

Реальность виртуальных банков

On-line banking - e-banking - Internet banking (IB) - предоставление банковских услуг через электронные каналы передачи информации, в том числе через Internet.

Net-only bank – банк, осуществляющий свою деятельность исключительно через Internet, не имеющий фактических представительств, за исключением юридического адреса.

Впервые сайты банков во всемирной компьютерной сети появились не так давно - в середине 90-х. До этого банки уже экспериментировали с разными формами доступа on-line к счетам в течение многих лет. При этом применялись закрытые системы: клиенты получали доступ к банку по коммутируемому телефонному каналу. Эти системы ограничивали потенциальную клиентскую базу банка, поскольку требовали дополнительных затрат как от клиентов, так и от банка. С распространением Internet именно технология дистанционного управления банковским счетом показалась многим кредитным организациям весьма перспективной для развития и укрепления банковского бизнеса.

С самого начала IB имел два направления: пассивное и активное. Первое направление дает возможность получать ту или иную информацию по банковским счетам, но не позволяет ими управлять. Активное подразумевает возможность совершения операций по счету в режиме on-line. Одни из банков ограничились пассивным направлением IB, другие стали успешно развивать и то и другое.

Первые системы IB появились в США, где достаточно высока интенсивность миграции населения. Переезжая, человек был вынужден отказываться от услуг "своего" банка, если тот не имел представительства в новом городе пребывания. Это приводило к неудобствам для клиентов и потерям для банков. Кроме того, в некоторых американских штатах действуют нормы, сдерживающие открытие филиалов "чужих" банков. Возникшие в середине 90-х годов системы удаленного управления банковским счетом позволяли решать данную проблему. Также услуги on-line открыли банкам новые, не ограниченные территориальными рамками, рынки по привлечению клиентов.

Преимущества IB кажутся очевидными. Клиенты, пользующиеся услугами on-line, могут существенно экономить время, поскольку отпала необходимость посещать банк лично для совершения какой-либо операции по счету. Сами же счета становятся доступными 24 часа в сутки: в любой момент их можно проконтролировать и совершить финансовую

операцию (купить/продать валюту или ценные бумаги, исходя из текущей ситуации на финансовых рынках). Кроме того, системы IB очень удобны и для отслеживания операций с банковскими карточками - любое списание средств тут же отражается в выписках по счетам, что способствует повышению степени контроля со стороны клиента.

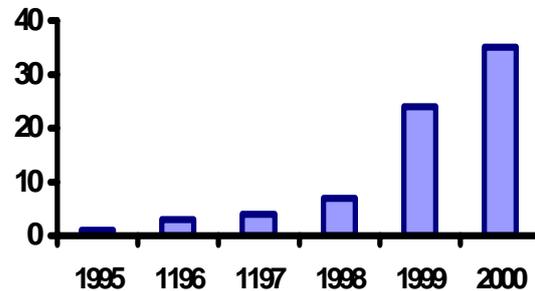
Для банка переход в Internet-пространство означает, что значительно сокращаются затраты, связанные с арендой и содержанием помещений, сама необходимость в которых при дистанционном обслуживании исчезает. За счет автоматизации процесса управления банковскими счетами существенно уменьшается численность необходимого персонала, а значит, и расходы на заработную плату. В итоге стоимость транзакций уменьшается, и бизнес становится привлекательным даже при обслуживании держателей незначительных сумм на банковских счетах.

Но экономия на издержках оказалась не самым главным аргументом в пользу услуг on-line. Исследования показывают, что давление со стороны конкурентов было и остается главной движущей силой, увеличивающей использование IB. Этот фактор намного мощнее, чем снижение затрат.

Идея использования преимуществ IB в конкурентной борьбе на рынке финансовых услуг привела к появлению полностью "сетевых" банков, которые зачастую не имеют ни одного физического офиса, кроме юридического. Первый такой банк - Security First Network Bank - открылся в Internet 18 октября 1995 г. За первые полтора года существования средний прирост его капитала составлял 20% в месяц, активы выросли до 40 млн долл., было открыто 10 тыс. клиентских счетов.

