

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Кафедра фінансово-економічної безпеки та інтелектуальної власності

Іщук Максим Валентинович

**Безпека діяльності комерційних банків у мережі Інтернет / Security
of commercial banks activity on the Internet**

спеціальність: 8.18010014 – Управління фінансово-економічною безпекою
магістерська програма – Управління фінансово-економічною безпекою

Магістерська програма

Виконав студент групи ФЕБм-21
М.В. Іщук

Науковий керівник:
к.е.н., доцент, О.В. Баранецька

Магістерську роботу допущено
до захисту:
«___» _____ 20__ р.
Завідувач кафедри
_____ Н.Б. Москалюк

ТЕРНОПІЛЬ – 2017

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ INTERNET В ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ.....	7
1.1. Сутність, класифікація та напрямки використання дистанційних банківських послуг.....	7
1.2. Моделі та форми банківського обслуговування клієнтів у мережі Internet.....	17
1.3. Характеристика нормативно-правової бази, що регламентує банківську діяльність в мережі Internet.....	25
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	33
РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ INTERNET- ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	35
2.1. Аналітичний огляд становлення ринку банківських Internet-послуг в Україні.....	35
2.2. Аналіз проблем і переваг використання Internet-технологій банківськими установами у вітчизняних реаліях.....	51
2.3. Оцінка рівня безпеки діяльності комерційних банків у мережі Internet.....	60
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	70
РОЗДІЛ 3. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ INTERNET-БАНКІНГУ, ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ.....	72
3.1. Адаптація зарубіжного банківського досвіду використання Internet- технологій в Україні.....	72
3.2. Стратегічні напрямки зміцнення безпеки ринку банківських Internet- послуг.....	80
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	91
ВИСНОВКИ.....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	98

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На сьогоднішній день у світі і в Україні банківська справа зазнає значущих змін, під впливом різних чинників. Одним із основних чинників є прогрес і розвиток в інформаційних та телекомунікаційних технологіях. В цьому контексті провідне місце належить всесвітній комп'ютерній мережі телекомунікації й обміну інформації – Інтернет, який дозволяє надавати специфічні послуги, що є новітніми на ринку банківських послуг і перспективними для розвитку самого банку. Такий розвиток банківництва має глибинну основу для дослідження економічної теорії і потребує ретельного вивчення.

На даний час, мережа Інтернет виступає у ролі своєрідного міждержавного інформаційного простору. Такий статус викликає зацікавленість керівників провідних країн і міжнародних організацій, бізнес-організацій, що сприймають широке поширення Інтернет простору не тільки як сучасну модель ведення бізнесу, але і перспективну складову світової економіки.

За останнє десятиліття Інтернет поступово стає доступним, зручним та універсальним засобом комунікації, котрий дозволяє здійснювати велику кількість завдань у найрізноманітніших галузях і сферах діяльності, зокрема і в банківській. Сьогодні Інтернет – це сукупність поєднаних між собою за допомогою мереж передачі даних інформаційних серверів, на яких зберігається різноманітна інформація, і власне дані про користувачів такої інформації. Цінність цієї мережі полягає, перш за все, у можливості комунікацій у режимі реального часу з будь-яким джерелом інформації. Комерційні банки одними з перших почали використовувати можливості саме цієї мережі для надання послуг своїм клієнтам. Сучасні Інтернет-технології дають змогу банкам значну частину своїх послуг вивести на новий рівень, привертаючи нових клієнтів і зменшуючи витрати на їх обслуговування. Ефективна організація Інтернет-обслуговування не тільки приносить додатковий дохід банківській установі, але й сприяє укріпленню іміджу, стрімкому розширенню клієнтської бази, а також підвищенню

конкурентоспроможності. Звісно всі ці позитивні моменти ведуть за собою ряд ризиків та загроз безпеці банку, які можуть виникнути у будь-який момент звідусіль (від користувачів Інтернет-послуг, керівників банківських Інтернет-проектів, IT-спеціалістів, робочого персоналу і т.д.)

Отже, актуальність тематики обумовлена тим, що на сьогоднішній день, розвиток банківського бізнесу повинен відбуватися синхронно із розвитком суспільства, цифрових технологій та мережі Інтернет, яка на сьогодні і в майбутньому займатиме чільне місце у житті будь-якої людини, підприємства чи установи.

Разом з тим, мережа Інтернет, з кожним роком привертає все більшу увагу зловмисників, які мають різну мету: заволодіти коштами банківських клієнтів, дестабілізувати діяльність банку та інше. Аби захистити банківський сектор від таких посягань, велика кількість економістів та банкірів вивчають сильні та слабкі сторони Інтернет-банківництва. Дослідження цього сегмента ринку є необхідним, оскільки Світова мережа є своєрідним стимулюючим фактором у вдосконаленні банківського сектору, банківських послуг та банківської діяльності загалом.

Дослідженню банківської діяльності на основі інтернет-технологій присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів. Зокрема, сутність та класифікація банківських послуг у мережі Інтернет розглянуті у працях таких авторів, як Р. Коцовська, Н. Меджибовська, А. Ашкінадзе, К. Варов, В. Лейбов, О. Павлишин, Л. Хміль.

Моделі інтерактивного банківського обслуговування викладені у працях В. Міщенко, В. Ткачука, А. Шаповалова, Н. Шелудько, Г. Юрчук. Окремі аспекти діяльності віртуальних банків представлені в роботах учених-дослідників, серед яких О. Анан'єв, В. Білик, І. Брітченко, Я. Гончарук, М. Денисенко, Я. Чайковський, А. Стахарчук та ін.

Мета і завдання дослідження. Метою даної магістерської роботи є виявлення та дослідження сутності й особливостей послуг, які надаються банками через Інтернет, розгляд видів банківських Інтернет-послуг у всесвітній мережі, огляд моделей інтерактивного банківського обслуговування, аналіз проблем і

переваг використання Internet-технологій, вивчення ступеня їх захищеності та перспективи підвищення безпеки Інтернет-банкінгу, як одного з пріоритетних напрямів розвитку банківського бізнесу.

Для досягнення поставленої мети передбачено постановку, формулювання і розв'язання наступних **завдань**:

- визначити напрями використання банками дистанційних банківських послуг;
- виділити моделі та форми банківського обслуговування клієнтів в мережі Інтернет;
- охарактеризувати нормативно-правову базу, що регламентує банківську діяльність в мережі Інтернет;
- проаналізувати становлення та розвиток ринку банківських Інтернет-послуг;
- виокремити види послуг з використанням Інтернет, що використовуються у вітчизняній банківській практиці;
- оцінити ефективність, проблеми та переваги використання Інтернет-технологій у банківському обслуговуванні клієнтів в Україні;
- дослідити перспективи адаптація зарубіжного банківського досвіду використання Internet-технологій в Україні;
- визначити стратегічні напрями зміцнення безпеки ринку банківських Internet-послуг.

Об'єктом дослідження є сфера економічних відносин, що виникають між банком, його клієнтами та третіми особами з приводу надання банківських послуг за допомогою систем дистанційного обслуговування.

Предметом дослідження є діяльність банків, що здійснюється в мережі Інтернет.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи були використані наступні методи: на основі діалектичного методу проведено вивчення та визначення напрямків розвитку ринку банківських Інтернет-технологій та Інтернет-послуг; методи аналізу, синтезу, абстрагування, графічний,

статистичний, системний, прогнозування та спостереження застосовано для дослідження стану використання мережі Інтернет у банківському секторі, а також визначення ефективності, проблем і переваг послуг мережі Інтернет.

Теоретико-інформаційною базою роботи є праці науковців та фахівців в області теорії і практики банківської справи в Україні, матеріали наукових конференцій, періодичної преси, а також Закони України, що регламентують діяльність банківських установ, укази Президента України, нормативні документи Національного банку України й окремих банківських установ.

Наукова новизна одержаних результатів. Науковою новизною, є впровадження у банківську діяльність України сучасних систем захисту від шахраїв: selfie-авторизація, Skype-підтвердження, цифрова дактилоскопія.

