**СОДЕРЖАНИЕ:**

|  |  |
| --- | --- |
| Введение ……………………………………………………………………………… | 3 |
| 1 Теоретические аспекты функционирования систем электронного банкинга….. | 6 |
| 1.1 Сущность и виды электронного банкинга ………..……………. ..…………. | 6 |
| 1.2 Возникновение и развитие электронного банкинга ………………………... | 17 |
| 2 Перспективы развития электронного банкинга……………….......……………... | 25 |
| 2.1 Проблемы развития электронного банкинга в России ……………………... | 25 |
| 2.2 Перспективы развития электронного банкинга в России ……….…............ | 33 |
| Заключение ………………………...……………………………………………….... | 37 |
| Список литературы ………………………………………………………………….. | 39 |
|  |  |

**Введение**

Банки составляют неотъемлемую черту современного денежного хозяйства, их деятельность тесно связана с потребностями воспроизводства. Находясь в центре экономической жизни, обслуживая интересы производителей, банки образуют связь между промышленностью и торговлей, сельским хозяйством и населением.

Банки - это атрибут не отдельно взятого экономического региона или какой-либо одной страны, сфера их деятельности не имеет ни географических, ни национальных границ, это планетарное явление, обладающее колоссальной финансовой мощью, значительным денежным капиталом.

Экономика нашей страны на протяжении многих десятилетий функционировала обособленно от мирового хозяйства, развивающегося по законам рынка. Неэффективность такого пути привела к необходимости принципиального изменения хозяйственного механизма, основанного на административно-командных принципах регулирования экономики.

При переходе к рыночной экономике многие факторы оказывают существенное влияние на экономическую систему, среди которых особое место занимает эффективная система управления финансами и денежно-кредитными отношениями, а соответственно и стабильно и активно функционирующая банковская система. С этой целью в России, начиная с 1987 года, осуществляется коренная реформа банковской системы. Она предусматривает создание эффективной структуры коммерческих банков, формирование сильного банковского центра как проводника единой денежно-кредитной, эмиссионной и валютной политики; переход к формированию денежного и кредитного рынков страны. В этой связи актуально обращение к опыту промышленно-развитых стран в области использования инструментов денежно-кредитного регулирования, поскольку за последние десятилетия западная теория и практика кредитно-финансовых отношений продвинулась далеко вперед.

Современное кредитно-денежное и финансовое хозяйство страны переживает серьезные структурные изменения. Перестраивается кредитная система, возникают новые виды кредитно-финансовых институтов и операций, модифицируется система отношений центрального банка и финансово-кредитных институтов, складываются иные пропорции в динамике государственного и частного сектора.

Существенные изменения происходят и в функционировании банков. В борьбе за вкладчика банкам уже недостаточно лишь снижать стоимость обслуживания и повышать проценты по кредитам. Клиенты требуют большего. На фоне бурного развития информационных технологий и крупные корпорации, и простые граждане хотят совершать как можно меньше действий для того, чтобы осуществлять свои финансовые операции. Поэтому в коммерческих банках сейчас активно разрабатываются и внедряются новые виды банковских операций и услуг.

В последние годы наметилось стремление российских банков к расширению перечня услуг, предлагаемых корпоративной клиентуре и диверсификации собственного бизнеса за счет развития розничных операций. Для этого банки активно внедряют технологии электронного обслуживания клиента, такие как: услуги, оказываемые с помощью банковских (финансовых) карт, услуги дистанционного управления клиентами своими банковскими счетами и услуги через Интернет.

Сказанное выше и предопределило цель курсовой работы – исследование развития банковских операций на основе электронных технологий и определение наиболее перспективного вида данных услуг.

В соответствии с поставленной целью курсовой работы рассматриваются следующие задачи:

Банковские электронные услуги весьма разнообразны, однако основным критерием их оказания является технология электронного обслуживания клиента. В соответствии с этим банковские электронные услуги можно разделить на следующие основные виды,каждый из которых представляет собой целый комплекс конкретных услуг:

* услуги, оказываемые с помощью банковских (финансовых) карт;
* услуги дистанционного управления клиентами своими банковскими счетами;
* услуги через Интернет.

**1 Теоретические аспекты функционирования систем электронного банкинга**

* 1. **Сущность и виды электронного банкинга**

Банковская пластиковая карта – это одна из разновидностей финансовых карт, которая является персонифицированным платежным средством, предназначенным для оплаты товаров, услуг, а в некоторых случаях и для совершения иных денежных операций, таких, как получение кредита, получение наличных денег в банках и их филиалах (в так называемых пунктах выдачи наличных) и через банковские автоматы (банкоматы), внесение наличных денег в банки через банкоматы. Фактически они представляют собой заменители денежных знаков одновременно во всех их функциях, а также инструмент получения наличных денег со счета в банке; являются одним из прогрессивных средств организации безналичных платежей.

Особенностью продаж и выдач наличных по картам является то, что при этих операциях, осуществляемых магазинами и банками, товары и наличные деньги предоставляются клиентам сразу, а средства в из возмещение поступают на счета обслуживающих предприятий чаще всего через некоторое время (как правило 2-3 дня). Гарантом выполнения платежных обязательств, возникающих в процессе обслуживания пластиковых карт, является выпустивший их банк-эмитент. Поэтому карты на протяжении всего срока действия остаются собственностью банка, а клиенты – держатели карт получают их лишь в пользование.

Сами по себе практически все карты имеют один и тот же размер - 2,125" х 3,375" (примерно 54 х 86 мм) и толщину примерно 0,039" (около 1 мм), но классифицируются по разным критериям на целый ряд видов, представленных ниже.

По материалу, из которого они изготовлены:

* бумажные (картонные);
* пластиковые;
* металлические.

В настоящее время практически повсеместное распространение имеют карты пластиковые.

По способу нанесения на карты необходимой информации (имя держателя карты, номер карты, срок ее действия и пр.):

* карты с графическим изображением;
* карты эмбоссированные;
* карты со штрих-кодированием;
* карты с кодированием на магнитной полосе (магнитные карты);
* карты с чипом (чиповые карты или микропроцессорные карты, карты памяти);
* карты с лазерной записью (лазерные или оптические карты).

Изобретение в конце 1960-х гг. автоматических аппаратов выдачи наличных денег совершило революцию и в карточном бизнесе. Чтобы таким аппаратом могли пользоваться держатели карт, на их обратную сторону стали наклеивать полоску из магнитной пленки. На магнитной полосе банковских карт записывается (обычно в закодированном виде) номер карты, срок ее действия и ПИН-код держателя карты. Поэтому магнитная запись является одним из самых распространенных на сегодняшний день способов нанесения информации на карты.

По целевому назначению:

* идентификационные (служащие для идентификации их владельцев), в том числе клубные;
* дисконтные;
* для денежных операций (для безналичной оплаты товаров и услуг владельцем карты с соответствующего банковского карточного счета, а также для получения им наличных денег с указанного счета в банкоматах).

По эмитентам:

* банковские карты, выпускаемые банками (или консорциумами банков) и финансовыми компаниями;
* частные карты, выпускаемые коммерческими нефинансовыми компаниями для платежей в торговой и/или сервисной сети данной компании;
* карты, выпускаемые организациями, чьей деятельностью непосредственно является эмиссия карт и создание инфраструктуры для их обслуживания.

