

Обзор «Интернет-банкинг в России» подготовили:

Юрий Беликов,
эксперт, банковские рейтинги

Владимир Тетерин,
ведущий эксперт, банковские рейтинги

Антон Картусов,
заместитель директора, банковские рейтинги

Михаил Доронкин,
заместитель директора, банковские рейтинги

Станислав Волков,
директор, банковские рейтинги

Павел Самиев,
заместитель генерального директора

Интернет-банкинг в России: клиент всегда прав

Москва

2014

АНОНСЫ

В 2013 году 35,3% от общего количества банковских платежей клиентов-физлиц было совершено через сеть Интернет (рост на 4,9 п.п. по сравнению с 2012 годом)...

Росту проникновения услуг интернет-банкинга способствует популяризация дистанционных банковских сервисов посредством интеграции систем ДБО с социальными сетями и видеохостингами...

В целях развития систем ДБО поставщики внедряют дополнительные возможности, направленные на предоставление пользователю полного спектра услуг в сфере управления личными финансами...

Следуя принципу полного удовлетворения потребностей клиента, провайдеры интернет-банкинга начинают предоставлять возможность персонализации интерфейса системы...

В перспективе 2 лет развитие мобильного банкинга обеспечит значительный прирост доли активных пользователей ДБО и увеличит уровень проникновения данных услуг...

Обязанность банков с 1 января 2014 года компенсировать клиентам операции, совершенные без их согласия и информирования, заметно повысила риски мошенничества.

Функциональный разрыв между лидерами и аутсайдерами рейтинга продолжает сокращаться, а некоторые провайдеры, занявшие невысокие позиции в прошлогоднем рейтинге, осуществили полный перезапуск систем интернет-банкинга...

Значительные отклонения лидеров итогового рейтинга от своих позиций в рейтинговых листах по отдельным компонентам оценки говорят о недостаточно сбалансированной структуре инвестиций в системы интернет-банкинга...

Оглавление

Оглавление	3
Резюме	4
I. Рынок интернет-банкинга: тенденции и перспективы развития	8
Источники роста	8
Инструменты конкуренции.....	9
Требования к провайдерам	11
II. Рейтинг функциональности систем интернет-банкинга	13
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Интервью с Сергеем Осадчуком, генеральным директором системы HandyBank	16
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Рейтинг-лист «Эксперта РА»	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. О рейтинговом агентстве «Эксперт РА»	Ошибка! Закладка не определена.

Резюме

Обострение конкуренции на рынке ДБО побуждает провайдеров интернет-банкинга вкладывать все больше средств в развитие инструментов управления личными финансами пользователя. Но нельзя экономить и на безопасности: с 1 января 2014 года банки обязаны компенсировать клиентам операции, совершенные без их согласия и информирования, что повысило риски мошенничества.

Рынок интернет-банкинга насыщается: доля онлайн-транзакций в общем объеме платежей ФЛ по-прежнему растет, но темп ее прироста замедляется. За 2013 год доля интернет-транзакций в количестве и объеме банковских платежах физлиц возросли до 35,3% и 15,3%, соответственно. По сравнению с 2012 годом темп прироста количественной доли практически не изменился, а объемной – сократился на 6,8 п.п. Фаза массового внедрения интернет-банков пройдена, а провайдеры конкурируют на уровне функциональной оснащенности систем. В перспективе 1-2 лет тенденция замедления роста совокупного объема онлайн платежей сохранится, но проникновению ДБО также поспособствуют субъективные факторы, такие как ограничение объема платежей с использованием электронных кошельков без идентификации клиентов.

Для обеспечения роста доли активных пользователей систем ДБО провайдеры дополняют их множеством функций, не связанных напрямую с осуществлением платежей. Ключевая установка – предоставить пользователю полный набор средств управления личными финансами. В числе дополнительных функций – персональный бюджет, визуализация расходов, автоматические платежи по заданному графику. Финансами дополнительный функционал не ограничивается. Провайдеры ДБО предлагают интеграцию систем с популярными внешними сервисами (социальными сетями и видеохостингами) и обеспечивают возможность персонализации интерфейса пользователя.

В топ-5 рейтинга функциональности систем интернет-банкинга для физлиц только один новый участник. Мультибанковская система HandyBank сохранила первенство в рейтинге за счет очень широкого функционала и высокого уровня защищенности, включающего автоматический анализ потенциально мошеннических действий. За ней следуют АЛЬФА-БАНК и ФГ ЛАЙФ, а Банк24.ру, занявший второе место в прошлогоднем рейтинге, сделал ставку на развитие ДБО для юрлиц, и счел нецелесообразным участвовать в рейтинге систем для физлиц. Подняться на три позиции в рейтинге удалось Банку Русский Стандарт: его система прибавила как в числе поставщиков услуг, так и в ряде сервисных функций, включающих инструменты управления личными финансами.

Ужесточение законодательного регулирования рынка ДБО станет причиной дополнительных расходов провайдеров. С 1 января 2014 года банк обязан возместить клиенту сумму операции, совершенной без его согласия и информирования со стороны банка. Интернет-мошенники готовят новые схемы, а клиенты могут просто забыть сообщить банку о смене контактных данных. Во избежание конфликтов рынку нужны новые законодательные инициативы, определяющие ответственность клиента как стороны информационного обмена, а системам ДБО – дополнительные инвестиции в безопасность.

Потенциал развития ДБО – приложения для мобильных платформ. В сегменте мобильного банкинга пока не достигнут полный охват рынка и спектра дистанционных банковских услуг. Передовики ДБО совершенствуют функционал

облегченных версий систем, отстающие еще находятся в процессе выбора между собственными разработками и предложениями аутсорсинговых компаний. Последние, по мнению «Эксперт РА», могут предложить оптимальные решения, внедрение которых поспособствуют дальнейшему проникновению дистанционных банковских сервисов.

По прогнозам «Эксперт РА», объемная доля банковских транзакций физлиц через Интернет вырастет до уровня не ниже 18,5% по итогам 2014 года. Замедление темпов ее прироста продолжится на фоне насыщения рынка и смещения приоритетов части пользователей от базовых платежей к комплексному финансовому менеджменту. Конкуренция провайдеров при этом обострится. Одни решатся на полный перезапуск систем, другие попытаются соблюсти баланс между оптимизацией расходов и расширением спектра клиентоориентированных сервисов. В сфере приложений для мобильных платформ пока сохранится существенный потенциал роста рынка. Благодаря этому, а также на фоне постепенного покрытия отстающими провайдерами полного списка базовых платежей, количественная доля онлайн транзакций не сбавит темп прироста. По итогам 2014 года «Эксперт РА» прогнозирует ее на уровне 40-41%.

В рейтинге функциональности систем интернет-банкинга мы оценили возможности (функции) и уровень безопасности, которые предоставляют системы интернет-банкинга пользователям. Источником информации для рейтинга послужили анкеты банков и аутсорсинговых компаний. Аутсорсинговые системы оценивались по пакету услуг, предоставляющих наибольший функционал.

