

Региональные проблемы развития интернет-банкинга

Ламтева Екатерина Дмитриевна¹

аспирантка

Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: Ekaterinalamteva@yandex.ru

Интернет как информационная структура прочно вошел в нашу жизнь, но количество услуг потребляемых через Интернет отличается в Москве и регионах.



Диаграмма 1 – Пользователи интернет

Это касается не только услуг предлагаемых интернет - магазинами, платными библиотеками в сети, но и услуг предоставляемых коммерческими банками, а именно электронного банкинга, который является наиболее динамичным направлением финансовых интернет - решений

Существует несколько причин, которые мешают успешному продвижению банковских Интернет-услуг в регионах, а именно на Северном Кавказе:

- Первая и наиболее важная проблема состоит в том, что далеко не все банки предлагают услуги интернет-банкинга в регионах, даже если таковые присутствуют в столице. По данным проведенного нами анкетирования восьми самых распространенных банков в Ставропольском крае было установлено, что около 37,5% коммерческих банков не предлагают такого рода услуги (информация на июнь 2006г.).

- Вторая проблема состоит в том, что: не уделяется достаточно внимания рекламе инноваций в сфере банковских услуг. Маркетинговое продвижение Интернет-услуг банками осуществляется слабо.

Кроме проблем вызванных недостатком информации, можно выделить ряд психологических проблем и проблем квалификации потребителя услуг:

- Региональный банковский клиент боится всего автоматизированного. Только 10% клиентов психологически и технологически готовы к операциям с помощью компьютеров.

- Персонал предприятий требует дополнительной подготовки в сфере информационных технологий. Официальное статистическое агентство Евросоюза опубликовало результаты последнего исследования европейцев, в котором специалисты определили роль высоких технологий и Интернета в жизни людей в

¹ Автор выражает признательность профессору, д.э.н. Королеву В.А. за помощь в подготовке тезисов.

зависимости от уровня их дохода, образования и возраста. Согласно результатам исследования Евростата: всего среди европейцев Интернетом пользуются 47% населения. А среди граждан России приблизительно 13%.

К последней группе проблем мешающих продвижению услуг ДБО на Северном Кавказе можно отнести следующую:

- В России, на сегодня деятельность банков в Интернете фактически регулируется только двумя нормативными актами:

1. Указание оперативного характера ЦБР от 3 февраля 2004 г. N 16-Т "О Рекомендациях по информационному содержанию и организации WEB-сайтов кредитных организаций в сети Интернет"

2. Федеральный закон «Об электронной цифровой подписи» от 10 января 2002 года №1-ФЗ.

Таким образом, деятельность банков на рынке Интернет-услуг фактически регулируется слабо, что влечет опасения со стороны потребителей услуг.

В России Интернет-банкинг продвигается сложно. К сожалению, у нас есть печальный опыт банковских кризисов, от которых страдал в основном средний класс – физические лица, которые во всем мире являются основными потребителями розничных банковских услуг. Конечно, корпоративные клиенты не могут не пользоваться услугами банков, но и они, наученные горьким опытом, стараются не держать остатки на счетах, а использовать бартер, наличные расчеты и т. д. Однако и в России в мае 1998 года в России появился первый банк – «Автобанк» (www.avtobank.ru), предложивший своим клиентам банковский Интернет-сервис. Позже и другие российские банки начали развивать это новое направление. Сегодня уже большое количество банков предлагают различные формы удаленного банковского обслуживания через сеть Интернет. При этом более половины банков предпочитают развивать услуги интернет-банкинга исключительно для юридических лиц, считая позиционирование на клиентов – физических лиц неоправданным в настоящее время.

Количественные показатели деятельности отечественных банков, продвигающих Интернет-сервис, выглядят очень впечатляюще даже с учетом сегодняшней, не самой лучшей ситуации в банковском секторе. Так, по данным компании «Интернет Маркетинг» банки обслуживающие физических лиц через Интернет, – «Автобанк», «Гута-банк», «Северная казна» – имеют очень хорошие показатели деятельности своих систем интернет-банкинга.

При благоприятной экономической ситуации на СК услуги интернет-банкинга могут успешно развиваться, но основным путем решения этой проблемы мы видим:

- снижение тарифов на ДБО;
- предоставление пробной версии систем интернет-банкинга;
- усиленное маркетинговое предложения услуг.

Литература

1. Опрос «Электронная Россия». Получено 04.09.2006 с <http://www.e-rus.ru/>.
2. Федеральный закон «Об электронной цифровой подписи» от 10 января 2002 года №1-ФЗ.
3. Фонд «Общественное мнение». Получено 04.09.2006 с <http://www.fom.ru/>.
4. www.internetfinance.ru
5. www.internetmarketing.ru
6. www.financepress.ru