерия и степень присутствия данного признака у посредника).

Таким образом, с возникновением и развитием банковского посредничества появляются вторичные продукты, а также наблюдается переход от простых (единичных) услуг к комплексным (сопутствующим) услугам; от разовых услуг к возобновляемым услугам; от индивидуальных и конкретизированных услуг к стандартизированным; от персонифицированных услуг к обезличенным услугам.⁹

Банковские услуги направлены на формирование партнерских отношений с клиентом, оказания ему всесторонней помощи. Банки, предлагая электронную банковскую услугу, исходят из предпочтений клиентов, их индивидуальных возможностей, особенностей бизнеса, учитывая *специфику работы клиента и его документооборот*. Выбор устройства передачи данных между банком и клиентом в конкретном случае *индивидуален и зависит от наличия уже имеющихся коммуникационных каналов*. Т.е. услуга может быть индивидуальной, т.е. учитываются интересы конкретного клиента. В тоже время наблюдается переход к стандартной электронной услуге, например Интернет-БанкКлиент, реализацией которого может заниматься сам производитель или посредник.

Важными факторами, определяющими состояние рынка банковских услуг являются:

- *Глобализация* обусловила переход к более однородному рынку банковских услуг путем расширения международных связей. Ускорение темпов создания единого информационного пространства глобальной сети Интернет вырабатывает и организует механизмы информационного взаимодействия практически всех субъектов мирового рынка (Интернет становится "паутиной", связывающей практически всех субъектов мирового рынка). Глобализация мирового рынка банковских услуг – процесс лавинообразного формирования единого общемирового финансово-информационного пространства на базе новых, преимущественно компьютерных технологий.¹⁰ С введением евро усиливаются тенденции глобализации экономического пространства, выраженные ростом слияния и поглощения мелких и средних банков. Данные процессы были характерны для производства, а теперь и в сфере банковского бизнеса.

- *Либерализация и дерегулирование финансовых рынков*, способствующие появлению новых конкурентов (телекоммуникационные фирмы; супермаркеты, пункты оплаты коммунальных платежей, услуг связи, on-line аукционы, биржи, market-place, и др.) внесли существенный вклад в развитие банковских инноваций на рынке электронных банковских услуг.

- *Интернационализация хозяйственной жизни* оказывает глубокое влияние на стратегию и тенденции развития коммерческих банков. Развитие международного обмена, глобализация обусловили выход банковского посредничества за пределы национальных рынков. Для реализации международных банковских продуктов открываются иностранные банки в стране. Возникает потребность в создании единых международных стандартов в предоставлении электронных банковских услуг.¹¹

- *Развитие конкуренции между банками и небанковскими кредитными институтами* стало главной движущей силой, увеличивающей использование информационных технологий. Происходит размывание границ между сферами деятельности банков и других финансовых институтов различных типов. Все это ведет к резкому усилению конкурентной борьбы в банковской сфере. Вследствие развития новых информационных технологий, выходить на рынок банковских услуг пытаются многочисленные небанковские институты, телекоммуникационные фирмы, фирмы-разработчики программных продуктов. В последние годы быстро развиваются различные небанковские учреждения: финансовые, инвестиционные,

⁹ Парусимова Н.И. Трансформация банковского продукта в разных типах экономических систем: Монография. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2004. – С.75

¹⁰ Практика глобализации: игры и правила новой эпохи. Отв. ред. М.Г. Делягин. – М.2000. -57 с.

¹¹ Парусимова Н.И. Трансформация банковского продукта в разных типах экономических систем: Монография. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2004. – С.117

страховые компании, пенсионные фонды. Несмотря на существующие ограничения, на российский рынок выходят иностранные банки.

- *Повышается значимость качества банковского обслуживания клиентов.* Если в 1960-1980 годы особое внимание уделялось количественным характеристикам банковского обслуживания клиентов (числу выполняемых банками операций и услуг для типов клиентов), то в 1980–1990 годы приоритеты перешли к качественным характеристикам банковского обслуживания. В условиях жесткой банковской конкуренции выигрывают банки, предоставляющие наиболее качественные операции и услуги.

- В новой организационной структуре банка процесс принятия решений начинается с *выяснения потребностей клиента*, после чего определяются возможности банка по созданию новой услуги, прекращению предоставления старой. Таким образом, в новых условиях *политика банка ориентирована, прежде всего, на удовлетворение потребностей клиента.* Социальная – этическая концепция, ориентированной на человека, комплекс маркетинга, представляет в качестве концепции "7-С".

