

Коробейникова Ольга Михайловна

кандидат экономических наук, доцент
Волгоградской государственной
сельскохозяйственной академии
тел.: (961) 265-16-20

Бахметьева Екатерина Сергеевна

аспирантка Волгоградской государственной
сельскохозяйственной академии
тел.: (961) 265-16-20

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА В РОССИИ

Аннотация:

На основе анализа развития информационных услуг в банковском секторе рассмотрены ключевые направления внедрения информационных технологий в банковскую деятельность и, в частности, тенденций развития интернет-банкинга как перспективного клиентоориентированного направления диверсификации услуг банков.

Ключевые слова:

банковская деятельность, банковские услуги, информационные технологии банка, интернет-банкинг, система «Клиент-банк», система «Интернет-банк-клиент».

Korobeinikova Olga Michailovna

Candidate of Economics,
associate professor of Volgograd State
Academy of Agriculture
tel.: (961) 265-16-20

Bakhmetyeva Ekaterina Sergeevna

post-graduate student Volgograd State
Academy of Agriculture
tel.: (961) 265-16-20

FEATURES OF APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES FOR DEVELOPMENT OF INTERNET-BANKING IN RUSSIA

The summary:

Based on the analysis of information services in the banking sector, considered key areas of information technology in banking activities and, in particular, trends in online banking as a promising direction of customer-service diversification of banks.

Keywords:

banking, banking services, information technology of bank, internet banking, "Client-Bank", system "Internet bank-client".

В условиях высокой динамичности банковского рынка и обостряющейся борьбы за клиентов становятся особенно важными определение четкой стратегии своего развития и достижение заданных целей. Постоянное увеличение конкуренции в секторе банковского обслуживания заставляет российские банки искать новые, более перспективные и экономичные пути повышения интенсивности и качества взаимодействия с клиентами. Использование передовых технологий в обслуживании клиентов позволит банкам рационально распределить свои ресурсы, минимизировать издержки, усовершенствовать обслуживание клиентов и повысить качество предлагаемых банковских услуг, обуславливающих рост конкурентоспособности. Развитие информационных и компьютерных технологий в банковской деятельности предопределило появление рынка электронных банковских услуг, отличающихся новыми стандартами проведения финансовых операций и качеством обслуживания, а также предоставляет новые возможности привлечения и удержания клиентов банков.

Направлениями внедрения информационных технологий в банковскую деятельность являются:

1. Создание корпоративных компьютерных сетей (электронный документооборот; расчетные межфилиальные сети; расчетно-клиринговые системы).
2. Продажа банковских и сопутствующих услуг в сети Интернет (Банк-клиент, Интернет-банкинг, Теле-банк, Мобильный банкинг, WAP-сервис Интернет-трейдинг).
3. Развитие внутрибанковских систем управления и их автоматизация.

Таким образом, развитие и расширение банковских услуг происходят в непрерывной связи с развитием информационных технологий. Изменяющиеся условия приводят к новым требованиям, которые клиенты предъявляют банкам. В последние годы ожидания и предпочтения клиентов претерпели значительные изменения. Перечислим некоторые из них в порядке убывания приоритетов клиентов при получении ими банковских услуг:

- доступ к банковским услугам, в особенности возможность распоряжаться денежными средствами круглосуточно без выходных;
- скорость реализации услуг;

- диверсификация предлагаемых услуг;
- цена услуг.

Для удовлетворения этих потребностей банк должен «приблизить» к клиенту продукты и услуги. Возможность сделать это дает широкое применение электронных каналов предоставления банковских продуктов и услуг: через персональный компьютер (в закрытой электронной сети (онлайн-доступ), через Интернет), по телефону, с мобильных устройств, посредством интерактивных цифровых телевизоров.

В настоящее время современные технологии сделали возможным появление глобального электронного финансового рынка, который стал базироваться на интеграционных системах: Интернет, Телефонный банк, Банк-Клиент, Интернет-Банк-Клиент, которые можно рекомендовать в качестве основных направлений продвижения банковских услуг. Передовые отечественные банки, изучая опыт, накопленный западными странами по использованию электронных коммуникационных систем, оснащенных сетью Интернет, стали использовать его в своей практике.