По категории клиентуры, на которую ориентируется эмитент (в международных платежных системах это называется видами карт или продуктами):

* обычные (стандартные);
* «серебряные» (бизнес-карты) — предназначены для сотрудников компаний, уполномоченных расходовать средства своей компании в определенных пределах;
* «золотые» — выдаются лицам с высокой кредитоспособностью и предусматривают разные льготы для пользователей.

По времени использования:

* ограниченные каким-либо временным промежутком (иногда с правом пролонгации);
* бессрочные.

По возможности пополнения соответствующего счета:

* с произвольно пополняемым платежным лимитом;
* с ежемесячно пополняемым платежным лимитом.

В России сложилось основное разделение карт на корпоративные (выдаваемые только юридическим лицам) и личные (индивидуальные, выдаваемые только физическим лицам).

Также Банковские карты делятся на:

1) дебетовые— карты, которые позволяют их держателю распоряжаться средствами, находящимися на счете (оплата товаров и услуг), и/или получать при необходимости наличные (все в пределах расходного лимита, установленного банком).

Данные карты позволяют клиенту банка получать наличные в банкоматах и оплачивать свои покупки только в пределах суммы, имеющейся на его специальном карточном счете (либо просто на счетах в банке — эмитенте карты). Таким образом, при оплате покупки дебетовой картой необходим звонок в банк или процес-синговый центр для установления того, сможет ли клиент заплатить требуемую сумму. При этом сумма сразу списывается со счета или блокируется до прибытия в процессинговый центр товарного чека — слипа, после чего окончательно списывается. С момента оплаты покупки или услуги через процессинговый центр и до ее окончательного списания или же «возвращения» на счет (в случае ошибки или выявления фальсификации) списываемая сумма клиенту «не видна»;

2) кредитные кредитовые— карты, которые позволяют их держателям оплачивать товары и услуги и/или получать наличные в размере предоставленной банком кредитной линии (в пределах лимита). Клиент банка, пользующийся такой картой, имеет возможность получать у банка ограниченный кредит в случае оплаты картой товаров или услуг. Выданный клиенту кредит затем погашается путем списания необходимой суммы с его страхового депозита либо клиент компенсирует банку расходы из собственных сбережений наличными или с другого счета;

3) внутрибанковские специальные— служат для предоставления клиентам банков дополнительных специальных услуг, таких, как получение процентов по депозитам через банкоматы банка и пр. Данные карты могут принимать и другие банки, являющиеся партнерами банка-эмитента.

Введение использования банками кредитных карт произвело настоящий переворот во всех банковский операциях, но назвать банковские карты перспективным направлением уже не совсем верно, так как это реально работающая услуга, можно сказать классическая.

К электронным банковским услугам помимо карточных услуг относится также обслуживание клиентов в офисах и на домус использованием различных комплексов электронной техники и соответствующих коммуникаций, денежные расчеты в рамках электронной коммерции, межбанковские электронные переводы.

Оказание держателям карт большинства «полагающихся» им услуг и обслуживание клиентов в их офисах и на дому обобщенно можно именовать дистанционным банковским обслуживанием (ДБО). Таким образом, ДБО — это предоставление банковских продуктов (оказание банковских услуг) на расстоянии, вне офиса банка, без непосредственного контакта клиента с сотрудниками банка.

Услуги ДБО обычно классифицируют в зависимости от используемого технического канала, по которому передается информация о трансакциях.

Наиболее популярными сегодня можно считать системы класса «банк -клиент», которые предназначены главным образом для расчетно-кассового обслуживания клиентов и обмена информацией между ними и банком.

Еще один распространенный в нашей стране вид ДБО — телефонное обслуживание, которое дает клиенту возможность с помощью телефонного аппарата получать самую разную информацию о движении средств на своем счете и состоянии финансового рынка.

Система «банк — клиент»

Самостоятельная форма оказания банковских услуг — предоставление клиентам (физическим и юридическим лицам) возможности вести многие банковские операции с использованием современной электронной техники с удаленного рабочего места — из дома (так называемый *«-home-banking»),* конторы фирмы, автомобиля и т.д.

Заключив с банком соответствующий специальный договор или отразив соответствующие положения в обычном договоре банковского счета, пользователи таких банковских услуг самостоятельно приобретают необходимое оборудование, а банк консультирует их по вопросам оборудования соответствующих терминалов и приобретения необходимого программного обеспечения. Банк также гарантирует техническую и методическую поддержку при установке системы и начальном обучении персонала клиента, обновлении программного обеспечения, а в дальнейшем также консультации и рекомендации.

Подобные технические системы (обычно их именуют системами «банк - клиент») позволяют клиенту, используя персональный компьютер, подключаться по телекоммуникационным линиям связи к банковскому компьютеру и проводить нужные ему операции хоть 7 дней в неделю круглосуточно. Перед началом каждой операции владелец счета использует свой секретный ключ, без знания которого подключиться к системе невозможно.

Система «банк — клиент» в классическом (развернутом) варианте позволяет клиенту:

* знакомиться с банковскими правилами;
* получать справочную информацию (перечень выполняемых банком операций, курсы валют и т.д.);
* получать сведения о состоянии своего счета в форме соответствующих выписок;
* передавать в банк платежные поручения;
* получать электронные копии платежных документов о зачислении средств в пользу клиента;
* обмениваться с банком электронными текстовыми сообщениями и финансовой информацией;
* зачислять средства на счет (если это допускается) и перечислять средства со счета (оплата товаров и услуг, выполнение налоговых и иных обязательных платежей);
* перечислять деньги с одного счета на другой счет;
* заказать чековую книжку и отчет о движении средств на счете за определенный период времени;
* покупать и продавать ценные бумаги и др.

Для клиентов российских банков важнейшим фактором, сдерживающим их массовое вступление в число пользователей подобных систем, остается уровень платы за такие удобства. Другая причина состоит в том, что в нашей стране в настоящее время системы «банк — клиент» работают в основном через телефонные каналы связи. Учитывая низкую надежность и помехозащищенность телефонных линий связи, данный банковский продукт еще не используется повсеместно.

Система «телебанк»

Дистанционное обслуживание клиентов может вестись также с помощью телефона и специальных программ, при наличии которых компьютер способен самостоятельно отвечать на вопросы клиента. Такой вид банковского обслуживания клиентов называется телефонным банкингом (кратко — телебанк).

Телебанк дает клиенту следующие возможности:

* получить в речевом виде информацию об остатках на счетах за любой операционный день;
* получить факсимильную копию выписки из счета за любой операционный день, за произвольный период, в том числе за весь период обслуживания в банке;
* получить в речевом виде информацию о суммах поступлений в пользу клиента за любой операционный день;
* распоряжаться движением средств по счету. Каждому платежу, который клиент может распорядиться провести, используя телебанк, присваивается код, система хранит такие платежи в виде «макетов» платежных поручений с фиксированными реквизитами и пустыми полями, подлежащими заполнению клиентом. При проведении платежа система запрашивает у клиента код платежа и предлагает заполнить пустые поля;
* отозвать переданное в банк распоряжение о платеже до того, как оно попадет в расчетную сеть Банка России (по заявке клиента система формирует документ, отменяющий предыдущее распоряжение);
* проводить плановые (обязательные) платежи;
* заказать наличность в любой валюте с тем, чтобы получить ее в кассе или обменном пункте банка;
* передать в банк заявку на предоставление технического овердрафта в случае нехватки средств на счете для проведения ответственного платежа;
* дать распоряжение о передаче факсимильной копии платежного поручения, переданного через телебанк либо стандартным способом, своему корреспонденту. При использовании данного режима клиент имеет возможность получить оплачиваемый им товар (услуги), находясь в офисе поставщика.