- *Революционные преобразования в области телекоммуникаций и компьютерных технологий* преобразовали момент передачи стоимости. Предпосылки для быстрого прогресса были созданы удешевлением технологий, лежащих в основе электронного сервиса. По данным Мирового банка, за последние два десятилетия XX в. компьютерные мощности выросли в 10 тыс. раз, а телекоммуникационные издержки в той же пропорции упали. Относительные размеры накладных расходов в Интернет-банках в 2-3 раза ниже, чем в обычных банках, а обработка Веб-транзакций обходится в 5-10 раз дешевле, чем при использовании традиционных каналов.¹²

- Этапы развития электронной коммерции зависят в целом от экономической потребности: появление сетевого (цифрового) сектора экономики во всех его проявлениях (электронные магазины, on-line-аукционы, биржи, marketplace, виртуальные предприятия и т.д.).¹³

- Переход к мировым интегрированным технологическим системам (Интернет) создает возможность сформировать единую глобальную сеть. Растет активность и роль разработчиков специализированного оборудования и программного обеспечения для нужд электронных банковских услуг, как отечественных компаний, специализирующихся на банковской автоматизации, так и западных разработчиков.¹⁴

- Интернет представлен глобальной средой, в которой любая компания, находящаяся в любой точке экономической системы, может контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой компанией по поводу совместной работы, для торговли, для обмена идеями и ноу-хау.¹⁵ Интернет и построенные на его основе информационные и финансовые системы следует рассматривать не только как технологическое или, как информационное явление. Влияние интерактивных СМИ на общество в целом, и как следствие, на его экономический рост несоизмеримо более высокое, чем традиционных методов передачи и распространения информации. Тем более, развитие Интернет происходит более высокими темпами, чем всех других информационных технологий. *Так аудитория в 100 миллионов*

¹² Банковские информационные системы: Учебник / Под редакцией профессора В.В. Дика. М.: Маркет ДС, 2006. – С.378

¹³ Новые формы взаимодействия участников с преимущественно горизонтальной иерархией и высокой динамикой изменения бизнес-моделей и сменой бизнес-партнеров делают традиционные формы финансового взаимодействия «слабым звеном» электронного коммерческого цикла. Технологические возможности отражают широкий спектр решений в области сетевых коммуникаций, инструментарий в области защиты информации, а также развитие предметных технологий осуществления операций.

¹⁴ Главное отличие современной технологической революции состоит в том, что она затрагивает все средства коммуникации (теле – видение, 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.

¹⁵ Status Report on European Telework 1997. European Commission Report, 1997 // <http://www.eto.org.uk/twork/tw97eto/>

пользователей Интернет достигнута за пять лет, в то время как телевидению для этого понадобилось 18 лет, персональным компьютерам – 20 лет, радио – более 40 лет.

Уникальным является факт оказания банковских услуг на расстоянии и новые качества дистанционного банковского обслуживания, которые появляются при использовании компьютерных технологий в качестве коммуникационной среды.

Предоставляя широкие возможности в области сбора и обработки массивов информации, новые технологии вместе с тем позволяют устанавливать тесные *доверительные отношения с клиентами* (например, предоставление лизингового, консорциального кредитов), а также развивать новые типы отношений с ними, предложенные в **таблице 1.1**. Отношения между банком и клиентом меняются от односторонних (например, оказание консалтинговой услуги) до двухсторонних (например, прием вклада на хранение), многосторонних (например, предоставление инвестиционного, консорциального кредитов).

В результате длительной эволюции отбора и трансформации возникли современные банковские услуги, которые реализуются при наличии благоприятной среды развития, а при ее отсутствии банковские услуги способны трансформироваться. Адекватный уровень развития каждого из вышеперечисленных факторов является необходимым условием возникновения и продвижения электронных банковских услуг в сектора экономики с последующим замещением ими традиционных банковских услуг.

Таблица 1.1 – Характер взаимоотношений банка и клиента

№ п/п	Вид услуги	Банк	Клиент	Другие участники	Вид сделки
1	Кредитная	Кредитор	Заемщик	-	Двухсторонняя
1.1	Консорциальный кредит	Кредитор	Заемщик	Банк-консорциум и его участники	Многосторонняя
1.2	Инвестиционный кредит	Кредитор	Заемщик	Другие участники	Многосторонняя
1.3	Овердрафт	Кредитор	Заемщик	- Участники зарплатного проекта	Двухсторонняя, многосторонняя
1.4	Лизинговая	Кредитор	Лизингополучатель (заемщик)	Лизингодатель	Трехсторонняя
1.5	Факторинг	Факторинговый агент	Клиент	Должник	Трехсторонняя
2	Депозитная	Хранитель	Вкладчик (депонент)	-	Двухсторонняя
3	Трастовая	Доверительный управляющий	Доверитель	ПИФ	Многосторонняя
4	Агентские	Агент	Доверитель	Другие институты	Многосторонняя
5	Расчетные	Посредник (исполнитель)	Клиент	РКЦ	Двухсторонняя, многосторонняя
6	Консалтинг	Консультант	Консультируемый (пользователь)	-	Односторонняя, двухсторонняя
7	Эмиссионная	Эмитент	Инвестор	Регулирующий орган	Двухсторонняя, односторонняя
8	Инвестиционные	Инвестор	Эмитент	Биржи, инвестиционные компании и др.	Многосторонняя
9	Валютные (расчетные)	Посредник	Клиент	РКЦ и др.	Многосторонняя
10	Валютные (обменные)	Продавец (покупатель)	Покупатель (продавец)	Биржи	Двухсторонняя, трехсторонняя

1.3 Эволюция электронного банкинга

Вследствие развития телекоммуникационных технологий, в электронных банковских услугах можно выделить три основные направления развития: Система «Клиент-банк»; Мобильный банкинг (WAP-банкинг); Интернет-банкинг.