Практичне значення роботи. Основні положення роботи можуть бути використані для вдосконалення діяльності комерційних банків в мережі Інтернет при обслуговуванні клієнтів, що сприятиме збільшенню їх безпеки та захищеності від зловмисників, а також підвищення конкурентоспроможності на ринку банківських послуг та більш ширшому використанню Інтернет-технологій банками для задоволення потреб наявних та потенційних клієнтів.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел.

Обсяг дипломної роботи становить 104 сторінки. Робота містить 7 таблиць, 4 рисунки, а список використаних джерел – 71 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ INTERNET В ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

1.1. Сутність, класифікація та напрямки використання дистанційних банківських послуг

На сьогоднішній день ринок банківських послуг надзвичайно насичений різноманітними продуктами та послугами. Саме тому сучасні інтереси банку зорієнтовані на те, як налагодити зручні, безпечні та ефективні канали дистрибуції своїх послуг клієнтам.

Основою для цього є той факт, що у теперішньому діловому світі час цінується дуже високо. Неодноразово складається ситуація, коли у клієнта банку виникає негайна необхідність отримати доступ до власних банківських рахунків незалежно від часу – у день чи пізно вночі.

Цілодобове банківське обслуговування – це неодмінна реальність сучасності. Рушійною силою цього стали потреби клієнтів банку отримувати послуги, фізично не відвідавши банківські установи, разом із розвитком інформаційно-комунікаційних технологій [57, с. 98–104].

Велика конкуренція у банківському секторі примусила банки не тільки розширювати спектр своїх фінансових продуктів та послуг, але й активно вивчати і впроваджувати нові, прості у користуванні, швидкі, якісні і доступні для клієнтів сервіси. Але найголовнішим є те, що коли банк ставить пріоритетом збільшення кількості клієнтів та отримання максимального прибутку, він повинен обслуговувати клієнта у будь-якому місці і у будь-яку годину доби, при цьому гарантуючи безпечність трансакцій. Саме така роль всебічної доступності покладена на дистанційне банківське обслуговування.

Для розуміння суті дистанційного обслуговування, розглянемо визначення Нікітіна А.В.: «дистанційне банківське обслуговування – це здійснення операцій

за рахунком клієнта, яке банк виконує на підставі дистанційного розпорядження, при цьому, дистанційне розпорядження – це розпорядження банку від клієнта, за допомогою погодженого каналу та з певною процедурою передачі вихідних даних, виконати вказану операцію» [33, с. 21].

Отже, з цього визначення, можна зробити висновок, що суть дистанційного банківського обслуговування полягає у самообслуговуванні банківських клієнтів. Таке самообслуговування являється технологічним видом комунікації, яке дозволяє задовольняти потреби споживача незалежно від наявності банківського працівника. Тобто Internet-технології повинні розпізнати, чи розпорядження постуило від реального власника рахунку, або ж від зловмисників, які зацікавленні у заволодінні чужими коштами.

У літературних джерелах В. А. Степаненко, А. В. Нікітіна та інших авторів, віддалене банківське обслуговування розуміється як обслуговування клієнтів банку каналами доставки, які не потребують втручання банківського працівника. Таким каналом доставки можуть бути різні посередники, проте головним чином ним виступає мережа Інтернет. Ця мережа і є своєрідним посередником між операційною системою і клієнтом.

Головною метою використання дистанційного обслуговування у банківському секторі, є надання більших можливостей користування і оперування власними фінансовими інструментами у будь-яких регіонах та країнах. Така перспектива забезпечує абсолютно новий рівень доступності банківського бізнесу при збереженні та підвищенні якісного обслуговування, при цьому зменшуються питомі витрати на одного клієнта у порівнянні із традиційним веденням банківської справи.

Форма дистанційного обслуговування не залежить від відстані та часу проведення операції, тому що електронні лінії працюють цілодобово та будь-де, де є засоби комунікації. Саме тому для потенційних споживачів зникають поняття «операційний день», «перерва», «вихідний день», але найголовнішим є те, що абсолютно змінюється характер співпраці клієнта із банком. Клієнт має вільний вибір, як йому краще отримати ту чи іншу послугу, в залежності від того, який він

веде стиль життя, який розмір його доходів та витрат, терміновості операції та місця реального перебування. Це суттєво змінює економічну поведінку клієнта, адже пристосування до роботи банківської установи відходить на останній план.

Відтак, з метою тіснішої співпраці із клієнтами, банки почали впроваджувати сервіси дистанційного обслуговування, при цьому, спектр послуг, які банк надає у стінах банківської установи та послуг за допомогою дистанційного банкінгу практично не відрізняються. Слід зазначити, що електронні банківські послуги базуються на традиційних продуктах банку, водночас, мережа Інтернет стала результатом появи відносно нових банківських послуг, а саме: розрахунки в Інтернет-магазинах, мобільний банкінг, віртуальні платіжні картки, валютно-обмінні операції з доступом до безготівки та інше.

Водночас, при використанні Інтернет-мережі, банку слід приділити велику увагу важливим принципам банківського обслуговування: доступність, простота використання, конфіденційність, оперативність, комплексність, збереження цілісності інформації, аутентифікація [11, с. 58-65].

Втілення банком цих принципів у реальність, дасть клієнту можливість здійснювати всі стандартні банківські операції (за винятком готівкових) просто маючи у наявності засіб доступу до мережі Інтернет. Такими операціями можуть бути:

- здійснення комунальних платежів (квартплата, водопостачання, телефонний зв'язок і т.д.);
- проведення грошових переказів як в іноземній, так і в національній валюті, на будь-які рахунки;
- реалізація покупок товарів та послуг в Internet-магазинах;
- поповнення залишку на картковому рахунку;
- одержувати інформацію про стан рахунку в режимі реального часу;
- купувати чи продавати валюту;
- одержувати інші послуги.

Головна суть, дистанційного банківського обслуговування, полягає у наступних параметрах:

- гнучкий графік роботи. Як банк, так і сам клієнт обирає час і місце запиту по задоволенні власних потреб;
- можливість використання банком різних інтерпретацій в плані фінансових послуг;
- постійний контроль якості банківської продукції та швидкий вплив на його вдосконалення.

Використання дистанційного банківського обслуговування зменшує експлуатацію людської праці і, відповідно, скорочує обсяги витрат та деякі види банківських ризиків, а саме: втрата документації, фальсифікація документообігу, зниження рівня помилок у заповненні анкет та реквізитів. Віддалене обслуговування прискорює обмін інформацією між клієнтом та банком, і відповідно платежі виконуються швидше [30].

Слід зауважити, що на сьогодні існують різні види дистанційного банківського обслуговування. До прикладу, «домашній банкінг» (homebanking), існує вже більше двадцяти років. Ця технологія, поступово перетворюється у відокремлену ланку ведення бізнесу, що супроводжується відкриттям Інтернет банків із відсутністю самих банківських приміщень.

Власне сама назва «віддалене обслуговування» говорить про те, що надання банківських послуг відбувається не у офісі банку, із допомогою банківського працівника, а в офісі клієнта, або там, де зручніше самому клієнту.

Технологія «Homebanking», була впроваджена у дію західними банками, ще в 80-х роках. В ці роки відбувалася жорстка конкуренція по залученню нових клієнтів. Родоначальником «домашнього банкінгу», слід вважати будівельне товариство Nottingham Building Society разом з Банком Шотландії та телефонною компанією British Telekom, які ще у 1983 році впровадили систему Homelink [33].

А сама система Інтернет-банкінгу бере свій початок з 1984 року, коли в США була створена система Home Banking. Ця система давала можливість вкладникам перевіряти свої рахунки, підключаючись до комп'ютера банку через телефон. Надалі, у міру розвитку Інтернету та Інтернет-технологій, банки починали вводити системи, які дозволяли вкладникам отримувати інформацію про свої

рахунки через Інтернет. Вперше послуга переказу грошових коштів з рахунків була введена в 1994 році в США Стенфордськими федеральними кредитними спілками, а вже в 1995 році був створений перший віртуальний банк – Security First Network Bank [19].