Понимая всю важность того, чтобы уже сегодня предоставлять своим клиентам самые перспективные электронные услуги, занимая тем самым ключевые позиции в их электронном бизнесе, многие банки тем не менее не спешат с этим. Главная причина — в необходимости очень серьезных затрат банка, обусловленных повышенными требованиями к безопасности, надежности, защищенности и быстродействию, предъявляемыми к передовым электронным системам. Их внедрение обязательно повлечет за собой существенное увеличение затрат на поддержку и администрирование программно-аппаратного комплекса банка. Тем не менее постепенный прогресс в этой области банковской деятельности как в мире в целом, так и в России очевиден.

Другой вид электронных технологий а банке - Интернет-банкинг под которым обычно понимается предоставление банками юридическим и физическим лицам соответствующих услуг (оптовых и розничных) посредством публичных сетей связи — Интернета — с помощью специального программно-аппаратного комплекса.

На сегодняшний день интернет-банкинг является одним из наиболее динамичных сегментов электронной коммерции. При этом возможности использования Интернета в области банковского дела постоянно расширяются, появляются новые службы и технологии, которые доступны теперь даже самым неопытным пользователям.

Интернет-банкинг представляет собой вариант дистанционного способа оказания банковских услуг клиентам. В широком смысле под данным термином можно понимать самые разнообразные системы, начиная от обычных сайтов банков и заканчивая сложными виртуальными расчетно-платежными системами. В более узком значении интернет-банкинг — это аналог системы «банк — клиент», работающий через Интернет.

Существуют системы, в которых Интернет используется только как средство передачи данных, и системы, в которых Интернет используется как самостоятельная информационная технология. В первом случае Интернет выступает как канал связи между банком и клиентом и по сути представляет собой только дополнение к классическим системам «банк — клиент». Это повышает оперативность и мобильность связи деловых партнеров, но зато несколько снижается уровень безопасности совершаемых трансакций, поскольку Интернет — сеть открытая.

Во втором случае прикладное программно-математическое обеспечение (ПО) представляет собой специальное интернет-приложение, функционирующее только в сеансе диалоговой связи клиента с банком. При использовании подобных систем клиенту не нужно устанавливать ПО и хранить соответствующие электронные базы данных на своем компьютере. В данном случае клиент может получить доступ к своему банковскому счету, войдя в сервер банка в Интернете с любого компьютера, предварительно введя свой пароль и ПИН. Для повышения безопасности в подобных системах применяются различные способы защиты экономической информации от несанкционированного доступа.

Интернет-системы первого типа предпочтительнее для клиентов, желающих иметь более высокий уровень безопасности проводимых трансакций. Интернет-системы второго типа более дешевы и экономичны в эксплуатации для банковских клиентов, а также более мобильны. Пока эти два типа интернет-технологий платежей дополняют друг друга.

Кроме компьютера для доступа к интернет-сайту может использоваться сотовый телефон с технологией *WAP(wireless application protocoll —* протокол беспроводного доступа), что получило собственное название WAP-банкинг, или *mobile-banking (m-banking).*

Полный список услуг,которые банк может оказывать через Интернет, очень обширен. Он включает в себя, в частности:

* управление счетами и движением средств между счетами, в том числе счетами для банковских пластиковых карт;
* открытие самых различных банковских счетов;
* конвертационные операции;
* проведение платежей по счетам, в том числе за товары и услуги, включая коммунальные;
* пополнение счетов, снятие денег со счетов;
* переводы денег, в том числе в иностранных валютах;
* операции с инвестиционным портфелем, который находится в управлении банка;
* кредитные операции (овердрафтный кредит);
* получение информации о состоянии счетов;
* получение консультационных и информационных услуг.

При этом стоит обратить внимание на то, что в рамках интернет-банкинга речь идет о высоко стандартизированных наборах операций, поскольку они проводятся практически без какого-либо участия банковского персонала. Клиент, обслуживающийся с помощью интернет-банкинга, может быть полностью освобожден от каких-либо посещений банка, тем более что у банка вообще может не быть офиса. В западных интернет-банках это происходит приблизительно так. [1]

Клиент регистрируется на сайте банка, в качестве подтверждения своей личности указывая свой номер социального страхования, и получает временный пароль (который он затем может изменить). Указав свои почтовые реквизиты, человек получает по почте все, что ему необходимо: реквизиты, чеки, банковские карты, специальные конверты для отправки в банк вкладов, а также карточку для подписи, которую ему необходимо отослать обратно в банк. Все деньги в банк идут либо безналичными переводами, либо по почте. Для оплаты используются чеки либо наличность, полученная из банкоматов. Состояние счета контролируется с помощью Интернета или с помощью ATM, которые для аутентификации используют специальные пластиковые карты, а их функции поддерживают банкоматы. Операции управления счетами, безналичные платежи совершаются через Интернет. Кредит пользователь может оформить также через Интернет, причем банки предоставляют очень широкий спектр услуг кредитования (хотя это, конечно, зависит от конкретных банков и конкретных клиентов), включая, например, ипотечное кредитование. Если ему понадобится консультация, то она может происходить либо по электронной почте, либо по телефону с живым человеком, что клиенты таких банков считают большим плюсом. Остается лишь заметить, что в основеуспеха всех этих процессов лежит концепция надежности документооборота, как почтового, так и электронного.

**1.2 Возникновение и развитие электронного банкинга**

Интернет-банкинг – это чрезвычайно удобная банковская услуга, позволяющая клиентам самостоятельно управлять своими счетами через сеть Интернет. Идея создания такой услуги возникла в Соединенных Штатах. Одной из причин стало существующее в США ограничение на открытие банками филиалов в других штатах, в связи с чем перемещение клиента (а у американцев миграция населения очень высока) влекло за собой негативные последствия для обеих сторон: банк терял клиента, а клиент терял все привилегии, приобретенные им в банке, и должен был доказывать свою платежеспособность заново. Банкам пришлось искать варианты предоставления услуг клиенту, находящемуся в другом штате или стране. Таким образом, 18 октября 1995 года в Интернете был создан первый полностью онлайновый банк – Security First Network Bank .

Развитию рынка электронных банковских приложений способствуют распространение в секторе SOHO недорогих ПК и сетевых устройств, а также дальнейший рост числа пользователей Интернет. По данным IDC, перед рынком электронных банковских приложений - неплохие перспективы развития. В 1998 г. онлайновые банковские операции проводили 6.6 млн. клиентов, а в 2005 г. таких пользователей должно быть уже более 32 млн. В 2005 г. 95% платежей за электронные покупки в США и 75% в Европе будут совершаться с помощью кредитных или дебетовых карт .