Иерархия электронных банковских услуг можно представить в виде **рисунка 1.2**, первоначальная ступень – система “Клиент-банк” – для корпоративных клиентов; «Домашний банкинг» – обслуживание физических лиц; затем клиенту предлагают воспользоваться тональным телефоном, затем с помощью мобильного устройства осуществлять платежи (WAP-банкинг), затем при помощи глобальной сети Интернет – высшая ступень развития – Интернетбанкинг.

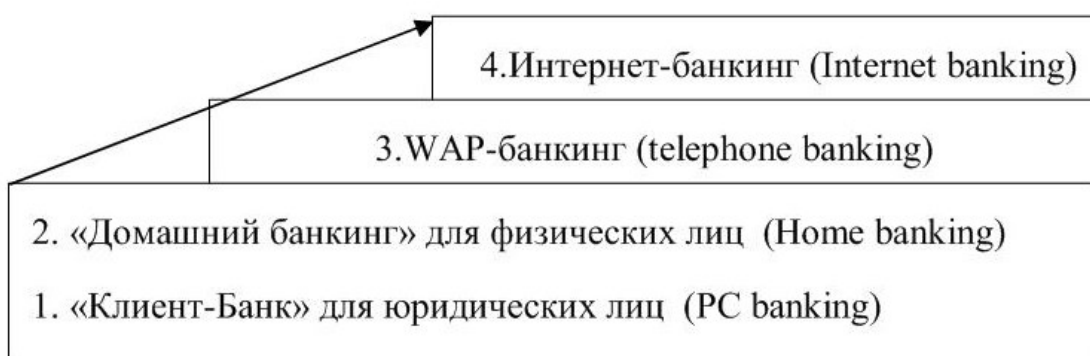


Рисунок 1.2 – Иерархия электронных банковских услуг (online banking)¹⁶

Банки используют различные наименования при определении систем online banking – PC banking, home banking, electronic banking, Internet banking. Независимо от названия все эти системы имеют очевидные преимущества перед традиционными банковскими методами.¹⁷ Перечень доступных электронных услуг, предлагаемых различными банками, неодинаков. 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, торговать ценными бумагами компаний или доверительных фондов.

Структурная схема взаимосвязи традиционных и электронных банковских услуг обобщена и предложена в **приложении 1**. Влияние макро- и микрофакторов на процесс трансформации традиционной банковской услуги, позволяет большинство этапов коммерческого цикла расчетов перевести в электронную форму. Традиционные формы расчетов приведены на первом уровне схемы в **приложении 1**.

На втором уровне схемы показаны системы, полностью или частично автоматизирующие каждое из направлений традиционных расчетов, появившиеся еще до широкого распространения Интернет. Так, чековые расчеты являются банковской технологией расчетов

¹⁶ Источник: составлено автором

¹⁷ Клиенты могут связаться с банком из дома или из любого другого места, где есть доступ к компьютеру; сервис доступен 7 дней в неделю, 24 часа в сутки; транзакции исполняются и подтверждаются почти мгновенно – время обработки данных сопоставимо со временем обработки данных в банкомате; диапазон осуществляемых операций достаточно широк: от простого контроля движения средств по счетам (получения выписки со счета) до подачи заявки на предоставление, например, ипотечного кредита.

банковскими картами, осуществляемыми в рамках карточных платежных систем. Расчеты, основанные на управлении банковским счетом, служат банковской технологией систем класса «Банк-Клиент» и систем теле-банкинга.

Изначально первой появившейся модификацией системы «Банк-Клиент» была технология на основе «толстого клиента». В этом случае система является как бы частью информационной системы коммерческого банка и требует установки у клиента банка специального программного обеспечения, состоящего из базы данных и программы обработки этих данных. Система «Банк-Клиент» на основе информационной технологии «тонкого клиента» не предъявляет к вычислительной системе клиента банка особых требований, кроме наличия устройств передачи данных, совместимых с банковскими, и терминала, поддерживающего протоколы обмена и защиты информации, согласно протоколам обмена и защиты, поддерживаемым банком.