В исследовании под **интернет-банкингом** понимается предоставление пользователю (потребителю банковских услуг) доступа к дистанционным банковским сервисам (включая доступ к счетам и осуществлению операций по ним) с любого компьютера, имеющего соединение с сетью Интернет, через браузер.

Под **мобильным банкингом** понимается разновидность интернет-банкинга, предполагающая предоставление доступа к дистанционным банковским сервисам через специальное приложение для какой-либо мобильной платформы (на базе iOS, Android OS, Windows Mobile и др.) Наличие доступа к ДБО через мобильные приложения не оказало влияния на рейтинг систем интернет-банкинга.

Анализ проводился по трем сегментам: внешний платежный функционал (вес 38%), внутренние операции и сервисные функции (40%), информационная и финансовая безопасность (22%).

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 разнообразие поддерживаемого программного обеспечения.

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

Удобство интерфейса, надежность банка и число зарегистрированных пользователей не оказывали влияние на место банка в рейтинге.

Ответы по количественным вопросам нормировались и сглаживались для согласования их влияния с качественными вопросами (предусматривающими ответ «да» или «нет»).

При формировании рейтинга в апреле 2014 года учитывались некоторые функции, которые при составлении прошлого рейтинга не оценивались агентством. В их числе, например, персональный бюджет и финансовое планирование, запрос справок из бюро кредитных историй и возможность блокировки карты. Корректировки в методике незначительны, поэтому позиции в прошлогоднем и текущем рейтингах являются сопоставимыми.

Была проведена выборочная проверка присланных банками анкет. По её результатам ряд баллов был скорректирован. Банкам, предоставившим данные, не подтвердившиеся в ходе проверки, были начислены штрафные баллы.

В анкетировании приняли участие **68 российских банков и 2 аутсорсинговых компании:**

система HandyBank; ЗАО «Нефтепромбанк»; АКБ «Абсолют Банк» (ОАО); ОАО АКБ «АВАНГАРД»; ОАО Банк АББ; ЗАО «Автоградбанк»; ООО КБ «АйМаниБанк»; ОАО «АК БАРС» Банк; ОАО АКБ «Балтика»; АКБ «РосЕвроБанк» (ОАО); ОАО «АЛЬФА-БАНК»; «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ОАО); ЗАО «Банк Интеза»; ОАО Банк «Народный кредит»; ОАО «БАНК ОРЕНБУРГ»; ОАО Банк «Открытие»; ОАО Банк «Петрокоммерц»; ОАО «БАНК СГБ»; Банк

«Гаврический» (ОАО); ОАО «БИНБАНК»; ОАО «ВБРР»; Банк «Возрождение» (ОАО); ВТБ 24 (ЗАО); ЗАО НГАБ «Ермак»; «Запсибкомбанк» ОАО; ООО КБ «КОЛЬЦО УРАЛА»; ОАО «Крайинвестбанк»; ЗАО «Кредит Европа Банк»; «КУБ» ОАО; ОАО «МДМ Банк»; ОАО «Меткомбанк»; ОАО «МЕТКОМБАНК»; ОАО «МИНБ»; ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК»; ОАО «НИКО-БАНК»; «НОМОС-БАНК» (ОАО); ОАО «Нордеа Банк»; ОАО КБ «Акцент»; ОАО «Липецккомбанк»; ООО «Хакасский муниципальный банк»; ОАО «ОТП Банк»; ОАО «Первобанк»; ОАО СКБ Приморья «Примсоцбанк»; ОАО «Промсвязьбанк»; ООО КБ «РОСАВТОБАНК»; ОАО «РГС Банк»; ЗАО «Банк Русский Стандарт»; ЗАО «РУССТРОЙБАНК»; ОАО «Банк «Санкт-Петербург»; СБ Банк (ООО); Связной Банк (ЗАО); ОАО АКБ «Связь-Банк»; ОАО «СМП Банк»; АКБ «Спурт» (ОАО); ОАО «АИКБ Татфондбанк»; ТКС Банк (ЗАО); ОАО «УБРиР»; ООО «УралКапиталБанк»; ОАО «УРАЛСИБ»; Процессинговый центр Faktura.ru (ГК ЦФТ); ООО «ХКФ Банк»; ОАО КБ «Центр-инвест»; ОАО «ЧЕЛЯБИНВЕСТБАНК»; КБ «ЮНИАСТРУМ БАНК» (ООО); банки Финансовой ГРУППЫ ЛАЙФ (ОАО АКБ «Пробизнесбанк»; ЗАО АКБ «ЭКСПРЕСС-ВОЛГА»; ОАО «ВУЗ-банк»; ОАО «Газэнергобанк»); ОАО КБ «Пойдем!».

По итогам исследования было проведено интервью с Сергеем Осадчуком, генеральным директором системы HandyBank, занявшей первое место в рейтинге.

Полный текст интервью читайте на сайте www.raexpert.ru с 01.06.2014.

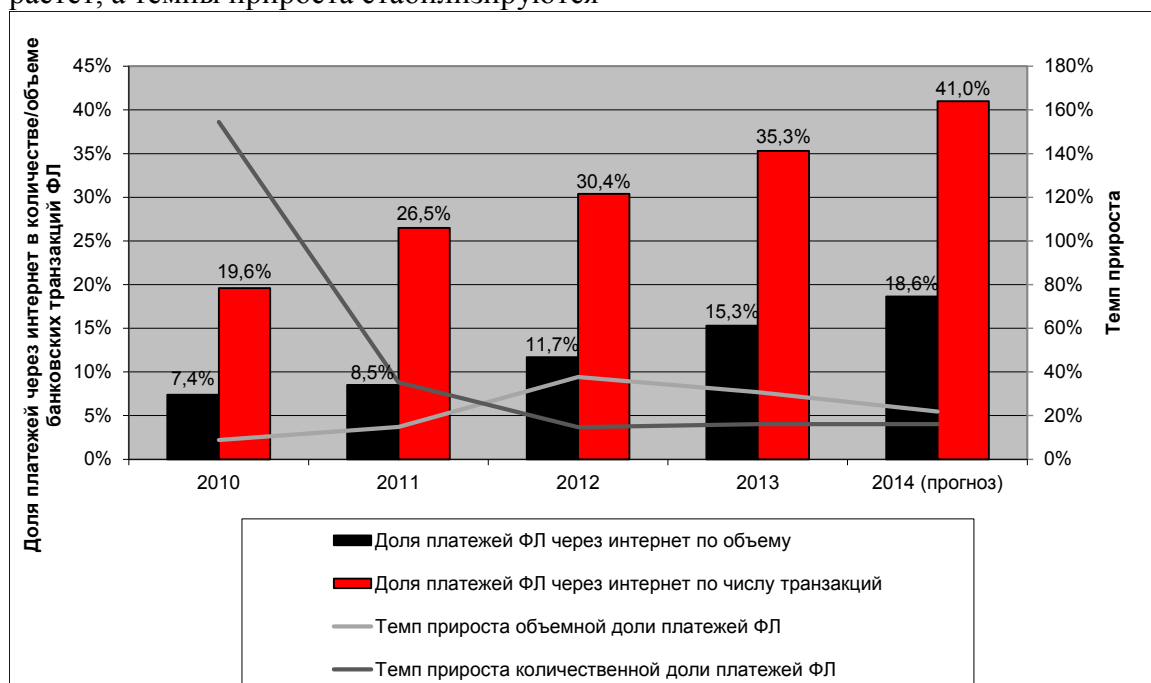
Выражаем признательность всем представителям компаний, принявших участие в исследовании.

