

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ: БОРЬБА ЗА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

/стр. 78

В борьбу за активных интернет-клиентов — физических лиц уже включилось более сотни систем онлайн-банкинга. Но только единицы способны выдержать эту конкуренцию

Таблица 1. Итоговый рейтинг функциональности систем интернет-банкинга /стр. 79

Таблица 2. Топ-10: внешний платежный функционал /стр. 79

Таблица 3. Топ-10: внутренний функционал и сервисные функции /стр. 82

Таблица 4. Топ-10: информационная и финансовая безопасность /стр. 82

Станислав Волков, Антон Картуесов, Антон Онухов

Интернет-банкинг: борьба за пользователя

В борьбу за активных интернет-клиентов — физических лиц уже включилось более сотни систем онлайн-банкинга. Но только единицы способны выдержать эту конкуренцию

Еще недавно системы интернет-банкинга были экзотикой, доступной лишь немногим, да и в работе они были весьма неудобными. Сегодня число пользователей интернет-банкинга растет на 40–60% в год, и наиболее продвинутые системы позволяют совершать практически все необходимые банковские операции через сеть. Для оплаты услуг не нужно заполнять реквизиты организаций, достаточно найти знакомое название или даже логотип. А по безопасности платеж через онлайн-сервис не уступает походу в офис и использованию банкомата или терминала.

Одновременно с ростом количества пользователей повышаются и их требования к уровню сервиса. И здесь банкам важно сыграть на опережение, чтобы потеснить на рынке моментальных платежей и своих коллег, и платежные терминалы.

Все в сеть

Сегодня, когда из модной дополнительной услуги интернет-банкинг превращается в неотъемлемый элемент продуктового ряда любого розничного банка (как когда-то банковские карты), его функциональное наполнение вызывает все больший интерес у клиентов.

Конечно, пока счета большинства розничных клиентов открыты в рамках зарплатных проектов. Но благодаря активности крупных розничных банков («Ренессанс Кредит», «Хоум Кредит», ДжиИ Мани Банк и др.) и развитию платежных сервисов зарплатные проекты постепенно перестают быть определяющим фактором в конкурентной борьбе за частного клиента. Уже сейчас, по опросам Profi Online Research, более 15% респондентов считают наличие и качество интернет-банкинга важным условием при выборе банка.

Внедрение, поддержка и модернизация полноценной системы интернет-банкинга своими силами — недешевое удовольствие. Означает ли это, что клиент может получить лучший онлайн-сервис только в крупном банке? Проведенное агентством «Эксперт

Внутрибанковские платежные режимы и операции



Источник: «Эксперт РА» по данным анкет банков

РА» исследование систем интернет-банкинга показало, что это не так. Не входящие в топ-100 по активам банки (например, Океан-банк, СКБ-банк, Балтийский банк развития) занимают высокие места в рейтинге функциональности интернет-банкинга, зачастую уверенно опережая своих более именитых конкурентов.

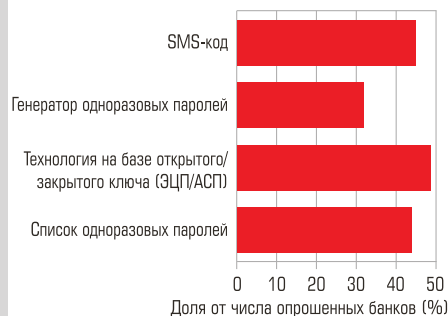
Наше исследование показало, что на рынке сформировались два подхода к предоставлению услуг интернет-банкинга: создавать и развивать за свой счет «локальную» систему интернет-банкинга либо вступить в мультибанковскую систему в качестве партнера и участника. Сегодня таких систем на рынке две — HandyBank и Faktura.ru (интервью с их представителями приведено на с. 80), и обе заняли достойные места в итоговом рейтинге.

Есть над чем работать

Лидерство в рейтинге системы HandyBank — результат сочетания широкого набора реализованных в ней платежных возможностей, большого количества получателей платежей (мерчантов), а также ряда уникальных преимуществ вроде полного оформления авиабилетов (выбор, бронирование, оплата и получение) и страхования рисков потерь клиентов от компьютерных пресуплений.