Интернет как информационная структура прочно вошел в деятельность клиентов. В банковской сфере появление Интернета стимулировало развитие рынка электронных банковских услуг, предусматривающих использование персональных компьютеров и других электронных коммуникаций. Термины «цифровая экономика», интернет-банкинг, электронная коммерция становятся все более привычными.

Услуги коммерческих банков через сеть Интернет-Интернет-банкинг – являются наиболее динамичным направлением финансовых интернет-решений в силу наиболее широкого спектра банковских услуг. Классический вариант системы интернет-банкинг включает в себя полный набор банковских услуг, предоставляемых клиентам в офисах.

В Интернете достаточно просто можно организовать постоянный мониторинг рынков и анализ деятельности конкурентов. Затем перед банком встает насущная потребность в собственном информационном присутствии в Интернете, что, как правило, выливается в создание виртуального представительства в Интернете (веб-сайт). Он должен быть не просто рекламно-информационной площадкой, а по возможности максимально полно использовать уникальные возможности Интернета для активного продвижения услуг банка. Это следующий этап эволюции активности банка в сети – этап усилий по продвижению традиционных услуг с помощью средств Интернета.

Положительные результаты работы в среде Интернета заставляют банки задуматься о более активном использовании его возможностей. Наступает этап создания и продвижения специфических услуг, в которых Интернет используется как необходимый составной элемент самой услуги.

Например, ГУТА Банк являлся лидером в разработке и внедрении передовых интернет-технологий на российском финансовом рынке, предложив уникальную сервисную программу «Remote trade». Она позволяет делать у банка запрос котировок на сделки и подавать банку заявки на покупку или продажу ценных бумаг, а также производить двусторонний обмен протоколируемыми сообщениями. Эта уникальная технология дала возможность ГУТА Банку расширить рамки рынка и освоить новые сегменты. ГУТА Банк до недавнего времени был единственным обладателем системы торговли акциями через Интернет. Такую же систему ввел у себя и Альфа-банк, который является участником обслуживания фондового рынка через Интернет [1].

Исследование деятельности российских банков в Интернете, проведенное компанией «Интернет Маркетинг», позволяет заключить, что большинство банков находятся на начальных этапах освоения Интернета – этап маркетинговых исследований и организации информационного присутствия. Сегодня из 100 крупнейших российских банков свои веб-представительства имеют 54. В мотивации использования Интернета в бизнесе на первом месте стоит массированное сокращение транзакционных издержек, на втором – отсутствие давления географического фактора [2]. Электронный рынок Интернета открыт и доступен для банков-пользователей любых размеров и для неограниченного числа потребителей в любой точке земного шара и в любых сегментах рынка. Пользователь может получить доступ к информации в любое время, в любом месте, свободно и многократно.

Реализация банковских услуг через Интернет способствовала радикальному перевороту в механизме взаимодействия банков и клиентов. При традиционных способах реализации банковских продуктов и услуг банки управляют процессом взаимодействия, решая, какие клиенты им подходят, и какие цены должны быть установлены. При реализации услуг через Интернет потребитель имеет возможность самостоятельно управлять процессом.

Поскольку потребители стали более образованными и опытными, то изменились и их запросы. Как правило, потребителям недостаточно только операций по обслуживанию сберегательных счетов, а нужен более широкий круг банковских продуктов и услуг. Интернет обеспечи-

ваает высокую степень прозрачности оценки разных продуктов, поскольку потребитель может внимательно изучить содержащуюся на коммерческих серверах информацию о лучших банках, их продуктах, услугах и ценах и выбрать наиболее выгодный и подходящий вариант.

Для сохранения и расширения клиентской базы коммерческие банки должны оперативно реагировать на изменения в потребностях клиентов, ориентировать ассортимент услуг не только на корпоративных клиентов, но и частных потребителей.

Возможности увеличения объема и разнообразия финансовых услуг через Интернет представляются бесконечными. Однако потребители этих услуг должны осознавать, что пространство Интернета огромно, и оно не является юридическим лицом, то есть не несет ответственности за производимые операции. Поэтому очень важной проблемой является обеспечение безопасности и секретности транзакций.