I. Рынок интернет-банкинга: тенденции и перспективы развития

Источники роста

Популярность дистанционных банковских сервисов продолжает устойчиво расти, однако появились признаки постепенного насыщения рынка ДБО. В 2013 году 35,3% от общего количества банковских платежей клиентов-физлиц было совершено через сеть Интернет (рост на 4,9 п.п. по сравнению с 2012 годом). Доля данных транзакций в общем объеме платежей физлиц составила 15,3% (1,1 трлн руб. в абсолютном выражении) за 2013 год, превысив аналогичный показатель предыдущего года на 3,6 п.п. Темп прироста доли платежей через интернет в количестве банковских транзакций физлиц практически не изменился, а в их совокупном объеме – замедлился (см. График 1). Небольшое снижение темпа прироста по сравнению с прошлым годом говорит о взрослении рынка услуг интернет-банкинга.

График 1. Доля банковских транзакций населения, совершенных через Интернет, растет, а темпы прироста стабилизируются



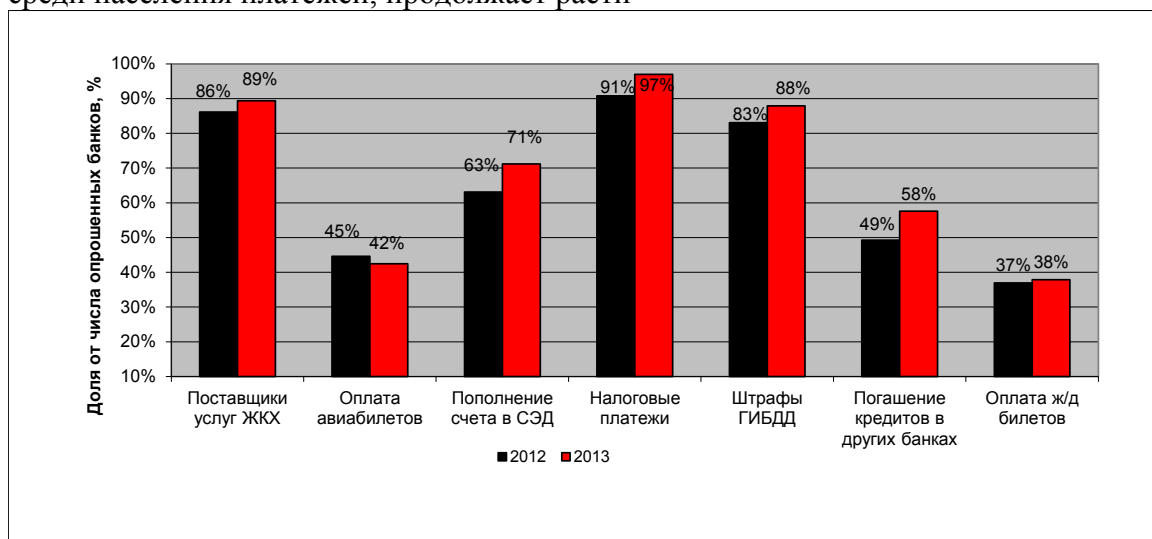
Источник: оценка и прогноз «Эксперт РА», данные ЦБ РФ

Рост проникновения услуг интернет-банкинга обусловлен развитием технологической базы банков и популяризацией их дистанционных сервисов посредством новых каналов распространения информации. Например, интеграция некоторых систем ИБ с социальными сетями и видеохостингами обеспечила привлечение части интернет-аудитории, не имевшей непосредственной заинтересованности в банковских услугах. Консервативные в отношении клиентской базы банки делают ставку на развитие функциональных возможностей систем, расширяя спектр транзакций, доступных для дистанционного осуществления. В равной для всех участников рынка степени распространению интернет-банкинга способствует рост внимания государства к законодательной базе (которая, тем не менее, остается далека от совершенства) данного сегмента.

Анкетирование участников исследования выявило повышенное внимание банков к расширению перечня услуг, предлагаемых системой клиенту. Устойчиво растет доля систем ИБ, в которых пользователю доступны такие виды онлайн-платежей, как налоговые платежи, штрафы ГИБДД, оплата услуг ЖКХ, железнодорожных и авиабилетов, пополнение счета в системе электронных денег и погашение кредитов в других банках (см. График 2). Подавляющее большинство систем предлагает клиентам возможность осуществлять операции с депозитными счетами в банке. Напротив, рост предложения кредитных продуктов через системы ДБО не наблюдается. Доля систем с возможностью оформления заявок на получение кредитов составила 35%, что в точности соответствует прошлогоднему значению. При этом дистанционное подписание кредитного договора возможно лишь в 14% исследованных интернет-банках. Аналогично, практически не возросла доля систем, предлагающих операции по брокерским счетам клиентов: 14% против 12% годом ранее. Ряд банков предоставляет возможность дистанционных операций по обезличенным металлическим счетам. Внедрение данного функционала, зачастую остается вопросом специализации банка, а не рыночным трендом, продиктованным массовыми потребностями клиентов, однако потенциал сегмента ОМС в рамках систем ИБ может раскрыться в среднесрочной перспективе.