Вже перші роки створення технологій дистанційного обслуговування дозволили засвідчити, що такі сервіси передбачатимуть роботу не тільки із клієнтами банку, але й з банками-кореспондентами, філіями, відділеннями, обмінними пунктами. За допомогою дистанційного банківського обслуговування банк може здійснювати платежі чи інші розпорядження клієнтів, на основі дистанційних звернень, які передаються до установи банку, використовуючи різні засоби (рис. 1.1).

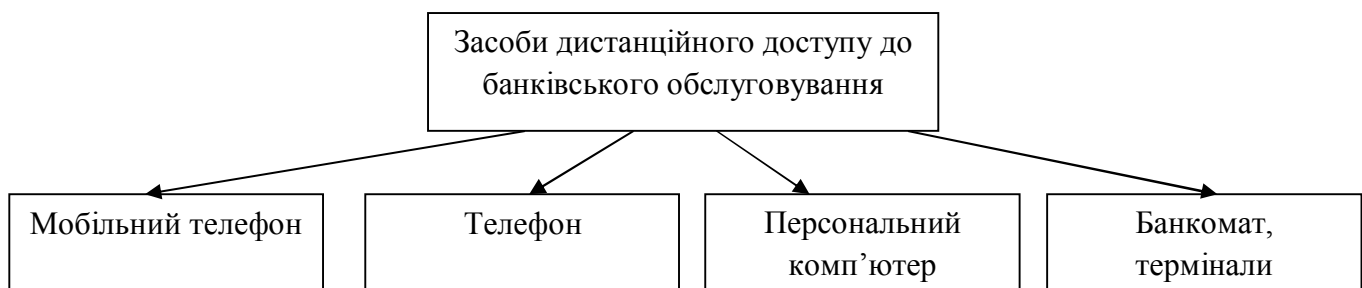


Рис. 1.1. Засоби дистанційного доступу клієнта до банку [55, с. 210]

Технології дистанційного банківського обслуговування, варто класифікувати за способом доступу до банківських операцій:

- телефон, мобільний телефон. Цей засіб у системі «телефон-банк», слугує каналом передачі інформації через стаціонарні чи мобільні сітки телефонного зв'язку.

Такий засіб доступу має обмежувальний функціональний набір, в більшій мірі носить інформаційний характер. Він дає можливість:

- отримувати інформацію про залишок і надходження на рахунок;
- отримання консультацій зі спеціалістами Call-центру.

Телефон та мобільний телефон, надає можливість відділеного доступу до рахунків практично у будь-який час. Але мінусом такого засобу доступу є обмеженість функціональності системи, яка обслуговує клієнтів.

- персональний комп'ютер. Вважається найбільш поширеним дистанційним засобом доступу до банківських послуг, оскільки є багатofункціональним та зручним у користуванні.

Такий засіб, користується популярність переважно у юридичних осіб, але часто використовуються і фізичними особами. Його перевагою від інших засобів доступу до дистанційних банківських послуг, полягає у ширших можливостях клієнта, який може:

- формувати і відправляти платіжні доручення;
- отримання банківських виписок по рахунку;
- формування і відправка доручень на покупку і реалізацію валюти і цінних паперів;
- отримувати, погашати та контролювати ліміти по кредитних коштах;
- здійснювати вклади коштів під привабливий процент, та інше.

Головною і найбільшою перевагою використання персонального комп'ютера, як засобу доступу до дистанційних банківських послуг, являється можливість економити час і ресурси на відвідини банку для здійснення операцій.

Мінусом є те, що персональний комп'ютер повинен бути оснащений спеціальними програмами, які «блокуватимуть» доступ третіх осіб. Такі програми, як правило є платними, що підвищує витрати клієнта.

- банкомат, термінали. Поширення набули при масовому відкритті карткових рахунків (корпоративних, розрахункових та інших).

Перевагою такого засобу доступу до дистанційних банківських послуг, являється можливість отримувати не лише послуги із без готівкою (як у інших засобах), але і з готівкою. Великий мінус – це територіальна прив'язка до стаціонарного банківського обладнання (банкоматів та терміналів), які знаходяться безпосередньо в епіцентрі шахрайського контролю.

Отже, під терміном дистанційного банківського обслуговування, варто розуміти технології з надання фінансово-кредитними організаціями своїх послуг з переданим віддалено розпорядженням клієнта (тобто без безпосереднього візиту в офіс банку), з використанням різних каналів телекомунікації. В якості таких каналів зв'язку можуть використовуватися телефонний і мобільний зв'язок, зв'язок за допомогою мереж (локальних або Інтернету), технічні пристрої (банкомати і термінали).

Реалії сьогодення демонструють, що мережа Інтернет, і всі засоби які зв'язані з нею для доступу до банківських послуг, є найбільш затребуваними серед населення. Це пов'язано із значною економією часу. Можливість доступу до мережі, заміняє необхідність пошуку терміналів та банкоматів для проведення переказів і оплат, або ж використання мобільного телефону, який надає вужчий ряд послуг через канали мобільного зв'язку.

Система дистанційного банківського обслуговування на базі автоматизованої комп'ютерної технології із прив'язкою до мережі Інтернет включає наступні компоненти [55, с. 274]:

- сервіс зв'язку (веб-сайт), який забезпечується належним інтерфейсом для зручного користування. Цей компонент гарантує надійне спілкування між банком і клієнтом у формі дистанційних розпоряджень клієнтів та створення необхідних електронних документів у базі даних системи. Даний сервіс приймає інформацію, яка надходить від клієнта і, в свою чергу, передає відповідь від банку до клієнта. Характеристика, зовнішній вигляд та функції сервісу залежать від особливостей каналу доступу;

- сервер обробки розпоряджень. Його головне призначення, обробка розпоряджень зареєстрованих клієнтів, формування відповідних документів (платіжних доручень, квитанцій і т.д.) і проведення операцій по вказаних рахунках всередині системи дистанційного обслуговування;

- операційний день системи дистанційного банківського обслуговування – це окремий компонент і невід'ємна складова віддаленого обслуговування, яка

призначена для збереження інформації про клієнта, про проведені операції, дані за рахунком клієнта.

Введення в експлуатацію сервісу дистанційного обслуговування повинне враховувати вимоги та побажання клієнтів, а також особливості діяльності самого банку. Велика заінтересованість клієнтів до електронних послуг обумовлена, перш за все, кращими умовами та зручністю у порівнянні із традиційними банками.

Аналіз наукових напрацювань (А. Ашкінадзе, В. Лейбова, О. Павлишина, Н. Маджибовської, Л. Хміля та інших), що стосуються видів дистанційних банківських послуг, дозволив засвідчити, що ще не виробилася єдина система класифікації дистанційних банківських послуг, проте, їх узагальнення, дало змогу їх поділити на наступні групи:

- проведення електронних банківських розрахунків за допомогою банківських платіжних карток;
- використання в банківській системі різноманітних комп'ютерних мереж;
- ведення банківської діяльності із застосуванням глобальної мережі Інтернет.

Водночас, В. Лейбов вважає, що за допомогою Інтернет мережі, можна здійснювати два типи операцій – надання та одержання платіжних і інформаційних послуг. Під інформаційними послугами він розуміє одержання виписок по рахунку, заповнення і відправлення анкет та заяв на отримання кредиту чи інших послуг; під платіжними послугами – перекази коштів з рахунку на рахунок, погашення кредитів, поповнення депозитних вкладень, оплата мобільних телефонів, Інтернету, телебачення та інше [26, с. 51-52].

Інший автор, Н. Маджибовська, весь сучасний обсяг банківської продукції, що надаються через мережу Інтернет поділяє на дві категорії: послуги інформаційні та послуги двосторонньої передачі даних. При чому кожна з цих категорій відзначається різним способом обміну даними та засобами захисну та збереженості [27, с. 41-42].