Системам интернет-банкинга ряда крупных банков не позволило вступить в борьбу за первые три места в рейтинге отсутствие возможности автоматических платежей, мгновенного перевода

Способы идентификации



Источник: «Эксперт РА» по данным анкет банков

на карту и недостаточно большое количество мерчантов. Кроме того, системы Московского кредитного банка, МДМ-банка и Росбанка не предоставляют сервис онлайн-открытия виртуальной карты, у Альфа-банка отчет по карточным операциям формируется за период не более трех месяцев. Для входа в системы Росбанка и Московского кредитного банка хоть и используются одноразовые ключи, однако они хранятся у клиентов в виде списка паролей, а не доставляются в виде СМС-сообщений или посредством генератора одноразовых паролей. Клиенты банка «Союз» могут зайти в систему только с использованием Internet Explorer, имея при себе USB-ключ, а предзаполненные формы для оплаты есть в основном только для сотовых операторов.

Удивил слабый результат ТКБ-банка: уровень функциональности его интернет-банкинга не вполне соответствует концепции «банка без офисов». В частности, не предусмотрена возможность платежа на произвольные реквизиты и онлайн-конвертации валют, нет не только автоплатежей, но даже платежа по образцу.

В рейтинге нет систем ряда крупных банков: отказались от участия, например, Сбербанк и ВТБ24. По нашим оценкам, интернет-банкинг Сбербанка мог бы претендовать на неплохие позиции в рейтинге внутреннего функционала и сервисных функций (доступна информация о счетах, депозитах и кредитах), но не занял бы лидирующих позиций в рейтинге внешнего платежного

Итоговый рейтинг функциональности систем интернет-банкинга

Таблица 1

Место	Система интернет-банкинга	Банк	Место в рейтинге			
			Итоговый рейтинг	Внешний платежный функционал	Внутренний функционал и сервисные функции	Информационная и финансовая безопасность
1	Система HandyBank	Банки — участники HandyBank*	1	1	6	1
2	«Электронный банк»	Пробизнесбанк	2	3	7	4
3	«Банк-на-диване»	СКБ-банк	3	6	3	2
4	Система Faktura.ru	Банки — партнеры Faktura.ru**	4	2	10	5
5	«Альфа-клик»	Альфа-банк	5	5	4	4
6	«МКБ Онлайн»	Московский кредитный банк	6	9	2	11
7	«Телебанк»	Уральский банк реконструкции и развития	7	16	8	6
8	«Sbank.ru. Приват»	СБ-банк	8	11	5	11
9	«Меткомбанк-Онлайн»	Меткомбанк (г. Каменск-Уральский)	9	10	12	7
10	«Платеж.Ру»	Океан-банк	10	4	16	10
11	«БИФИТ iBank2»	Балтийский банк развития	11	26	11	3
12	СДБО «Русский стандарт»	«Русский стандарт»	12	13	17	4
13	«Онлайн Партнер»	Татфондбанк	13	14	8	12
14	«Интернет-банк»	Транскредитбанк	14	8	14	9
15	Система PSB-Retail	Промсвязьбанк	15	29	1	19
16	ДБО «Частный клиент»	Русь-банк	16	12	20	7
17	Телебанк	«Кольцо Урала»	17	17	23	2
18	«Авангард интернет-банк»	«Авангард»	18	18	9	16
19	«Интернет-банк»	Росбанк	19	7	24	8
20	«Мегалэй»	Связь-банк	20	34	9	13
21	«Интернет-офис»	Номос-Региобанк	21	33	15	9
22	«Интернет-банк»	«Санкт-Петербург»	22	31	16	7
23	«КУБ-Директ»	Кредит Урал Банк	23	15	20	10
24	«Уралсиб 1 интернет-банк»	«Уралсиб»	24	36	13	13
25	«Локо Онлайн»	Локо-банк	25	27	11	21
26	Citibank Online	Citibank	26	39	8	17
27	«РКВ on-line»	«Петрокоммерц»	27	40	7	15
28	«АФ-банк 24»	АФ-банк	28	38	22	4
29	«Банк Онлайн»	АМТ-банк	29	28	18	14
30	Система «Интернет-банк»	Номос-банк	30	20	22	13
31	«ДБО BS-Client. Частный клиент»	«Первомайский»	31	25	19	16
32	«Интернет-платежи»	Автоградбанк	32	24	21	14
33	Trust Online	Национальный банк «Траст»	33	21	18	18
34	Интернет-банк «МДМ online»	МДМ-банк	34	22	25	12
35	«Интернет-офис»	Быстробанк	35	23	28	10
36	«Web-банк»	«Солидарность»	36	19	30	12
37	iBank2	Дальневосточный банк	37	30	26	21
38	BSS	Банк проектного финансирования	38	35	29	14
39	«Ижкард.Ру»	Ижкомбанк	39	32	27	20
40	«Интернет Сервис Банк»	«Союз»	40	37	22	22
41	Nordea online	Нордеа Банк	41	42	27	20
42	«Интернет-банк»	ТКС-банк	42	41	29	16