В среднесрочной перспективе вклад в распространение ДБО внесет дальнейшее законодательное ограничение объема платежей с использованием электронных кошельков

График 2. Доля систем ДБО, предлагающих базовый набор наиболее популярных среди населения платежей, продолжает расти



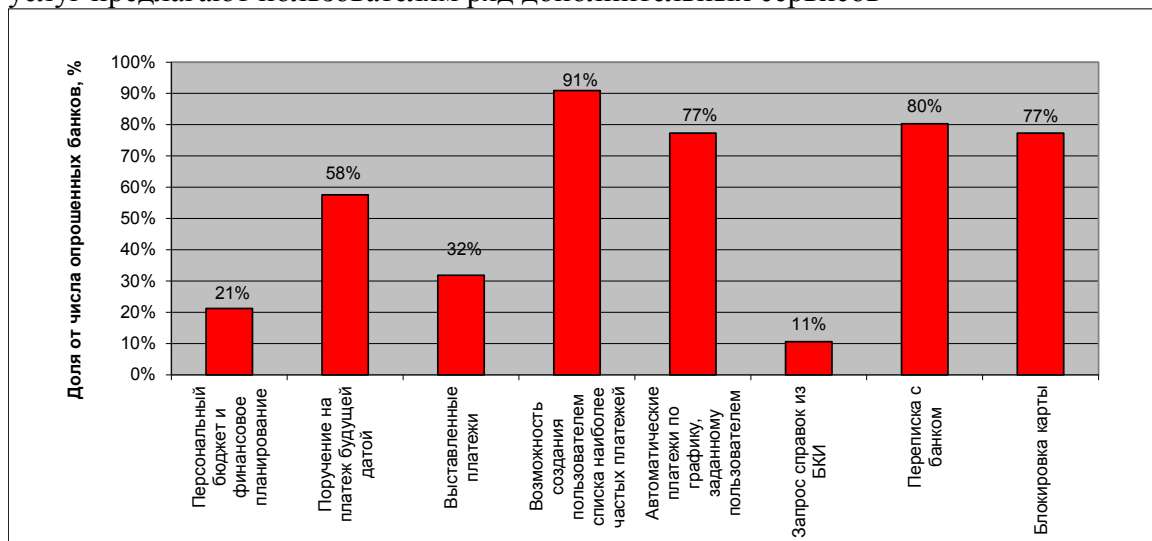
Источник: оценка «Эксперта РА» по результатам анкетирования

Инструменты конкуренции

Доля активных пользователей систем ИБ (совершающих не менее одной транзакции в месяц) в совокупной клиентской базе физлиц в банках неуклонно растет. Ряд банков (Банк Таврический, ВБРР, Банк Ермак, МКБ, Росавтобанк) оценил значение данного показателя на уровне более 50% по итогам 2013 года, а самые амбициозные прогнозные значения по итогам 2014 года достигают 80%. На этом фоне функциональность и удобство системы ДБО становятся одним из залогов стабильного роста клиентской базы банков. В целях развития систем поставщики услуг интернет-банкинга не только наращивают платежный функционал, но и внедряют дополнительные возможности, направленные на предоставление пользователю полного спектра услуг в сфере управления личными финансами. Так в 21% исследованных систем ИБ реализованы функции персонального бюджета и финансового планирования, в рамках которых пользователю доступны открытие

целевых счетов, средства планирования операций и визуализации распределения расходов по категориям оплаченных услуг. Многие системы позволяют оформить поручение на платеж будущей датой и принимают счета, выставленные на оплату услуг поставщиком в интернет-банк клиента. А в 11% исследованных систем доступен запрос справок из бюро кредитных историй.

График 3. Осознавая, что базового функционала уже недостаточно, поставщики ИБ-услуг предлагают пользователям ряд дополнительных сервисов



Источник: оценка «Эксперта РА» по данным анкет банков

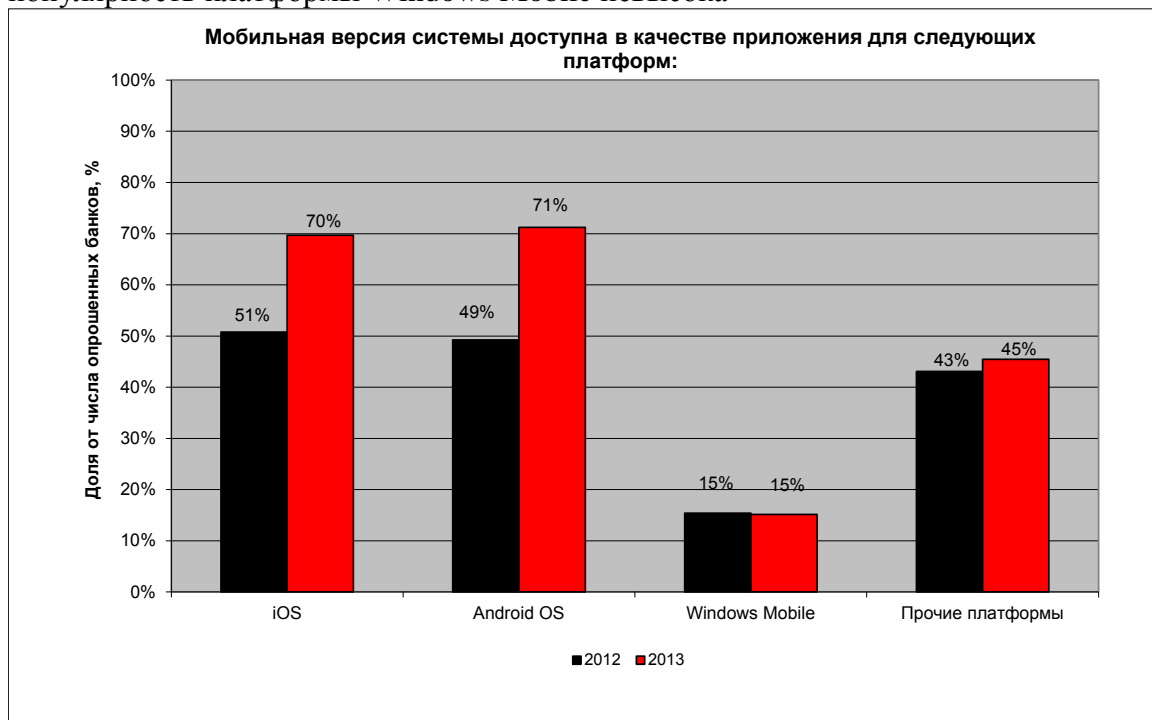
Следуя принципу полного удовлетворения потребностей клиента, интернет-банки начинают предоставлять возможности персонализации интерфейса системы. Новаторы (или адаптирующие зарубежные практики на российском рынке) предлагают набор виджетов на главной странице системы ДБО. Пользователю доступна их настройка, а при отсутствии инициативы с его стороны, система самостоятельно упорядочит виджеты в соответствии с частотой обращения пользователя к тем или иным сервисам. Подобные внедрения пока немногочисленны и требуют значительных затрат. Их целесообразность сложно оценить. Зачастую участники исследования видят большой потенциал в программах лояльности, а заявленные ими бюджеты на развитие интернет-банкинга в среднем невелики и, как правило, являются предметом оптимизации на горизонте 1-2 лет.