Інформаційні послуги, за словами Н. Маджибовської, дають можливість отримувати загальнодоступну інформацію за допомогою існуючого чату – в діалоговому режимі. Вносити зміни в таку інформацію клієнт не може – він отримує тільки копію. А конфіденційна інформація, така як стан рахунку, кредитний ліміт і залишок, є обмежена, адже захищена системою шифрувань та кодувань у вигляді паролів. Задля доступу до такої інформації, користувач повинен провести авторизацію та автентифікацію.

Послуги двосторонньої передачі даними дає можливість вносити корективи в дані серверу. Використовуючи існуюче програмне забезпечення клієнт може виконувати ряд операцій зі своїми рахунками, конвертувати валюту, здійснювати платежі тощо. Така система, потребує вищий ступінь захисту, тому що у такому випадку виникає подвійна загроза: вихід за межі банку конфіденційної інформації та можливість викрадення коштів із рахунків, які належать як самому банку, так і клієнту. У такому випадку, задля підвищення безпеки передачі даних чи різних документів банк вимагатиме додаткового підтвердження електронним цифровим підписом, який проставляється клієнтом на своє повідомлення.

Вітчизняні науковці О. Павлишин, Л. Хміль виокремлюють три різновиди банківських послуг, котрі надаються банком через мережу Інтернет:

1) інформаційні послуги – банк інформує споживачів про характеристики і якість своєї продукції за допомогою маркетингової інформації, яка розміщена на web-сайті банку;

2) комунікаційні послуги – тобто взаємодія між банком та клієнтом через створений у мережі Інтернет сервіс, така взаємодія обмежується електронною поштою для подачі заявки на кредит, перерахування коштів або запитом про стан рахунку клієнта.

3) трансакційні послуги – банк гарантує проведення трансакцій у реальному часі через вказівки клієнта в Інтернет-системі банку (оплата вимог, переказ коштів, зарахування на депозитний рахунок та інше) [23, с. 61].

Більшість іноземних вчених трансакційні послуги називають ще розрахунковими послугами, адже даний вид дистанційного обслуговування

клієнтів через Інтернет полягає у реальній передачі чи зарахуванні коштів на рахунки [1, с. 8].

На нашу думку, класифікація О. Павлишина та Л. Хміля є більш ширшою та точною, оскільки вона включає всі можливі варіанти обслуговування клієнтів через мережу Інтернет на сьогоднішній день.

Крім проаналізованих вище вчених, які пропонують визначення до дистанційних банківських послуг, є ряд інших, як міжнародних так і вітчизняних науковців, що висувають свої підходи до визначення поняття «Інтернет-банкінг». Варто відмітити, що саме цей банківський сервіс, поєднується із іншими формами дистанційного банківського обслуговування.

Для кращого розуміння даного економічного терміна, у табл. 1.1 наведено підходи до визначення поняття «Інтернет-банкінг», які пропонують і інші вчені.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «Інтернет-банкінг»*

Родове поняття	Визначення поняття, що аналізується	Науковці
Канал віддаленого зв'язку	Канал віддаленого зв'язку, що має призначення для надання банківського спектру послуг, який включає у себе традиційні банківські послуги та нові: переведення коштів з рахунку на рахунок, відкриття депозитних вкладів, виставлення електронного рахунку, оплата послуг і т. д.	К. Ф'юрст, В. Ланг, Д. Ноул
	Альтернативний канал банківського обслуговування, який функціонує при наявності Інтернет-технологій на засадах віддаленості банку від клієнта	Т. Шалига
Система дистанційного банківського обслуговування	Дистанційне банківське обслуговування, що базується на наданні послуг при участі «світової павутини»	В. Брижко, Ю. Базанов, М. Швець
	Віддалене банківське обслуговування, яка дає можливість через мережу Інтернет отримувати необхідну для клієнта інформацію та проводити ряд операцій	І. Гайдай, Р. Гайдай
	Система дистанційного банківського обслуговування, яка дає доступ клієнту до власних рахунків і загальної інформації про банківські послуги за допомогою ПК чи іншого пристрою, що має доступ до мережі Інтернет	А. Страхарчук
Різновид банківської діяльності	Банківська діяльність з надання клієнтам за допомогою Інтернет-мережі тих послуг, які клієнт може отримати у приміщенні банківської установи	О. Кулініч, О. Авраменко
«Домашній» банкінг	Дистанційне управління рахунками, основою якого є проведення банківських операцій у мережі Інтернет	Н. Решетніков

*Складено на основі джерела [55]

Як видно із табл. 1.1, практично всі науковці відносять Інтернет-банкінг до різновиду дистанційного банківського обслуговування. Хоча варто відзначити і певну спорідненість у цих поняттях «домашній банкінг», «віддалений банкінг», «канали дистанційного банківського обслуговування». Багато вчених ці терміни називають синонімами одне до одного, і «інтернет-банкінг» називають одним із елементів цих понять.

Так, Т. Шалига визначає Інтернет-банкінг, як один з елементів віддаленого банківського обслуговування, але головну увагу приділяє на те, що Інтернет-банкінг є альтернативним каналом взаємодії клієнта із банком [66, с. 140].

А. Стахарчук звертає увагу на співставлення визначень «дистанційне обслуговування», «домашній банкінг», оскільки клієнт має можливість отримання банківських послуг не лише через власний персональний комп'ютер, але через будь-який пристрій, що має доступ до мережі Інтернет.

Отже, існує чимало думок про сутність дистанційного банківського обслуговування та шляхи його реалізації. Незважаючи на те, якій з цих груп чи підходам дистанційного банківського обслуговування більшу увагу приділяє банк, така установа стає телекомунікаційно-фінансовим центром, який приймає різними каналами розпорядження клієнтів. В свою чергу, телекомунікаційний банк повинен враховувати не лише технологічну сторону роботи системи, але й людський фактор (поведінку клієнта, або ж зловмисників). Проте технічна система дає велику ефективність у роботі банку, адже належним чином здійснюються платежі чи будь-які інші розрахункові операції.

1.2. Моделі та форми банківського обслуговування клієнтів у мережі Internet

Сучасне покоління банків спрямовує свою увагу на розвиток банківництва у мережі Internet, про що свідчить створення ряду різноматінтих моделей обслуговування клієнтів за допомогою глобальної мережі. Із активним розвитком

інтерактивного банківського обслуговування, у 2000-х роках, спеціалісти розглядали тільки дві моделі такого обслуговування:

1) традиційні банківські установи із традиційними послугами (обслуговували своїх клієнтів не лише у банківських приміщеннях, але й у мережі Інтернет);

2) цифровий банк, який спеціалізується виключно на наданні послуг через Інтернет. Головною відмінністю такого банку є те, що головний офіс – це веб-сторінка, яка знаходиться у світовому просторі (щоправда, останніми роками почали з'являтися віртуальні банки із традиційними офісами).

У ці ж роки, російський науковець В. Міхно, відокремлює чотири моделі банківського обслуговування клієнтів у мережі Інтернет:

1. Інтегрована модель. Полягає у впровадженні банком Internet-послуг в додаток до існуючих послуг, котрі надаються через філії банку та по телефону. Такий підхід використовується для утримання клієнтів, які потребують новітніх технологій.

2. Модель автономного Internet-банку. Такі банки створюються фінансовими установами та великими і розвиненими банками, які не змогли захопити велику частку ринку банківських послуг. Такий автономний Internet-банк є значно дешевшим для банківської установи, оскільки для його існування потрібні нижчі затрати, що пов'язано із відсутністю персоналу.

3. Модель віртуального банку. Головною відмінністю від автономного Internet-банку є те, що засновником є не банківська установа, а різні фінансові, страхові чи комп'ютерні компанії. Як відзначив В. Міхна, віртуальні банки – це дуже агресивні гравці на ринку банківських послуг, оскільки вони концентруються на обслуговуванні вузького сектору банківських клієнтів і головною зброєю яких є максимально низькі ціни на ряд послуг.