С появлением проектов подобного рода у многих участников рынка возникла эйфория по поводу перспектив, причем не только в отношении легкого освоения новых территорий сетевыми банками, но и полного вытеснения ими банков традиционных за счет более низких организационных издержек, практически неограниченного рынка сбыта услуг и преимуществ в оперативности обслуживания клиентов.

Рисунок 1. Динамика количества сетевых банков в США



Исходя из того, что затраты на организацию банковского обслуживания через Internet считались несоизмеримо малыми по сравнению с традиционными, net-only банки предложили своим клиентам более высокие ставки по депозитам. Однако, как показало время, этого недостаточно для вытеснения с розничного рынка традиционных игроков.

Большинство людей до сих пор не готовы променять улыбку живого клерка в своем банке на удобство финансовых операций on-line. Таков результат исследования Deloitte Consulting под названием "Мифы и реальность в финансовых услугах: что на самом деле нужно вашим клиентам". Несмотря на вложенные в новые системы и услуги миллиарды долларов, бума IB до сих пор не видно.

Две трети опрошенных в девяти странах Европы и Северной Америки, а также в Японии не считают on-line услуги важными в своих взаимоотношениях с банком ни теперь, ни в будущем. Из тех, кто придерживается противоположного мнения, фактически совершают операции в режиме on-line только 22%. А 30% вообще не знают, предоставляет ли их банк такие услуги.

Например, в Великобритании, где net-only финансовые институты активно соперничают с традиционными кредитными организациями, почти две трети опрошенных заявили, что самое главное для них - хорошее обслуживание и отношение к ним как к ценным клиентам. По заключению исследователей, это главное, за чем необходимо следить банкирам, чтобы не опасаться конкуренции со стороны сетевых банков.

В результате на рынке наметились две тенденции. С одной стороны, старые банковские гиганты, оценив "атаки" на свою клиентскую базу, приступили к активному обустройству в сети, открывая Internet-представительства. С другой стороны, net-only банки столкнулись с рядом ограничений, вытекающих из самой специфики виртуального

общения с клиентом, и осознали необходимость открытия традиционных офисов.

По данным исследования Jupiter Media Metrix, традиционные банки, имеющие on-ly подразделения, более популярны, чем банки, которые существуют только в сети. Так, количество посетителей сайтов традиционных банков в США увеличилось за последний год на 110,5%, тогда как в виртуальных банках число посетителей снизилось на 8,1%. Эксперты уверены, что в дальнейшем net-only банкам будет все труднее удерживать позиции. При выборе банка клиенты все же оценивают его по традиционным критериям. Так, люди охотнее придут в тот банк, доступ к клиентской базе которого легок, если банк имеет отделения вблизи места жительства клиентов, если банк рекомендуют друзья или родственники.

Теоретические исследования еще более критично относятся к будущему net-only банков. Различные авторы в своих работах показали, что они проигрывают традиционным банкам по рентабельности и обосновывают нежизнеспособность данной модели банковской деятельности.

Противостояние, свойственное первому этапу освоения Internet, сменилось пониманием того, что on-line банковские услуги могут стать массовыми лишь в случае их совместного продвижения на универсальных финансовых Internet-порталах. Компромисс, сочетающий преимущества удаленного доступа к счетам клиента с его "живым" обслуживанием, привел к устойчивому распространению новой технологии по всему миру.

На сегодняшний день в Internet насчитывается более 3 тыс. сайтов банков, предоставляющих услуги IB. Более половины европейских банков уже ввели у себя такие системы (см. Таблицу 1).

Таблица 1

Банк	Доля Internet-клиентов, %
SE Banken (Швеция)	25
MeritaNorbanken (Финляндия-Швеция)	15
Deutsche Bank (Германия)	8

BSCN (Испания)	4
Barclays (Великобритания)	2

Согласно исследованию Forrester Research, ведущие позиции на европейском розничном рынке on-line банковских услуг, как и в традиционном секторе, занимают швейцарские банки, а наиболее активно используют Internet финские банки (90% их общего числа).

