Дистанционное банковское обслуживание в России и странах Европы и США

23.07.2009 08:00

На сегодняшний день банки предлагают достаточно широкий спектр услуг, объединенных общим термином - дистанционное банковское обслуживание (ДБО) // А.В. Пашкова, Ю.В. Иванова. Методический журнал «Банковский ритейл» №2/2009.

Рост информационных технологий существенно повлиял на стиль жизни современного человека. Все больше операций совершается с помощью телефона или Интернета, а возможность удаленного доступа к информации и услугам в режиме реального времени играет важную роль в развитии современного бизнеса. На сегодняшний день банки предлагают достаточно широкий спектр услуг, объединенных общим термином - дистанционное банковское обслуживание (ДБО).

Согласно оценкам аналитиков, число пользователей услуг дистанционного банковского обслуживания в мире в 2008 году превысило 200 млн человек. По прогнозам Всемирного банка, к 2010 году эта цифра вырастет до 300 млн, а уровень проникновения услуги в экономически развитых странах превысит 90%.

С точки зрения способов оказания услуг дистанционного банковского обслуживания можно выделить следующие виды:

- интернет-банкинг - оказание услуг ДБО на основе банковской системы платежей через интернет;

- мобильный банкинг - оказание услуг ДБО на основе мобильных технологий;

- внешние сервисы - киоски, банкоматы, ATM;

- телефонный банкинг - оказание услуг ДБО на основе банковской системы голосовых сообщений;

- классический «Банк-Клиент».

Наиболее востребованный и распространенный на сегодняшний день вид ДБО в мире - интернет-банкинг.

В США практически все крупнейшие банки оказывают услуги интернет-банкинга, в том числе Citicorp, Bank of America, Wells Fargo, Bank One, First Union, а количество пользователей насчитывает порядка 80 млн человек. По данным онлайнового опроса US Synergistics Research, в 2008 году почти пятая часть (18%) всех американских семей, подключенных к Интернету, осуществляла платежи через Интернет - оплату счетов, денежные переводы, погашение кредитов и оплату покупок.

В Европе, по данным исследовательской компании Berg Insight, количество пользователей интернет-банкинга в 2008 году превысило 100 млн человек.

В Англии на данный момент существует достаточное число крупных «чистых» интернет-банков, которые были образованы ипотечными банками и различными депозитными институтами для расширения сферы деятельности, например, Egg, Smile, First-e, Abbey National. При этом традиционные банки, такие как Barclays, HSBC, Lloyds TSB, в интернет-обслуживании также обладают сильными конкурентными позициями.

В Германии самым крупным интернет-сервисом располагает Deutsche Bank 24.

Широкое распространение банковские интернет-услуги получили и в северных странах: в Финляндии, Норвегии, Швеции их оказывают приблизительно 90% банков. Согласно последним исследованиям различных агентств, самый высокий уровень проникновения интернет-банкинга зарегистрирован в Швеции, где онлайновые финансовые операции совершают 54% пользователей. Для сравнения: в Норвегии онлайновые банки посещают 48,3% пользователей, в Дании - 43%, а в Италии - всего 12,7%.

Второй по популярности вид услуг ДБО - мобильный банкинг, являющийся логическим продолжением интернет-банкинга. Полноценный сервис подразумевает, что мобильный телефон является таким же средством платежа, как и банковская карта. Однако на данный момент во многих странах функционирует неполный вариант мобильного банкинга, так называемый SMS-банкинг с информационным уровнем доступа, позволяющий получать по SMS выписки об операциях по счетам, осуществлять наблюдение за счетом и пр. В некоторых случаях возможен операционный доступ - оплата ограниченного числа услуг, гораздо реже - товаров. При этом мобильный банкинг, как правило, доступен лишь владельцам дебетовых или кредитных карт банка.

Сервис мобильного банкинга в настоящее время является одним из основных преимуществ в конкурентной борьбе крупных финансовых учреждений: в США услуги мобильного банкинга предлагают порядка 45% всех банковских структур страны (614 банков). Для сравнения, в 2007 году, согласно данным стратегической консалтинговой компании Aite Group, услуги мобильного банкинга предоставляли только 245 банков США. По прогнозам, в 2009 году количество пользователей таких систем в США удвоится и составит примерно 21,1 млн абонентов, а к 2011 году достигнет показателя 35 млн.

Лидером в области мобильного банкинга является Bank of America Corp. Мобильные сервисы банк запустил в мае 2007 года, а к июню 2008 года привлек 1 млн мобильных пользователей.