4. Модель віртуального фінансового супермаркету - веде свою діяльність в режимі реального часу, де пропонує і продає продукцію інших кредитно-фінансових установ через мережу Internet. Така модель є ризиковою для довгострокового існування, тому що її функціонування нагадує діяльність

дистриб'ютора, який є простим посередником між головними учасниками грошово-кредитних відносин.

Всі ці моделі віддаленого обслуговування клієнтів у мережі Internet гарантують зменшення витрат на утримання персоналу та приміщення, сприяють збільшенню рівня та якості надання послуг, і дають можливість для розширення банку до нових ринків. Разом з цим, це приваблює і третіх осіб, які зацікавлені в заволодінні банківськими коштами.

Такі науковці як Б. Адамик, І. Литвин, В. Ткачук також виділяють чотири моделі банківського обслуговування клієнтів у мережі Інтернет. Ці моделі мають деяку відмінність від попередніх, а саме:

- інтернет-банк, як підрозділ традиційної банківської установи;
- інтернет-банк, як самостійна, із власною торговою маркою юридична особа;
- цифровий банк, який заснований небанківською установою (зазвичай це страхові, комп'ютерні компанії);
- електронний фінансовий супермаркет, що функціонує, як дистриб'ютор як своїх, так і запропонованих іншими фінансовими інститутами продуктів та послуг.

Найпоширенішими у світі є дві перші моделі, але досвід західних країн показує, що активний розвиток віртуальних банків та фінансових супермаркетів є перспективним майбутнім у банківському бізнесі.

Так, модель цифрового банку, який заснований небанківською установою, розвивається у зв'язку із стрімким поширенням глобальної мережі Інтернет та інших телекомунікаційних і інформаційних технологій. Така модель банку не має атрибут стандартного класичного банку: відсутні офісні приміщення, банківські сейфи, охорона та сигналізація. Спілкування між клієнтом та банком відбувається виключно у комп'ютерній мережі. Адрес географічного розміщення замінюється адресом електронної сторінки у мережі Інтернет [4, с. 3-10].

Слід зауважити, що серед науковців-економістів зустрічаються інші назви «цифрових банків». Так, В. Міщенко, А. Шаповалов називають цифровий банк

«чистим он-лайнним банком», М. Денисенко – прямим банком, Т. Павлів – умовним банком, Б. Адамик, О. Анан'єв, В. Білик – електронним банком (або віртуальним банком).

Власне першим цифровим банком, що обслуговував клієнтів у мережі Інтернет, був Security First Network Bank, який з'явився у 1995 році. Цей віртуальний банк немає ні одного відкритого офісу для роботи із клієнтами. Його клієнти мають можливість за допомогою власного комп'ютера чи іншого пристрою, увійти у банк, ознайомитися із інформаційним таблом, поспілкуватися із онлайн консультантами, а також, при необхідності «зайти» до Президента віртуального банку. Доступ до такого банку відбувається виключно через веб-сайт, який є унікальним і єдиним та де розміщені відомості про банк, наведений спектр послуг, що пропонуються клієнту. Усі види банківських послуг надаються лише через мережу Інтернет, а у разі, певних надзвичайних випадків, існує можливість зв'язку із консультантами через телефонні мережі.

Електронний фінансовий супермаркет дає можливість співпрацювати широкому колу як банківських, так і не банківських установ. Такий супермаркет об'єднує зацікавлених суб'єктів у кредитно-фінансових послугах. По кожному виду фінансових послуг, працює он-лайн консультант, який спеціалізується по конкретному питанні. Головне завдання такого консультанта направити клієнта до потрібного продавця.

На рис. 1.2 зображена схема інформаційно-грошового потоку фінансового супермаркету у мережі Інтернет. На даному рисунку проілюстровано сутність фінансового супермаркету у глобальній мережі. Так, користувачі мережі за необхідності можуть отримати загальну, публічну інформацію для ознайомлення із продукцією, яка пропонується потенційним учасникам. А учасники-клієнти (тобто ті, які є зареєстровані та верифіковані на сайті фінансового супермаркету) вже повноцінно співпрацюють із банками, інвестиційними компаніями, страховими установами, котрі висувають свою продукцію на ринок кредитно-фінансових послуг.



Рис. 1.2. Схема інформаційно-грошового потоку фінансового супермаркету у мережі Інтернет

Всі моделі, наведені вище, використовують ті чи інші форми обслуговування клієнтів у мережі Інтернет, що дає змогу клієнту отримувати ту чи іншу фінансову послугу у банківській установі. На сьогоднішній день, існує кілька таких форм (див. рис. 1.3).



Рис. 1.3. Форми банківського обслуговування клієнтів в мережі Internet

Відео-банкінг – це форма живого, динамічного спілкування банківського працівника з клієнтом, яка реалізовується за наявності глобальної мережі та спеціальних пристроїв, таких як: веб-камера, мікрофон, телемонітор (іноді їх ще

називають «відеокіосками»). Такі апарати з сенсорним екраном дають можливість користувачу отримати доступ до інформації, яка йому потрібна у банку, одержати дистанційну консультацію від банківського працівника при спілкуванні з ним «вживу», а також із формальною його присутністю здійснювати практично всі операції з власними рахунками. Як правило, відео-пристрої встановлюються у місцях із великим скупченням людей, це переважно торгові точки, центри міст, вокзали, супермаркети, а також часто сполучаються із банкоматами (АТМ – automatic teller machine) [31, с. 97].

Багато сучасних розвинених банків починають впроваджувати технологію «VirtualReality» – віртуальна реальність, та перш за все її різновид – панорамну відео-технологію. Її суть полягає у створенні на екрані персонального комп'ютера картинки трьохвимірної реалістичності, високоякісного зображення.

Така панорамна технологія створює віртуальне середовище, у якому можна «обернутися» на 360 градусів та побачити будь-який куточок офісу банківської установи. Функція масштабування дозволяє ретельно роздивлятися дрібні деталі приміщення. Провідні позиції у розробці такого програмного забезпечення та технологій посідають компанія Apple із технологією Quick Time VR та компанія MicroSoft з Surround Video.

Ця технологія, застосовується до банківського обслуговування клієнтів, шляхом первинного ознайомлення клієнта із інфраструктурою конкретного банківського відділення, що сприяє швидкому пристосуванню клієнта до оточуючих його умов, таких як: ознайомленням із банківськими послугами, інтер'єром приміщення та місцезнаходженням персоналу.

Вказана технологія значно покращує психологічне сприйняття клієнтом середовища із яким від вступатиме у контакт, та як наслідок, породжуватиме правові відносини, які полягають в укладенні різного роду правочинів між клієнтом та банком.

Також банківські установи, що обслуговують клієнтів через мережу Інтернет, використовують двобічні інтерактивні відео-системи для цілодобового обслуговування приватних клієнтів. Двостороннє відео спілкування дозволяє

клієнту спілкуватися і бачити банківського працівника у режимі реального часу. Таку ж привілеگیю має і сам працівник банку. Найвідомішим розробником двосторонньої відео-системи є AT&T Global Information Solutions.

РС-банкінг (її ще називають системою «Клієнт-банк») – це офф-лайнова форма обслуговування банківського клієнта у мережі Інтернет. Вона полягає у наданні клієнту доступу до власних, відкритих у банку рахунків, за допомогою персонального комп'ютера та модемного з'єднання із мережею банківських серверів. Для використання цієї форми клієнту необхідно встановити спеціальне програмне забезпечення. Такий сервіс, в першу чергу, використовується корпоративними клієнтами, які після встановлення необхідних програм та реєстрації на сайті, отримують електронний ключ (зазвичай він зберігається користувачем на портативному носії інформації – «флеш-накопичувачі») [21].

Електронний ключ, являється ключем доступу до власних рахунків. Крім того, він забезпечує автентичність (підтверджує авторство) та цілісність електронних платіжних інструментів, які формуються і передаються клієнтом у банк.