В условиях обострения конкуренции на рынке ДБО провайдеры интернет-банкинга предлагают клиенту полный спектр инструментов управления личными финансами

Более реалистичной и оправданной задачей выступает распространение мобильного банкинга. Пользователи 73% (против 57% годом ранее) исследованных систем могут получить доступ к ним через приложение для мобильного телефона или одной из наиболее популярных мобильных платформ (см. График 4). Как и прежде, со значительным отрывом лидируют приложения для iPhone и Android. Однако рынок мобильного банкинга еще далек от насыщения. В его масштабах выборка «Эксперт РА» недостаточно репрезентативна: мобильными версиями успели обзавестись передовые системы, но многие из не участвующих в исследовании поставщиков ИБ-услуг пока не готовы предложить клиенту мобильный банкинг. Так, например, из второй сотни банков по активам только 21 банк располагает версией системы для iOS (для сравнения отсутствие такого приложения по топ-100 зафиксировано у 48 банков). Важной задачей остается и расширение функциональных возможностей мобильных приложений – новой области конкуренции участников рынка ДБО. В перспективе 2-х лет развитие мобильного банкинга обеспечит значительный прирост доли активных

пользователей ДБО и увеличит уровень проникновения данных услуг. Оптимальным решением для банков в этой сфере могут стать предложения аутсорсинговых компаний, которые в силу своей специализации и опыта работы способны выдержать баланс между доступностью, функционалом и защищенностью мобильных приложений.

График 4. Приложения для iOS и Android OS остаются в тренде, тогда как популярность платформы Windows Mobile невысока



Источник: оценка «Эксперта РА» по данным анкет банков

Требования к провайдерам

Рост популярности ДБО диктует необходимость совершенствования законодательного регулирования данной сферы. Однако не все из свежих законодательных инициатив безоговорочно способствуют формированию здоровой рыночной инфраструктуры. С 1 января 2014 года вступил в силу ряд пунктов статьи 9 «Порядок использования электронных средств платежа» федерального закона от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе». В первую очередь, директивы коснулись порядка информирования клиента о совершенных дистанционно операциях и ужесточили соответствующие требования к банкам. При этом закон не дает ответов на ряд вопросов, возникших в результате изменений в 161-ФЗ. Во-первых, не установлена ответственность клиента за предоставление недостоверных контактных данных или их несвоевременную актуализацию. Во-вторых не определена ответственность операторов за несвоевременную доставку SMS-сообщений (как способ информирования клиента применяется в 91% исследованных систем ДБО). Такая ситуация повышает вероятность реализации рисков мошенничества. Если пробелы в законодательстве не будут оперативно урегулированы, они могут породить множество прецедентов для судебных разбирательств между банками, их клиентами и третьими сторонами, выступающими посредниками в информационном обмене.

В сочетании с надлежащим информированием об операциях по счетам, одним из основных требований к системам ИБ, как со стороны регулирующих органов, так и со стороны пользователей, остается защищенность персональных данных от внешних и

В сегменте мобильного банкинга пока не достигнут полный охват рынка и спектра дистанционных банковских услуг

внутренних угроз. На стадии идентификации пользователя в системе большинство банков предлагает многофакторную модель с вводом, помимо логина и пароля, SMS-кода (91% опрошенных) и (или) одноразового пароля, сгенерированного (44%) или доступного из предоставленного клиенту списка (32%). При этом ряд международных стандартов интернет-банкинга в сфере безопасности, например способ аутентификации DPA/CAP (криптокалькулятор в сочетании с чиповой картой), пока не нашел повсеместного распространения на российском рынке. В большинстве случаев несанкционированного доступа к системе первопричиной утечки данных выступает сам пользователь. Поэтому участники рынка не всегда находят в полной мере оправданным повышение уровня инвестиций в безопасность системы ДБО. Тем не менее, оно неизбежно в силу установленной с 1 января 2014 года статьей 9 161-ФЗ обязанности по возмещению клиенту суммы операции, совершенной без его согласия. Лидеры рейтинга «Эксперт РА» по безопасности систем ИБ уже реализовали автоматический анализ потенциально мошеннических действий и ряд дополнительных защитных мер, в числе которых автоматический выход пользователя из системы при его длительной неактивности, детализация истории входов в систему (время, место), контроль смены SIM-карты, используемой при получении кодов для авторизации.

II. Рейтинг функциональности систем интернет-банкинга

Умеренное изменение позиций в топ-10 рейтинга наглядно демонстрирует разнонаправленное расширение функционала систем ДБО провайдерами в погоне за активными пользователями. Лидер рейтинга – мультибанковская система HandyBank – уверенно сохранил прошлогоднюю позицию. Неограниченные платежные возможности и постоянно дополняемый (в отличие от многочисленных примеров разовых внедрений и перезапусков) спектр функций по-прежнему обеспечивают системе значительное преимущество перед конкурентами. Второе и третье призовые места разделили Альфа-Клик АЛЬФА-БАНКА и eLife ФГ ЛАЙФ. Банк24.ру, система которого заняла второе место в прошлогоднем рейтинге, сделал ставку на развитие интернет-банкинга для ЮЛ. Снижение приоритетности развития ДБО для ФЛ свело на нет целесообразность участия банка в рейтинге. Банк Русский Стандарт значительно упрочил свои позиции в рейтинге за счет увеличения охвата поставщиков услуг и расширения набора дополнительных сервисов, в числе которых персональный бюджет и запрос справок из бюро кредитных историй. В топ-10 рейтинга вырвался Банк Санкт-Петербург, реализовавший в своей системе полный цикл онлайн кредитования и множество средств автоматизации платежей пользователей. При этом конкуренция за 2-5 позиции возросла до предела, призеры идут еще плотнее, чем в прошлом году, когда данная тенденция была уже отмечена. Аналогичным образом, наблюдается дальнейшее сокращение функционального разрыва между первым и последним местом в рейтинге.

Обязанность банков с 1 января 2014 года компенсировать клиентам операции, совершенные без их согласия и информирования, заметно повысила риски мошенничества

Однако идеально сбалансированной по оцениваемым компонентам ни одну систему пока назвать не получается. Об этом свидетельствуют значительные отклонения лидеров итогового рейтинга от своих позиций в рейтинг-листах по отдельным сегментам. Причина – различная тактика борьбы за клиента на фоне строгого, в большинстве случаев, бюджетирования. Ставка на громкие внедренческие решения оправдывается только в краткосрочной перспективе. Для сохранения лояльности привлеченных пользователей многим из сегодняшних передовиков ДБО придется сконцентрироваться на всестороннем развитии систем и вдумчиво распределять соответствующие инвестиции.

