

ЕЛЕКТРОННОТО БАНКИРАНЕ В БЪЛГАРИЯ – СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ

Направени са анализ и оценка на състоянието на електронното банкиране, предлагано от търговските банки в България, очертани са перспективите за неговото бъдещо развитие.

Извършено е подробно проучване на основните форми на електронно банкиране, предлагани от търговските банки у нас. Дистрибуцията на електронни канали е оценена по няколко показателя: тип на клиентите, за които е предназначен съответният канал (юридически или физически лица); операции (справочни или активни), до които е осигурен достъп, и равнище на разходите за получаване на услугата, начин на стимулиране на потребителите на електронни канали в сравнение с тези на класическия канал (т.е. банкиране на гише), равнище на сигурност и защита, осигурявана от системите за електронно банкиране.

Изведени са изводи за ситуацията на българския банков пазар по отношение предлагането на форми на електронно банкиране и са посочени перспективите за тяхното развитие в бъдеще. С най-голям потенциал се очертават Интернет-банкирането, предлагано към момента от 56% от банките у нас, и GSM- банкирането, до което засега достъпът е твърде ограничен.

JEL: C88, G21, O3

Навлизането на новите информационни технологии във финансовата сфера и по-конкретно в областта на банкирането е закономерност, вече наложила се в практиката на развитите страни. Различните форми на електронно банкиране – телефонно, PC-, Интернет-, GSM, се прилагат от все по-голям брой потребители – както корпоративни, така и индивидуални клиенти. Българските банков институции не изостават в използването на иновациите в своята дейност. Фактори за това са повишените изисквания на банковите клиенти, които очакват отдалечен достъп до банковите услуги чрез различни комуникационни канали. Банковата конкуренция ще изтласка от финансово-кредитния сектор всички институции, които не отговарят на очакванията на потребителите за навлизането на новите информационни и комуникационни технологии във финансовата практика. Основание за такъв извод ни дава и фактът, че към края на 2003 г. 98% от банките в България са частна собственост, а 80% – собственост на чуждестранни финансови институции. По-добрата иновативна експозиция на чуждестранните собственици е предпоставка за по-бързото навлизане на формите на отдалечено банкиране в българската банкова действителност. Очакванията са те да реализират на нашия банков пазар политика на по-голяма гъвкавост към приложението на новите технологични и комуникационни решения.

¹ Силвия Парушева е гл. ас., д-р в Икономически университет – Варна, e-mail: s_parusheva@abv.bg.

Цел на публикацията е да представи и анализира формите на електронно банкиране, предлагани от банковите институции на българския финансов пазар; да оцени готовността им за приложение на съвременните информационни технологии и да направи някои прогнози и препоръки относно бъдещото развитие на отдалечените канали за дистрибуция.

Анализът на иновационната политика на банките в сферата на новите технологии на банкиране е реализиран на основата на пълно изследване на сайтовете на търговските банки у нас, на достъпна информация от публикации и лични проучвания на автора.

Състояние

На българския банков пазар функционират 29 банки и 6 клона на чуждестранни банки. Предстои закриването на един от клоновете на чуждестранните банки – този на Националната банка на Гърция в София, който се прехвърля към Обединена българска банка (ОББ). Поради това анализът в изследването се базира на общ брой търговски банки 34.

В практиката на търговските банки в развитите страни са се утвърдили следните четири форми на електронно банкиране, основаващи се на различни комуникационни канали: телефонно, РС-, Интернет- и GSM-банкиране. Сравнително нова форма на отдалечено банкиране е TV-банкирането, при което комуникационният канал е интерактивната телевизия. То има обаче все още твърде ограничено разпространение.

За всяка една от банките у нас е извършено проучване² до какви форми на електронно банкиране осигурява достъп на своите клиенти. За да оценим какви и доколко ефективно и пълноценно се предлагат различните форми на банкиране от отделните банки, сме използвали следните показатели:

1. Тип на клиентите, за които е предназначена формата на електронно банкиране – корпоративни (юридически лица) и индивидуални (физически лица).
2. Операции, които могат да се извършват през дадения вид електронно банкиране – само справочни (справки за салдо, движение по сметка, валутни курсове и т. н.) или и активни (излъчване на платежни нареждания, искане и съгласие за инкасо, валутни преводи, сделки с ценни книжа, валутни операции и др.).
3. Разходи на клиента за получаване на достъп до електронното банкиране – необходимост от инсталация на софтуер и наличие на такса за това.
4. Приложение от страна на банките – предимно от тези с ограничена клонова мрежа, на възможността чрез електронна дистрибуция на услуги да разширят своя дял на банковия пазар.
5. Наличие на стимули за клиенти, ползващи формите на електронно банкиране, в сравнение с обслужването по обичайния начин, т.е. на гише.
6. Сигурност и защитата, предлагана от системите за електронно банкиране.

² Изследването се основава на ситуацията на банковия пазар у нас към края на март 2005 г.

Подробните резултати от направените проучвания по отношение на всичките 34 финансово-кредитни институции са изложени в Приложение I.

На основата на анализ на данните от приложението и в зависимост от това колко и какви форми на електронно банкиране предлагат на своите клиенти банките у нас се разделят на 4 групи (вж. табл. 1). В първата се отнасят тези, които предлагат на потребителите си повече от два канала (от четирите възможни) за достъп до електронни услуги. Във втората група са включени банките, осигуряващи достъп до услугите си по един или два комуникационни канала, като единият задължително е Интернет-, а другата форма е РС- или телефонно банкиране. В третата група фигурират институциите, предлагащи една или две форми на банкиране, при това едната задължително е РС-банкиране. В четвъртата група са банките без отдалечена форма на дистрибуция на банкови услуги.

Най-силни позиции в областта на електронното банкиране имат **банките от първата група** (вж. табл. 1). В нея могат да бъдат включени 4 банки - Обединена българска банка, Булбанк, Българска пощенска банка и Стопанска и инвестиционна банка (СИБАНК). Те представляват само 11.76% от всичките 34 банки в страната. При тях на практика вече е реализирана стратегията за мултиканален мениджмънт, към която се придържат банките в развитите страни – те предлагат на клиентите си пълния обхват от форми на отдалечено банкиране. Лидер в областта на електронната дистрибуция на банкови услуги е ОББ АД, която предлага както на корпоративните, така и на индивидуалните си клиенти и четирите форми на електронно банкиране. Първостепенно значение сред тях има Интернет-банкирането ѝ, което благодарение на множеството си предимства е привлякло клиентите на РС банкирането. ОББ е единствената банка, осигуряваща на своите клиенти достъп до реално GSM банкиране с възможност за извършване не само на справочни, но и на някои активни операции, например излъчване на левови преводи и др. Същото важи и за телефонното банкиране, където банката е единствената, предлагаща активни операции.

Пощенска банка не предлага РС-банкиране, а е насочила усилията си към останалите три форми на отдалечено банкиране, като при телефонното и GSM-банкирането осигурява достъп само до справочни операции.

Останалите две банки в групата са заложили на Интернет-, РС- и телефонно банкиране. При СИБАНК има известни ограничения по отношение на банкирането през WWW – от него засега могат да се възползват само клиентите на централно управление.

Таблица 1

Разпределение на търговските банки в България по групи в зависимост от предлаганите форми на електронно банкиране

Първа група (предлагат повече от две форми)	Втора група (предлагат една или две форми, едната задължително е Интернет-банкиране)	Трета група (предлагат една форма – РС-банкиране)	Четвърта група (не предлагат нито една форма)
1. Булбанк	1. Първа инвестиционна банка	1. Банка ДСК	1. Международна банка за търговия и развитие АД
2. ОББ	2. Хебросбанк	2. Ейч Ви Би Банк Биохим (HVB Bank Biochim)	2. ЧПБ Тексим
3. Българска пощенска банка	3. Централна кооперативна банка	3. Райфайзенбанк (България) ЕАД	3. Емпорики банк – България
4. СИБАНК	4. ТБ Алианц България АД	4. СЖ Експресбанк	4. Алфа банка - клон София
	5. Евробанк АД	5. ДЗИ-банк	5. Те-Дже Зираат Банкасъ - клон София
	6. ПроКредит Банк АД	6. Корпоративна търговска банка АД	
	7. Българо-американска кредитна банка (БАКБ)	7. Общинска банка АД	
	8. Интернешънъл асет банк АД (бивша Унибанк АД и Първа източна международна банка АД)	8. Юнионбанк	
	9. Инвестбанк АД (бивша Нефтинвестбанк)	9. Токуда Банк АД, Пловдив	
	10. Насърчителна банка АД	10. "БНП Париба" (България)	
	11. "Търговска банка Д" АД (бивша Демирбанк, България)		
	12. Банка Запад-Изток АД		
	13. ИНГ Банк Н.В.- клон София		
	14. Пиреос Банк - клон София		
	15. Ситибанк Н. А.- клон София		

Търговските банки от втората група са 15 на брой (вж. табл. 1), или 44,12% от всички банки, функциониращи в България. Те предлагат една или две форми, но едната отново задължително е Интернет-банкирането.