Развитие телекоммуникаций, базовых телефонных функций и одновременно усовершенствование телефонных станций и стандартов дает толчок к развитию телебанкинга. В рамках использования исключительно базовой функциональности выделяется непосредственное общение с оператором банка (call-center). А в качестве расширения – использование систем IVR (Interactive Voice Response), заменяющих оператора-человека и создающих оператора-программу, взаимодействие с которой происходит при помощи специальных сигналов DTMF, доступных на любом кнопочном телефоне. Получает распространение пока односторонний характер отправки и приема коротких текстовых сообщений SMS (Short Message Service) – SMS – банкинг.¹⁸

Рост интереса участников расчетов к Интернет-технологиям ведения бизнеса привел к модификации таких форм расчетов, как «Банк-Клиент», расчеты банковскими пластиковыми картами для использования их в среде Интернет. Эта группа автоматизированных форм расчетов изображена на нижнем уровне схемы приложения 1.

Исследуем основные технологические различия электронных систем банковского обслуживания в **таблице 2.1 приложения 2**.

Home banking (Домашний банк) – обслуживание на дому и на рабочем месте. По нашему мнению, в эту систему включаются «Клиент-банк» – для корпоративных клиентов; «Домашний банкинг» – обслуживание для физических лиц.¹⁹ Рассмотрим достоинства и недостатки внедрения системы «Клиент-банк» для банка и клиентов в **таблице 3.1 и 3.2 приложения 3**.

Подробнее опишем недостатки системы:

а) связь. Как правило, клиенты должны дозваниваться непосредственно до сервера банка по коммутируемым линиям для передачи и приема информации. Банк должен держать достаточное количество свободных телефонных номеров для подключения большого числа клиентов. Передача данных по электронной почте, также не решает проблем надежности связи. В последнее время некоторые реализации «Банк-Клиента» могут использовать в качестве среды передачи Интернет, что решает некоторые сетевые проблемы.

б) установка программы. Для работы пользователь должен иметь клиентскую часть программы. При смене рабочего компьютера, на котором установлена программа, возникают

¹⁸ Банковские информационные системы: Учебник / Под редакцией профессора В.В. Дика. М.: Маркет ДС, 2006. – С.378

¹⁹ 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, персональный компьютер, подключиться по телекоммуникационным линиям связи к банковскому компьютеру. Перед началом каждой операции владелец счета использует «ключ» в коде защиты от неправомерного подключения к системе. Использование данной системой позволяет управлять текущим счетом, вкладом, расчетами клиента с бюджетом, счетами платежей и сбережений.

некоторые проблемы. Если же пользователь хочет работать с «Банк – Клиентом» в другом городе или стране, то он должен с собой брать Notebook с установленной программой.

в) обучение клиентов. Внедрение на предприятии любых средств автоматизации, не говоря уже о сложных электронных системах, сопряжено с проблемой обучения персонала.

г) смены версий. «Банк-Клиент» не является некоторой статической программой. По мере расширения предоставляемых банком услуг или при изменении законодательства необходимо произвести изменение версии всех клиентских программ системы, что может быть затруднительно при большом числе клиентов и их физической удаленности от банка.

д) сопровождение. Мировой опыт показывает, что чем сложнее программа, тем выше вероятность разного рода сбоев в процессе ее эксплуатации. Для разрешения возникающих проблем, необходимо создание службы сопровождения в банке.

На смену даже такой прогрессивной системе, как «Клиент-Банк», приходят новые технологии. Бурное развитие Интернет-технологий, используемых для построения сложных многопользовательских сетевых приложений, может привести к революционным изменениям в построении таких систем как «БанкКлиент». Данный способ предлагает некоторый стандартный механизм построения произвольных многопользовательских систем. Использование же данной технологии для построения системы «Банк-Клиент» позволяет создать комплекс, практически, свободный от недостатков программ предыдущего поколения.

Основными отличительными моментами данной технологии являются:

- конечный пользователь работает только со стандартной программой – браузером; у него нет никакого специализированного программного обеспечения;

- вся бизнес-логика системы определяется при создании Web- сервера. Для поддержки работы сложных систем, например, «Банк-Клиента», Web- сервер должен динамически формировать HTML – страницы на основе информации, хранящейся в базе данных банка;

- взаимодействие Web-сервера с браузером клиента производится по сети Интернет при помощи передачи HTML – страниц, в которых и заложена необходимая функциональность работы системы.

- связь. Проблема связи, без сомнения, остается и при таком построении системы. С развитием Интернета проблема будет уменьшаться, но даже сейчас применение новой технологии даст положительный эффект:

- установка программы. Клиент может работать в системе на любом компьютере, подключенном к Интернет, с установленным браузером. Для работы программ не требуется устанавливать никакого дополнительного программного обеспечения. Клиент может свободно уехать в другой город или страну и работать с «Банком-Клиентом» в любом месте, где есть Интернет;

- обучение клиентов. Острота проблемы также сильно снижается, так как в своей работе клиент использует хорошо ему знакомый стандартный браузер. Тем самым снимаются все ограничения для свободного подключения к системе обычных физических лиц;

- смена версий. Проблемы смены версий при таком построении системы просто не существует. При изменении функциональности или даже просто дизайна WEB-сервера, клиент сразу начинает работать с новой версией системы;

- сопровождение. Проблема сопровождения клиентского программного обеспечения просто отсутствует, так как у клиента нет специализированных программ;

- безопасность. Конечно, данная проблема стояла и раньше, но с использованием открытой сети Интернет, важность ее многократно возрастает. Проблема безопасности является общей для всего мирового сообщества, использующего Интернет в своей работе.