Таблица 1. Итоговый рейтинг функциональности систем интернет-банкинга

Система интернет-банкинга	Банк	Место в рейтинге			
		Итоговый рейтинг	Внешний платежный функционал	Внутренний функционал и сервисные функции	Информационная и финансовая безопасность
Система HandyBank	Банки-участники системы HandyBank	1	1	4	1
Альфа-Клик	ОАО «АЛЬФА-БАНК»	2	5	1	5
eLife	ФГ ЛАЙФ (ОАО АКБ «Пробизнесбанк»; ЗАО АКБ «ЭКСПРЕСС-ВОЛГА»); ОАО «Вуз-банк»; ОАО «Газэнергобанк»)	3	2	2	6
Интернет-банк	ЗАО «Банк Русский Стандарт»	4	18	3	2
Faktura.ru	Процессинговый центр Faktura.ru (ГК ЦФТ)	5	3	6	15
Интернет-банк	ТКС Банк (ЗАО)	6	9	8	17
Номос-Линк	«НОМОС-БАНК» (ОАО)	7	19	7	3

Интернет-банк	ОАО «Банк «Санкт-Петербург»	8	7	9	19
АйКлик	ООО КБ «АйМаниБанк»	9	11	26	4
PSB-Retail	ОАО «Промсвязьбанк»	10	16	5	20
my.bancaintesa	ЗАО «Банк Интеза»	11	4	29	42
МКБ Онлайн	ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК»	12	32	13	7
КУБ-Direct	«КУБ» ОАО	13	31	15	8
Интернет-банк	ОАО АКБ «АВАНГАРД»	14	8	14	43
Интернет-банк	«Запсибкомбанк» ОАО	15	41	10	14
QBank	Связной Банк (ЗАО)	16	22	17	16
Интернет-банк	ОАО «УБРИР»	17	27	23	12
Открытие Online	ОАО Банк «Открытие»	18	24	27	10
Интернет-сервис	ОАО «МИНБ»	19	21	20	27
Интернет-Первобанк	ОАО «Первобанк»	20	13	32	18
Интернет-банк	ООО «ХКФ Банк»	21	23	22	30
Частный клиент	Банк «Таврический» (ОАО)	22	6	40	48
ОТПдирект	ОАО «ОТП Банк»	23	15	28	29
Интернет-банк	ЗАО «Кредит Европа Банк»	24	25	31	11
ikib.ru	ОАО «Крайинвестбанк»	25	39	12	32
Частный клиент	ОАО Банк АБВ	26	10	48	13
SBANK.RU Приват	СБ Банк (ООО)	27	45	11	33
УРАЛСИБ Интернет-банк	ОАО «УРАЛСИБ»	28	12	33	38
СМП ОН-Банк	ОАО «СМП Банк»	29	34	18	39
Частный клиент	ОАО «ВБРР»	30	28	35	9
Онлайн Партнер	ОАО «АИКБ Татфондбанк»	31	14	19	53
Интернет-Банк	ОАО КБ «Центр-инвест»	32	33	25	25
Телебанк	ВТБ 24 (ЗАО)	33	37	16	50
Частный клиент	ОАО «РГС Банк»	34	44	21	44
Vbank с тобой	Банк «Возрождение» (ОАО)	35	35	43	23
АК БАРС Online	ОАО «АК БАРС» Банк	36	30	30	47
Телебанк	ООО КБ «КОЛЬЦО УРАЛА»	37	50	24	41
Интернет-банк	АКБ «РосЕвроБанк» (ОАО)	38	40	34	31
РКВ on-line	ОАО Банк «Петрокоммерц»	39	26	37	46
iBank2	АКБ «Абсолют Банк» (ОАО)	40	29	46	22
Балтика Интернет-банк	ОАО АКБ «Балтика»	41	43	39	24
МЕГАПЭЙ	ОАО АКБ «Связь-Банк»	42	20	38	52
АТБ-Онлайн	Азиатско-Тихоокеанский Банк (ОАО)	43	17	53	21
МДМ online	МДМ Банк	44	36	44	35
МЕТКОМ-ОНЛАЙН	ОАО «МЕТКОМБАНК»	45	47	41	26
Интернет-платежи	ЗАО «Автоградбанк»	46	49	36	37
SGB-ONLINE	ОАО «БАНК СГБ»	47	46	42	40
Меткомбанк-Онлайн	ОАО «Меткомбанк»	48	38	47	45
Интернет-банк	ООО КБ «РОСАВТОБАНК»	49	48	45	51
РУССТРОЙБАНК-ОНЛ@ЙН	ЗАО «РУССТРОЙБАНК»	50	52	49	34
Nordea online	ОАО «Нордеа Банк»	51	42	52	28
Интернет-банк	ОАО Банк «Народный кредит»	52	51	51	36
Интернет-Банк	ОАО «Липецккомбанк»	53	53	50	49

Источник: оценка «Эксперта РА» по результатам анкетирования

Представители топ-10 систем интернет-банкинга по внешнему платежному функционалу давно освоили полный перечень востребованных клиентами платежей. Тем не менее, количество поставщиков услуг растет разными темпами, что обеспечивает ежегодные смены позиций ведущих интернет-банков.

Таблица 2. Топ-10 систем интернет-банкинга: внешний функционал¹

Место	Интернет-банкинг	Число поставщиков услуг, всего, шт.	Налоговые платежи	Штрафы ГИБДД	Онлайн-конвертация валют	Платеж на произвольные реквизиты

¹ Единица означает наличие опции в интернет-банкинге, ноль – отсутствие. В таблице приведено 5 параметров, всего оценивалось 20 параметров.

1	Банки-участники системы HandyBank	7812	1	1	1	1
2	ФГ ЛАЙФ (ОАО АКБ «Пробизнесбанк»; ЗАО АКБ «ЭКСПРЕСС-ВОЛГА» [№] ; ОАО «Вуз-банк»; ОАО «Газэнергобанк»)					
3	Процессинговый центр Faktura.ru (ГК ЦФТ)	16009	1	1	1	1
4	ЗАО «Банк Интеза»	9500	1	1	1	1
5	ОАО «АЛЬФА-БАНК»	12480	1	1	1	1
6	Банк «Гаврический» (ОАО)	3310	1	1	0	1
7	ОАО «Банк «Санкт-Петербург»	1353	1	1	1	1
8	ОАО АКБ «АВАНГАРД»	356	1	1	1	1
9	ТКС Банк (ЗАО)	3446	1	1	1	1
10	ОАО Банк АБВ	3042	1	1	0	1

Источник: оценка «Эксперта РА» по результатам анкетирования

Рейтинг по внутреннему функционалу и сервисным функциям за год претерпел кардинальные изменения. Банки запускали новые версии систем ДБО, в ряде случаев измененных до неузнаваемости. Для пользователя период адаптации к новому интерфейсу компенсировали вспомогательные сервисы, облегчающие управление личными финансами.