Но на сегодняшний день IB наиболее распространен в США, где услуги on-line предоставляют все крупные банки и 10% мелких. Только Bank of America (BoFA) в настоящее время обслуживает через сеть 3 млн клиентов (20% всей клиентской базы банка), причем за последний год было привлечено около 1 млн клиентов.

Стоит отметить, что в США гарантия сохранности вкладов распространяется на клиентов Internet-банков, зарегистрированных на территории страны. Гражданин США может дистанционно открыть счет практически в любом банке, но при этом он должен указать номер карточки соцстраха - уникальное число, по которому банк может узнать все о клиенте - какова его кредитная история, какой недвижимостью он владеет, сколько раз он нарушил закон и пр.

На Востоке, например в Индии, также проходит интернетизация банков, предлагающих своим клиентам возможность on-line проверки состояния счета и осуществления платежей по счетам за различные услуги. В целом в той или иной степени электронными услугами индийских банков уже пользуется до 17% от общего числа клиентов.

По данным маркетинговой службы Qualisteam, распределение Internet-банков по регионам имеет следующий вид (см. Таблицу 2).

Таблица 2

Регион	Кол-во банков*
Африка	23
Северная Америка	1415
В том числе :	

Канада	32
США	1383
Латинская Америка	258
Азия	174
Европа	1205
В том числе:	
Германия	355
Франция	172
Италия	228
Другие европейские страны	450
АТР	32

*Таблица охватывает 95% Internet-банков в мире (3107 сайтов).

Несмотря на умеренные показатели развития ИВ, разработчики банковских Internet-систем не сдаются, кредитные организации активно внедряют новые технологии, а число пользователей неуклонно растет. Сохранятся ли наметившиеся тенденции? Практически все аналитические исследования строят оптимистичные прогнозы относительно будущего ИВ.

Поддержкой банкирам в такой ситуации выступают сами предприятия "новой экономики", завоевывающие рынок и нуждающиеся в эффективной системе расчетов on-line - Internet-магазины, оптовые торговые Internet-площадки, электронные отделения страховых и брокерских компаний.

Согласно прогнозам исследовательской компании Datamonitor, 121 млн человек в Западной Европе и США совершат в 2005 г. банковские операции посредством Internet. Только в Европе обороты рынка ИВ составят 5 млрд евро. Наиболее быстрыми темпами ИВ развивается в Германии и Швейцарии, где, согласно данным Forrester Research, к 2003 г. сетевыми услугами будут пользоваться около 7 млн человек.

По данным рейтингового агентства Fitch, к концу 2001 г. в европейских банках доля пользующихся IB клиентов в среднем увеличится до 15%. Количество банков, предлагающих обслуживание через Internet, также постоянно растет. По данным аналитических агентств, к концу текущего года 10% населения США (свыше 22 млн человек) будет использовать сервис IB.

В России к созданию Internet-сайтов банки приступили еще до августа 1998 г. Финансовый кризис привел к возникновению тотального недоверия к банковской системе в целом, что затормозило процесс внедрения интерактивных финансовых Internet-программ. По мере преодоления кризиса и увеличения числа пользователей Internet новые электронные технологии вновь оказались востребованными.

В отличие от зарубежных банков, которые повысили ставки по депозитам (средняя ставка депозита on-line составляет 4%, традиционного - 1,5%), российские банки избрали принципиально иной путь наращивания клиентской базы - снижение тарифов по основным банковским операциям. Кроме того, российские банки, как правило, начинают развитие Internet-обслуживания с корпоративных клиентов.

На сегодня зарегистрировано более 100 веб-сайтов российских банков. И все же IB в России еще не достиг уровня масштабного применения. В большинстве случаев банки на своих сайтах предоставляют информационные услуги, лишь у нескольких из них возможно обслуживание счетов в режиме on-line.