*Альта-банк, Банк24.ру, Интерпрогрессбанк, Меткомбанк (Череповец), Оргбанк, «Ренессанс Капитал» и другие.

**Хакасский муниципальный банк, «Левобережный», Региональный банк развития, Челябинвестбанк, ФИА-банк, «Русь», БКФ и другие.

Источник: оценка «Эксперт РА» по данным анкет банков и компаний

Топ-10: внешний платежный функционал

Таблица 2

Место	Интернет-банкинг	Число поставщиков услуг, всего (шт.)	Выбор, бронирование и оплата авиабилетов	Налоговые платежи	Штрафы ГИБДД	Онлайн-конвертация валют	Платеж на произвольные реквизиты
1	Система HandyBank	свыше 5000	1	1	1	1	1
2	Система Faktura.ru	1000–5000	0	1	1	1	1
3	Пробизнесбанк	100–1000	0	1	1	1	1
4	Океан-банк	1000–5000	0	1	1	0	1
5	Альфа-банк	1000–5000	0	1	1	1	1
6	СКБ-банк	100–1000	0	1	1	1	1
7	Росбанк	100–1000	0	1	1	1	1
8	Транскредитбанк	100–1000	0	1	1	1	1
9	Московский кредитный банк	100–1000	0	1	1	1	1
10	Меткомбанк (г. Каменск-Уральский)	1000–5000	0	1	0	1	1

Источник: данные анкет банков и компаний

Дмитрий Гондусов, генеральный директор системы HandyBank

— **Какие главные цели преследуют банки, развивая интернет-банкинг? Может ли качество и количество услуг превратиться в серьезный инструмент неценовой конкуренции?**

— Цели традиционные: удовлетворить растущий спрос со стороны клиентов; уменьшить долю снятия наличных в банкоматах и за счет этого увеличить остатки на карточных счетах клиентов; наконец, получить дополнительные комиссионные доходы. Наличие интернет-банкинга уже становится важным фактором неценовой конкуренции. По различным оценкам, на текущий момент 15–25 процентов розничных клиентов (причем наиболее активных и обеспеченных) выбирают банк, оценивая развитость зоны интернет-банкинга, и доля этих клиентов будет только возрастать.

— **С чего следует начать банку, решившему создать и развивать интернет-банкинг?**

— Во-первых, он должен определить цели продукта: это для него доходный инструмент или имиджевая услуга? Во-вторых, определиться с бюджетом. И уже затем выбрать один из трех путей внедрения: сделать все самому и развивать систему дальше самостоятельно, либо купить готовое решение у поставщика, либо стать частью уже существующей платежной системы интернет-банкинга, например, такой, как HandyBank.

— **Каково отношение компаний, ведущих свой бизнес или предоставляющих возможность оплаты товаров (услуг) посредством интернета (электронные деньги, безналичный расчет), к интернет-банкингу? Какие требования предъявляют они к системам?**

— Как ни парадоксально, но скорее прохладное. Казалось бы, мерчант должен был бы только приветствовать еще один способ оплаты, но представьте себе, что к нему пришли несколько сотен интернет-банков и предложили установить коннект. Это же надо несколько сотен раз проделать техническую работу, потом бухгалтерия и юристы мерчанта должны сопровождать несколько сотен договоров, технари — поддерживать работоспособность сотен шлюзов, а клиенты должны будут прокручивать длинный-предлинный список способов оплаты... В большинстве случаев мерчант предпочитает иметь дело не с отдельными интернет-банками, а с платежными интеграторами.