Таблица 3. Топ-10 систем интернет-банкинга: внутренний функционал и сервисные функции²

Место	Интернет-банкинг	Операции с депозитами	Автоматические платежи по графику, заданному пользователем	Платеж по образцу ранее совершенного платежа	Отчет по карточным операциям за любой период, выбранный пользователем	Информация о текущих кредитах (остаток задолженности, наличие просроченных платежей и график погашения)	Поручение на платеж будущей датой	Персональный бюджет и финансовое планирование	Мгновенное открытие виртуальной карты
1	ОАО «АЛЬФА-БАНК»	1	1	1	1	1	1	1	1
2	ФГ ЛАЙФ (ОАО АКБ «Пробизнесбанк»; ЗАО АКБ «ЭКСПРЕСС-ВОЛГА» [№] ; ОАО «Вуз-банк»; ОАО «Газэнергобанк»)	1	1	1	1	1	1	0	1
3	ЗАО «Банк Русский Стандарт»	1	1	1	1	1	1	1	1
4	Банки-участники системы HandyBank	0	1	1	1	1	0	1	1
5	ОАО «Промсвязьбанк»	1	1	1	1	1	1	1	1
6	Процессинговый центр Faktura.ru (ГК ЦФТ)	1	1	1	1	1	1	0	0
7	«НОМОС-БАНК» (ОАО)	1	1	1	1	1	1	1	1
8	ТКС Банк (ЗАО)	1	1	1	1	1	1	1	1
9	ОАО «Банк «Санкт-Петербург»	1	1	1	1	1	1	0	1
10	«Запсибкомбанк» ОАО	1	1	1	0	1	1	1	1

Источник: оценка «Эксперта РА» по результатам анкетирования

Несмотря на тот факт, что инвестиции в защищенность систем по приоритетности ощутило отставали от финансового обеспечения функциональных новаций, некоторые банки существенно проработали данный аспект и вошли в топ-10 или укрепили в нем свои прошлогодние позиции. Многофакторной аутентификацией уже никого не удивить, но передовики в сфере безопасности используют такие способы как сочетание криптокалькулятора и чиповой карты.

² Единица означает наличие опции в интернет-банкинге, ноль – отсутствие. В таблице приведено 8 параметров, всего оценивалось 36 параметров.

Таблица 4. Топ-10 систем интернет-банкинга: информационная и финансовая безопасность³

Место	Интернет-банкинг	Отдельные пароли на каждую операцию	Генератор одноразовых паролей	Виртуальная клавиатура	САРТ/НА	Лимиты по операциям, устанавливаемые банком	Лимиты по операциям, устанавливаемые клиентом	Детализация истории входов в систему (время, место)	Автоматический выход из системы при длительной неактивности
1	Банки-участники системы HandyBank	1	1	1	1	1	0	1	1
2	ЗАО «Банк Русский Стандарт»	1	1	1	0	1	1	1	1
3	«НОМОС-БАНК» (ОАО)	1	1	1	1	1	1	1	1
4	ООО КБ «АйМаниБанк»	1	0	1	1	1	1	1	1
5	ОАО «АЛЬФА-БАНК»	1	1	1	0	1	1	1	1
6	ФГ ЛАЙФ (ОАО АКБ «Пробизнесбанк»); ЗАО АКБ «ЭКСПРЕСС-ВОЛГА»; ОАО «Вуз-банк»; ОАО «Газэнергобанк»)	1	0	1	1	1	1	1	1
7	ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК»	1	0	1	1	1	1	1	1
8	«КУБ» ОАО	1	0	1	1	1	1	0	1
9	ОАО «ВБРР»	1	1	1	1	1	1	1	1
10	ОАО Банк «Открытие»	1	0	1	0	1	1	1	1

Источник: оценка «Эксперта РА» по результатам анкетирования

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Интервью с Сергеем Осадчуком, генеральным директором системы HandyBank

Насколько, по Вашим оценкам, возросла доля активных пользователей интернет-банкинга в клиентской базе банков за 2013 год? Что обеспечило дальнейший рост проникновения данных услуг в практику взаимодействия населения с финансовыми агентами?

Не берусь оценивать рост по рынку в целом. Оценки, которые можно встретить в прессе и в аналитических обзорах, довольно сильно разнятся. В целом оптимизм – правда, иногда доходящий до неправдоподобия. Что касается системы интернет-банкинга HandyBank – количество зарегистрированных пользователей увеличилось на 24%, а активных пользователей – более чем на 42% по сравнению с 2012 годом. У нас стало больше постоянных пользователей, а наши постоянные пользователи стали активнее.

Я выделяю два фактора, оказавших в прошлом году наибольшее влияние на рост популярности интернет-банкинга – это усилия компаний-разработчиков в создании более удобных в использовании продуктов, ориентированных на востребованные пользователями задачи, и влияние личного примера постоянных пользователей интернет-банкинга.

Остановлюсь немного на втором. Широкое распространение мобильных устройств – смартфонов и планшетов, конечно, делает интернет-банкинг более «публичным». Это одно из приложений гаджета, с которым встречаешься в AppStore и GooglePlay, которым пользуются на работе, в кафе и даже общественном транспорте. Пример «человека с интернет-банкингом» работает, он вошел в число стереотипов поведения.

³ Единица означает наличие опции в интернет-банкинге, ноль – отсутствие. В таблице приведено 8 параметров, всего оценивался 21 параметр.

Традиционно расширение аудитории дистанционных банковских сервисов происходило за счет собственно клиентов банка. Начинает работать новая модель – вовлечение в дистанционные банковские услуги через приложения и сервисы, ориентированные на социальные сети и другие «не банковские» области. Т.е. сам банк «спрятан», а на поверхности – инструмент решения финансовых отношений в соцсети, или другом привычном интернет-пользователю контексте. Это очень эффективный подход.

С 1 января 2014 года вступила в силу статья 9 161-ФЗ «О национальной платежной системе». Изменения коснулись, в первую очередь, порядка информирования клиента о совершенных операциях. Какое влияние, по Вашим оценкам, это оказало на формат взаимодействия банков с клиентами-ФЛ? В частности, каким образом возможно определить ответственность клиента за предоставление актуальных данных, а также посредников (в том числе, операторов мобильной связи) за своевременную передачу сообщения?

По непонятным пока причинам не произошло всплеска мошенничества. Продолжаем жить на бомбе и наблюдать, что будет.

Разумеется, для банков задача стоит более объемно – для них это вопрос не только финансовых рисков, но и соответствия требованиям регулятора. Клиенты банков, как правило, по-прежнему начинают понимать актуальность этого вопроса для себя только когда «гром грянет» и они сами станут жертвой фрода, а он в зоне ИБ не так велик, как в зоне карточных транзакций.

При этом если ответственность клиента за предоставление актуальных данных для связи с ним можно определить в договоре клиентского обслуживания, то ответственность посредников (например, операторов сотовой связи) за своевременную доставку – очень сложно. Причина – как сама достаточно сложная технология, так и мера ответственности, которую посредники готовы принять на себя. В такой ситуации ответственность неизбежно оказывается либо на клиенте, либо на банке – посредник от нее ускользает.

На российском рынке предложение услуг мобильного банкинга по-прежнему существенно уступает предложению ИБ-услуг. При каких условиях возможен значительный рост проникновения услуг мобильного банкинга?

По-хорошему, мобильный банкинг только еще должен найти нишу своего применения. Он еще долго не сможет вытеснить классический интернет-банкинг – для решения каждой задачи будет использоваться наиболее подходящий инструмент. Те задачи, которые могут и должны решаться «на ходу» – оплата мобильного, денежные переводы небольших сумм и т.д. – будут востребованы именно на мобильных устройствах. Но управление счетами, оплата услуг с большой стоимостью или требующих кропотливого формирования – это и еще многое другое будет делаться с ПК и ноутбуков в комфортных условиях дома, офиса.