Электронные банковские приложения привлекательны для банков, рассчитывающих увеличить свои прибыли за счет новых клиентов (в первую очередь удаленных). По данным IDC, объем продаж электронных банковских приложений в США в 1998 г. составил $93 млн. Столь сильный рост рынка приложений электронного банкинга объясняется все увеличивающимся присутствием Интернет во всех сферах жизнедеятельности. Это заставляет банки вступить в состязание за клиентуру в ее открытой для всех среде. Все большее количество банков предлагают своим клиентам услуги Интернет банкинга. По оценке IDC, число таких банков должно увеличиться с 1150 в 1998 г. до 15845 в 2005 г. Более 1200 банков и кредитных объединений США в 1998 г. подписали соглашения с производителями и провайдерами услуг Интернет банкинга об открытии сайтов с выполнением всех видов транзакций. В 1999 г. число таких желающих превысил 7200. По оценке IDC, в 2005 г. приложения Интернет банкинга займут почти треть всего рынка банковских приложений в США. По данным компании Gomez Advisors (специализирующейся на исследовании деятельности банков, финансовых организаций и брокерских фирм) 39 из 100 ведущих банков США уже предоставляют онлайновые услуги по оплате счетов (в 1998 г. таких банков было 17). 62% опрошенных банков предоставляют по Интернет информацию о совершении транзакций в реальном времени. Следует отметить, что банки используют любые возможности для получения прибыли с помощью современных технологий. Например, Deutshe Bank уже начал торговать акциями через Интернет.

Развитие приложений Интернет банкинга должно пройти три основных этапа. На первом этапе предусматривается доступ клиентов к банковским счетам и проведение транзакций по телефону или через Web-браузер. На втором этапе используются такие интерактивные технологии, как сервисы онлайновой оплаты счетов и персонализированного напоминания о состоянии счета клиента. На третьем этапе предлагаются такие функции управления личными финансами, как возможность кредитования, совершения безопасных торговых сделок и оформления страховок.   
По мере дальнейшего развития рынка электронных банковских услуг клиенты смогут вообще не приходить в банк. Они смогут открывать счет, переводить деньги, оплачивать товары и услуги прямо из дома, офиса или магазина, используя для этого ПК или терминал для приема кредитных карт. Наличные они могут снимать в банкомате. Примером процветающего Интернет банка может служить американский Security First Network Bank. У него даже нет офиса для обслуживания клиентов, и при этом их число ежегодно увеличивается. За счет экономии на арендной плате и прочих издержках он предлагает своим клиентам весьма конкурентоспособные условия обслуживания и, тем самым, привлекает их. В настоящее время в Западной Европе (Германии, Испании, Франции, Нидерландах) электронных банков в 2 раза больше, чем в США. Наивысшим рейтингом у потребителей за качество предоставляемых онлайновых услуг пользуются следующие банки: Security First Network Bank; Wells Fargo Bank; Citibank; Salem Five Cents Saving Bank; Bank of America.

В мае 1998 года услуга интернет-банкинга впервые появилась на территории бывшего Союза (Автобанк, Москва). Практически с первых шагов российские банки предложили клиентам, осуществляющим большой платежный оборот, услуги дистанционного управления счетами посредством так называемого классического «толстого» Банк-Клиента. Позднее появилась возможность управления счетами с использованием телефона или сети Интернет, начинается продвижение WAP-банкинга .

Строго говоря, internet banking является одной из разновидностей home banking. "Homebanking" - это технология удаленного банковского обслуживания, позволяющая клиенту получать банковские услуги, не посещая банковский офис. Эта технология появилась на свет в начале 80-х годов и с тех пор претерпела существенную эволюцию. В развитии услуг home banking можно выделить три основных этапа. Первый этап - телефонный банкинг. Сегодня это банковский сервис, основанный на использовании возможностей телефонов с тональным набором номера. Второй этап - PC-банкинг, позволяющий клиенту с помощью персонального компьютера и модема напрямую подключаться к серверам банка и совершать банковские операции (не через Интернет). Третий этап мы можем наблюдать в настоящее время - это бурное развитие сетевого или интернет-банкинга (netbanking, online banking, internet banking). От PC-банкинга он отличается тем, что для организации взаимодействия с банком используются широкие возможности Интернета. Internet banking является наиболее совершенным и перспективным воплощением технологии homebanking . [2]

Интернет-банкинг позволяет частным лицам в любое удобное время суток семь дней в неделю, 365 дней в году из любой точки земного шара совершать большинство банковских операций: проводить безналичные внутри- и межбанковские платежи, открывать счета, осуществлять коммунальные платежи, покупать и продавать валюту, размещать свободные средства на срочном вкладе, получать выписки по счетам и пользоваться другими услугами . При этом нет необходимости в неудобное, как правило, рабочее время ходить в отделение банка, от руки заполнять квитанции и стоять в общей очереди. Но несмотря на общие задачи и принципы, в разных банках интернет-сервис бывает разным.

"Тяжелую" версию интернет-банкинга, например, предлагает Автобанк-НИКойл, где пользователю нужно на свой компьютер установить программу и подключить к системному блоку компьютера специальный адаптер. Каждый раз для подтверждения проведения какой-либо операции нужно прислонять к этому адаптеру электронную "таблетку", похожую на ту, что используется для замка подъездного домофона. Проблема может возникнуть при установке программы на рабочем месте в офисе, где администраторы сети запретят открывать IP-порты.

"Легкая" версия предлагается Ситибанком, где пользователю системы для доступа к своим счетам нужно всего лишь зайти через интернет на сайт Ситибанка и ввести номер своей банковской карты и ПИН-код.   
В Гута-банке и в Альфа-банк Экспресс клиентам на выбор предлагается несколько вариантов систем доступа.

Более простой - система на основе сессионных ключей, когда для проведения каждой операции пользователем вводится отдельный ключ (последовательность символов) в соответствии с запрашиваемым системой номером. Более сложный и безопасный доступ - система на основе электронной цифровой подписи, которую пользователь сохраняет на удобном для себя носителе (компьютер, дискета, CD или флеш-карта) и использует его для подписи отправляемых в банк распоряжений.   
Часто пользователи интернет-банкинга получают более выгодные тарифы. Например, в Ситибанке проведение платежа через отделение обойдется в 100 руб., а через интернет - всего в 10 руб. А в Автобанк-НИКойл специально для пользователей интернет-банка введен вклад "Флеш", ставка по которому выше, чем для клиентов отделений. Такое положение вещей неудивительно, банки как бы делятся с клиентами своей более высокой прибылью, связанной с экономией на обслуживании интернет-клиентов.

Что касается тарифов на интернет-банкинг, от банка к банку они сильно отличаются и обычно включают в себя три составляющие: плата за подключение, абонентская плата и комиссии за проведение разного рода платежей. Плата за подключение все реже используется банками и взимается преимущественно за предоставление технических составляющих системы. Абонентская плата практикуется всеми банками, но только в Альфа-банк Экспресс и Ситибанке эта плата взимается не за услугу интернет-банкинга, а за пакет услуг, включающий помимо интернет-банкинга пластиковую карту. Комиссия за проведение платежей обычно включает процент от суммы платежа, но не менее определенной банком минимальной суммы. Например, в Гута-банке такая комиссия составляет 0.2%, но не менее 5 рублей и не более 200 рублей.