Оценивая плюсы и минусы новой технологии, можно утверждать, что разработчики банковского программного обеспечения предлагают систему Банк-Клиент на основе Интернет технологии. «Интернет Банк-Клиент» будет активно использоваться для подключения

физических лиц. Банки будут использовать «Интернет Банк-Клиент» совместно со стандартной реализацией системы. Стандартный «Банк-Клиент» будет использоваться, в основном, для работы клиентов, не имеющих выходов в Интернет. Некоторые системы выросли из внутренней автоматизированной банковской системы (АБС). Они, по сути, являются как бы ее отростком. По мере развития системы, АБС автоматизировали все внутренние процессы. Потом к ней присоединили модуль «Банкакlienta», а впоследствии с использованием Интернета модуль – «Интернет Банк-Клиент». С точки зрения сервиса Интернет-банкинг это дальнейшая эволюция обычной системы «Банк-Клиент».

Развитие телекоммуникаций, базовых телефонных функций дало толчок к развитию **телефонного банкинга (система Телебанк).**

Телефонная часть системы "Телебанк" является продуктом компьютерной телефонии, а ключевые используемые технологии – IVR (Interactive Voice Response) и FOD (Fax on Demand).

С использованием достижений мобильной связи, расширяются возможности банка по предоставлению услуг. Платеж, проведенный через «Телебанк», обрабатывается в автоматическом режиме, а информацию об изменении остатка на счете на банковский сервер передает администратор – операционист.

Банковские операции в телефонной части выполняются посредством интерактивного диалога системы и клиента. В состав телефонной части системы "Телебанк" входит специализированная компьютерная телефонная карта, обеспечивающая автоматизированное ведение диалога. Для телефонного банкинга клиенту достаточно позвонить на телефонный номер системы "Телебанк" с любого кнопочного телефонного аппарата.

Подняв трубку, система предложит клиенту совершить определенный круг действий (выбор пунктов меню и ввод информации), информируя его об этом в речевом виде. Клиент реагирует на предложения системы, нажимая на соответствующие клавиши на клавиатуре телефонного аппарата. Таким образом, происходит интерактивный диалог – клиент получает справочную информацию в речевом виде, проводит банковские операции, получает подтверждения о проведенных операциях в факсимильном виде, словом, выполняет операции в системе.

Система "Телебанк" при этом позволит обслужить расчетному банку значительное число клиентов без создания сети отделений и филиалов, необходимой для этого при стандартном банковском обслуживании. При этом стоимость произведенной транзакции в системе будет неизмеримо мала. Система "Телебанк" является идеальным вариантом выхода на retail рынок для крупного банка, до этого не занимавшегося данным видом обслуживания.

SMS – банкинг – разновидность дистанционного банковского обслуживания, осуществляемого с помощью мобильного телефона. После каждого движения денежных средств по счету, клиент, подключенный к системе " sms – банк", получает sms-сообщение с информацией о проведенной транзакции.

SMS – банкинг – услуга по дистанционному управлению банковским счетом через короткие текстовые сообщения.

SMS-банкинг – это специальная система виртуального банковского филиала, которая поддерживает весь спектр операций, предоставляемых клиентам в реальной жизни, и доступ к которой может быть осуществлен дистанционно, при условии обязательной авторизации.

Главной целью создания услуги sms-банкинга, является значительное упрощение взаимоотношения кредитной организации со своими клиентами. Выделяют ряд моделей мобильного банкинга представленных в **таблице 1.2.**

Преимуществами услуги SMS-банкинга являются:

– предельно простое меню системы: незначительное количество действий на клавиатуре мобильного телефона;

- возможность получения обслуживания независимо от географического положения клиента и времени суток, в которое требуется та или иная услуга;
- возможность запроса выписки по каждому счету – удобно подводить баланс за месяц или год, а также контролировать расходы по безналичному расчету. Выписки получаются в режиме реального времени;
- гибкая система уведомлений – о каждом входе в систему и о каждой проведенной операции. Возможность запроса мини-выписки с указанием последних операций по карточному счету;