Операції, що здійснюються користувачем РС-банкінгу, синхронізуються з базою даних банківської установи, проте це відбувається не ментально із здійсненням операції. Саме тому, система «Клієнт-банк», зазвичай, являється офф-лайновим сервісом.

Сьогодні у західних країнах активно розвивають систему «Клієнт-банк» до рівня «Клієнт – Інтернет – Банк». Такий рівень РС-банкінгу дозволяє клієнту керувати своїми рахунками у банку та одночасно одержувати актуальну інформацію про стан власних коштів, а саме:

- створювати та роздруковувати платіжні документи;
- надсилати до банку платіжні документи;
- вести облік відправлених документів;
- отримувати виписки по рахунку;
- ментально контролювати стан рахунку;
- одержувати відомості про курс валют та інше.

Така форма віддаленого обслуговування банківських клієнтів, забезпечується багаторівневим захистом інформації від втручань третіх осіб, що робить використання системи «Клієнт-банк» безпечним.

Інтернет-банкінг – це форма банківського обслуговування клієнтів, що дозволяє клієнтам керувати своїми банківськими рахунками через Інтернет, за допомогою стандартних пристроїв та програмного забезпечення. Така форма є більш динамічною і поширенішою у фінансових Інтернет-рішеннях і дозволяє отримувати клієнтам ширший спектр банківських послуг.

Інтернет-банкінг має деякі переваги у порівнянні із формою дистанційного банківського обслуговування РС-банкінг:

1) клієнти працюють із Інтернет-з'єднанням, а не із модемними серверами банку;

2) не потрібно встановлювати спеціальне програмне забезпечення, а всі операції здійснюються за наявності веб-браузера.

Для безпечного використання Інтернет-банкінгу застосовуються два рівні захисту:

- при вході у сервіс клієнт проходить процедуру ідентифікації – вводить логін та пароль. При вводі таких даних використовуються стандартні засоби захисту інформації у комп'ютерній мережі. Найпоширенішим є протокол SSL (Secure Sockets Layer), який є присутнім у всіх браузерних програмах. Також активно використовується інший алгоритм шифрування, який підвищує безпеку використання системи – це криптографічні ключі. Одним із провідних алгоритмів є RSA, який використовує довжину ключа у розмірі 1024 біт;

- другий рівень, забезпечується відправкою унікального коду на мобільний телефон користувача, який додатково вводиться для входу у систему.

По суті, «Інтернет-банкінг» дозволяє клієнтам виконувати практично всі стандартні банківські операції та керувати персональними фінансами, що робить його найпоширенішою формою використання у банківських установах.

Отже, слід зазначити, що всі новітні моделі обслуговування банківських клієнтів, є результатом розвитку і поширення мережі Інтернет по всьому світі.

Саме із-за глобальної мережі почали виникати небанківські організації, які не мають реального географічного відділення, а функціонують лише як веб-сторінка, проте надають практично весь спектр послуг, що і банківські установи.

Ця тенденція змусила і самі банки розвивати сучасні форми обслуговування клієнтів. Як результат, з'явилися РС-банкінг, Інтернет-банкінг та відео-банкінг. Це значно спростило банківським установам залучення клієнтів та проведення фінансово-кредитних операцій по їх запитам.

1.3. Характеристика нормативно-правової бази, що регламентує банківську діяльність в мережі Internet

При здійсненні своєї діяльності банки стають учасниками та джерелом створення великого обсягу інформації, яка має різну форму та різне призначення, для її використання повинен бути встановлений конкретизований режим. Врегулювання роботи банків із інформацією, яка пов'язана насамперед із конфіденційною інформацією, має важливе значення для всієї банківської сфери.

Кредитно-фінансові відносини у мережі Інтернет сприяють розвитку законодавства, що полегшує його нормативне врегулювання, а відтак упереджує виникнення конфліктів (спорів) у даній сфері правовідносин. Держави із розвиненими суспільними та економічними відносинами, почали розробляти торговельне право, на основі приватного та громадського права. Із позиції права, торгівля могла включати у себе будь-які види діяльності (страхові чи банківські), тобто такі, де метою є отримання прибутку. Проблема появилася наприкінці ХХ ст., коли у правовому руслі необхідно було регулювати нову сферу діяльності – електронну комерцію.

Визначення «електронна комерція» у світових правових системах, не має єдиного трактування. Її тлумачення виникає на підставі рівня та обсягу державного втручання у дану категорію. Так, наприклад, деякі країни Європи використовують певні обмеження – через мережу Інтернет забороняється укладати угоди, у яких є необхідність їх нотаріального посвідчення та договори,

які стосуються спадкового та сімейного права. Проте, діяльність у глобальній мережі торкається ряду відносин, які належать не тільки торгівлі, а й наданню послуг у фінансовій, страховій, банківській сферах.

На сьогодні, у світі відбувається переосмислення правового впливу на обслуговування банківських клієнтів у мережі Інтернет. Велика кількість наукових напрацювань, переважно американських учених, наголошують, що сформована нормативна система, значно відстає від практичного використання мережі у комерційних цілях. Тому, нині, стоїть питання: в якій мірі така сфера потребує регулювання з боку Закону.

По-суті, діяльність банків у мережі Інтернет може регулюватись на підґрунті загальних нормативно-правових документів, проте, окремі операції потребують спеціального правового впливу. Так, наприклад, законодавство розвинених країн, значну увагу приділяє угодам, які укладаються у мережі Інтернет. Важливе місце, у таких угодах, посідає час та географічне місце розташування учасників. Суб'єкти мають право використовувати різні засоби для доступу в Інтернет, але від продавця вимагаються більш конкретизовані дані про місце та форму його діяльності.

Поширення глобальної мережі у сферу кредитних відносин, змусила країни закріпити на законодавчому рівні терміни «електронний цифровий підпис» та «договір у електронній формі».

Значно важчий момент із питанням про захист порушених прав у мережі Інтернет. Це пояснюється тим, що Інтернет є світовою інформаційною системою, а правове регулювання закріплюється на рівні окремих державних юрисдикцій.

Багато науковців стверджують, що науково-технічний прогрес неможливий без масштабного його впровадження у життя людей та контролю зі сторони держави.

У нинішніх умовах розвитку інформаційного суспільства, інтенсивно розвивається сфера інформатизації, яка включає у себе: інформацію, мережі та іншу інфраструктуру. Відносини в інформаційному полі займають чільне місце у житті сучасного людства, в діловій сфері та особистому житті кожної людини.

Така тенденція розвитку обумовлює необхідність активного втручання держави у розробку й вдосконалення правових засобів регулювання суспільних відносин у інформаційному та віртуальному (електронному) світі.

В Україні розвиток Інтернет бізнесу практично збігається у часі із процесом становлення правової системи. Проте, відносини між учасниками віртуального бізнесу почали регулюватися законодавством лише на початку XXI століття. На практиці ж постійно створюються і вдосконалюються різні угоди про документообіг та обмін даними у Інтернет мережі, які, деякою мірою, відповідають діючому законодавству країни. Водночас, вибіркоче тлумачення правових норм пригальмовує розвиток електронного бізнесу, що несе у собі перешкоди в її інтеграції до міжнародного електронного ринку. Уникнути таких перепон можна за допомогою прийняття оптимального співвідношення норм публічного і приватного права щодо бізнесу у мережі Інтернет та введення у дію ряду нових законів.

Безпека у сфері електронного бізнесу – це стратегічно важливий напрямок у досягненні національної безпеки держави. Розробка та впровадження нормативної бази та її співставлення із міжнародним досвідом, тобто гармонізація із світовими стандартами і нормами гарантуватиме зміцнення національної безпеки України, і також підвищить її міжнародний статус як демократичної, правової та розвиненої держави. Така тенденція приведе до визнання країни як економічно привабливої для інвестицій держави, що значно покращить ситуацію в плані суспільного розвитку.

Одним із головних кроків по забезпеченні розвитку та масштабного доступу до мережі Інтернет фізичних осіб та юридичних осіб в Україні став Указ Президента України від 31.07.2000 року № 928/2000 «Про заходи по розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпеченню широкого доступу до цієї мережі в Україні» [51].