Пет от банките в тази група (Първа инвестиционна банка, Централна кооперативна банка, Инвестбанк АД, "Търговска банка Д" АД и Ситибанк Н. А. – клон София) успоредно с уеб-банкирането са запазили и технологично по-старото РС-банкиране, което изисква инсталация на софтуер на клиентския компютър. Самите клиенти на тази форма (почти 100% корпоративни) обаче в преобладаващата си част са преминали към използването на далеч по-удобното и по-евтино Интернет-банкиране, което е и негов приемник от гледна точка на развитието на информационните технологии. Банките от своя страна с таксите, които прилагат, насочват клиентите си към използване на канала WWW. Анализът на разходите на клиентите, например на Инвестбанк АД, за РС- и Интернет-банкиране позволява да се констатира, че те са значително по-ниски при банкиране през WWW в сравнение с другия комуникационен канал, а именно: само 10 лв. месечна такса поддръжка за "E@BANKING" срещу 36 лв. за инсталация и 20 лв. месечно за поддръжка при "Дистанционно банкиране" (Home-Banking). "Търговска банка Д" АД не изисква такса за ползването на канала WWW, а за РС-банкирането събира месечна такса поддръжка от 5 евро.

Инсталацията на софтуер на клиентския компютър, характерна за РС-банкирането, е свързана с допълнителни рискове поради възможността за неговото повреждане или унищожаване. В тези случаи се налага преинсталиране на софтуера и следователно допълнителни разходи и неудобство за потребителите му. Например Първа инвестиционна банка АД изисква заплащане на 50 евро за изпълнението на тази услуга, при положение, че първоначалната инсталация е безплатна. Очаква се в бъдеще банките постепенно да се откажат от едновременното предлагане на двете форми. Централна кооперативна банка например в последната актуализация на тарифата си от 01.04.2004 г. вече не дава информация за таксите, свързани с РС-банкирането. Следователно бихме посочили, че предлагането от банките и на двете форми е без особено практическо значение, тъй като клиентите им предпочитат технологично по-модерното, по-евтино и практично Интернет-банкиране.

Други 8 банки от тази група осигуряват на клиентите си дистрибуция на банкови услуги единствено през канала WWW. Позициите на тези банки са стратегически добре планирани, тъй като те са се ориентирали към предлагане на най-перспективната форма на отдалечено банкиране - Интернет-банкирането. Макар и да не отговарят на изискването за реализиране на мултиканален мениджмънт, на този етап те задоволяват основните изисквания на банковите клиенти.

ИНГ Банк Н.В. – клон София, фигурираща в тази група, разширява дистрибуцията си с телефонно банкиране, което обаче не е в класическия си вид през телефон с тонално избиране, а се извършва с комуникация с оператор през телефонен център (Call Center) с използването на комуникационна парола. Банката обаче не поощрява използването на този отдалечен канал, тъй като изисква от клиентите си изпращане по факс на съответните формуляри (за платежни нареждания, валутни сделки и др.) и

прилага значително по-високи такси в сравнение с тези през Интернет (2.50 срещу 0.45 лв. за междубанков превод, т.е. 5.55 пъти по-висока). Евробанк АД е заложила на развитието на GSM-банкирането, но чрез него предлага единствено справочни операции.

Банковите институции от третата група, 10 на брой, или 29.41% от търговските банки у нас (вж. табл. 1), са в изоставаща позиция по отношение приложението на новите информационни технологии в банковата практика. Седем от тях предлагат единствено РС-банкиране. То е значително по-скъпо за клиентите на банките, тъй като е свързано с инсталиране на софтуер и съответно със заплащане на инсталационна такса (а често и такса за преинсталация) и с месечна такса поддръжка, които са съществено по-високи от тези за ползване на системите за Интернет-банкиране. Само три банки от трета група – Банка ДСК, Юнионбанк и Райфайзенбанк, разширяват дистрибуционните си канали с още един – ДСК с GSM-банкиране, а другите две с телефонно банкиране, но единствено с достъп до справочни операции. Доказателство за високите разходи на потребителите на РС-банкиране, е представено на табл. 2, където е дадена извадка с таксите на част от банките за достъп до РС-банкиране.

Таблица 2

Такси на част от търговските банки, предлагащи РС-банкиране

Търговска банка	Инсталационна такса	Месечна такса поддръжка
ДЗИ-банк	60 \$	15 \$
Ейч Ви Би Банк Биохим	няма	50 лв.
Юнионбанк	80 лв.	10 лв.
Райфайзенбанк (България) ЕАД	10€	5 €
"БНП Париба" (България)	няма	за ЮЛ – 40 лв.; за ФЛ – 20 лв.

Проблемът с необходимостта от преинсталиране на софтуера, както посочихме, допълва недостатъците на този канал за дистрибуция. Като пример можем да посочим Райфайзенбанк и Общинска банка АД, които таксуват клиентите си за тази услуга съответно с 15 и 12 евро (за преинсталация след първата).

Като неблагоприятна закономерност можем да посочим, че в тази група фигурират няколко търговски банки, които според класацията на БНБ са в първата десетка по размер на активите. Това са Банка ДСК, Ейч Ви Би Банк Биохим, Райфайзенбанк, СЖ Експресбанк, ДЗИ-банк.

С изключение на последната всички останали имат чуждестранни собственици, които разполагат с опит в дистрибуцията на банкови услуги чрез по-ефективния уеб-канал. Следователно е нормално да се очаква, че в недалечна перспектива тези банки ще допълнят обслужването на клиентите си с канала WWW.

Банковите институции от четвърта група са пет (вж. табл. 1). Те не предлагат на своите клиенти нито една форма на отдалечено банкиране и с това са в изключително неблагоприятна позиция по отношение приложението на новите информационни технологии. Сред тях са две от най-малките по размер на активите банки – Международната банка за търговия и развитие и ЧПБ Тексим. В групата присъстват и два клона на чуждестранни банки – Алфа банка – клон София (дъщерна на втората по големина гръцка банка) и

Те-Дже Зираат Банкась – клон София (собственикът ѝ, турската Ziraat Bank, има широка международна клонова мрежа с присъствие в САЩ, Великобритания, Германия, Холандия и др.). И двете банки в собствените си страни предлагат на корпоративните и индивидуалните клиенти електронно банкиране – чрез услугите съответно Alpha Web Banking (уеб-банкиране), Alphaphone Banking (телефонно банкиране), Alpha Bank м-Banking (GSM банкиране) и "Ziraat Line" (Интернет-банкиране). Същото важи и за Емпорики банк – България. Гръцката банка-собственик осигурява достъп на потребителите си в Гърция до Emporiki e.Banking (на адрес <https://ebank.emporiki.gr>).

Анализът показва, че търговските банки в България оценяват подобаващо възможността чрез електронните канали за дистрибуция да достигнат до по-широк кръг клиенти. Необходимо е да се подчертае, че не всички банки у нас разполагат с добре развита клонова мрежа, благодарение на която могат да получат достъп до потенциалните си клиенти в голям брой населени места на територията на страната. Съществуват банки с ограничен брой клонове, някои от които са посочени в табл. 3.