— **А сколько в вашей системе подключенных получателей платежей?**

— На сегодня — свыше 7 тысяч поставщиков товаров и услуг (мерчантов). Пока это рекорд для систем интернет-банкинга, при этом мы ожидаем дальнейшего эффективного роста, поскольку в нашей системе любой банк-участник может добавлять в общий список своих мерчантов. Тем самым мерчантский список системы формируется совместными действиями множества банков — это очень ценное свойство мультибанковской системы.

— **Какова ваша оценка затрат на внедрение, поддержку и развитие систем интернет-банкинга?**

— Если развивать систему самостоятельно, то потребуются несколько сотен тысяч долларов в год. Если купить готовый софт, установить его и потом обслуживать, это может оказаться дешевле, чем собственная разработка, но в большинстве случаев, наоборот, выходит еще дороже. А по мере развития функционала интернет-банкинга и роста спектра услуг развивать собственную систему будет еще труднее и еще дороже. В то же время, чтобы присоединиться к платежной системе HandyBank, банку требуется лишь заплатить символическую сумму за вступление, при этом отсутствуют затраты на дальнейшее сопровождение и развитие, не требуется покупки и установки дополнительного ПО и оборудования. Сроки внедрения минимальны — большинство проектов внедрения продукта HandyBank длятся от трех до двенадцати недель. Дальше банк получает чистый доход, по нашей статистике, примерно 200 рублей в месяц с каждого работающего клиента.

— **А на чем зарабатывает сама система, в чем бизнес HandyBank?**

— Наша бизнес-модель повторяет бизнес-модель VISA или MasterCard, только в интернете. Соответственно и зарабатываем мы на том же — на расчетных комиссиях от проводимых транзакций, так называемых settlement fees. При этом 200 рублей в месяц с клиента, о которых я говорил, банки получают уже за вычетом нашего заработка.

— **Каковы ваши прогнозы развития услуг интернет-банкинга в России на ближайшие два-три года?**

— Объем рынка и количество пользователей интернет-банкинга будут продолжать расти, через три года объем рынка вырастет примерно в три — три с половиной раза, а клиентами станут примерно 15–20 процентов владельцев карт. Опережающими темпами будут расти платежи ЖКХ, погашение кредитов, услуги по покупке железнодорожных и авиабилетов, билетов в кино, театр и на другие развлекательные мероприятия.

Кроме того, как мультибанковская система, мы по своей статистике видим, каким перспективным является такой сегмент платежей, как мгновенные денежные переводы, в том числе между клиентами разных банков. И конечно же, в ближайшие годы в интернет-банкинг перейдет значительная доля розничных банковских сервисов, а также операции, которые сегодня осуществляются через платежные терминалы.

Елена Захарова, директор по работе с клиентами межбанковского процессингового центра Faktura.ru

— **Может ли внедрение интернет-банкинга снизить операционные затраты банка?**

— Ключевой функцией онлайн-банкинга является перенаправление клиентского трафика из офисной инфраструктуры в системы дистанционного обслуживания, разгрузка фронт-офисов и связанное с этим снижение операционных затрат. Аналитики называют разные цифры удешевления банковских операций при переносе их в сеть — от двух до шестнадцати раз. Средний показатель называет IBM Global Services, по данным которой в США стоимость одной операции в кассе составляет 1,4 доллара, а через интернет — уже 20 центов, то есть в семь раз дешевле. Абсолютно ясно, что такая тенденция характеризует и российский финансовый рынок. Но для того, чтобы удаленная коммуникация банка с клиентом начала приносить плоды, нужно предложить в системе интернет-банкинга полноценную по функционалу замену офисному обслуживанию.

— **Как вы оцениваете уровень развития интернет-банкинга в России?**

— В настоящее время общее число активных пользователей российских систем интернет-банкинга составляет всего порядка полутора миллионов человек — около 4,5 процента аудитории российской зоны интернета. И несмотря на то, что рынок дистанционного банковского обслуживания (ДБО) растет в России хорошими темпами — на 100–120 процентов ежегодно, услугами онлайн-банкинга пользуется всего один процент от общей численности населения.

Одним из факторов, сдерживающих развитие онлайн-банкинга в России, являются препятствия юридического характера. Российское законодательство запрещает становиться клиентом банка и открывать в нем счет без процедуры личной идентификации. А в Европе, например, распространены «электронные счета», которые можно открыть без посещения банка.