Для належного функціонування електронних систем в Україні, Національним агентством з питань інформатизації при Президентові України, було створено та прийнято Верховною Радою України ряд Законів України: «Про

інформацію» (№ 2657-ХІВід 02.10.1992) [46], «Про науково-технічну інформацію» (№ 3322-ХІВід 25.06.1993) [47], «Про Національну програму інформатизації» (№ 74/98-ВР від 04.02.98) [48], «Про концепцію Національної програми інформатизації» (№ 75/98-ВР від 04.02.98), «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» (№ 2346-ІІІ від 05.04.2001) [49], «Про електронні документи та електронний обіг» (№ 851-ІVВід 22.05.2003) [43], «Про електронний цифровий підпис» (№ 852-ІV від 22.05.2003) [44], «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» (№ 80/94-ВР від 05.07.1994) [45], видано Укази Президента, положення та інструкції Кабінету Міністрів та Національного банку України.

Попри те, на сьогодні існує лише один правовий акт, що стосується мережі Інтернет, ним виступає Указ Президента України № 928/2000 «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Internet та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» від 31.07.2000 року. Цей акт, по суті, має декларативну форму, проте, визначає головні напрямки правового регулювання мережі в Україні. Зміст Указу передбачає покращення правового регулювання та забезпечення підтримки, зі сторони держави, створення та вдосконалення інфраструктури для надання інформаційних послуг через глобальну мережу. Головним моментом цього акту є наголошення на створення умов розвитку підприємницької діяльності у мережі Інтернет та забезпечення конкуренції в галузі електронного зв'язку, розвитку комп'ютерних інформаційних технологій в освітній і фінансовій сфері.

Урегулювання питань щодо роботи електронних магазинів, оплати за товари та послуги з допомогою платіжних інструментів, зокрема банківських платіжних карток, системи «Клієнт-банк» та організацію банківського обслуговування за участі новітніх технологій – покладається на Законопроект Національного банку України № 2306а від 17.06.2013 «Про електронну комерцію». Він повинен визначити та регулювати відносини, які виникають під час здійснення правочинів, вчинених у електронній формі із застосуванням електронно-інформаційних систем.

Слід зауважити, що нестача правового поля негативно впливає на розвиток Інтернет-комерції, тому задля чіткого визначення суб'єктів електронної комерції та запобігання порушення грошового обігу проект Закону передбачає, аби всі операції по купівлі-продажу в електронному бізнесі здійснювалися через банківські рахунки покупця та продавця. На сьогодні, українське законодавство повинно мати певні правові норми для ефективного використання електронного документообігу, що сприятиме використанню комп'ютерних технологій під час реалізації різних юридично важливих дій.

Аби реалізувати поставлене завдання, у листопаді 2000 року, міжвідомча робоча група з питань спрощення і модернізації процедур в управлінні, торгівлі та транспорті при Міністерстві економіки і питань європейської інтеграції України, розробила пакет законопроектів «Про електронні документи та електронний документообіг» та «Про електронний цифровий підпис». Ці закони були прийняті Верховною Радою України 22.05.2003 року (набрали чинності 01.01.2004 року) [60].

Також Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» визначає характер та особливості обміну електронними повідомленнями при здійсненні цивільних угод. Що стосується Закону «Про електронний цифровий підпис», то він регламентує статус електронного підпису та регулює відносини, які виникають у сфері використання цифрових підписів. Згідно із цим Законом, електронний цифровий підпис прирівнюється до власного (здійсненого від руки) підпису за умови, якщо цей підпис підтверджено із використанням посиленого сертифіката ключа з допомогою надійних засобів цифрового підпису, що регулюється нормативно-правовим актом Кабінету Міністрів України «Про порядок сертифікації центру сертифікаційних ключів» № 903 від 13.07.2004 року. Дії із засвідченням дійсності електронного підпису на електронних документах визначаються згідно із порядком, що вказано у Законі.

Введення електронного цифрового підпису у відносини, що виникають у мережі Інтернет, дає підставу для створення правових основ електронного документообігу, укладання угод, створення електронних цінних паперів та

впровадження платіжних систем новітнього зразка. По суті, основною метою впровадження електронного підпису, є підтвердження дійсності документів чи записів у базі даних.

Закон України «Про електронний цифровий підпис» містить у собі вимоги та рекомендації Директиву Європарламенту та Ради Міністрів Європейського Союзу 1999/93/ЄС від 13 грудня 1999 року «Про політику ЄС щодо електронних підписів». У відповідності із статтею 6 Директиви Європейського Парламенту, Закон України «Про електронний цифровий підпис» передбачає відповідальність центрів сертифікації електронних цифрових підписів за завдану шкоду користувачам таких підписів та відшкодування збитків, що заподіяні їм.

Слід також зазначити, що Національний банк України на сьогодні також врегульовує питання діяльності банків у мережі Інтернет. Так, ще на початку серпня 2000 року, регулятор розробив проект «Вимоги по організації електронної комерції в Україні», де зазначено вимоги по організації електронних крамниць, здійснення запитів та реалізації товарів та послуг, проведення оплат за участі платіжних систем, банківських дебетових і кредитних карток та різних банківських сервісів.

Також Постановою Національного банку України «Про затвердження Правил організації захисту електронних банківських документів з використанням засобів захисту інформації Національного банку України» № 112 від 02.04.2007 року регламентується порядок обліку, використання та зберігання засобів криптозахисту НБУ, дотримання правил інформаційної безпеки, тими, хто є партнерами та учасниками інформаційно-обчислювальної мережі НБУ [50].

Термінологія «електронний документ» та «електронний цифровий підпис», згадується й у Законі України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» № 2346-III від 05.04.2001 року. Цей закон регулює загальні засади діяльності платіжних систем в Україні та порядок переказу грошових цінностей по території країни і, відповідно, визначає рівень відповідальності учасників переказу [49]. Варто відзначити, що саме цей нормативно-правовий акт визначає поняття «електронний документ» та «електронний цифровий підпис» на рівні закону, що є

позитивним моментом. Проте, щодо конкретного визначення електронного цифрового підпису та електронного документу, на сьогодні виникають багато спірних питань та дискусій, щодо його правового статусу. Тому, на нашу думку, задля конкретизації цих двох понять, оскільки вони мають важливе значення для діяльності як банківських установ, так і інших суб'єктів, що здійснюють свою діяльність у мережі Інтернет, варто вдосконалити деякі закони країни.

Зокрема, Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» № 851-IV від 22.05.2003 року слід дещо покращити, оскільки він не визначає сферу своєї дії. Необхідно прописати чітко визначення поняття «електронний документ», зробити його більш конкретизованим; визначитись із паперовою копією електронного документа та вказати процедуру її оформлення. Також необхідно наголосити на правах та обов'язках учасників електронного документообігу.

Такі покращення, значно посприяють росту довіри до укладання угод між клієнтом та банківською установою, котра здійснює свою діяльність у мережі Інтернет.

Стрімкий розвиток технологій та технічних пристроїв значно спрощують процедуру укладання угоди про купівлю товарів та послуг. Головною категорією Інтернет комерції виступає електронна угода, проте українське законодавство, не прописує їй окреме визначення.

Згідно із статтею 42 Цивільного кодексу, угода може укладатися в усній або письмовій формах. Письмовий договір укладається на підставі підписаного належним чином документа.

Стаття 154 цього ж Кодексу зазначає, що у разі домовленості сторін про форму укладання угоди та надання їй цієї форми, така угода вважається укладеною. Тобто, якщо угода укладається у письмовій формі, сторони повинні скласти відповідний, належним чином підписаний документ. Звідси слідує, що стаття 42 та стаття 154 Цивільного Кодексу дають дозвіл суб'єктам укладати договір в електронній формі. Документ, який містить домовлене рішення сторін про появу заборгованості між ними, повинен набрати юридичну силу, це

відбувається з моменту його посвідчення електронним цифровим підписом сторін [62].