Таблица 3

Част от търговските банки, разполагащи с малка клонова мрежа

№ по ред	Име на банката	Брой клонове и офиси
1	Насърчителна банка АД	Само централа в София
2	Банка Запад-Изток АД	Само централа в София
3	Ситибанк Н. А. – клон София	Само централа в София
4	Те-Дже Зираат Банкась – клон София	Само централа в София
5	ИНГ Банк Н.В. – клон София	Само централа в София и 1 офис във Варна
6	"БНП Париба" (България)	Централа в София и 1 офис във Варна
7	Алфа банка – клон София	Централа в София и 2 клона в страната – Пловдив и Варна
8	Българо – американска кредитна банка	Централа в София и 4 клона в страната – Варна, Пловдив, Бургас, Ст. Загора
9	Демирбанк, България	Централа в София и 4 клона в страната – Варна, Пловдив, Бургас, Хасково
10	Емпорики банк – България	Централа в София и 5 клона в страната – Сандански, Благоевград, Пловдив, Белово, Варна
11	Пиреос Банк – клон София	Централа в София и 9 клона в страната
12	ЧПБ Тексим	10 клона и 6 офиса
13	МБТР	11 клона и 1 офис

От данните в табл. 3 става ясно, че четири банки, две от които са клонове на чужди банки, разполагат единствено с централи в София; други две присъстват на пазара само с централа и с един офис, а останалите притежават мрежа от по 4, 5 до 10 клона, което е недостатъчно, за да достигнат до по-голям брой потенциални клиенти.

Безспорно една от възможностите тези банки да разширят пазарния си дял в банковия сектор е предлагането на продукти и услуги по електронен път. За големите банки, а още повече за по-малките, е от изключително значение да предоставят на клиентите си алтернативни на банковите филиали директни електронни пътища за ползване на банкови услуги. Както в

чужбина, така и в България работят банки, без да разполагат с клонова мрежа. Те имат единствено централа в София – такива са например Насърчителна банка АД, Ситибанк Н. А. – клон София, Банка Запад-Изток АД и др.

По наше мнение те основателно са се ориентирали към предлагане на Интернет-банкиране, в резултат от което от услугите на първите две могат да се възползват представители на бизнеса в цялата страна³, а при Банка Запад-Изток клиенти могат да бъдат и физически лица.

Конкурентно предимство измежду банките с малка клонова мрежа също имат тези, които предлагат Интернет-банкиране (ИНГ Банк, Демирбанк, БАКБ, Пиреос Банк – клон София), тъй като достъп до продуктите и услугите им могат да имат и клиенти от населени места в страната, в които те нямат клонове или офиси. Особено недалновидна е позицията на банки, които нямат клонова мрежа (Те-Дже Зираат Банкасъ – клон София,) или са с ограничено присъствие (Алфа банка – клон София, Емпорики банк – България) и същевременно нямат дистрибуция на услуги по електронни канали.

За да разширят достъпа си до по-голям брой потенциални клиенти, някои банки с недостатъчно клоново присъствие предлагат нови услуги, например услугата “Мобилни банкери” на Райфайзенбанк, предназначена за граждани. Според условията ѝ 60 подготвени мобилни банкери посещават индивидуални клиенти в определени градове и им предлагат професионална консултация за някои банкови продукти. Ефективността от наличието на подобна услуга би се увеличила значително, ако като допълнение към нея клиентите на банката получат възможност впоследствие дистанционно, от дома си да се възползват от продуктите на банката на основата на уеб-банкиране, каквото обаче тя не предлага.

Финансови изгоди за банките и потребителите

Българските банки отчитат финансовите изгоди, които биха имали, от увеличаване на потребителите на електронните форми на банкиране благодарение на по-ниските разходи, в сравнение с класическото банкиране. У нас не е правена статистика за това, с колко се намаляват разходите на банките при дистрибуция на услуги не на гише, а чрез електронни канали. Въз основа на чужди публикации (Locarek-Junge, H., B. Walter, 2000, с. 87) обаче става ясно, че намалението за канала WWW например възлиза на около 80%, а за канала РС е приблизително с 65%.

Повечето от нашите банки реагират адекватно на възможността да оптимизират своите разходи чрез увеличаване на потребителите на електронни банкови услуги. В зависимост от позицията им по този въпрос можем да ги разделим в две групи:

1. прилагачи преференциални такси за операциите, извършвани през електронните канали;

³ Клиенти на Насърчителна банка АД могат да бъдат само юридически лица, еднолични търговци, търговски представителства и посредници, неперсонифицирани дружества. Банката не работи с физически лица. Ситибанк също работи засега само с корпоративни клиенти.

2. предлагащи безплатно формите на отдалечено банкиране, без обаче да таксуват преференциално транзакциите през алтернативните канали.

Банките от *първата група* (вж. табл. 4) следват намерението си за разширяване използването на електронни банкови услуги, като включват в тарифите си по-благоприятно таксуване на някои операции през алтернативните канали. По този начин те финансово заинтересуват своите потребители да се насочат към отдалеченото банкиране с цел спестяване не само на време, но и на значителни парични средства. Най-често банките стимулират излъчването на електронни междубанкови преводи (през БИСЕРА и РИНГС), инкаса, валутни преводи. Петнадесет банки от всички двадесет и девет, притежаващи отдалечено банкиране, предлагат занижени такси за инициране на междубанков превод през БИСЕРА. Най-често таксата е с 50% по-ниска, в сравнение със случая, когато операцията се извърши в офис на банката, т.е. на гише. Банки, предлагащи преференция в този размер, са: Пощенска банка, Ейч Ви Би Банк Биохим, Банка ДСК, Райфайзенбанк, Българо - американска кредитна банка, „БНП Париба“.

Таблица 4

Намаление на таксите, които предлагат някои банки за операции през електронното банкиране

№ по ред	Име на банката	Превод (БИСЕРА)			Превод (РИНГС)		
		През ел. банкиране (лв.)	На гише (лв.)	Процент на намаление	През ел. банкиране (лв.)	На гише (лв.)	Процент на намаление
1	Булбанк	0.85	1.10	-22.73	9.00	12.00	-25.00
2	ДСК	0.50	1.00	-50.00			
3	Биохим	0.50	1.00	-50.00			
4	ПИБ	0.80	0.95	-15.79			
5	Райфайзенбанк	0.50	1.00	-50.00			
6	Пощенска банка	0.50	1.00	-50.00	8.00	10.00	-20.00
7	СЖ Експресбанк	0.80	1.00	-20.00			
8	Хебросбанк	0.80	1.00	-20.00	8.00	10.00	-20.00
9	ЦКБ	0.70	0.90	-22.22			
10	ТБ Алианц	0.40	1.00	-60.00			
11	БАКБ	0.50	1.00	-50.00			
12	„БНП Париба“	0.50	0.98	-48.98	4.50	10.00	-55.00
13	Демирбанк	0.75	1.00	-25.00			
14	ИНГ Банк	0.45	1.25	-64.00			
15	Ситибанк	индивидуален подход към клиентите					

При няколко други банки процентът на намаление достига (ТБ Алианц България АД – 0.40 лв. срещу 1.00 лв.) и превишава 60% (ИНГ Банк – 0.45 лв. срещу 1.25 лв.). Съществуват и банки, които ограничават намалението си в рамките на около 15÷20, до 25%. Тук попадат Булбанк, Първа инвестиционна банка, СЖ Експресбанк, Хебросбанк, Централна кооперативна банка, Демирбанк.

Много по-малко банки предлагат преференциални такси за междубанкови преводи през РИНГС, услуга, която по правило е значително по-скъпа от превод през БИСЕРА и струва на потребителите около 10-15 лв.

Единствено "БНП Париба" предлага намаление на таксата си с 55% (от 10.00 лв. на 4.50 лв.), при Пощенска банка, Булбанк и Хебросбанк понижението е по-малко (20-25%).

Някои банки разширяват кръга на операциите с преференциални такси, като включват в тях и инициране на валутни преводи, инкаса и др.

Останалите 14 банки (от общо 29-те) не предвиждат по-ниски такси за своите клиенти за това, че не натоварват банковите офиси и сами нареждат операции си от своя дом или офис. Бихме определили подобна позиция като несъответстваща на желанието им за разрастване използването на отдалечените канали за дистрибуция и като липса на реакция по повод засилващата се конкуренция в банковия сектор.