Еще один аспект — стоимость услуг для конечных клиентов. Банки декларируют, что им выгодно развивать интернет-банкинг, потому что это снижает трудозатраты фронт-офиса. Но часто стоимость одной услуги в офисе банка и через интернет одинакова, плюс к этому взимается стоимость за подключение к сервису.

— **Есть ли опасность для банков потерять рынок массовых платежей?**

— Опасность очень реальная. Банки действительно могут потерять существенную часть этого рынка. В качестве серьезных игроков здесь уже выступили системы платежных терминалов и операторы электронных денег. На значительную долю рынка претендуют операторы сотовой связи, на абонентских счетах которых находится около 800 миллиардов рублей.

Мировой опыт показывает, что развитие систем дистанционного обслуживания — это самый перспективный тренд в области банковских технологий. Сегодня клиент европейского или американского банка приходит в офис своего кредитного учреждения в среднем не чаще одного раза в год, поскольку имеет массу возможностей управлять финансами удаленно. Россия движется в этом же направлении, поэтому ежегодная динамика роста числа пользователей интернет-банкинга в РФ, по оценкам аналитиков, может достигать 400 процентов. Но банковская «онлайн-революция» будет возможна, только если существенный рост числа людей, делающих выбор в пользу комфортного самообслуживания, будет поддержан усовершенствованием систем ДБО и активизацией их продвижения. Это взаимосвязанные процессы, их синергетический эффект может быть колоссальным, и он обеспечит настоящий прорыв в сфере онлайн-банкинга.

функционала (небольшое число мерчантов, отсутствие отдельного режима оплаты штрафов ГИБДД).

На пути в будущее

Сегодня банки сосредоточены на развитии платежного функционала своих систем и недооценивают уникальные возможности продвижения персональных продуктов для клиентов — физических лиц. Онлайн-сервис дает банкам не только возможность сбора информации о предпочтениях клиентов, но и канал информирования о персональных продуктовых предложениях. Сюда в первую очередь входят особые условия по депозитам и кредитам: срочность, процентные ставки, предварительное установление лимитов по кредитным продуктам. Отчасти это реализовано в системе Альфа-банка.

Для индивидуального маркетинга банку необходимо разработать или приобрести сложные скоринговые системы, увязать их с маркетинговой политикой, провести реструктуризацию части своих бизнес-процессов, что будет стоить достаточно дорого. Отчасти поэтому индивидуальный маркетинг не получил широкого распространения, но те, кто сможет поставить его себе на службу, упрочат свои позиции на розничном рынке.

Есть и более насущные проблемы, которые свидетельствуют о молодости рынка интернет-платежей. Назрели корректировки законодательства в части процедур дистанционного открытия и закрытия счетов. Пока в государственных органах сохраняются опасения, что удаленные операции могут стать лазейкой для отмывания денег. По нашему мнению, принятая всеми банками система лимитов на объемы платежей способна серьезно снизить такие риски.

Наконец, пользуясь системами интернет-банкинга, клиенты зачастую сталкиваются с непрозрачностью тарифов. Лишь немногие системы предусматривают информирование пользователя о комиссиях, взимаемых за совершение операций. Выделяется здесь, например, Московский кредитный банк, предупреждающий клиента о стоимости большинства транзакций перед их совершением.

С одной стороны, это обусловлено техническими сложностями, с другой — нежеланием банков лишиться напоминать пользователю о его дополнительных затратах. Например, комиссия за перевод денег на счет онлайн-магазина может состоять из двух частей: первая берется банком за факт перевода денег,

а вторую берет сам магазин. Если над первой частью банк имеет полный контроль, то вторую часть комиссионного сбора ему оценивать сложно. В этих ситуациях возможны два пути: банк может информировать пользователя о размере своего вознаграждения и дополнительно уведомлять о возможности дополнительных затрат из-за ценовой политики магазина либо подключать биллинговую систему интернет-магазина.

На рынке уже был ряд прецедентов вмешательства государства в порядок информирования потребителя финансовых услуг об их реальной стоимости. Это, например, публикация полной информации о кредитных продуктах в рекламе, в том числе предоставление клиентам расчета полной стоимости кредита. Другой важный прецедент, более близкий интернет-банкингу, — обязательное информирование пользователей терминальных сетей о полном размере комиссионных сборов.

