

32 → Так, около 30% всех вкладов в Промсвязьбанке и около 20% в ВТБ24 открываются через интернет, добавляет госпожа Кондрашова.

Пока несколько реже в интернет-банках встречаются сложные инструменты, например, приложения, позволяющие клиентам банка или инвестиционной компании осуществлять операции на фондовой бирже, говорит господин Сороко. Да и пользуется этими программами в России еще слишком мало людей, чтобы сделать эти разработки рентабельными. Не широко распространены и такие дополнительные сервисы, как мобильные платежи по технологии NFC с использованием средств банковского счета или мобильного счета в качестве платежного, в том числе и для оплаты транспортных услуг. Только начинают развиваться портативные POS-терминалы или приложения, выполняющие аналогичную функцию и работающие на базе смартфонов, что позволяет пользователю самостоятельно осуществлять прием безналичных платежей с использованием банковских карт. Но в ближайшее время такие решения будут развиваться с большой скоростью.

В перспективе банки продолжают насыщать свои интернет- и мобильные системы обслуживания новыми возможностями и услугами, повышая при этом уровень защиты персональной информации клиента. Будут появляться новые интерфейсы, запускаться сервисы, позволяющие в автоматическом режиме анализировать финансовую активность клиента и предлагать ему варианты оптимизации, отмечает господин Яловенко. «В среднесрочной перспективе нужно готовиться к „очковой“ революции, когда устройства наподобие google-очков станут таким же распространенным гаджетом, как сейчас мобильный телефон. Соответственно, нужно уже сейчас продумывать новые механизмы навигации — жестовые, голосовые или, возможно, даже мысленные», — считает господин Питернов.

В целом IT-платформы для реализации интернет-банкинга довольно дороги и высокотехнологичны, но они дают широкое



**В 2012 ГОДУ ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА СОСТАВИЛ ОКОЛО 600 МЛРД РУБЛЕЙ, А В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ ОН МОЖЕТ ВЫРАСТИ ДО 1,5-2 ТРЛН РУБЛЕЙ**

поле для предоставления различных услуг. В связи с этим у российского банковского рынка большие перспективы для развития, считает господин Грачев. Функционально насыщенный и «продвинутый» интернет-банк сейчас является своеобразной визитной карточкой розничного банка.

**НИЗКОЕ ПРОНИКНОВЕНИЕ** Если опираться на опросы Национального агентства по финансовым исследованиям, то в России проникновение интернет-банка пока невелико — им пользуется 17% от количества граждан, имеющих счета. Еще 7% планируют освоить услугу в ближайшее время. В корпоративном сегменте проникновение гораздо глубже — удаленные каналы обслуживания используются клиентами на 98–100%, а в розничном, в зависимости от оснащенности IT-продуктами, — от 5 до 30% от общего объема операций, оценивает управляющий филиалом «Санкт-Петербург» Мастер-банка Леонид Певзнер. В корпоративном банкинге значимость дистанционного обслуживания не столь высока, как в розничном, однако его востребованность

по ряду направлений растет, говорит председатель правления Международного банка Санкт-Петербурга (МБСП) Максим Здор. В настоящее время в МБСП доля платежей корпоративных клиентов в рамках ДБО составляет более 90%.

В Европе процент пользователей интернет-банков приближается к 90%. В таких странах, как Бельгия, Франция, Германия, Великобритания, США, 85–93% банковских операций осуществляется через интернет. А в Чехии, Польше, Нидерландах данный показатель составляет 60–70%. Учитывая данные вышеприведенного опроса, в ближайшем будущем интернет-банкинг будут использовать уже четверть всех клиентов, имеющих счет в банке, отмечает Екатерина Кондрашова.

Эти прогнозы подтверждает и статистика самих банков. В мае 2013 года проникновение интернет- и мобильного банка в Номос-банке превысило 40%, притом что год назад доля физлиц, подключенных к дистанционным сервисам, составляла всего 6%. Количество клиентов выросло в шесть раз — до 160 тыс. человек, при

этом доля Петербурга составляет приблизительно 4% от всех клиентов, говорит господин Питернов. В Северо-Западном Сбербанке в первом квартале 2012 года доля платежей через удаленные каналы составляла 49%, в текущем году — уже 73%, отмечают в пресс-службе. В Альфа-банке «Альфа-Клик» использует 30% клиентов, их них 10% из Санкт-Петербурга.