Банките от *втората група* полагат усилия да приобщят повече свои клиенти към формите на електронно банкиране, като им предлагат безплатно тези услуги, факт, който по правило не се среща често в банковата практика. Без такси за регистрация (респ. инсталация) и месечна такса поддръжка са следните банки: ОББ (за Интернет-банкирането си), Пощенска банка, СИБАНК, ЦКБ, Корпоративна банка, Евробанк, ПроКредит Банк, БАКБ. Първа инвестиционна банка прилага символична такса от 1 лв. за корпоративните и индивидуалните си клиенти.

Пет банки насърчават дистрибуцията на своите електронни банкови услуги и по двата начина – с безплатно предлагане на услугата и с по-ниски такси, т.е. те присъстват и в двете групи. Тук се отнасят Пощенска банка, ЦКБ, Демирбанк, БАКБ и ПИБ.

Голяма част от банките прилагат засилен маркетинг на своите електронни продукти в уеб – сайтовете си. Още в главните си страници те акцентират върху формите на електронно банкиране с цел да привлекат потенциалната аудитория към използването им. Рекламни линкове още от своите Home page притежават например ПроКредит Банк, Демирбанк, ЦКБ и др.

Положително можем да оценим факта, че няколко банкови институции предлагат на посетителите на своите уеб – сайтове демонстрационни версии на Интернет-банкирането си. Това са ПИБ, Пощенска банка, Хебросбанк и ТБ Алианс България АД. Първите стъпки в тази насока са направени от Първа инвестиционна банка, която е разработила демоверсия на своя виртуален банков клон. В него потенциалният потребител може да добие представа за алтернативния електронен начин за извършване на банкови операции. Банката е осигурила линк към него от един от най-разпространените сайтове с безплатна електронна поща – <http://www.abv.bg>. Хебросбанк разширява демонстрацията на Интернет-банкирането си, като преди он-лайн илюстрацията на възможностите му се проиграва цялата последователност от стъпки за регистрация и инсталиране на клиентския цифров сертификат. Тестовият потребител лично се уверява в липсата на сложност в изпълнението на процедурите, които предхождат реалната му работа със системата.

Чрез демоверсиите си банките имат възможност да убедят настоящите и бъдещите си клиенти в лекотата и достъпността на услугите през уеб-канала.

Обобщавайки ситуацията на българския банков пазар по отношение предлагането на електронно банкиране, можем да посочим, че:

1. Преобладаващата част – 29 на брой, или 85.3% от банките, работещи на територията на България, предлагат една от *двете основни форми* на електронно банкиране – *РС- или Интернет-банкиране*. На този етап това са двата канала, които предоставят на банковите клиенти достъп до всички пасивни и повечето активни операции. Разпределението им съответно е: 19 банки осигуряват на клиентите си достъп до Интернет-банкиране, а 10 – до РС-банкиране. Както посочихме, съществуват банки, които формално декларираят, че поддържат предлагането едновременно и на двата основни канала на дистрибуция. В тази категория попадат Инвестбанк, Демирбанк, Първа инвестиционна банка и др. Тяхното РС-банкиране обаче вече почти няма практическо приложение, тъй като неговите потребители са се насочили към използването на по-удобния WWW канал.
2. Една пета от търговски банки (7 на брой) смятат за важно предлагането на телефонно банкиране. През този канал те осигуряват достъп единствено до пасивни операции – информация за салдо и движение по сметки, фиксинг на БНБ за деня и курсове купува/продава на банката за някои валути и др. Изключение прави единствено Обединена българска банка, която допуска и няколко активни операции, между които и нареждане през БИСЕРА на междубанкови преводи в лева до 30 000 лв.

Сравнително ниските изисквания за ползването на телефонното банкиране (не се изисква наличие на цифрова телефонна линия, нужен е само телефонен апарат с тонално избиране) го правят достъпно за потребителите. Основните му недостатъци са невъзможност по правило за извършване на активни операции и достъп до него през телефонни номера, които са софийски и натоварват с допълнителни разходи потребителите извън София.

3. Трърде малък все още е броят на банките, които са ориентирали разширяването на достъпа на клиентите си до банкови услуги с предлагането и на GSM-банкиране. От четирите банки (Обединена българска банка, Булбанк, Пощенска банка и Банка ДСК) ОББ е единствената, която осигурява на потребителите на услугата си използването не само на справочна информация – обща (за валутни курсове) и персонална (за сметки), но позволява и трансфер на средства между сметки на самия клиент, нареждане на левови преводи в полза на трето лице, плащане на комунални услуги. Булбанк и Пощенска банка не позволяват през този канал нареждането на активни операции. Те предоставят на клиентите си наред с валутната информация (фиксинг на БНБ и курс купува/продава на банката за основните валути) и персонална информация (справки за салда, движения и обороти по сметки). Потребителят има възможност да избира чрез какъв изходящ канал да получи информацията: факс, e-mail или SMS. ДСК банк се ограничава единствено до осигуряването на по-широк набор обща

справочна информация – освен за валутни курсове тя осведомява клиентите си за различни лихвени проценти (EURIBOR, USDLIBOR, SOFIBOR), цени купува/продава на български еврооблигации и др.

Някои банки не предлагат GSM-банкиране, но осигуряват на клиентите си т. нар. услуга “SMS известия”, т.е. възможност за уведомяване по GSM чрез SMS за постъпления на средства, за салдо, за обороти и задължения по сметки. Целият набор от такава информация се осигурява например от Централна кооперативна банка. Подобни услуги имат Евробанк, ДЗИ-Банк (уведомяване при движение по всички видове картови сметки) и др. За потребителите на тази услуга отпада изискването мобилният им апарат да поддържа WAP протокол. Ето защо банки като ОББ и Булбанк предлагат абонамент за получаването им (извън услугата GSM-банкиране).

Защита и сигурност

По отношение решаването на изключително важния проблем за защитата при електронното банкиране и преди всичко на Интернет банкирането банките у нас се придържат към една и съща технология. Те използват следните средства за защита:

- потребителски имена и пароли за регламентиране на достъпа до системите за Интернет-банкиране;
- прилагане на техниката на криптиране чрез приложение на асиметрична криптография и на протоколи за сигурност. Към сегашния момент най-разпространеният сред тях е протоколът SSL (Secure Socket Layer), реализиран чрез HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure⁴).

В системите за Интернет-банкиране при защита на връзката между браузера на банковия клиент и банковия сървър се използва най-често протоколът SSL със 128 битово криптирани сесии. Криптиращата технология включва използването на двойка ключове – публичен и частен. И двете страни разполагат с по два ключа – публичен, който може да бъде известен и на други лица, и частен, който е известен само на изпращащата информация. Сървърът на системата за банкиране притежава цифров сертификат от официален дистрибутор на сертификати, който има публично признание в глобалната мрежа. От своя страна банките издават цифров сертификат на своя клиент, който е валиден и може да бъде използван само за вход в техните системи за Интернет-банкиране. Личният ключ на банковия клиент автоматично се генерира в собствения му браузер. Издаденият от банките цифров сертификат на клиента отговаря на всички изисквания на Закона за електронния документ и електронния подпис (ЗЕДЕП) и всеки документ, потвърден с него, е електронен документ, подписан с усъвършенстван електронен подпис по смисъла на ЗЕДЕП. Някои банки, например ОББ, Булбанк и ИНГ Банк Н.В. – клон София, позволяват използването на сертификати, издадени от официални лицензирани доставчици на

⁴ Протоколът HTTPS е защитен хипертекстов транспортен протокол, т.е. модифициран, с по-високо равнище на сигурност HTTP. Той намира широко приложение при защитата на трансфера на данни в Интернет.