На фоне роста числа банков в Европе и США, предлагающих услуги интернет-банкинга, основной тенденцией этого рынка можно назвать совершенствование и дополнение действующих сервисов. Так, в январе 2008 года Bank of America Corp. запустил усовершенствованное прикладное программное обеспечение, которое позволяет клиентам проверить свой баланс и оплатить счета путем использования Apple Inc. iPhone. Wells Fargo & Co начал в 2008 году продвижение услуги, которая позволяет бизнес-клиентам подтвердить перевод средств через мобильные телефоны. А центральным аспектом новой рекламной кампании Chase, отделения J.P. Morgan Chase & Co, стала услуга мобильного банкинга, позволяющая клиентам проверить свой баланс и получить другую информацию через обычное электронное текстовое сообщение.

При этом надо отметить, что данная тенденция характерна не только для крупных игроков, небольшие банки также начинают инвестировать средства в мобильный банкинг. BankPlus, дочерняя компания BancPlus Corp., заявила в 2008 году о новой услуге, позволяющей потребителям с помощью мобильного телефона осуществлять денежные переводы и следить за историей транзакций.

Сдерживающим фактором развития мобильного банкинга на данный момент являются опасения пользователей по поводу его безопасности. Как свидетельствуют опросы британских потребителей, только 5% респондентов полагают, что мобильный банкинг является абсолютно защищенным и безопасным. Однако аналитики считают, что банкам и другим игрокам этого рынка удастся убедить пользователей в безопасности нового метода оплаты, и пророчат мобильному банкингу бурное развитие. К 2010 году, по прогнозам Jupiter Research, оборот мобильной коммерции в мире достигнет $63 млрд, причем наибольшую часть этого объема составит мобильный банкинг.

Рынок мобильного банкинга весьма перспективен, технологически он не отличается от интернет-банкинга, но несет в себе принципиально новое и важное качество - мобильность. И, несмотря на тяжелое финансовое положение, банки США и Европы продолжают инвестировать в развитие мобильных услуг, понимая, что в скором времени потребители, в особенности молодежь, будут рассматривать наличие мобильного банкинга как обязательный критерий выбора того или иного финансового института.

Российский рынок дистанционного банковского обслуживания

Российский рынок дистанционного банковского обслуживания пока что значительно отстает от рынка Европы и США. 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 по итогам 2008 года число пользователей услуги выросло более чем в два раза и основная их часть приходится на несколько крупных банков с развитой системой дистанционного обслуживания (табл. 1).

Таблица 1. Количество пользователей интернет-банкинга в крупнейших розничных банках России

Банк

Количество пользователей интернет8банкинга, тыс. чел.

Альфа-Банк

430

УРАЛСИБ

400

ВТБ24

200

Райффайзенбанк

200

ЮниКредит Банк

123

Росбанк

68

МБРР

20

Источник: AnalyticResearchGroup, собственные оценки банков.

Эксперты рынка высоко оценивают его перспективы и утверждают, что в ближайшие годы темпы роста составят не менее 100% в год. Уверенный рост рынка будет обусловлен как распространением банковских продуктов среди населения, так и развитием сервисов дистанционного обслуживания.

К концу 2010 года количество пользователей интернет-банкинга в РФ достигнет 3-4 млн человек.

Пока же ситуация на российском рынке ДБО 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 интернет-банкинга, то у большинства участников рынка, активно использующих системы класса «Банк-Клиент», интернет-банкинг пока выполняет роль своеобразной справочной службы, в которой можно узнать баланс по счету или карте и получить выписку с историей операций. В типичной на сегодня модели интернет-банкинга активные услуги представлены минимально и, как правило, ограничиваются возможностью перечисления средств между своими счетами и платежами в адрес интернет-провайдеров или сотовых операторов.

Консервативный подход к новым технологиям взаимодействия с клиентами в основном проявляют небольшие банки, но есть в этой категории и крупные розничные игроки, которые разделяют операционный и информационный уровень доступа и по способу подключения, и по стоимости обслуживания, и по уровню защиты (Банк Москвы, Райффайзенбанк, МДМ-банк и другие).

Источник: AnalyticResearchGroup.

Рисунок. Размер комиссии за операции перевода средств со счета в интернет-банкинге и офисе банка

Стоимость подключения и обслуживания дистанционных услуг в российских банках на данный момент сильно отличаются (рис.). Например, Альфа-Банк, Банк Москвы, МДМ-банк, Райффайзенбанк, Росбанк, Промсвязьбанк, ЮниКредит Банк, Ситибанк не взимают абонентскую плату за доступ к интернет- банкингу, тогда как в Сбербанке, ВТБ24, НОМОС-Банке, УРАЛСИБе и многих других существует плата за обслуживание. Причем в некоторых случаях ее размер зависит от класса клиента. Так, в банке УРАЛСИБ дистанционное обслуживание через интернет стоит порядка 300 рублей в год, однако для держателей банковских карт класса Gold оно является бесплатным.