Пока пользователи IB в основном сосредоточены в Москве, что неудивительно: по данным компании Monitoring.ru, на Москву и Санкт-Петербург приходится 33% от общего числа активных пользователей сети. Города России с населением свыше 100 тыс. охватывают 46% пользователей Internet, а это тоже потенциальные клиенты сетевых банков.

Выписка со счета, конвертация валюты, оплата покупок в Internet-магазинах, оплата коммунальных платежей и абонентской платы за услуги связи - вот на сегодняшний день наиболее востребованные российским рынком on-line банковские услуги. Здесь в течение всего 2000 г. наблюдалось резкое увеличение числа пользователей. Подобные результаты вполне закономерны для столь молодого рынка. Но важно учитывать, что на первоначальном этапе участники инвестируют в "новое направление", стараясь не отстать от времени, а число первых активных пользователей ограничено. Привлечение массового

клиента обещает стать гораздо более трудным, и уже в этом году наблюдается замедление темпов прироста числа пользователей.

На наш взгляд, это свидетельствует об окончании первой волны привлечения клиентов. Кроме того, в России пока еще недостаточно высок уровень технической оснащенности населения, которое в целом обладает низким достатком и, следовательно, не имеет потребности в расширении банковских услуг. Еще один фактор, сдерживающий развитие ИВ, - отсутствие соответствующей нормативной базы.

Почему же россияне без особой охоты приобщаются к "благам цивилизации"? По последним оценкам, в стране насчитывается около 6 млн активных посетителей сети, но банковские операции через Internet совершают не более 10 тыс. человек. Компаниями "Internet Маркетинг" и "МФД-ИнфоЦентр" были проведены исследования российского рынка финансовых Internet-услуг. На заданные вопросы были получены следующие ответы:

Как изменилась сумма среднемесячного остатка на счетах клиентов при переходе на on-line услуги?

58% - не изменилась;

30% - увеличилась;

12% - уменьшилась.

Как изменились обороты на счетах клиентов при переходе на on-line услуги?

50% - увеличились;

28% - не изменились;

22% - уменьшились.

Как видно из результатов, on-line услуги способствуют скорости оборота средств, а не увеличивают размеры сбережений. Таким образом, клиенты воспринимают ИВ (как и другие электронные услуги: операции с акциями, страхование и др.) скорее как инструмент, нежели как альтернативный путь вложения средств. А следовательно, on-line услуги активизируют работу нынешних пользователей банковских услуг, не привлекая новых клиентов.

Специалисты практически единодушны в объяснении главной причины осторожного отношения россиян к высоким технологиям. Хотя в принципе к ИВ благосклонно относятся 50-80% клиентов банков, предлагающих подобную услугу, большинство из них не уверены в безопасности Internet- операций.

Конечно же, одну из ключевых ролей в распространении on-line услуг среди широкого круга пользователей, особенно это касается России, играет безопасность проведения транзакций через Internet. Сервер любого банка, подключенный к сети, виден повсюду и потому вполне может быть подвержен хакерской атаке. Известны и случаи прямого мошенничества. Согласно опросам среди лиц, прекративших прибегать к финансовым услугам в сети, в качестве основной причины отказа от услуг ИВ указывалось отсутствие безопасности сделок.

Но прогресс не стоит на месте. Производители программного обеспечения и телекоммуникационного оборудования борются за право внедрения своих технологий в ИВ. Для разработчиков это бизнес, который сегодня процветает и имеет огромные перспективы. Очевидно, что одним из определяющих факторов успешного развития сетевых услуг будет повышение безопасности систем передачи и хранения данных.

Тем не менее ИВ потребуются время на завоевание доверия широкого круга потенциальных пользователей. Произойдет ли это благодаря постепенному привыканию к виртуальному обслуживанию или же технология перейдет на качественно новый уровень - покажет время. Специалисты считают, что финансовые Internet-услуги в России имеют большой потенциал. К 2005 г. предоставлять услуги в сети будет половина всех российских банков. По прогнозам их клиентами станут около 5% населения страны, что уже неплохо.