удостоверителни услуги⁵, каквито у нас са “Банксервиз” АД и “Информационно обслужване” АД. Други банки пък (ПроКредит Банк, БАКБ и Евробанк АД) прилагат немския опит в защитата на комуникацията между компютъра на клиента и банковите сървъри, като използват т. нар. TAN-кодове (уникален, еднократно валиден код, с който се подписва документ или група документи при изпращането им към банката⁶). Евробанк АД използва уникални TAN-кодове за оторизиране на плащания над определена сума, посочена от самия клиент при регистрирането му за Интернет-банкиране.⁷

*

Ситуацията на българския банков пазар по отношение на предлагането на различни форми на електронно банкиране е динамична и променлива. Въз основа на сегашната конюнктура в областта на електронната дистрибуция на банкови услуги у нас можем да дадем следните оценки и да формулираме препоръки за бъдещо развитие на отдалечените канали:

1. Безспорно положителен е факта, че повече от половината от търговските банки в България (19 банки, или около 56%) предлагат на клиентите си банкиране през основния по значимост дистрибуционен канал – Интернет. Смятаме за излишно едновременно предлагане от страна на някои от тях и на РС-банкиране, тъй като клиентите им отлично си дават сметка за предимствата на банкирането през WWW и без колебания прехвърлят предпочитанията си върху него.
2. Изоставаща от гледна точка на внедряването в банковата практика на съвременните информационни технологии е позицията на тези по-малко от една трета (10 на брой, или 29%) финансово-кредитни институции, които осигуряват на своите клиенти РС-, но не и Интернет-банкиране. Препоръчително е техните софтуерни разработчици да работят по създаването на уеб-базирани версии на системите им за електронно банкиране, с което да отговорят адекватно на очакванията и потребностите на клиенти си. В противен случай те остават в по-слабо конкурентно положение по отношение на посочените 19 банки. Неблагоприятен е фактът, че сред десетте банки присъстват институции от първата десетка по размер на активите, т.е. измежду най-големите играчи на нашия банков пазар. Смятаме, че банки като Банка ДСК (в края на 2004 г. на второ място в класацията с 3.255 млрд. лв. размер на активите и 71 млн. лв. печалба), Райфайзенбанк (съответно на четвърто място с 2.006 млрд. лв. активи и 24.9 млн. лв. печалба), Ейч Ви Би Банк Биохим (на пето място с 1.956 млрд. лв. активи и 28.9 млн. лв. печалба) и др. е необходимо да заделят необходимите финансови средства и усилия за ускоряване на прехода на системите им към по-модерни Интернет-базирани платформи.

⁵ Доставчиците на удостоверителни услуги у нас се лицензират от Комисията за регулиране на съобщенията.

⁶ <http://procreditbank.bg>

⁷ <http://eurobank.bg>

3. Липсата на предлагане на нито една от формите на електронно банкиране от страна на петте банки е сериозно изоставане в областта на приложението на иновативни решения в банковата практика. Към момента петте банки са в крайно неблагоприятна позиция по отношение възможността да разширяват пазарния си дял, като достигат до повече индивидуални и корпоративни клиенти чрез електронна дистрибуция. В края на 2004 г. всички те са в последната десетка по размер на активите, което ги отнася в групата на малките банки. ЧПБ Тексим и Те-Дже Зираат Банкасъ – клон София например са съответно на последно и предпоследно място, а Международната банка за търговия и развитие заема пето място отзад напред. Общото негативно развитие на МБТР (банката е единствената, която реализира спад на активите си⁸ и приключва 2004 г. на загуба) оказва влияние върху възможностите ѝ да отделя необходимите средства за инвестиции в ИТ. Банката не присъства и в Интернет, тя е единствената банкова институция без web-сайт. Неочаквано е присъствието в тази общност на клоновете на чужди банки – Алфа банка – клон София и Те-Дже Зираат Банкасъ – клон София, както и на Емпорики банк – България. Фактът, че в собствените си страни те осигуряват на своите клиенти електронни дистрибуционни канали, е основание за очакването да пренесат опита си в тази област и на българския пазар. Според наши проучвания Емпорики банк – България има намерението до пролетта на 2005 г. да започне предлагането на Интернет-банкиране, Алфа банка също обявява проект за осигуряване на услугата електронно банкиране до една година.
4. Сравнително слабо е според нас предлагането на дистрибуционния канал GSM. Едва четири банки използват това най-ново технологично решение за предоставяне на банкови услуги, базирани на мобилни комуникации. Основният проблем, който трябва да се реши по отношение на мобилното банкиране, е крайно ограничената му функционалност, покриваща само пасивните операции. Единственият положителен пример в това отношение е Обединена българска банка, която прилага опита на гръцката NBG (Националната банка на Гърция) в предлагането на някои активни мобилни банкови услуги.

Шансовете за развитие на GSM-банкирането в бъдеще са обещаващи поради ускореното развитие на комуникационните технологии в световен мащаб и намеренията на правителство за сравнително бързо приобщаване на страната към тях.

Връзката между развитието на телекомуникациите у нас и GSM-банкирането е безспорна. Усилията на правителството за наваксване на изоставането на България в развитието на мобилните комуникации намират израз в обявеното решение на Комисията за регулиране на съобщенията (КРС) от ноември 2004 г. за издаване на 3 лиценза за мобилни оператори на

⁸ Към края на 2004 г. МБТР отчита намаление на размера на активите си с 4% (Вж. БНБ – Баланси и отчети на търговските банки към 31 декември 2004 г.)

мрежи от трето поколение по стандарта "Универсална мобилна телекомуникационна система" – т. нар. UMTS (Universal Mobile Telecommunications System). Признание за изоставането ни в тази област е споделеното от министъра на транспорта и съобщенията Николай Василев, че България и Унгария са единствените две страни в Европа, които все още не са издали такива лицензи. Към момента у нас са издадени три GSM лиценза, като операторът на третия – БТК АД, ще стартира услугите си през втората половина на 2005 г. GSM-мрежите са от т. нар. второ поколение (2G), а UMTS-мрежите принадлежат към трето поколение (3G). Разликата между тях е преди всичко в скоростта на обмена на данни. Първите осигуряват пренос само на текстове (SMS) и снимки (MMS). Вторите позволяват десетократно по-бърз трафик (до 384 Kb/s),⁹ а следователно и възможност за предоставяне на по-широк кръг услуги като поточна видеовръзка, видеоконференции, високоскоростен Интернет, изпращане на аудио- и видеофайлове и др., т.е. достъп и до по-сложни приложения, включително за мобилно банкиране. Използването на UMTS-мрежите изисква и притежаването от потребителите на апарати от трето поколение, които са сравнително скъпи. Засега броят на потребителите на услуги на мрежи 3G в Европа все още расте бавно. Прогнозите на компанията "Analysis Research"¹⁰ сочат, че до края на 2004 г. абонатите им ще останат под 5.3 млн., през 2005 г. ще достигнат 20 млн. с тенденция до 2009 г. да нараснат на 240 млн. човека, т.е. 70% от ползващите мобилни услуги на Стария континент. Предпоставките за бавното увеличение на потребителите им се откриват в следните няколко фактора: недостатъчен брой мобилни телефони, поддържащи съответния стандарт, непълно покритие на мрежите, сравнително високи такси за ползването им, желание на мобилните оператори да възвърнат средствата си, вложени в предоставянето на базираните на GPRS¹¹ стандарта услуги, принадлежащ към 2.5 G.

Бавното приобщаване на потребителите в развитите европейски страни към ползването на новите мрежи не е особено обнадеждаващо за утвърждаването им в България, при положение, че става въпрос за скъпи услуги на фона на ниския стандарт в нашата страна. У нас ползващите мобилни услуги са над 3.5 млн. човека, но те притежават апарати предимно от нисък и частично от среден клас. Според изнесени от КАНСТАТ данни към края на 2003 г. на 1000 човека от населението се падат 452.9 GSM апарата, което ни отрежда последно място в класацията в сравнение с новоприсъединилите се членки на Европейския съюз.¹² Равнището на проникване на мобилните услуги за България към средата на 2004 г. се оценява на около 40%, в края на 2005 г. се очакват 60% нива на насищане, а

⁹ Стоянова, В. До края на годината ще се проведе конкурс за 3G. – Телефон, 2004, бр. 5, с. 9.

¹⁰ Пак там, с. 8.

¹¹ GPRS (General Packet Radio Service) – стандарт за мобилна мрежа от 2,5 поколение, през която се реализира сравнително бърз достъп до WAP и Интернет, могат да се пренасят и MMS-съобщения. По определение трафикът през нея е със скорост до 120 Kbps. Мобилният ни оператор М-Тел предлага услуги през GPRS с ефективна скорост от 35-40 килобита в секунда.