Сравнить комиссионную составляющую тарифов можно на конкретном примере платежей. Мы взяли пять регулярных платежей: плата за доступ в интернет, оплата мобильной связи, жилищно-коммунальные услуги, абонентская плата МГТС, плата за электричество в Мосэнерго.   
В настоящее время количество пользователей интернет-банкинга в России оценивается на уровне 40-50 тыс. человек. Для сравнения, в Wells Fargo (США) через интернет обслуживается 4.2 млн. человек, в Swedbank (Швеция) - 1.5 млн., в Nordia (Финляндия) - 1.2 млн., в First direct (Великобритания) - более 1 млн. Только "ING Direct" - бренд дистанционного обслуживания банка ING (Нидерланды) при выходе на рынок Великобритании за 6 месяцев приобрел 250 тыс. новых клиентов . Что же мешает развитию интернет-банкинга для частных лиц в России? Принято считать, что развитию интернет-банкинга мешает ряд факторов, среди которых: недоверие населения к банкам, низкий уровень доходов населения, техническая неграмотность населения и недостаточное проникновение интернета. Но расчеты показывают, что только в Москве - не менее 700 тыс. пользователей интернета с доходом от $1500. Охват хотя бы 20% из них принес бы банкам миллионы долларов ежегодной дополнительной прибыли от безрисковых комиссионных операций, абонентской платы, а также кросс-продаж других банковских услуг, потребность в которых у клиентов возникает уже в процессе обслуживания .

На самом деле есть и другие, более значимые факторы сдерживания развития интернет-банкинга: низкая привлекательность услуги для клиентов и отсутствие должного внимания к продвижению интернет-банкинга со стороны самих банков. В некоторых интернет-банках нет шаблонов для проведения коммунальных платежей, не установлены договорные отношения с популярными компаниями - получателями розничных платежей, после внедрения новой услуги элементарно не печатаются буклеты и должным образом не информируются клиенты .

Таким образом, развитие сети Internet оказывает и стабилизирующее влияние на развитие мировой экономики (и инвестиционный рынок, в частности) по следующим причинам:

• ускорения темпов создания единого информационного пространства - вырабатываются и организуются механизмы информационного взаимодействия практических всех субъектов мирового рынка ( Intetnet становится "паутиной", связывающей практически всех субъектов мирового рынка);

• децентрализации ресурсов, стимулирующее(я) самостоятельное развитие субъектов рынка;

• ускорения оборота денежных ресурсов за счет использования схем электронных платежей;

• реализации залоговых схем привлечения финансовых ресурсов для обслуживания производства, в том числе и взаимодействия инвесторов на фондовом рынке;

• уменьшения объема спекулятивного капитала (у посредников, не являющихся производителями), а следовательно - увеличение объемов инвестиций в производственную сферы;

• создания новых видов сервиса и услуг;

• создания условий для открытой конкуренции на рынках товаров и услуг, хотя часто считается что Internet - благоприятная среда для ухода от налогов;

• ускорение процесса продвижения на рынке новых товаров и услуг и доведение их в удобной для пользователя форме потребителю.   
Кроме явного удобства круглосуточного обслуживания покупателя товаров и услуг в комфортной для него домашней или офисной атмосфере, электронные системы организации торговли значительно снижают затраты на обслуживание (см. табл. 1). Одним из значительных и первоочередных направлением развития любого бизнеса, продвижение на мировых рынках продукции и услуг, на сегодняшний день является наличие собственной ВЭБ-страницы на языках стран, с которыми бизнес взаимодействует.

Таблица 1.

Сравнительная характеристика Интернет-торговли с традиционными ее методами

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Себестоимость продаж в традиционных системах, Дол. США | Себестоимость продаж в Интернете, Дол. США | Экономия, Процентов |
| Программное обеспечение | 15,00 | 0,2-0,5 | 97-99 |
| Банковские услуги | 1,08 | 0,13 | 89 |
| Авиабилеты | 8,0 | 1,0 | 87 |
| Биллинг | 2,22-3,32 | 0,65-1 | 67-71 |
| Страховые полисы | 400,0-700,0 | 200,0-350,0 | 50 |
| Продовольствие | 25%-50% | 5%-10% | 65 |

Другими (кроме глобальности и дешевизны услуг) свойствами интернет-технологий являются:

• Internet работает 24 часа в сутки, то есть в течении всего времени суток можно знакомить со своим бизнесом потенциальных клиентов, предложить им свою продукцию или услуги;

• Internet обеспечивает возможность прямой продажи продукции, услуг через создаваемый электронный магазин, который позволяет выбирать, заказывать и оплачивать товары и услуги;

• в современной, динамично развивающейся экономике, изменения в ценовой политике, выпуск новых видов продукции и услуг происходят быстрее, чем появляется заказанная реклама в средствах массовой информации. В результате такая реклама оказывается бесполезной, а заказчик теряет реальные деньги. В Internet производитель может гибко изменять и цены, и номенклатуру, и условия продажи товаров и услуг;

• Internet позволяет получать и обратную связь с потенциальными клиентами, тем самым оперативно проверять идею новой продукции или услуги без значительных затрат на рекламу и прямые маркетинговые исследования.[3]

**2 Перспективы развития электронного банкинга в России**

**2.1 Проблемы развития электронного банкинга на российском рынке банковских услуг**

Продвигая услуги Internet-Банкинга, российские банки часто сталкиваются с нежеланием корпоративных клиентов (юридических лиц) пользоваться данным сервисом. Причины называются разные, например:   
 • Психологическое неприятие Интернета для финансовых операций   
 • Плохие линии связи у клиента, не позволяющие работать в онлайне   
 • Нежелание клиента оплачивать доступ в Интернет

• Ограничения внутрикорпоративной политики информационной безопасности.

Все называемые клиентами причины на самом деле сводятся к двум основным:

• к нежеланию работать через Интернет;

• к желанию работать в оффлайне.

Для удержания столь консервативных клиентов банку остается лишь один путь – предоставить клиентам офлайновое решение с доступом через банковский модемный пул. В итоге банк оказывается перед выбором: либо предлагать офлайновое решение на базе старой системы «Банк-Клиент», которая активно использовалась в банке еще до внедрения Internet-Банкинга, либо полностью отказаться от старого Банк-Клиента и внедрять новое современное офлайновое решение. Оставляя старую систему, банк, безусловно, экономит на приобретении нового решения, но берет с собой в будущее все недостатки старого Банк-Клиента, включая высокую стоимость владения и сопровождения старой системы. Приобретать новое офлайновое решение банки не торопятся еще и по причине незнания всех достоинств и возможностей современных систем. В итоге банкам, внедрившим и продвигающим современные услуги Internet-Банкинга на базе системы «iBank 2», приходится поддерживать и сопровождать старый Банк-Клиент, чтобы удержать консервативных клиентов, желающих работать только в офлайне.

В начале 2001 года в рамках развития системы «iBank 2» компания «БИФИТ» начала разработку модуля «PC-Банкинг» для работы корпоративных клиентов в офлайне. На начало апреля 2005 года PC-Банкинг системы «iBank 2» используют в 96-ти российских банках . Большинство банков внедрили PC-Банкинг существенно позже запуска в эксплуатацию Internet-Банкинга. Причем приобрели PC-Банкинг не сразу, а лишь после проведения опытной эксплуатации, после практического знакомства с новым модулем, с уникальными возможностями и достоинствами нашего офлайнового решения. Очень показателен пример внедрения PC-Банкинга в одном из крупнейших украинских системообразующих многофилиальных банков.