Кроме того, в некоторых банках помимо ежегодной платы за пользование системой интернет-банкинга необходимо приобретать специальные устройства, без которых нельзя проводить операции - чаще всего USB-токены (банк УРАЛСИБ, НОМОС-Банк).

Одно из преимуществ интернет-банкинга для клиентов - это перевод денег со счета на счет, в том числе и на счета внешних контрагентов в лице других банков. Конечно, межбанковские безналичные транзакции возможны и без участия электронных интерфейсов, но если внутрибанковские переводы в большинстве банков бесплатны, то перевод средств со счета в сторонние банки, так называемые «свободные реквизиты», - услуга платная. И многие российские банки привлекают клиентов к использованию интернет-банкинга для межбанковских платежей, значительно снижая комиссии при проведении оплат через дистанционные сервисы.

Что касается мобильного банкинга, то у большинства российских банков он по-прежнему ограничен рассылкой SMS об операциях по счету и не позволяет дистанционно управлять счетами. По данным компании i-Free, 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 (табл. 2).

Таблица 2. Стоимость услуг мобильного банкинга в российских банках

Банк

Название программы

Стоимость обслуживания, руб./год

Банк Москвы

Mobile-банкинг

Бесплатно

Юникредит Банк

Mobile Banking

Бесплатно

Сбербанк

Мобильный банкинг для держателей банковских карт. Экономный пакет

Бесплатно

Авангард

SMS8банкинг

Бесплатно

HandyBank

Мобильный банкинг HandyBank

Бесплатно

HandyBank, платежная система

SMS-банкинг HandyBank

Бесплатно

ВТБ24

SMS-банкинг «Телеинфо»

Бесплатно

ВТБ24

SMS-банкинг «Телебанк»

200

Промсвязьбанк

SMS-банкинг

270

ВТБ24

Мобильный банкинг «Телебанк»

300

Московский Банк Реконструкции и Развития

Мобильный банкинг М@Банк

360

Росбанк

Мобильный банкинг «Мобильный Клиент-Банк»

576

Райффайзенбанк

SMS-уведомления «SMS-Банк» для клиентов, открывших счета в отделениях и филиалах

700

Альфа-Банк

SMS-Банкинг «Альфа-Чек»

708

Альфа-Банк

Мобильный банкинг «Альфа-Мобайл»

708

МДМ-Банк

SMS-Банкинг

720

Сбербанк

Мобильный банкинг для держателей банковских карт. Полный пакет

720

Банк Москвы

SMS-банкинг

720

Райффайзенбанк

SMS-уведомления Raiffeisen MOBILE для клиентов, открывших счета в отделениях и филиалах

720

Ситибанк

SMS-банкинг. Услуга оповещений Citibank Alerting Service

780

Сбербанк

Мобильный банкинг по вкладам для владельцев вкладов и депозитов

930

Источник: AnalyticResearchGroup.

Таким образом, на сегодняшний день российский рынок ДБО имеет большой потенциал для роста. Однако в отличие от своих западных коллег российские банки пока не спешат инвестировать в развитие данного направления. Как показало исследование, проведенное AnalyticResearchGroup среди крупнейших российских банков, в настоящее время лишь несколько банков ведут активное продвижение услуг ДБО. Из них можно выделить ВТБ24, Альфа-Банк, Росбанк, Сбербанк, Ситибанк. Хотя основная тенденция западного рынка - совершенствование и дополнение действующих сервисов интернет-банкинга - характерна и для российского рынка.

Среди новых услуг, введенных в течение 2008 - I квартала 2009 года, можно выделить:

- Альфа-банк: программа «Деньги от А до Я» совместно с платежной системой Яндекс.Деньги;

- Банк Москвы: договоры комплексного обслуживания, позволяющие комплексно подключать услуги ДБО банка;

- Банк ВТБ24: программа «Мобильный бонус 10%» совместно с сотовым оператором «Билайн»; программы по оформлению кредитов по телефону «Один звонок» и «24 часа»; программа с МТС по оплате услуг сотовой связи с использованием банковских карт;

- Промсвязьбанк: запуск новой системы интернет-банкинга PSB-Retail;

- Росбанк: запуск новой системы мобильного банкинга «Мобильный Клиент-Банк»;

- Сбербанк России: запуск новой системы интернет-банкинга «Электронная сберкасса», новой системы мобильного банкинга «Мобильный банк по вкладам» и новой версии системы «Электронная сберкасса» («Сберб@нк» или «Сбербанк онл@йн»);

- ЮниКредит Банк: запуск новой системы интернет-банкинга «Enter.UniCredit».