¹² В Чехия например на 1000 човека от населението се падат 844.1 апарата, в Унгария – 678, а в Словения – 876.6.

според проучване на "Economist Intelligence Unit" през 2008 г. те ще достигнат над 75%.¹³

Мобилният ни оператор "ГлоБул", в лицето на неговия изпълнителен директор Н. Цолас, отчита, че към края на първото шестмесечие на 2004 г. равнището на потребление на мобилни услуги е около 46% от населението на България, което е приблизително половината от съответното равнище в повечето западноевропейски страни. Незадоволителна е обаче степента на използване на мобилни услуги у нас, която се определя от Цолас като "доста ниска" в сравнение с развитите страни в Европа.

Благоприятен факт за бъдещото развитие на телекомуникационния пазар и проникването на по-модерните мобилни услуги е предприемането на конкретни процедури за реалното им предоставяне в обзиримо бъдеще чрез насрочването от КРС на търгове за издаване на индивидуални лицензи за мобилни далекосъобщителни системи от трето поколение по стандарт UMTS за края на март, началото на април 2005 г.

В условията на модерните и бързи мрежи от нови поколения по-пълноценно и ефективно ще се използват и т. нар. "умни телефони" (smart-phones) и персоналните цифрови помощници (personal digital assistants /PDAs/). "Умните телефони" позволяват поддръжка на голям набор от приложения – WAP и уеб браузър, работа с мултимедия (аудио и видео), графика, e-mail, календар, бележник за задачи, контакти, различни комуникационни протоколи – USB, Bluetooth, IrDA, TCP/IP и др.) При нужда могат да се инсталират и допълнителни приложения. Паметта им е не по-малко от 4MB с възможност за разширяването ѝ чрез допълнителни носители – MMC-, SD- или Memory Stick-карти. Разполагат с криптографски алгоритми за сигурност, което е изключително важно за сигурността при използването им за мобилно банкиране. Тяхното бъдещо развитие и усъвършенстване също представлява важна предпоставка за положителните очаквания относно перспективите на мобилното банкиране. Те ще предоставят по-добри технически, софтуерни и комуникационни възможности за отдалечено банкиране от произволно място и време, без да е необходимо наличието на компютър.

Като обобщение на зависимостта между развитието на мобилните комуникации у нас и GSM-банкирането можем да заключим, че в България са направени първите стъпки за изграждане на необходимата телекомуникационна инфраструктура, нужна като среда за пълнофункционално мобилно банкиране. Може да се очаква в бъдеще (след около 3, 4, 5 години) българският потребител да притежава съответните мобилни апарати (от по-нови поколения, от по-висок клас) и желание да използва предоставения му от банките мобилен канал за достъп до банковите електронни услуги.

5. Телефонното банкиране няма сериозни шансове за утвърждаване. Значението му в перспектива е затихващо, тъй като негов по-съвършен приемник е GSM-банкирането. Не смятаме, че повече от посочените 7 банки ще се насочат към предлагането му, тъй като

¹³ Огнянова, К. Телекомуникациите: две напред, една назад. – Капитал технологии, 29.05-04.06.2004 г., бр. 1.

ниските технически изисквания за ползването му не могат да конкурират по-иновативните решения, предлагани от мобилните комуникации, базирани на GSM- и UMTS-мрежите.

6. Недостатъчно развитата клонова мрежа на банки, притежаващи до 10 на брой клонове, е пречка за привличане на по-голям брой корпоративни и индивидуални клиенти и съответно за възходящото развитие на около 40% от всички търговски банки у нас. Не всички от тях обаче използват възможността чрез електронните канали и преди всичко чрез Интернет-банкирането да компенсират малката си клонова мрежа и да осигурят достъп до услугите си.

- Част от тези банки – Насърчителна банка АД, Банка Запад-Изток АД, ИНГ Банк Н.В. – клон София и др., реагират адекватно на проблема със слабата си клонова мрежа и доставят на клиентите услугите си през канала WWW. По този начин те в известна степен компенсират недостига на физически клонове и офиси.
- Друга част от банките – Те-Дже Зираат Банкасъ – клон София, Алфа банка – клон София и др., подценяват ограниченото си присъствие на банковия пазар и не наваксват физическата доставка на банкови услуги с такава през електронни канали.

За да увеличат присъствието си на пазара, те трябва своевременно да осигурят алтернативни на физическите банкови клонове и офиси пътища за достъп до продуктите и услугите си чрез формите на електронно банкиране.

7. Търговските банки трябва да осъществяват подходяща политика за стимулиране и поощряване на своите клиенти по отношение използването на алтернативните електронни канали:

А. Като част от реализирането на такава политика е препоръчително да се разграничават и диференцират с подходящо таксуване клиентите, обслужвани в банковите офиси, и потребителите на електронните канали. Не е обосновано корпоративни и индивидуални клиенти, които сами нареждат банковите си операции, да бъдат таксувани по същия начин, както тези, ангажиращи банкови специалисти за обслужването им на гише. Въвеждането на преференциални такси за потребителите на електронни канали се обуславя и предполага по няколко причини:

- значително по-ниските разходи, които имат банките за операции през електронните канали;
- освобождаване на банковите служители от рутинни дейности при обичайни банкови операции и възможност за пренасочването им към дейности, които не се предлагат по електронен път. Става въпрос за банкови продукти и услуги, които изискват лично обслужване и оказване на консултантска помощ от банкови специалисти и за които е по-трудно или на този етап е невъзможно да се осигури достъп по електронен път. Такива са например някои по-сложни банкови услуги като предоставянето на различни видове кредити на корпоративни и индивидуални клиенти, издаването на банкови гаранции, кредитни карти и др.;

- възможност за икономии на инвестиции в областта на изграждането на широка клонова мрежа поради осигуряване на алтернативен електронен достъп до банковите услуги.

Положителен е фактът, че повече от половината от банките, предлагащи електронни канали за достъп до услугите си, вземат под внимание финансовите и други предимства, произтичащи за тях от пренасочването на потребители към електронното банкиране, и са извършили съответни промени на таксите си в посока намаление.

С оглед на изложените доводи е препоръчително четиринадесетте банки (от всичките 29), които не са предвидили финансови облекчения за клиентите на отдалечените форми, да направят корекции в тарифите си, като редуцират таксите за някои операции, извършвани по електронен път.

Активна и адекватна на стремежа към увеличаване на дела на потребителите на електронни услуги е позицията на групата от банки, които предоставят ползването на системите си за отдалечено банкиране безплатно. Най-агресивна и силно конкурентна обаче е позицията на банки като Пощенска банка, ЦКБ и Демирбанк, които поощряват потребителите на Интернет-банкирането си едновременно с преференциални такси и с безплатно предоставяне на услугата, т.е. те целенасочено и последователно работят за утвърждаването и налагането сред клиентите си на алтернативните електронни канали.

Б. Необходимо е електронното банкиране да заема водещо, първостепенно място в продуктивния маркетинг на банките. За целта е нужно:

- рекламата на формите на отдалечено банкиране да присъства още в главната страница на техните уеб-сайтове. Банките трябва да насочват вниманието на своите клиенти директно върху онлайн банкирането, да популяризират предимствата му, да разяснят и убедят потенциалните му потребители в сигурността на електронните трансакции, да изтъкнат евентуалните финансови облекчения, които биха имали от преференциалното таксуване на основните им операции, ако пренасочат банковото си обслужване по електронен път. Положително реагират в това отношение в сайтовете си Банка Запад-Изток, Инвестбанк и др., техният пример трябва да се последва и от останалите банки;
- предоставянето на демонстрационна версия на системата за електронно банкиране. Тя има силно положително въздействие върху потенциалните клиенти, тъй като им позволява да придобият впечатления за нейния интерфейс и функционални възможности, да се убедят лично в липсата на сложност при самостоятелното нареждане на операциите от дома или офиса още преди да са предприели конкретни стъпки за активиране на услугата. Демоверсията е особено полезна за индивидуални клиенти, които нямат опит в работата с някакво приложение на персонален компютър и благодарение на нея по-лесно могат да се освободят от

предпазливостта и резервите си към електронното банкиране. Засега броят на банките, предлагащи демонстрационна илюстрация на системите си за отдалечено банкиране, е скромна. Четирите банки, които са реализирали това начинание, са подходящ модел за останалите, които биха искали клиентите им по-добре да се ориентират в конкретния интерфейс на всяка електронна платформа за банкиране и по-лесно да вземат решение за включването си към съответния канал. Отделянето на допълнителни финансови средства за софтуерното разработване на демоверсии би имало съответната възвръщаемост на базата на увеличаването на потребители на електронното банкиране.