Сначала в банке был внедрен Internet-Банкинг на базе единого экземпляра украинской версии системы «iBank 2 UA», установленного в головном офисе. Через несколько месяцев после запуска в промышленную эксплуатацию Internet-Банкинга компания «БИФИТ» предложила банку ознакомиться и провести опытную эксплуатацию офлайнового решения на базе модуля «PC-Банкинг для корпоративных клиентов». Банк решил ознакомиться с PC-Банкингом более детально, так как внедрение и запуск в опытную эксплуатацию нового офлайнового решения не требовали от банка, уже эксплуатировавшего Internet-Банкинг системы «iBank 2 UA», сколь нибудь значимых усилий и финансовых затрат.

Практически сразу после принятия решения серверный модуль «PC-Банкинг для корпоративных клиентов» системы «iBank 2 UA» был установлен на тот же Сервер Приложения, где работал Internet-Банкинг. Не потребовалось никаких дополнительных настроек многокомпонентного Шлюза, обеспечивающего интеграцию системы «iBank 2 UA» с Оперднем головного банка и Оперднями всех его филиалов. Не потребовалось также дополнительных установок и настроек банковских АРМов ни в головном банке, ни в филиалах – использовались уже существующие, установленные и работающие АРМы.

При планировании внедрения банк принял решение предоставлять корпоративным клиентам, использующим PC-Банкинг, доступ через Интернет и через банковские модемные пулы (без выхода в Интернет). Были соответствующим образом настроены и модемные пулы в филиалах банка.   
После запуска и проведения в течение нескольких месяцев опытной эксплуатации PC-Банкинга банк принял стратегическое решение о приобретении и активном продвижении нашего офлайнового решения. Причина столь резкой смены курса – в уникальных возможностях и достоинствах PC-Банкинга системы «iBank 2 UA».

Таким образом, опыт большинства российских банков показывает – как бы не развивались Интернет-технологии и телекоммуникации, существует достаточное количество корпоративных клиентов, которым необходимо исключительно офлайновое решение. Безусловно, текущая динамика подключения клиентов к Internet-Банкингу существенно выше, чем к PC-Банкингу. Но все же PC-Банкинг нужен, иначе консервативные клиенты вообще отказываются от услуг электронного банкинга и продолжают работать по старинке, ежедневно принося бумажные платежки в банк. Или же клиенты уходят в другой, более гибкий банк.

Современные офлайновые решения эволюционируют – меняют архитектуру, переходят на новую технологическую платформу, приобретают все лучшие достоинства онлайновых решений, но сохраняют свое главное преимущество – возможность работы в офлайне.

Современные онлайновые и офлайновые решения имеют тенденцию к объединению в единую систему – так проще управлять клиентами, ключами и правами, так проще интегрировать систему электронного банкинга с АБС и другими бэк-офисными программами банка.

Самые же передовые решения изначально проектируются для работы в офлайне и онлайне – имеют единую технологическую платформу, единую архитектуру, единый интерфейс пользователя, единые формы документов и отчетов, поддерживают единое пространство документов и ключей ЭЦП клиентов, позволяют одновременно работать в онлайне и офлайне, обеспечивают поддержку сложных схем обслуживания крупных корпоративных клиентов с территориально удаленными подразделениями.   
Необходимо отметить, что и Интернет-Банк, и Банк-Клиент имеют свои положительные и отрицательные особенности.

Основным положительным отличием Интернет-банкинга является отсутствие необходимости устанавливать на стороне клиента специализированное программное обеспечение. Клиент получает доступ к своим счетам через "стандартные" средства Интернета. За счет этого отличия банк добивается экономии в обслуживании клиентов, так как исключает затраты по установке и обслуживанию клиентской части программного обеспечения. Интернет-банкинг позволяет легко масштабировать бизнес-процессы, поскольку не зависит от роста или снижения клиентской базы. Новые продукты и услуги банка становятся моментально доступными всем Интернет-клиентам банка, так как все изменения происходят на сервере банка.

С точки зрения безопасности транзакций, в обоих случаях могут использоваться одинаковые механизмы криптозащиты. Но ситуацию осложняет тот факт, что изначально Интернет не проектировался как защищенная сеть. Поэтому данные, передаваемые по Сети (через Интернет-Банк), могут быть легко перехвачены с помощью достаточно быстрых и доступных средств. Даже телефонные разговоры перехватывать существенно сложнее. Кроме того, при проведении транзакций через Интернет возникает дополнительный операционный риск провайдера (компании, предоставляющей клиенту доступ в Сеть). Таким образом, платежи через систему Банк-Клиент на сегодняшний день все-таки более безопасны.

Существует миф, активно поддерживаемый банками и разработчиками программного обеспечения, о том, что только Интернет-банкинг позволяет клиенту работать в он-лайне по схеме 365\*7\*24 (365 дней в году, 7 дней в недели и 24 часа в сутки). Режим доступа к банку и возможность управления счетами 24 часа в сутки зависит вовсе не от Интернет-банка, а от политики проведения платежей клиентов. Если, с финансовой стороны, банковская ликвидность и, с технологической стороны, автоматизированная система банка позволяют осуществлять платежи в реальном времени, то клиент имеет возможность работать по схеме 365\*7\*24, используя Телефон-Банк, Клиент-Банк, Интернет-Банк и другие доступные средства дистанционного обслуживания.

Проведение платежей в реальном времени является отдельным вопросом банковского менеджмента. Коротко можно отметить, что банк, тщательно планирующий и рассчитывающий эффективность своей деятельности, не должен огульно применять платежи в реальном времени для всех своих клиентов. Такой подход приводит к резкому увеличению оборачиваемости расчетных счетов и снижению средних остатков на них, что приводит к необходимости увеличения ликвидных активов банка, следовательно, приводя к снижению его рентабельности (в банковской системе уже есть примеры банков, столкнувшихся с данной проблемой). Таким образом, услуга по проведению платежей в реальном времени должна предоставляться целевой группе клиентов (например, крупным холдингам) за определенную плату, покрывающую издержки банка от увеличения ликвидности. Не надо забывать тот факт, что комиссии российских банков за обслуживание клиентов по-прежнему в десятки раз ниже аналогичных комиссий западных банков. Российские банки зарабатывают в основном процентные доходы, величина которых в четыре-пять раз превышает размер комиссионных доходов, в то время как у западных банков эти показатели примерно равны.

Еще одним мифом в текущих условиях является идея о замене филиальной сети "виртуальным" отделением банка. Ввиду неразвитости инфраструктуры и низкого уровня массовой культуры потребления банковских услуг для России это только далекое будущее. Зачастую клиентов интересует ежедневная инкассация, кроме того, для открытия и пополнения счетов необходимо физическое посещение офиса банка. Отсутствие нормативной базы значительно повышает риски банков при проведении электронных транзакций.

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

Система BS-Client, разработанная российской компанией Банк'с софт системс, и система немецкой фирмы Brokat, внедряемая российской компанией СервоКомп, наиболее удовлетворяют комплексному многоканальному подходу к дистанционному обслуживанию. Первая система ориентирована на средние российские банки, вторая же ввиду большей стоимости ее внедрения предназначена для крупнейших банков. Итак, возможности дистанционного управления финансами сейчас реально ограничены 3 вариантами: Банк-Клиент, Телефон-Банк и Интернет-Банк, о которых и пойдет речь далее.