Таблица 1.2 – Модели мобильного банкинга

Модель мобильного банкинга	Характеристика	Достоинства и недостатки
sms -banking	Информирование клиента о проведенных операциях	Удобная реализация Низкие издержки; Дополнительный сервис для клиентов; Получение банком дополнительной комиссии.
sms -banking Advance	Информирование клиента о проведенных операциях; Возможность осуществления некоторых операций путем отправки SMS.	Возможность совершения клиентом операций; Основной недостаток – введение SMS-сообщения в определенном формате; эта проблема решается либо сужением спектра операций, либо изданием красочных инструкций с перечислением кодов.
STK-banking	Банк или сотовый оператор перекодируют sim-карту клиента, в результате чего в телефоне клиента появляется дополнительное меню, с помощью которого совершаются операции.	Главное преимущество – наглядность (клиент получает возможность осуществления различных видов операций без необходимости запомнить длинные последовательности цифр или носить с собой красивую брошюру). Недостаток – клиенту надо заменить sim-карту или перекодировать, что доставляет неудобства клиенту, банку, и мобильному оператору; Увеличение расходов клиентов, так как SMS-сообщения тарифицируются.
JAVA-banking	Клиент устанавливает на своем мобильном телефоне JAVA-приложение, в результате чего в мобильном телефоне появляется специальное меню для проведения банковских операций.	Максимально возможная наглядность (дизайн меню с иконками, кнопками); Относительная простота обновления; Отсутствие дополнительных расходов для клиента. Недостатки – значительные сложности в настройке GPRS; Клиент платит комиссию за проведение банковских операций.

- возможность блокировки, с помощью специального sms, проведения операций по кредитной карте.

В свою очередь, к недостаткам SMS-банкинга относятся:

- вероятность утери мобильного телефона;
- небольшая скорость внедрения систем мобильного банкинга: отсутствие реально работающего механизма электронно-цифровой подписи, вследствие чего возникает необхо-

димось подтверждения банковских транзакций при помощи таблиц переменных кодов, что не удобно, особенно если транзакцию нужно провести в срочном порядке;

– недоверие клиентов к данному виду дистанционного банковского обслуживания, присутствие риска сбоя в работе информационной системы;

– банковский счет привязан к sim-карте. При отсутствии sim-карты, но знании пароля – невозможность войти в приложение другого с телефона.

Сервис SMS-банкинг со временем превращается из услуги для избранных в массовый продукт, вследствие чего, в ближайшей перспективе, система должна отвечать следующим требованиям, представленным в **таблице 1.3**.

Таблица 1.3 – Требования к сервису SMS-банкинг

Требование	Характеристика
Возможность удаленного использования системы sms -банкинга	Клиенту не требуется визитов в офис банка для подключения системы;
Удобство и простота использования	Клиент не должен каким-либо образом настраивать мобильный телефон (либо эти настройки ограничены абсолютно понятными действиями);
Отсутствие необходимости в технической поддержке	Техническая поддержка клиенту не требуется, либо получить консультацию он может и в банке, и у сотового оператора, с одинаковым уровнем компетентности и оперативности;
Наглядность системы	Клиент не должен запоминать хитроумные действия для совершения операции;
Функциональность	Система должна охватывать все востребованные банковские операции; Клиент должен вводить на клавиатуре мобильного телефона минимальное количество действий.
Низкие издержки клиента по использованию системы	Операции, осуществляемые с помощью системы, не должны облагаться никакой дополнительной комиссией, либо она должна быть символической.
Приемлемость системы	Система успешно и максимально одинаково работает на разных мобильных терминалах.

WAP-банкинг (мобильный банкинг (mobile banking, m – banking) подразумевает использование в качестве клиентской части системы «Клиент-Банк» мобильного телефона (вместо компьютера).

Мобильные банковские услуги – яркий пример стирания границ между различными формами электронного банкинга. Сотовые телефоны, персональные электронные секретари, портативные компьютеры в сочетании с беспроводной связью обеспечивают доступ в глобальную сеть и дают возможность пользоваться Интернет-услугами. Применяемый сейчас WAP-стандарт (протокол беспроводных приложений) считается переходным, на смену ему в среднесрочной перспективе придет имеющий гораздо более высокую скорость передачи информации UMTS-стандарт (универсальная мобильная телекоммуникационная система), на базе, которого станет развиваться связь третьего поколения.

WAP – банкинг – получение банковских услуг непосредственно с помощью мобильного телефона или ноутбука при использовании технологии беспроводного доступа (Wireless Applikation Protokol). Такая технология позволяет передавать информацию неко-

торых сайтов, поддерживающих WAP (например, Yahoo и др.), на мобильные телефоны и совершать некоторые действия. Она позволяет владельцам определенных модификаций мобильных телефонов выходить в Интернет непосредственно с телефона без дополнительного оборудования, обращаться к приложениям благодаря, встроенному в телефон или в SIM– карту браузеру. WAP использует двоичный формат, что позволяет эффективно сжимать пакеты данных. Специальный язык Wireless Markup Language, с помощью которого создаются WAP-совместимые WEB-страницы, позволяет оптимально использовать небольшие размеры дисплея телефона, включая двустрочные текстовые и графические модели.