8. Банките трябва да се стремят към осигуряване на все по-голяма степен на защита при реализиране на отдалеченото банкиране и основно на Интернет-банкването. Те трябва активно да работят и по въпроса за убеждаване на своите клиенти в безопасността на системите за електронно банкиране, за да успеят да ги освободят от предпазливостта и резервите им по отношение на сигурността на отдалечените канали.

Острата конкуренция на българския банков пазар принуждава банките да си поставят за цел реализиране на стратегията за мултиканален мениджмънт и разширяване на традиционната дистрибуция на продукти и услуги, основана на физическата мрежа от клонове и офиси, с електронна. Разширяването на спектъра на предоставяните услуги с различни форми на електронно банкиране е част от иновативните решения, които всяка банка, която е в крак със съвременните информационни технологии, трябва да приложи в своята банкова практика. Както в развитите страни, така и у нас оптимистичните перспективите за развитие на електронното банкиране не подлежат на съмнение. Предлагащото на неговите форми от страна на банките е гаранция за повишаване на ефективността, качеството и бързината на обслужване на клиентите и намаляване на техните разходи.

Финансово-кредитните институции, които имат сериозни намерения за експанзивно развитие и разширяване на дела си в банковия пазар, следва да усъвършенстват и разширяват каналите си за електронна дистрибуция, като по този начин отговарят на повишените изисквания на своите клиенти.

Литература

1. Божилов, Д. Електронното банкиране – неизползваният резерв на икономиката. – Банкови информационни технологии, 1998, № 2 (есен), с. 32-35.
2. Николова, М. Финансовите е-услуги у нас – разнообразни и удобни. – Банкови информационни технологии, 2001, № 1, с. 27-32.
3. Иванов, Ст. Банкиране през Интернет. – Банкови информационни технологии, 1999, с. 46-47.
4. Кръстева, М. Софтуер за електронно банкиране. – Банкови информационни технологии, 1999, с. 70-76.
5. Матов, Т. Банките в Интернет. – Банкови информационни технологии, 2004, N 2 (есен), с. 39-41.
6. Сайтовете на всички търговски банки в България.
7. Locarec-Junge; B. Walter. Banken im Wandel: Direktbanken und Direct Banking. Berlin, Berlin Verl., 2000.

Предлагани форми на електронно банкиране от търговските банки в България

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	PC-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
1	Булбанк	"PhoneBANK" - за корпоративни и индивидуални клиенти - месечна такса поддръжка – 2 € - адреси на входящи канали: http://online.bulbank.bg; http://wap.online.bulbank.bg	"TeleBANK" - само за корпоративни клиенти - за включване – 10€ - за инсталация /преинсталация/деинсталация – 15€ - месечна такса поддръжка: за ЮЛ - 8 € на сметка; за ФЛ - 2 € на сметка	"Булбанк Онлайн" - за корпоративни и индивидуални клиенти - месечна такса поддръжка - 8€ - преференциални такси за операции през "Булбанк Онлайн": междубанков превод (БИСЕРА) – 0.85 лв./1.10 лв. на гише; превод (РИНГС) – 9.00 лв./12.00 лв. и т.н. http://www.bulbank.bg	http://wap.online.bulbank.bg
2	Банка ДСК	липсва	"Multicash" - без такса за инсталация - месечна такса поддръжка - 25 лв. - преводите през Multicash са на половин цена	липсва	частично Банката има WAP страница (www.dskbank.bg/wap/dsk.wml). От нея чрез мобилния си телефон клиентите могат да получават <i>обща информация</i> като курсове купува /продава; фиксинги на БНБ; стойности на EURIBOR, USDLIBOR, SOFIBOR и др.
3	Обединена българска банка	- предлага се за корпоративни и индивидуални клиенти - без такса поддръжка - възможност за пасивни и активни операции	- предлага се предимно за корп. клиенти, не се използва сега, негов приемник е U-HOMELINE - такса инсталация – 15 лв. - месечна такса поддръжка - 10 лв. - такса за отстраняване на проблеми – 20 лв.	"U-HOMELINE" - за корпоративни и индивидуални клиенти - без такса за регистриране и поддръжка - няма преференциални такси за операции през U-HOMELINE https://ebb.ubb.bg	- предлага се за корпоративни и индивидуални клиенти - без такса поддръжка - достъп до пасивни и някои активни операции

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	PC-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
4	Ейч Ви Би Банк Биохим (HVB Bank Biochim)	липсва	"Multicash" • безплатна инсталация • месечна такса поддръжка - 50 лв. • за междубанков превод 1 лв.; чрез Multicash -0.50 лв., преференциални такси и за валутни преводи	липсва	липсва
5	Първа инвестиционна банка	липсва	"HOME BANKING" • безплатна инсталация • за преинсталиране на системата -50€ • без особено прак. приложение, негов приемник е Интернет-банкирането	"INTERNET HOME BANKING" през Виртуален банков клон (ВБК)на ПИБ • месечна такса поддръжка - 1 лв. • има стимули за използване на ел. банкиране: за междубанков превод, нареден на гише – 0.95 лв, по ел. път – 0.80 лв.; откриване на разпл. с-ка на ЮЛ: на гише - 5 лв., през ВБК – без такса. • има демонстрационна версия http://e-fibank.bg	липсва
6	Райфайзенбанк (България) ЕАД	PhoneBank • за корпоративни и индивидуални клиенти • само справочни операции	"ЕЛБА Интернешънъл" (продукт на база Multicash) • предлага се предимно за корп. клиенти • инсталационна такса –10€ • такса поддръжка - 5 € • такса преинсталация - 15€ • префер. такси за операции през ЕЛБА Интернешънъл: междубанков превод 0,50 лв срещу 1 лв. на гише	липсва	липсва

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	PC-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
7	Българска пощенска банка	само справочни операции (информация за сметки и др.)		“Internet Banking” - за корпоративни и индивидуални клиенти - без такса за регистриране и поддръжка - преференциални такси за операции през Интернет банкирането: междубанков превод (БИСЕРА) - 0,50 лв. срещу 1,00 лв. на гише; превод (РИНГС) – 8,00 лв. срещу 10,00 лв. https://e-postbank.bg	само справочни операции (движения по сметки и др.) http://e-postbank.bg/wap/
8	СЖ Експресбанк	липсва	“SOGECash” (продукт на база Multicash) - за корпоративни клиенти - без инсталационна такса за едно работно място, за всяко следващо по 10 лв. - месечна такса поддръжка - 20 лв. - за междубанков превод – 1 лв., чрез SOGECash – 0.80 лв.; вътрешнобанкови – 0,50 лв., чрез SOGECash 0,20 лв.	липсва	липсва
9	Стопанска и инвестиционна банка (СИБАНК)	- Инсталационна такса: 10 лв. - Месечна абонаментна такса за информация по: ➤ телефон - 1,50 лв. ➤ факс - 1,50 лв. ➤ телекс - 1,50 лв. ➤ e-mail - 1,50 лв.	“Отдалечено банкиране” *инсталационна такса – 50 лв. *такса поддръжка - 10 лв.	*“Интернет банкиране” - без такса за регистриране и поддръжка - за физически и юридически лица, клиенти на Централно управление - няма преференц. такси за операции през електр. банкиране https://e-bank.eibank.bg	липсва