На протяжении прошедших лет количество клиентов банков, использующих сеть Интернет для доступа к банковским услугам, неуклонно растет. Данные о количестве таких клиентов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика количества клиентов, использующих сеть Интернет для доступа к банковским услугам [3]

Регион	Количество клиентов, использующих сеть Интернет для доступа к банковским услугам, млн. чел.				
	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.
Азия	2,4	4,4	6,8	9,8	13,8
Япония	2,5	6,5	11,9	19,6	21,8
США	9,9	14,7	17,1	20,4	22,8
Западная Европа	18,6	28,0	37,3	47,7	57,9
Другие страны (в т.ч. РФ)	1,0	1,7	3,1	5,1	6,1

В настоящее время коммерческим банкам необходимо активно проводить работу по внедрению современных каналов доставки продуктов и услуг до потребителей, которые дают возможность банку увеличить прибыль и расширить клиентскую базу.

Одним из самых перспективных каналов электронного сервиса считается интернет-банкинг. Системы банковского обслуживания составляют серьезную конкуренцию филиальным банковским сетям, поскольку обеспечивают: экстерриториальность и непрерывность работы круглосуточно; интерактивность обслуживания; множественность каналов и устройств доступа к банковской информации; проведение операций в режиме реального времени; точность и наглядность предоставления информации.

Выделяют стадии использования Интернета в деятельности банков:

1. Пассивное существование – наличие web-сайта.
2. Интегрированный подход, когда банки предлагают банковские услуги с помощью Интернета в дополнение к традиционным услугам в целях удержания клиентов, заинтересованных в новых технологиях.

3. Автономный интернет-банк (виртуальный банк), который существует только в сети, создается кредитными институтами или торговыми компаниями и привлекает клиентов с помощью избирательного ценообразования и специализированной информации.

Преимуществами системы Интернет-банкинга для клиента кредитной организации являются:

- возможность открывать счет в любом банке;
- быстрый и эффективный способ управления банковским счетом;
- конкурентоспособность предоставляемых услуг;
- получение доступа к счету из любой точки, имеющей выход в Интернет;
- возможность одновременного управления различными счетами в разных банках;
- отслеживание операций с пластиковыми картами (любое списание средств с карточного счета оперативно отражается в выписках по счетам), а также перевод денег и пользование услугами интернет-магазинов.

Для самой кредитной организации преимущества системы Интернет-банкинга состоят в следующем:

- более широкий охват клиентской базы;
- экономия издержек при обслуживании системы интернет-банкинга по сравнению с содержанием разветвленной сети филиалов и высококвалифицированного персонала;
- устранение необходимости трудоемкой работы с наличностью;

- предложение более конкурентоспособных услуг по привлекательным ценам;
- возможность работы в круглосуточном режиме и совершения операций в режиме реального времени;
- автоматическое отслеживание рисков, возникающих при операциях с клиентами.

Таким образом, развивая интернет-технологии, банки преследуют цели: сохранения и расширения своей доли на рынке услуг; минимизации операционных расходов; получение новых источники доходов.

Другой важной проблемой является особенность банковской системы России, связанная с неразвитостью розничного обслуживания при развитом обслуживании юридических лиц, в том числе с использованием электронных расчетов. На данный момент через Интернет свои услуги предлагают около 60 российских банков с предоставлением удаленного доступа для осуществления операций, что составляет 15–20 % общего числа юридических лиц [4].

Другая особенность применения банковских интернет-технологий касается несовершенства законодательных актов в отношении электронной информации. Необходимо разработать минимальные требования, касающиеся защиты конфиденциальной банковской и финансовой информации. На наш взгляд, необходимо определить их назначение с тем, чтобы они не носили ограничивающий характер, а содержали приоритетные направления развития систем безопасности и защиты информации, а также адаптировали мировой опыт по обеспечению конфиденциальности информации и по формированию законодательной базы предоставления финансово-банковских услуг в Интернете, так как на сегодняшний день не определены даже основные принципы Интернет-банкинга.

В свете вышеизложенных тенденций развития банковских интернет-технологий на отечественном рынке интерес вызывает решение вопроса выбора модели развития интернет-банка и расширения спектра его услуг. На наш взгляд, российским коммерческим банкам целесообразно обратиться к стратегии, объединяющей преимущества виртуального и традиционного (многоканального) банка. В расчет должен приниматься ряд факторов (требования клиентов к банковскому обслуживанию, особенности отечественной банковской системы). Российские компании не привыкли общаться со своим банком на виртуальном уровне, поэтому на этапе становления интернет-банкинга требуется индивидуальный подход к клиенту. Здесь весьма полезным с практической точки зрения будет внедрение методов социального маркетинга, который позволит адаптировать возможности интернет-услуг под индивидуальные потребности клиента. Тем самым будет обеспечиваться удержание старых, а также привлечение новых потенциальных клиентов.