Интернет-часть системы "Телебанк" позволяет осуществлять банковские операции, используя сеть Интернет. Для совершения банковских операций клиенту системы необходимо лишь наличие доступа в Интернет, а также стандартная программа просмотрщик (browser) ресурсов Интернет Microsoft Internet Explorer. Для выполнения банковских операций через Интернет часть системы "Телебанк" клиенту необходимо посетить Интернет-сайт системы.

Интернет-часть системы предоставляет клиенту значительно больший простор при совершении операций – в компьютере отсутствуют ограничения, налагаемые клавиатурой телефонного аппарата. В частности, клиент может выполнять операции, осуществлять покупки в Интернет-магазинах участников системы "Телебанк" (веб – коммерция).

Несмотря на то, что потенциальные возможности WAP-банкинга достаточно высоки, говорить о его широком распространении пока не приходится. Прежде всего, это вызвано с не очень высокой популярностью доступа к данным через WAP-протокол среди владельцев сотовых телефонов, неудобствами работы с wap-сайтом, вызываемыми небольшим размером дисплея мобильного телефона.

Рост интереса участников расчетов к Интернет-технологиям ведения бизнеса привело к модификации форм расчетов, появляется **Интернет-банкинг**.

В российской экономической литературе пока отсутствует устоявшаяся трактовка понятия «Интернет-банкинг». Его составная структура предопределяет объединение воедино банковской деятельности и глобальной компьютерной сети Интернет, которые изначально принадлежали к различным сферам человеческой деятельности. «Интернет – банкинг» – управление банковским счетом через Интернет. В иностранной литературе вместо Интернетбанкинга чаще употребляется термин онлайн-банкинг, подчеркивающий возможность доступа клиента к банковским услугам в реальном времени.

Обычно под электронным банкингом («Интернет-банкингом») понимают оказание услуг банками по дистанционному управлению счетом через Интернет – net-banking, online banking, internet-banking (не стоит отождествлять этот термин с присутствием банков в Сети в чисто информационных и маркетинговых целях).

Классический вариант системы Интернет-банкинга включает в себя полный набор банковских услуг, предоставляемых клиентам – физическим лицам в офисах банка, за исключением наличных операций.

Такой онлайн-сервис является в наши дни неотъемлемой частью Интернет-бизнеса, интегрирующего системы **B2C** – business-to-consumer ("бизнес – клиент"), **B2B** – business-to-business ("бизнес – бизнес"), e-trading (электронная торговля на биржах) и прочие категории.

Электронная коммерция имеет два основных направления:

1. *B2B (business-to-business) – "бизнес – бизнес"*. Эта форма соответствует сделкам между юридическими лицами.

2. *B2C (business-to-customer) – "бизнес – клиент"*. Эта форма соответствует сделкам между юридическим и физическим лицом.

С точки зрения доходности, в настоящее время сектор B2B признается наиболее перспективным. В последнее время в этом сегменте иногда выделяют часть B2E (business-to-enterprise) системы электронной торговли крупных транснациональных корпораций.

Интернет не признает национальных границ и часовых поясов, повышается информационная прозрачность, в том числе за счет сокращения затрат клиентов на поиск необходимых сведений. С широким распространением Интернет клиенты могут использовать эту технологию в любой точке мира, чтобы получить доступ к банковской сети. Интернет, как обеспечивающая технология, уже сделал банковские услуги доступными для большего числа клиентов и устранил географические барьеры. В пользу этого свидетельствуют следующие факторы Интернет-банкинга:

- система электронного банка требует наличия высококачественной системы back-office, которая должна предусматривать как различные режимы обслуживания клиентов (тарифные планы стандартный, экономичный, VIP-клиент и т.п.), так и автоматически отслеживать риски, возникающие при операциях;

- Интернет – наиболее конкурентная, интерактивная среда, поскольку позволяет совершать операции в режиме реального времени, мощные поисковые системы позволяют клиенту анализировать условия услуг, предоставляемые различными банками, и выбирать наиболее оптимальное предложение;

- банк имеет возможность снижать издержки на содержание стандартных отделений и максимально оптимизировать стандартные банковские операции;

- Интернет-банкинг, являясь глобальной средой, вынуждает изменять саму структуру бизнеса в пользу информационной экономики.

Интернет-банкинг является логическим продолжением таких разновидностей удаленного банкинга, как PC banking (доступ к счету с помощью персонального компьютера, осуществляемый при этом посредством прямого модемного соединения с банковской сетью), telephone banking (обслуживание счетов по телефону), мобильного банкинга и video banking (система интерактивного общения клиента с персоналом банка). Данная схема представлена на **рисунке 1.3**.

Наблюдается переход от простых банковских услуг к комплексным. Банки, стремясь сделать системы Интернет-банкинга конкурентоспособными, стараются наделить их практически всем спектром услуг, которые доступны клиентам в офисе банка: операции со средствами на собственных счетах (выписки, переводы по своим счетам, работа с пластиковыми картами), инвестирование средств (депозиты, ценные бумаги), расчеты с контрагентами (разовые и периодические платежи) и т.д.