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	PC-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
10	ДЗИ-банк	липсва	“Домашно банкиране” • инсталационна такса – 60 \$ • такса поддръжка - 15 \$ • изискване за PC съвместим компютър с операционна система MS-DOS • няма облекчение на таксите при операции през “Домашно банкиране”	липсва	липсва
11	Хебросбанк	липсва	липсва	• за корпоративни и индивидуални клиенти • месечна такса поддръжка за корпорат. клиенти- 5 лв. • стимулират се операциите през Интернет банкирането: например през Интернет /на гише: - междуклонов превод 0,00 лв./0,50 лв.; междубанков (БИСЕРА) 0,80 лв./1,00 лв.; междубанков (РИНГС) 8 лв. /10 лв. https://i-tbank.hebros.bg	липсва
12	Общинска банка АД	липсва	“Отдалечено електронно банкиране” • предлага се предимно за корп. клиенти • инсталационна такса – варира: 60 лв. или 90 лв. • такса поддръжка - няма. • за преинсталиране (след първото) – 12 лв. • няма префер. такси за операции през електр.	липсва	липсва

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	РС-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
13	Централна кооперативна банка	липсва	банкиране “ТелеБанк” • за корпоративни и индивидуални клиенти • без такса за инсталиране и поддръжка • без практ. приложение, нейн приемник е “CCB online”	“CCB online” • за корпоративни и индивидуални клиенти • без такса за регистриране и поддръжка • преференциални такси за междубанкови (0,70 лв. срещу 0,90 на гише) и вътрешно-банкови преводи (0,20 лв. срещу 0,30 лв. на гише)	• само “SMS известия”
14	Корпоративна търговска банка АД	липсва	• “CORPORATE RemoteBANK” – за корпоративни клиенти • “HOME RemoteBANK” за индивидуални клиенти • без такса за регистриране и поддръжка • няма префер. такси за операции през Интернет банкирането	липсва	липсва
15	ТБ Алианц България АД	липсва	липсва	“RemoteBANK System” - Система за отдалечено банкиране • за физ. и юрид. лица • има демонстрационна версия • такса за електр. сертификат – 15 лв. • месечна такса поддръжка – 15 лв. • такса за междубанков превод през “RemoteBANK System” 0,40 лв. срещу 1,00 лв. на гише	липсва

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	РС-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
16	Евробанк АД	липсва	липсва	“Интернет банкиране” • за корпоративни и индивидуални клиенти • без такса за регистриране и месечна поддръжка • работи с TAN кодове. • няма префер. такси за операции през Интернет банкирането https://ibanking.eurobank.bg/hb/	• за корпоративни и индивидуални клиенти • получаване на информационен SMS и/или e-mail при промяна сумите по сметките и за размера на валутните курсове • безплатно включване • 2,50 лв. месечно за един телефон на едно лице
17	Юнионбанк	PhoneBANK • само за Централно управление, гр. София и клона в гр. Русе • с пароли за достъп	“Електронно банкиране” • само за Централно управление, гр. София и клоновете в Русе, Варна и Пловдив • инсталационна такса – 80 лв. • такса поддръжка – 10 лв. на сметка • няма префер. такси за операции през електр. банкиране	липсва	липсва
18	Българо-американска кредитна банка	липсва	“Електронно банкиране” • безплатно инсталиране на продукта • месечна такса поддръжка - 15 € • за междубанков превод и инкасо: 1 лв.; чрез ел.банкиране -0,50 лв.; преф. такси и за валутни преводи	“Интернет Банкиране” • за корпоративни и индивидуални клиенти • без такса за регистриране и месечна поддръжка • има префер. такси за операции през Интернет банкирането • работи с TAN кодове.	липсва

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	РС-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
19	ПроКредит Банк АД	липсва	липсва	“ПроБанкинг” (“ProB@nking”) - за корпоративни и индивидуални клиенти - без такса за включване в системата и без такса поддръжка - работи с TAN кодове - няма префер. такси за операции през Интернет банкирането https://probanking.procreditbank.bg	липсва
20	“БНП Париба” (България)	липсва	“Електронна банка” - безплатно инсталиране на продукта - месечна такса поддръжка: - за ЮЛ – 40 лв.; за ФЛ – 20 лв. - за межубанков превод /на гише/ – 0,98 лв., чрез “Електронна банка” – 0,50 лв.; през РИНГС: 10 лв.срещу 4.50 лв.	липсва	липсва
21	“Интернешънъл асет банк” АД (бивша Унибанк АД и Първа източна международна банка АД)	липсва	липсва	E@Банкиране (E@BANKING) - за корпоративни и индивидуални клиенти - без такса регистрация - месечна такса поддръжка – 20 лв. - няма преференциални такси за операциите през Интернет https://e-bank.feibbank.com	липсва
22	Инвестбанк АД (бивша Нефтинвестбанк)	липсва	“Дистационен банкиране” (Home-Banking) инсталационна такса – 36	“E@BANKING” за корпоративни и индивидуални клиенти	липсва

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	РС-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
			лв. • месечна такса поддръжка на една сметка - 20 лв.	• месечна такса поддръжка - 10 лв. • при достъп само до справочни операции - 5 лв. • няма преференциални такси за операциите през Интернет https://ebank.ibank.bg/	
23	Емпорики банк - България	липсва	липсва	липсва	липсва
24	Насърчителна банка АД	липсва	липсва	"ИНТЕРНЕТ БАНКИРАНЕ" (продукт на база "MultiCash@Office") • само за корпоративни клиенти • без инсталационна такса • месечна такса поддръжка – 25 лв. • няма преференциални такси за операциите през Интернет	липсва
25	Международна банка за търговия и развитие АД	липсва	липсва	липсва Няма Web-страница в Интернет.	липсва
26	"Търговска банка Д" АД (бивша Демирбанк, България)	липсва	Home Banking • месечна такса поддръжка -5 € • без практ. приложение, негов приемник е Интернет банкирането	"Е@Банкиране" • за корпоративни и индивидуални клиенти • без никакви такси • за междубанков превод – 1 лв., чрез Home Banking и/или Интернет – 0,75 лв.	липсва
27	Токуда Банк АД, Пловдив	липсва	• за корпоративни и индивидуални клиенти • без инсталационна такса • месечна такса поддръжка – 8	липсва Има само главна страница (Home page) на сайта си.	липсва

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	РС-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
			лв. • комуникационният канал до банковата информационна система е WWW • няма преференциални такси за операциите през електр. банкиране		
28	Банка Запад-Изток АД	липсва	липсва	“E-banking” • за корпоративни и индивидуални клиенти • такса за персонално хардуерно устройство (Hardware device Rainbow iKey 2000) - 70€ • няма преференциални такси за операциите през Интернет https://www.online.westeast-bank.bg	липсва
29	ЧПБ Тексим	липсва	липсва	липсва	липсва
30	Пиреос Банк - клон София	липсва	липсва	• за корпоративни и индивидуални клиенти • такса регистрация – за ЮЛ – 36 лв.; за ФЛ – 12 лв. • месечна такса поддръжка - а ЮЛ – 10 лв.; за ФЛ – 5 лв. • няма преференциални такси за операциите през Интернет https://www.winbank.bg	липсва
31	ИНГ Банк Н.В. - клон София	• не се предлага класическо телефонно банкиране, банкиране през Call – център /Телефонен център/ с оператор	липсва	“ING Онлайн банкиране” • за корпоративни и индивидуални клиенти • за индивидуални клиенти – без никакви такси • за корпоративни клиенти:	липсва

№	Банка	Наименование на системата за електронно банкиране			
		Телефонно банкиране	РС-банкиране	Интернет банкиране	GSM банкиране
		• за корпоративни и индивидуални клиенти • възможност за пасивни и активни операции • завишени такси за активни операции – напр. за междубанков превод – 2,50 лв.		✓ само пасивни операции: ➢ без такси регистрация и поддръжка ✓ активни операции: ➢ регистрация – 30 лв. ➢ поддръжка – 10 лв. на месец • има съществени стимули за изп. на ел. банкиране: за междубанков превод, нареден на гише – 1,25 лв, по ел. път – 0,45 лв.	
32	Ситибанк Н. А.- клон София	липсва	“Citibank Electronic Payment Services” • само за корпоративни клиенти • без инсталационна такса	“CitiDirect Online Banking” • само за корпоративни клиенти • без инсталационна такса • с месечна такса поддръжка, която се определя индивидуално за всеки клиент • индивидуално на корпоративните клиенти се предлагат преференциални такси за операции през Интернет	липсва
33	Алфа банка - клон София	липсва	липсва	липсва	липсва
34	Те-Дже Зираат Банкасъ - клон София	липсва	липсва	липсва	липсва