Внедрение систем дистанционного банковского обслуживания позволяет охватить все группы клиентов. Крупные предприятия (VIP-клиенты) предпочтут стабильность и высокую надежность Банк-Клиента. Их полностью устроит стационарная система, гарантирующая осуществление платежей, мобильность для таких организаций - не главное. Но в то же время дополнительно они получат возможность управления средствами также и через Сеть. Целевой группой для Телефон-Банка являются, прежде всего, держатели банковских карт, предприниматели и предприятия малого бизнеса. Пока Телефон-банкинг предлагает лишь услуги телефонного информатора, но возможность для WAP-банкинга уже реализована в системах ДБО. Интернет-банкинг является, прежде всего, системой массового обслуживания, поэтому должен быть ориентирован на широкий круг клиентов: физических лиц, предпринимателей и предприятий малого и среднего бизнеса.

Затрагивая тему эффективности комплекса дистанционного банковского обслуживания, необходимо отметить историю использования систем удаленного управления счетами Банк-Клиент, которая наглядно показывает, что данная система полностью оправдала свое внедрение. Доля электронного документооборота юридических лиц у некоторых банков достигает 60%. Система Банк-Клиент позволяла банкам существенно наращивать клиентскую базу либо совсем без увеличения, либо с гораздо меньшим увеличением площадей операционных залов и численности операционного персонала.

Вопросы эффективности и окупаемости Интернет-проектов являются самыми сложными и неприятными. ИТ-подразделениям всегда хочется реализовать проект красиво и удобно, а коммерческая сторона зачастую игнорируется. Инетрнет-банкинг скорее является венчурным проектом, не предполагающим отдачи в краткосрочном периоде. Это скорее работа на опережение, принцип выхода на рынок первым, который позволяет получить опыт, раскрутить имя и впоследствии иметь серьезные конкурентные преимущества. В России пока в достаточной степени не сложился платежеспособный спрос на услуги Интернет-банкинга. Но не следует забывать, что сегодня значительную долю пользователей Сети, около 30% максимальной аудитории РуНета, составляют студенты. Эти люди уже в достаточной степени приняли "Web-стиль" жизни, пройдет совсем немного времени, когда они выучатся и начнут зарабатывать. Именно эта категория будущих менеджеров и предпринимателей в скором времени предъявит спрос на высокотехнологичные интерактивные услуги. Вместе с тем создание банковского Интернет-проекта уже сегодня требует весьма больших ресурсов. Затраты на полноценное технологическое решение оцениваются в размере от 200 тысяч до 5 млн долларов в зависимости от размера банка и уровня сервиса. Плюс к этому необходимо получение лицензий ФАПСИ, которые обходятся в десятки тысяч долларов. И хотя прямой окупаемости подобных вложений добиться пока невозможно, то в случае внедрения комплексной системы дистанционного банковского обслуживания можно рассматривать косвенные факторы окупаемости. За счет предоставления клиентам новых возможностей многоканального удаленного управления ресурсами банк получает конкурентное преимущество, которое позволит окупить вложения за счет роста активов, привлечения новых клиентов, роста оборотов и транзакционных комиссий, сокращения расходов по сопровождению бумажного документооборота. Кроме того, существует имиджевый фактор. Рост числа банков, предоставляющих услуги Интернет-банкинга, приводит к тому, что Интернет-банкинг постепенно переходит в разряд стандартной услуги, без которой банк начинает терять конкурентоспособность. И хотя случаев привлечения клиента исключительно через Интернет пока еще нет, но примеры обратного опыта уже существуют: есть клиенты, которых удается удержать, только удовлетворив их запросы по интерактивному обслуживанию. Таким образом, комплекс дистанционного банковского обслуживания должен стать необходимым атрибутом современного коммерческого банка. И если еще год назад можно было рассуждать с теоретических позиций о его необходимости, то сегодня без его внедрения существует реальный риск, что онлайновые конкуренты не только в будущем не пустят банк в виртуальное пространство, но и выдавят с реального рынка.

**2.2 Перспективы развития электронного банкинга**

В последние месяцы наблюдается рост спроса на услуги интернет-банкинга, даже несмотря на ситуацию на финансовом рынке. Резко выросло и число пользователей, и объемы операций. В определенной степени банки сами спровоцировали этот бум.

В условиях экономического кризиса, когда банки принимают решения о сокращении своих филиальных сетей, достаточно предпосылок для совершения качественного рывка в продвижении услуг электронного банкинга. С другой стороны рост популярности интернет-услуг среди населения делает их развитие необходимым условием конкурентоспособности банков. Чтобы привлечь и удержать новых клиентов, банкам пришлось перестраивать бизнес, улучшать дистанционное обслуживание, снижать тарифы и внедрять новые сервисы.

Объем российского рынка электронного банкинга в 2009 году превысил 30 млрд. руб. По сравнению с 2008 годом прирост составил 47%, по сравнению с 2005 годом объемы рынка возросли ровно в 6 раз. При этом основной прирост обеспечил именно Интернет-банкинг, тогда как мобильный за год вырос на 43% и составил 2,3 млрд. руб. или 8,3% от общего рынка электронного банкинга в 2009 году. Отдельные крупные банки сообщают, что в 2009 году электронный банкинг вдвое увеличил обороты.

По видам платежей, осуществляемых посредством электронного банкинга, самой популярной услугой в России является оплата услуг сотовой связи – 48% платежей, оплата услуги доступа в Интернет – 12%. Услуги ЖКХ также вошли в число лидеров по количеству транзакций мобильного и интернет-банкинга – 11%. Платежи оффлайн по стандартным реквизитам и покупки в Интернет-магазинах составляют 9% и 8% транзакций соответственно, конвертация валют и проведение прочих платежей – 12%.

По приблизительным оценкам, в настоящее время общее число российских пользователей интернет-банкинга составляет всего лишь 1,2-1,5 млн. человек, из них 90% - физические лица. При этом можно отметить, что основная их часть приходится на несколько крупных банков с развитой системой дистанционного обслуживания: ВТБ24, Альфа-Банк, Росбанк, Сбербанк, в некоторой мере Росбанк, Банк Москвы и ЮниКредит Банк. Лучшим интернет-банком России признан Альфа-Банк.

На сегодняшний день банки предлагают достаточно широкий спектр услуг, однако у разных банков системы Интернет-банкинга существенно различаются по своей функциональности. Первый тип систем позволяет получить лишь информацию по счетам, второй – позволяет выполнять регулярные платежи всех основных типов, третий – выполнять практически весь комплекс банковских услуг вплоть до кредитования. Наибольшее распространение сейчас получили системы второй категории, поэтому в основном банки предлагают своим клиентам достаточно полный и весьма схожий комплекс услуг.

В более выигрышном положении оказались крупные банки. Как правило, они имеют более развитую информационную банковскую систему и готовы предложить клиенту не только возможность просмотра баланса, но и более сложные функции. С другой стороны, мелкие банки могут более индивидуально подходить к клиентам, активнее внедрять новые услуги, тогда как в крупных банках из-за сложности внутренних процессов внедрение той или иной функции становится крайне сложным и требует значительных временных затрат.

Выбор банками платформ и программных продуктов зависит в основном от потребностей клиентов. Банки, ориентированные на крупных юридических лиц, остановились по преимуществу на несколько консервативной, но хорошо защищенной системе «клиент-банк», где передача данных идет через выделенные каналы связи.