Конечно, такие дополнительные требования к системам интернет-банкинга повысят затраты банков на этапе их внедрения. Но в итоге выиграют все — перевод, пусть даже и принудительный, на полную прозрачность тарификации привлечет дополнительных клиентов. ■

Методология рейтинга функциональности интернет-банкинга

В этом рейтинге мы оценили возможности (функции) и уровень безопасности, которые предоставляет интернет-банкинг пользователям.

Источником информации для рейтинга послужили анкеты банков и аутсорсинговых компаний. Аутсорсинговые системы оценивались по пакету услуг, предоставляющих наибольший функционал.

Мы выделили три сегмента: внешний платежный функционал, внутренние операции и сервисные функции, информационная и финансовая безопасность.

Внешний платежный функционал оценивался по виду и количеству поставщиков услуг и товаров (начиная с сотовых операторов и заканчивая продавцами контента), которые можно оплатить без использования платежа на произвольные

реквизиты. Кроме того, в эту категорию вошли обязательные платежи в пользу государства и взаимодействие с системами электронных денег.

Основу внутренних операций составляют транзакции между различными типами счетов клиента (включая виртуальную карту), а также отчеты и выписки по этим транзакциям. В сервисных функциях учитывались предоставляемые возможности по автоматизации операций и разнообразию поддерживаемого программного обеспечения.

Информационная и финансовая безопасность интернет-банкинга учитывала способы идентификации, защиты операций, информирования о транзакциях и минимизации ущерба.

Отдельно следует подчеркнуть, что удобство интерфейса, надежность банка и число заре-

гистрированных пользователей не оказывали влияние на место банка в рейтинге.

Место банка для каждого рейтинга вычислялось по балльно-весовому методу. Ответы по количественным вопросам нормировались и сглаживались для согласования их влияния с качественными вопросами (предусматривающими ответ «да» или «нет»). Вес каждого ответа на вопрос определялся на основе его важности для пользователя, степени новаторства в сфере банковских услуг, а также распространенности на рынке.

По результатам выборочной проверки анкет ряд баллов был скорректирован, были также снижены веса вопросов, в ответах на которые наиболее часто встречались некорректные данные.

Обращаем внимание, что в таблицах 2–4 представлена только часть анализировавшихся данных. ■

Топ-10: внутренний функционал и сервисные функции

Таблица 3

Место	Интернет-банкинг	Операции с депозитами	Онлайн-открытие виртуальной карты	Автоматические платежи по графику, заданному пользователем	Платеж по образцу ранее совершенного платежа	Отчет по карточным операциям (statement) за любой период, выбранный пользователем	Информация о текущих кредитах (остаток задолженности, наличие просроченных платежей и график погашения)
1	Промсвязьбанк	1	1	1	1	1	1
2	Московский кредитный банк	1	1	1	1	1	1
3	СКБ-банк	1	1	0	1	1	1
4	Альфа-банк	1	1	0	1	0	1
5	СБ-банк	1	1	1	1	1	1
6	Система HandyBank	0	1	1	1	1	0
7	Пробизнесбанк	1	1	0	1	1	1
8	«Петрокоммерц»	1	0	1	1	1	0
9	Татфондбанк	1	0	0	1	1	1
10	Citibank	1	0	1	0	1	1

Источник: данные анкет банков и компаний

Топ-10: информационная и финансовая безопасность

Таблица 4

Место	Интернет-банкинг	Отдельные пароли на каждую операцию	Генератор одноразовых паролей	Виртуальная клавиатура	Лимиты по операциям, устанавливаемые банком	СМС-информирование о совершенных транзакциях	Страхование рисков
1	Система HandyBank	1	1	1	1	1	1
2	«Кольцо Урала»	1	0	1	1	1	0
3	СКБ-банк	1	1	1	1	1	0
4	Балтийский банк развития	1	1	1	1	1	0
5	«Русский стандарт»	1	0	0	1	1	0
6	Альфа-банк	1	0	1	1	1	0
7	Пробизнесбанк	1	0	1	1	1	0
8	АФ-банк	1	1	1	1	1	0
9	Система Faktura.ru	1	0	1	1	1	0
10	Уральский банк реконструкции и развития	0	0	1	1	1	0

Источник: данные анкет банков и компаний