На наш взгляд, будущее интернет-банкинга в России связано с развитием розничного банковского обслуживания путем применения элементов социального маркетинга, ориентированного на потребности клиентов. Маркетинг в сети Интернет повышает эффективность банковского бизнеса. Постепенный перенос ведения банковского бизнеса в среду Интернет сопровождается пересмотром традиционных подходов к ведению бизнеса, реинжинирингом сложившихся технологий, разработкой принципиально новой маркетинговой интернет-политики и необходимости организации маркетинговой службы банка, включающее обоснование эффективности нового сегмента, себестоимость реализации услуг через новые каналы доступа, эффективность маркетинговых мероприятий. С помощью Интернета банки смогут осуществлять аналитическую обработку информации, которая поможет получить различные данные, проанализировать банковский бизнес, посещаемость сайта в зависимости от различных характеристик: времени, возрастной структуры, сферы деятельности и т.д.

Значительный объем информации может дать анализ статистики сайта банка в Интернете путем проведения системного анализа посещений сайта банка и информации, получаемой при регистрации посетителей сайта, а также при обращении к электронной почте и гостевой книге. Целью данного анализа является предоставление информации руководству и маркетинговой службе об эффективности работы банка в Интернете и структурных подразделений банка для корректировки, в случае необходимости, стратегии и оперативных задач. Другим информативным источником о потребностях клиента служит гостевая книга. Принципиально положительным моментом использования гостевой книги в качестве получения информации должна стать публикация вопросов вместе с вариантами ответов. Это позволит обеспечить обратную связь с пользователями и повысит уровень доверия клиентов к банку и данному электронному ресурсу.

Задача банков в настоящее время – не выделяя традиционные и электронные каналы доставки услуг в самостоятельные бизнес-подразделения, предоставлять клиентам возможность самим выбирать, какими средствами или способами получать эти услуги. Широкий набор этих каналов связи способен обеспечить банкам устойчивость бизнеса и стабильность клиентской базы.

Возможности компьютерных сетей и новых информационных технологий позволяют банку оперативно выполнять работу, на которую ранее уходило много времени. Финансовые учре-

ждения с силу специфики своих банковских услуг не могут обходиться без сетевых информационных технологий. Их развитие и внедрение – залог успешного существования любого банка. За рубежом системы электронного сообщения «Банк-клиент» уже используются в течение ряда лет, положительно зарекомендовав себя с точки зрения скорости и удобства работы.

Главное и неоспоримое достоинство системы «Клиент-банк» заключается в возможности совершать расчетные операции по счету, не выходя из офиса, что значительно упрощает работу с банковским счетом, особенно юридических лиц. Для этого необходимо установить специальную программу и получить в банке диски с цифровыми подписями. Кроме того, использование «Клиент-банка» позволяет в некоторой мере абстрагироваться от фактора территориальной близости при выборе банка, что дает возможность акцентировать внимание на других параметрах при выборе банка: надежности, качестве и стоимости предоставляемых услуг, оперативности расчетов и т.д. Кроме этого, система позволяет увеличить продолжительность операционного дня для клиентов и экономить рабочее время. Важным достоинством системы «Клиент-банк» является сокращение количества ошибок. В программе заложена процедура проверки соответствия реквизитов платежного документа, установлена база со справочником всех банков, а также есть возможность создавать собственную базу данных получателей и плательщиков.

Так, Сбербанк России предлагает клиентам, имеющим счета в банке, услуги по установке системы «Клиент-Сбербанк», которая позволяет:

- принимать от клиента платежные документы (рублевые и валютные платежные поручения, заявки на покупку и продажу валюты, поручения на обязательную продажу валютной выручки);

- производить предварительную обработку и печать платежных документов (формировать и печатать реестры платежных документов, передавать клиенту информацию о состоянии его счетов, обмениваться с клиентом произвольной информацией);

- осуществлять клиентам отзыв отправленного в банк электронного документа [5].

Применяемые в системе «Клиент-Сбербанк» новейшие процедуры электронной цифровой подписи и шифрации исключают злоумышленный перехват, прочтение, искажение передаваемой информации, а также возможность несанкционированной передачи платежных документов.