Расширение функциональности системы было зафиксировано у Альфа-Банка, банка Авангард, ВТБ24, Райффайзенбанка, Росбанка и Ситибанка. Также можно отметить увеличение числа компаний-партнеров практически во всех исследуемых банках в категориях «мобильная и проводная связь», «спутниковое телевидение, «платежные системы», «интернет-провайдеры», «коммунальные платежи», которое затронуло и регионы.

Лучшим интернет-банком России, по версии журнала Global Finance, в 2008 году был признан Альфа-Банк. Также Альфа-Банк удостоен звания «Лучший интернет-банк по обслуживанию частных клиентов» в подкатегории «Управление счетами» в странах Центральной и Восточной Европы.

Перспективы развития российского рынка ДБО

В целом сегмент интернет-банкинга активно развивается, игроки рынка отмечают постоянный рост клиентской базы - от 40% в год. При этом по отдельным направлениям и банкам этот рост еще выше: ВТБ24, Сбербанк, Альфа-банк, Росбанк, ЮниКредит Банк - в 2 раза за 2008 год, Промсвязьбанк - в 3 раза за 2008 год, УРАЛСИБ - в 10 раз с 2007 года. По мнению аналитиков, замедления динамики развития можно ждать не ранее 2011 года, когда рынок будет насыщен подобными услугами.

На сегодняшний день, хотя банки активно работают в сфере расширения функциональности систем ДБО, выходят на новые сегменты рынка, продвижением и стимулированием продаж данных услуг всерьез занимаются лишь отдельные игроки: ВТБ24, Альфа-Банк, Сбербанк, в некоторой мере Росбанк, Банк Москвы и ЮниКредит Банк. И потребителю на рынке ДБО все еще не хватает информации, понятных справочных систем, а иногда и своеобразного «толчка» со стороны банка. И если существующее положение вещей сохранится, рост рынка к 2010 году, по оценкам аналитиков, не превысит 100%, тогда как при активном коммуникационном воздействии может составить 400% до 2011 года.

Некоторые банки уже принимают во внимание снижение доступности банковских услуг для потребителей и активно работают в области достижения взаимодействия с каждым конкретным потребителем, в том числе расширяя региональный охват компаний, с которыми заключаются договоры о сотрудничестве. Через системы ДБО предлагаются льготные либо бесплатные переводы средств, но пока это касается в основном сотовых операторов, интернет-провайдеров и операторов проводной телефонии.

Также банки стимулируют перевод части РКО физических лиц в дистанционную сферу. В этом плане показателен пример Альфа-Банка, который предлагает своим клиентам осуществлять необходимые конверсионные операции именно через интернет-банк, отмечая, что при отсутствии резких скачков на валютном рынке курсы конвертации через интернет-банк в основном являются более выгодными, чем при осуществлении тех же операций в банкоматах банка (с учетом комиссии за выдачу наличных денежных средств).

По оценкам экспертов рынка, потенциал роста российского интернет-банкинга огромен. Сопутствующие рынки развиваются не менее активно:

- аудитория российской зоны Интернета уже сейчас насчитывает 32 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 уже существенно превышает численность населения России.

В условиях экономического кризиса, когда компании принимают решения о сокращении своих филиальных сетей, достаточно предпосылок для совершения качественного рывка в продвижении дистанционного обслуживания. С другой стороны рост популярности интернет-услуг среди населения делает их развитие необходимым условием конкурентоспособности банков.

Однако, учитывая отсутствие у значительной части населения России доступа к высокоскоростному проводному Интернету, внедрение мобильных услуг является наиболее эффективным решением. Неслучайно еще в 2002 году достаточно консервативный в области дистанционных технологий Сбербанк одним из первых в России предложил услугу «Мобильный банк» владельцам своих карт, которая остается популярной и по сей день, насчитывая свыше 5 млн пользователей.

Таким образом, исходя из приведенных данных, можно утверждать с высокой степенью вероятности, что максимальный прирост клиентской базы в ближайшие годы будут показывать именно мобильные сервисы.

При этом многие аналитики рынка убеждены, что будущее мобильного банкинга в совершенствовании доступа в Интернет с телефона: клиент не должен быть стеснен в операциях и средствах управления, не важно, зашел он в интернет-банк с настольного компьютера, ноутбука, смартфона, КПК, iPhone или обычного мобильного телефона.

А.В. Пашкова, AnalyticResearchGroup, директор по развитию

Печать

Ю.В. Иванова, AnalyticResearchGroup, руководитель аналитического отдела