В ближайшей перспективе одними из самых действенных стимуляторов роста рынка мобильного банкинга станут сервисы информирования о задолженностях и выставления счетов, что позволит выполнять достаточно сложные операции по оплате жилищно-коммунальных и других услуг в один клик с мобильного устройства. Тут можно сделать следующее обобщение: расширение использования смартфона как терминала оплаты гарантировано, если он будет использоваться именно как средство подтверждения платежа, т.е. когда сформированный поставщиком услуги счет размещается в мобильное приложение для одобрения его оплаты. Налицо перспективы развития и интеграции мобильного банкинга с технологией NFC, более широкого использования QR-кодов и других технологий, поддерживаемых современными смартфонами.

Насколько целесообразны дополнительные инвестиции в безопасность систем и приведение их в соответствие с международными стандартами на фоне вступившей в силу с 1 января 2014 года обязанности возмещать клиенту сумму операции, совершенной без его согласия и информирования?

Целесообразны как минимум в целях развития данного рынка. Инвестиции должны продемонстрировать пользователям, что безопасность управления финансами посредством интернет-банкинга и мобильного банковского приложения – задача приоритетная для банка. Подход, когда вложения в безопасность определяются полученными убытками от фрода, неперспективен для банков, планирующих развивать данный бизнес.

Соответствие международным стандартам безопасности – очень хорошее подспорье банкам и компаниям, занимающимся разработкой программного обеспечения. Сами стандарты (как общие – ISO 27000, так и отраслевые – PCI DSS и др.) – это вовсе не дополнительная головная боль ИТ-службам, а наоборот – готовые, проверенные временем практические рекомендации по организации процессов разработки и обслуживания программного обеспечения, методички для служб информационной безопасности банка. Это вполне органичный набор принципов построения «зрелых» ИТ-решений и процессов и наши банки, процессинговые и ИТ-компании, вполне соответствуют данным меркам зрелости.

Сегодня многие поставщики ИБ-услуг акцентируют внимание на развитии таких функций как составление персонального бюджета, анализ расходов, а также не связанные с осуществлением операций возможности персонализации интерфейса. Насколько, по Вашему мнению, подобные новации важны для пользователя и как Вы оцениваете их потенциал?

Сервисы анализа расходов (personal financial management – PFM) и планирования бюджета (personal financial planning – PFP) действительно очень популярны сейчас, интерес к ним даже перегрет, по моему мнению.

Функции анализа расходов, несомненно, войдут в штатный арсенал сервисов ДБО как обязательный инструмент. Главная интрига тут будет в полноте анализируемой информации и качестве ее оценки. Но существуют естественные ограничения, которые будут охлаждать интерес к сервису – это невозможность категорировать расходы в гипермаркетах, когда по одному чеку вы оплачиваете и продукты питания и промышленные товары и косметику и т.д., а также значительное использование наличных денег, исключающее объективность оценки. Наличие счетов и карт одновременно в нескольких банках также делает PFM в отдельно-взятом интернет-банкинге не объективным для пользователя инструментом. Явно положительная функция сервисов PFM – воспитательная, приучение новых пользователей интернет-банкинга (еще «зарплатных» клиентов) к безналичным расчетам. Ощущение что «все под контролем» – это реальный стимул перехода к иной модели поведения – от оплаты наличными к безналичным расчетам и управлению средствами через системы ДБО.

Сервис планирования бюджета больше интересен банкам. При массовом его предложении – это все же маркетинговый инструмент. Так уж исторически мы сформировались, что педантичное планирование (и главное исполнение) – не самая «русская» черта характера. Есть определенный процент пользователей, кто действительно с пользой для себя будет его применять, для большинства – это не самый привычный жизненный опыт.

Персонализации интерфейса – важная составляющая, но пользоваться ей будет крайне небольшое количество пользователей и в минимальном объеме. Если инструмент непонятен или неудобен при знакомстве с ним, то пытаться

оптимизировать его уже никто не захочет. Массовую популярность приобретают приложения удобные сразу – «из коробки».

Считаете ли Вы целесообразным продвижение кредитных продуктов через интернет-банк?

Интернет-банкинг для банка – это инструмент получения прибыли. Можно предлагать все сервисы ИБ бесплатно и тогда совершенно естественно монетизацию ИБ реализовать через использование ее как платформы кросс продаж банковских продуктов. Но если сервис ИБ платный (или по совершаемым операциям присутствует комиссия), то его пользователь ожидает получить максимально комфортные условия его использования, что налагает серьезные ограничения на активное продвижение дополнительных услуг и продуктов. Возможно, что использование систем анализа расходов (PFM) и планирования бюджета (PFP) поможет формировать предложения действительно интересные клиенту – не просто «выгодные», а дающие потребителю реальную выгоду. Тогда это будет работать.

Вообще тема продажи кредитов становится все более болезненным вопросом в силу значительной закредитованности. Да, сейчас для банков это один из наиболее рентабельных продуктов, но ситуация такова, что я бы изменил ваш вопрос – «какие банковские продукты и как наиболее целесообразно продвигать через ИБ», но это уже другая тема.

Какие направления развития интернет-банкинга для физлиц Вы считаете наиболее перспективными в масштабах рынка в 2014-2015 годах?

О многих из них уже было сказано выше, поэтому просто перечислю их:

- Уведомление о задолженностях, выставление счетов для оплаты, прямое дебетование;
- Сервисы PFM/PFP
- Денежные переводы в рамках социальных сетей и групп
- Интеграция интернет-банкинга с «не виртуальными» технологиями (например, NFC) в построении новых платежных инфраструктур
- Совершенствование технологий уведомления о совершаемых платежах
- Совершенствование технологий идентификации пользователей и подтверждения совершаемых в интернет-банкинге операций

Расскажите про достижения HandyBank за 2013 год. Каковы планы развития системы в 2014-2015 годах?

Вот цифры: HandyBank используется уже 146 банками, мы работаем с 16-ю мультибанковскими процессингами, в 2013 году мы обработали в два раза больше транзакций, чем в 2012. Кроме B2B проектов мы начали принимать участие в B2C проектах, наиболее заметным из которых является EnergyBonus – платежно-бонусная программа ОАО «Мосэнергосбыт».

Наши планы – я их раскрыл, отвечая на предыдущий вопрос. Кроме того, развивая наш продукт, мы будем всегда учитывать одну из важнейших задач – привлечение к безналичным расчетам сегодняшних «зарплатников», т.е. основной массы клиентов банка до сих пор не использующих интернет-банкинг.

И еще: у нас всегда ведется несколько проектов «на перспективу», благодаря чему HandyBank и дальше будет оставаться одним из лидеров индустрии систем ДБО, а пользователи нашей системы – самыми удовлетворенными пользователями интернет-банкинга.