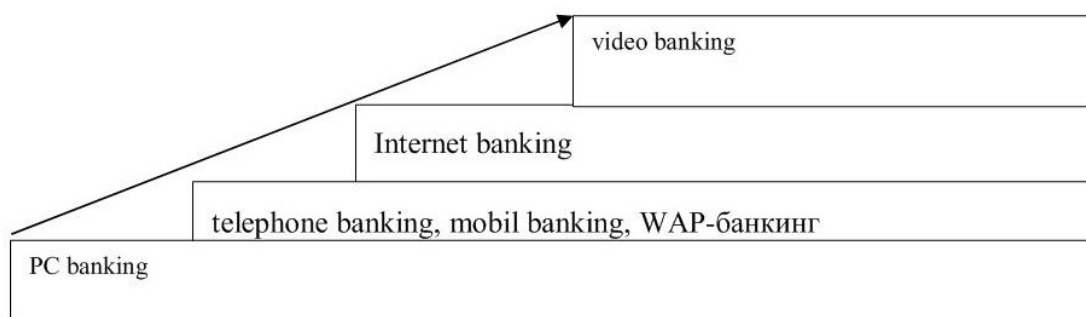


Рисунок 1.3 – Разновидности удаленного банкинга²⁰

²⁰ Источник: составлено автором

На наш взгляд, *с технологической стороны электронные банковские услуги* – это возможности деятельности банка по оказанию дистанционного, обезличенного обслуживания клиента, удовлетворяющего его потребности в банковских услугах, используя современные информационные способы обслуживания: PC, Phone, Mobil-phone, Internet, и др.

Это дополнительный сервис, который предоставляется клиенту, и клиент имеет возможность выбирать, приезжать ли самому в банк и привозить платёжные поручения или воспользоваться системой «Банк-Клиент», т.е. подсоединиться к банку через модемную связь; либо использовать более совершенную систему, которая дает ряд значительных преимуществ. Традиционная система обслуживания привязывала клиента к банку. При новых способах коммуникаций клиент может быть достаточно удален от банка, а иногородним и региональным клиентам предоставляется возможность выбирать банк не по территориальному принципу. Клиент, переезжая на новое место жительства, может оставаться клиентом банка, удовлетворяя потребности в банковских услугах.

Выделим следующие этапы развития удаленного банкинга:

1. Телефонный банкинг – банковский сервис, основанный на использовании возможностей телефонов с тональным набором номера;
2. PC-банкинг позволяет клиенту с помощью персонального компьютера и модема напрямую подключиться к серверам банка и совершать банковские операции (но это еще не через Интернет);
3. Мобильный банкинг (СМС-банкинг);
4. Интернет-банкинг.

Интернет-банкинг – это продолжение привычного банковского обслуживания, но с использованием другой среды, точно так же, как и банковское обслуживание с помощью *тонального телефона, мэйла, мобильного телефона и Интернета*. Интернет-банкинг является частным случаем дистанционного обслуживания клиентов. Дистанционное обслуживание может осуществляться с использованием: персональных компьютеров; телефонных каналов; беспроводных каналов доступа; глобальной сети Интернет.

Развитие мультимедийных технологий позволяет ожидать появления новых способов реализации удаленного банковского обслуживания, в частности видео-банкинга, предполагающего, что клиент сможет дать указание операционисту обслуживающего банка при непосредственном видеоконтакте. Главное преимущество удаленных банковских технологий – создание комфортных условий для потребителей банковских услуг.²¹ На современном этапе в сфере электронных банковских услуг преобладает *“принцип удаленного доступа”*, когда клиент при помощи телефона, факса, компьютера имеет возможность оперативно связаться с сервером банка и произвести необходимые операции. Получает распространение remote banking – осуществление банковских операций на расстоянии, без привязки к месту нахождения и времени работы банковского учреждения. Фактор расстояния уже не оказывает большого влияния на затраты и цены.

Идентификация клиента, с помощью электронной цифровой подписи, ПИН-кода, ЭЦП, через телекоммуникационные сети сделала возможным «обезличенное» банковское обслуживание. Появились различные варианты автоматизированного обслуживания клиентов не требующие их личного присутствия в отделении банка: например, распечатка выписок со счетов через специальные автоматы, электронные терминалы.

Под влиянием различных факторов, таких как, удаленность участников расчетов, ускорение момента передачи стоимости, возросшая конкуренция между банковскими учреждениями и парабанками, усиления процесса глобализации мировых хозяйственных связей, прогресс в области телекоммуникаций и компьютерных технологий, поиска банка в удовле-

²¹ Семикова П. Банковские инновации и новый банковский продукт // Банковские технологии. – 2002. – № 11. – С. 45.

творении новых потребностей клиента и др. привели к возникновению электронных банковских услуг.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.