Для среднего и малого бизнеса скорость доступа к счетам из дома, офиса или другого города важнее надежности. Поэтому универсальные, а особенно розничные банки постепенно начали переходить на интернет-

технологии.

Пока же ситуация на российском рынке дистанционного банковского обслуживания значительно отличается от стран Европы и США. Если в мире системы «Банк-Клиент» занимают последнее место по востребованности, то в России такая услуга лидирует, за ней следует «Интернет-Клиент», а телефонный банкинг выполняет информационные функции и, как правило, является частью фронт-офиса банка. На эту услугу приходится основная нагрузка по удаленному информированию клиентов.

Что касается мобильного банкинга, то у большинства российских банков он ограничен рассылкой SMS об операциях по счету и не позволяет дистанционно управлять счетами. По данным аналитиков, этой услугой в

крупных банках пользуются до 30% держателей карт. Также с помощью SMS можно направить в банк запрос, в ответ на который клиенту сообщат остаток на счете или другую интересующую его информацию, например, сумму минимального платежа по кредиту. Но есть банки, в частности, ВТБ24, Альфа-Банк, Сбербанк, Банк Москвы, Росбанк, позволяющие клиенту с помощью мобильного телефона производить различные платежи и переводить деньги со счета на счет.

Учитывая отсутствие у значительной части населения России доступа к высокоскоростному проводному Интернету, внедрение мобильных услуг является наиболее эффективным решением. Можно утверждать с высокой степенью вероятности, что максимальный прирост клиентской базы в ближайшие годы будут показывать именно мобильные сервисы. Использование услуг электронного банкинга выгодно обеим сторонам. Клиент может в режиме онлайн оперативно управлять счетами и средствами на них, снижая временные и прочие издержки на поездки в банк. Банк экономит на ресурсах за счет оперативности обработки операций в электрон-

ном виде, обслуживания значительно большего числа клиентов при том же количестве банковских офисов и

персонала.

По оценкам экспертов, потенциал роста российского интернет-банкинга огромен. Сопутствующие рынки также активно развиваются. Так, аудитория российской зоны Интернета уже сейчас насчитывает 50 млн. пользователей, и согласно данным опросов каждый третий пользователь готов управлять своим банковским счетом через Интернет. Рынок интернет-торговли увеличивается на 30-50% ежегодно. Количество абонентов мобильной связи существенно превышает численность населения России.

Эксперты утверждают, что в ближайшие годы темпы роста составят не менее 100% в год. К концу 2010 года количество пользователей интернет-банкинга в России достигнет 3-4 млн. человек. Замедления динамики развития можно ждать не ранее 2011 года, когда рынок будет насыщен подобными услугами. В ближайшие 5 лет доля банковских операций, осуществляемых с использованием Интернет-банкинга, может достигнуть 50-60% от общего объема операций.

Перспективы развития Интернет-банкинга состоят в расширении функциональности систем, выходе на новые сегменты рынка. Банки планируют перевод части расчетно-кассового обслуживания физических лиц в дистанционную сферу, развитие интеграции между различными типами удаленного доступа, интеграцию Интернет-банкинга с самыми различными сервисами. Кроме того, будет расширяться спектр услуг и организаций, в пользу которых можно будет перечислять деньги, просто выбрав получателя из списка, в первую очередь это различные госплатежи. К новым услугам также можно отнести заказ пластиковых карт, получение кредита, оформление страховок, покупку и продажу паев.[4]

Основными преградами в развитии систем интернет-банкинга можно считать низкий уровень компьютерной и банковской грамотности населения, а также недоверие к новым технологиям. Законодательство в сфере электронного банкинга пока тоже несовершенно.

Таким образом, финансовый кризис поспособствовал активному внедрению услуг электронного банкинга, банки получили импульс к развитию, а в выигрыше оказался клиент.

**Заключение**

Подводя итоговую черту в данной курсовой работе отметим, что использование самых современных информационных технологий приносит банкам крупные прибыли и помогает им победить в конкурентной борьбе. Любая автоматизированная банковская система представляет из себя сложный аппаратно-программный комплекс, состоящий из множества взаимосвязанных модулей.

В банковской системе сегодня применяется самое современное сетевое и телекоммуникационное оборудование. От правильного построения сетевой структуры банковской системы зависит эффективность и надежность её функционирования.

В последние годы банковская система нашей страны переживает бурное развитие. Несмотря на существующие недостатки российского законодательства, регулирующего деятельность банков, ситуация неуклонно меняется к лучшему. Сегодня все больше банков делает ставку на профессионализм своих сотрудников и новые технологии.

 Трудно представить себе более благодатную почву для внедрения новых компьютерных технологий, чем банковская деятельность. В принципе почти все задачи, которые возникают в ходе работы банка достаточно легко поддаются автоматизации. Быстрая и бесперебойная обработка значительных потоков информации является одной из главных задач любой крупной финансовой организации. В соответствии с этим очевидна необходимость обладания вычислительной сетью, позволяющей обрабатывать все возрастающие информационные потоки. Кроме того, именно банки обладают достаточными финансовыми возможностями для использования самой современной техники. Однако не следует считать, что средний банк готов тратить огромные суммы на компьютеризацию. Банк является прежде всего финансовой организацией, предназначенной для получения прибыли, поэтому затраты на модернизацию должны быть сопоставимы с предполагаемой пользой от ее проведения. В соответствии с общемировой практикой в среднем банке расходы на компьютеризацию составляют не более 20% от общей сметы годовых расходов.

Интерес к развитию компьютеризированных банковских систем определяется не желанием извлечь сиюминутную выгоду, а, главным образом, стратегическими интересами. Как показывает практика, инвестиции в такие проекты начинают приносить прибыль лишь через определенный период времени, необходимый для обучения персонала и адаптации системы к конкретным условиям. Вкладывая средства в программное обеспечение, компьютерное и телекоммуникационное оборудование и создание базы для перехода к новым вычислительным платформам, банки, в первую очередь, стремятся к удешевлению и ускорению своей рутинной работы и победе в конкурентной борьбе.

**Библиографическая список**

1. Жуков Е.Ф. «Банки и банковские операции» – Москва.: ЮНИТИ, 2006.

2. Болецкая К. «Интернет-банкинг как часть розничного бизнеса». 2004. №10.

3. Банковское дело: Учебник / Под ред. Г.Г. Коробовой. – М.: Экономистъ, 2004. – 751 с.

4. http://science.ncstu.ru/conf/past/2010/xxxix/theses/economy

**Список литературы**

1. Свиридов О.Ю. Банковское дело. Серия “Экономика и управление”. – Ростов н / Д: Издательский центр “МарТ”, 2006. – 416 с
2. Банковское дело. Учебник. Под редакцией О.И. Лаврушина. - М., «Банковский и биржевой научно-консультативный центр», 1992 г.
3. Деньги, кредит, банки. Учебник для вузов. Под редакцией О. И. Лаврушина – М.: КноРус, 2005 г.
4. Вайнштейн Г. Интернет как фактор общественных трансформаций // Мировая экономика и международные отношения. — 2002. — №7.
5. Солонин И. Банки и интернет // http://bankir.ru/analytics/it/3/233
6. Экономика. Учебник. / Под ред. Архипова А. – М.: Проспект 2001. – 428 с.