Для отслеживания неправильно оформленных реквизитов поручений в системе «Клиент-Сбербанк» предусмотрен соответствующий справочник, автоматический отслеживающий ошибки и сообщающий о них. Обновление справочника производится автоматически при связи с клиентом.

Система «Интернет-Банк-Клиент» выполняет все функции, что и традиционная система «Клиент-Банк». Но кроме этого, web-сервер, на котором установлен Центр Системы, одновременно является представительством банка в системе Интернет, мощнейшим информационным и маркетинговым инструментом. Система способствует увеличению притока клиентов в банки и получению конкурентных преимуществ перед другими банками.

Экономическая выгода банков от внедрения системы «Интернет-Банк-Клиент» состоит в следующем:

- банк полностью избавляется от затрат на установку, сопровождение и обновление клиентского программного обеспечения, поскольку вся функциональная часть системы находится на web-сервере банка;

- отсутствует необходимость содержания большого количества телефонных номеров для связи клиентов с центром системы (достаточно иметь один канал до своего интернет-провайдера);

- только на установке 50 клиентских мест системы «Интернет-Банк-Клиент» банк экономит около 2 500 долл. США [6].

Возможность системы одновременно обслуживать в режиме On-line тысячи интернет-клиентов открывает перед банком практически безграничные возможности снижения затрат на осуществление каждой проводки. Производительность системы ограничена только пропускной способностью каналов связи. Так что при максимальной загрузке web-сервера себестоимость проводки неуклонно будет стремиться к нулю. Предварительные расчеты окупаемости системы с учетом затрат на рекламу и «раскрутку» в Интернете показывают, что, обслуживая 299 активно работающих клиентов, система уже через год начинает приносить чистую прибыль (примерно 1 500 долл. США). Это произойдет при грамотно проводимой банком рекламной кампании и благоприятном положении дел в стране.

Главным достоинством системы «Интернет-Банк-Клиент» является удобство работы конечного пользователя и привлекательность новой банковской услуги для вкладчиков, дающие не прямую и сиюминутную, а опосредованную и долгосрочную выгоду банку. Клиент может уехать в другой город или страну и работать со своим банком с любого компьютера, подключенного к Интернету. Использование электронных каналов предоставления услуг позволяет не

только качественно удовлетворять запросы клиентов, но и автоматически собирать в базу данных информацию о результатах услуг и осуществлять их анализ. Результаты анализа дают банку возможность повысить эффективность предоставляемых услуг путем их реструктуризации по составу, ориентации на различные категории клиентов и способам доставки клиентам.

В итоге можно сделать вывод, что внедрение новых технологий является целью, которую необходимо решать для усовершенствования банковской системы и развития банковского маркетинга. По нашему мнению, банки пока еще пользуются доверием со стороны потребителей и преимуществами перед небанковскими предприятиями. Но дальнейшее развитие и соперничество между банками и небанковскими предприятиями будет требовать от банков постоянного поиска все новых и новых решений в отношении усовершенствования организационной структуры банка, а также использования новых технологий.

Ссылки:

1. Официальный сайт журнала «Банки и деловой мир». URL: <http://bdm.ru>.
2. Официальный сайт Эксперт РА. URL: <http://raexpert.ru>.
3. Проблемы информационного обеспечения процесса принятия управленческих решений в коммерческих банках. URL: <http://bizcom.ru>.
4. Официальный сайт Центрального банка РФ. URL: <http://cbr.ru>.
5. Официальный сайт Сберегательного банка РФ. URL: <http://sbrf.ru>.
6. Официальный сайт Центрального банка РФ. URL: <http://cbr.ru>.

References (transliterated):

1. Ofitsial'niy sayt zhurnala «Banki i delovoy mir». URL: <http://bdm.ru>.
2. Ofitsial'niy sayt Ekspert RA. URL: <http://raexpert.ru>.
3. Problemy informatsionnogo obespecheniya protsessa prinyatiya upravlencheskikh resheniy v kommercheskikh bankakh. URL: <http://bizcom.ru>.
4. Ofitsial'niy sayt Tsentral'nogo banka RF. URL: <http://cbr.ru>.
5. Ofitsial'niy sayt Sberegatel'nogo banka RF. URL: <http://sbrf.ru>.
6. Ofitsial'niy sayt Tsentral'nogo banka RF. URL: <http://cbr.ru>.