Основная аудитория, по словам госпожи Яловенко, это люди 20–45 лет, соотношение мужчин и женщин составляет примерно 60 и 40%, в основном это жители крупных городов. «Безусловно, основные пользователи таких опций — это относительно молодые люди, в среднем до 40 лет. Более взрослое поколение предпочитает лично посещать отделение банка. Особенно ярко эта тенденция представлена в регионах, вдали от крупных городов. Именно поэтому наряду с развитием удаленного обслуживания банки продолжают открывать новые офисы, и они продолжают приносить прибыль», — говорит Андрей Грачев.

Недоверие со стороны населения к интернет-банкингу остается, что связано не только с его непопулярностью, но и с отсутствием интернета в некоторых частях страны, где интернет-банкинг просто неосуществим. «Клиенты не уверены в надежности банковских онлайн-систем. Несмотря на то, что в этом направлении уже сделано немало, например, введена система двойной защиты (с помощью пароля и логина, а также одноразового смс-кода), интернет-мошенничества и взломы систем продолжают осуществляться», — говорит Ирина Бажулина.

Чтобы не просто увеличить свою конкурентоспособность за счет внедрения интернет-банка, но также и для того, чтобы приучить клиентов к данной системе, банки стараются использовать различные методы: от объяснения сотрудником банка в течение двух-пяти минут о том, как работает интернет-банкинг, до ввода специальных продуктов через этот канал, отмечает Екатерина Кондрашова. ■

## ТОПТАНИЕ НА МЕСТЕ

доля малого и среднего бизнеса (МСП) в ВВП страны по-прежнему выглядит более чем скромно. Рывок был сделан десять лет назад, когда этот показатель находился на уровне 12–15%. Сейчас принято считать, что эта составляющая стремится к 20%. Вместе с тем правительством поставлена задача к 2020 году как минимум удвоить эту цифру, вплотную приблизившись к уровню ведущих стран.

ВЛАДА ГАСНИКОВА, АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

Темпы роста при этом явно недостаточны — эксперты отмечают, что «мы топчемся на месте». Любопытно, что достичь целевого ориентира страна может, лишь выведя малый бизнес «из тени».

По данным Министерства экономического развития РФ, по итогам 2012 года вклад субъектов МСП в ВВП страны составил 19,2%, в то время как уже в 2011 году этот показатель в США и Германии был на уровне 50–52%, Франции — 55–62%, Японии — 52–55%. Целевой ориентир для России, озвученный государственными мужами, — 40–50%. Чуть лучше выглядит показатель России среди этих стран по

доле занятых в субъектах МСП в общей численности занятых — 25,2% (для сравнения: США и Франция — 54%, Германия — 46%, Япония — 78%). Целевой ориентир, декларируемый правительством России, — 50–60%.

В России используются такие понятия, как «малые предприятия» (средней численностью до 100 человек включительно) и «микропредприятия» (средней численностью до 15 человек). На 2013 год максимальная годовая выручка малого предприятия должна составлять не более 400 млн рублей, а микропредприятия — 60 млн рублей.

В Минэкономразвития не смогли прокомментировать ситуацию с долей малых предприятий в ВВП страны.

**ВСЕМ ВЫЙТИ ИЗ ТЕНИ** Отметим, что, согласно прогнозу социально-экономического развития России на 2011 год и на плановый период 2012 и 2013 годов, в 2012 году доля продукции малого и среднего бизнеса в ВВП РФ должна была составить 29%. То есть фактически страна «недобрала» примерно 10% от планируемой цифры. Президент Торгово-промышленной палаты (ТПП) РФ Сергей Катырин го-

ворит, что доля малого бизнеса уже несколько лет крутится вокруг 19–20%. «Она, к сожалению, серьезных изменений не претерпевает. Ни в количестве малых предприятий, ни в доле ВВП, — говорит господин Катырин. — В этом вопросе мы топчемся на месте. Более того, с принятием этого не очень удачного, или прямо скажем, совсем неудачного решения по страховым взносам у нас статистика пошла в обратную сторону по количеству индивидуальных предпринимателей. Их количество уменьшилось примерно на 300 тысяч». → 38