Отже, як зазначалося вище, банківська діяльність у мережі Інтернет регулюється невеликою кількістю Законів України. Проте, значну приналежність до такої діяльності мають такі Закони: «Про інформацію», «Про банки і банківську діяльність», «Про захист персональних даних», та ряд роз'яснень до них, що викладені у Постановах Пленуму Верховного Суду України та офіційних тлумаченнях Конституційного Суду України.

Інформаційні потоки на рівні Закону врегульовуються Законом України «Про інформацію» № 2657-ХІІ від 02.10.1992 року. Цей Закон передбачає ряд термінологій по визначенні інформації і визначає її як таку, що належить до обмеженого доступу та класифікує на таємну та конфіденційну.

Правильний орієнтир прокладає Європейський Союз, який прагне встановити єдиний правовий простір, зокрема і у регулюванні послуг банків у мережі Інтернет. Потрібно активніше впроваджувати ці норми у дію, оскільки нові можливості у Інтернет-бізнесі з'являються досить таки швидко.

Вже зараз, під впливом стрімкого розвитку Інтернет-банкінгу та його неординарного правового регулювання, велика кількість спеціалістів прогнозують утворення уніфікованих правових норм під формою міжнародних угод, які ратифікуватимуться заінтересованими країнами та відобразатимуться у внутрішньому (приватному) міжнародному праві країни-учасниці.

Загалом, таке уніфіковане регулювання сприятиме розвитку Інтернет-банкінгу у межах правового поля із застосуванням єдиних правових норм по визначенню предмету товару (послуги), встановленню прав та обов'язків, відповідальності. Уніфікація сприятиме основним принципам чесності та справедливості при купівлі товарів (послуг) при здійсненні Інтернет-банкінгу, спонукатиме зменшенню Інтернет шахрайства та інших негативних явищ, що є головним завданням правового регулювання правовідносин, що виникають, змінюються та припиняються у соціально неоднорідному суспільстві.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Дистанційне банківське обслуговування – це сукупність банківських послуг, що надаються клієнтам за допомогою сучасних ІТ-технологій та мережі Інтернет у будь-якому місцезнаходженні як банку, так і самого клієнта.

Віддалене обслуговування у банківській справі наслідуює мету надання більших можливостей, контролю та користування власними коштами і фінансовими інструментами в будь-якому куточку світу. Цей напрям забезпечує для банків абсолютно новий рівень діяльності та доступності банківського бізнесу, гарантує підвищення якості обслуговування клієнтів із значно нижчими витратами на його організацію в порівнянні з традиційним напрямом банківської діяльності. Але разом з цим, банк стикається із рядом загроз, які виникають під час діяльності у мережі Internet, найголовнішими з яких є зловмисники, які зацікавлені у незаконному доступі до рахунків банківських клієнтів.

Основою в дистанційному банківському обслуговуванні стала світова мережа Інтернет, про що свідчить створення ряду різноматінтих моделей обслуговування клієнтів за її допомогою. Всі ці моделі віддаленого обслуговування клієнтів у мережі Інтернет гарантують зменшення витрат на утримання персоналу та приміщення, сприяють збільшенню рівня та якості надання послуг, і дають можливість для розширення банку до нових ринків.

Багато науковців виділяють кілька моделей банківського обслуговування клієнтів у мережі Інтернет, а саме:

- інтернет-банк, як підрозділ традиційної банківської установи;
- інтернет-банк, як самостійна, із власною торговою маркою юридична особа;
- цифровий банк, який заснований небанківською установою;
- електронний фінансовий супермаркет, що функціонує, як дистриб'ютор як своїх, так і запропонованих іншими фінансовими інститутами послуг.

Всі ці моделі, використовують ті чи інші форми обслуговування клієнтів у мережі: відео-банкінг, РС-банкінг, Інтернет-банкінг.

В Україні розвиток Інтернет бізнесу практично збігається у часі із процесом становлення правової системи. Проте відносини між учасниками віртуального бізнесу почали регулюватися законодавством лише на початку ХХІ століття. На практиці ж постійно створюються і вдосконалюються різні угоди про документообіг та обмін даними у Інтернет мережі, які, деякою мірою, відповідають діючому законодавству країни. Водночас, вибіркоче тлумачення правових норм пригальмовує розвиток електронного бізнесу, що несе у собі перешкоди в її інтеграції до міжнародного електронного ринку. Уникнути таких перепон можна за допомогою прийняття оптимального співвідношення норм публічного і приватного права щодо бізнесу у мережі Інтернет та введення у дію ряду нових законів.

Стрімкий розвиток ІТ-технологій та наявність мережі Інтернет, значно спрощують процедуру укладання угоди про купівлю товарів та послуг. Головною складовою Інтернет-комерції виступає електронна угода, проте українське законодавство на сьогодні й досі не регламентувала її визначення, що підкреслює низький рівень безпеки діяльності комерційних банків в мережі Internet для клієнтів.

РОЗДІЛ 2

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ INTERNET-ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

2.1. Аналітичний огляд становлення ринку банківських Internet-послуг у світі та Україні

Інтернет-банкінг, тобто управління власними рахунками у банку через мережу Інтернет, на сьогодні, вважається найпривабливішим напрямом фінансово-кредитних Інтернет-рішень. Сервіси Інтернет-послуг по обслуговуванню банківських клієнтів у глобальній мережі, можуть бути підґрунтям дистанційного обслуговування на ринках дорогоцінних металів, цінних паперів і т.д., оскільки вони гарантують здійснення розрахунків та забезпечують контроль над такими операціями з боку всіх суб'єктів таких відносин.

Аби ретельно проаналізувати становлення та розвиток ринку банківських Інтернет-послуг, необхідно зазирнути у його історичну трансформацію у хронологічній послідовності.

Так, у середині 1961 році, була оприлюднена концепція засобу комунікації для передачі інформації та даних вченим Массачусетського університету Леонардом Клейнроком. У своїй концепції він висвітлив засади роботи глобальних інформаційних мереж. Саме Л. Клейнрок вважається засновником принципу комунікації каналів зв'язку.

У 1968 році в Великій Британії, було створено систему електронних переказів та клірингу, задля обслуговування безготівкових потоків між учасниками торгових відносин. Вона отримала назву Bankers Automated Clearing Services (Банкірські автоматизовані клірингові послуги). США, не зволікала у таких досягненнях, і вже у 1970 році Нью-Йоркська асоціація клірингових палат

впровадила схожу систему Clearing House Interbank Payment System (CHIPS) – Кліринговий дім міжбанківської платіжної системи. Ця система, дала змогу відійти від розрахунків за допомогою чеків, до розрахунків у електронній формі.

Через два роки, у 1972 році, аби здійснювати регулювання платежів у електронній формі та у сфері пластикових карток, відомство Федеральної резервної системи США, заснувало мережу централізованого електронного обліку банківських чеків.

9 травня 1977 року, знаменується заснуванням міжбанківської телекомунікаційної мережі передачі фінансових повідомлень Society for World – wide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT). Ще на початку її діяльності, до мережі приєдналися 239 банківських установ, із щонайменше 15 країн світу. Кількість учасників системи невинно зростало, і вже до початку 2005 року їх кількість становила 7600 фінансових установ. Обсяг повідомлень, у цей період, перевищував 10 млн. запитів на суму близько 6,5 трлн. дол. США.

Вже на початку 1979 року, появилися банківські системи по дистанційному обслуговуванні клієнтів в закритих електронних мережах. Такі мережі вимагали встановлення спеціальних програм.

Банки у Західній Європі, почали застосовувати Інтернет мережу, як логічне продовження технологій домашнього банкінгу (Home-banking). Дистанційний сервіс, для клієнтів, які хотіли управляти власними рахунками сидячи вдома, бере свій початок у 80-х роках ХХ ст. Тоді, технологія полягала у телефонному з'єднанні клієнта з банком та його обслуговуванні. Згодом, появилися послуги дистанційного обслуговування із експлуатацією персональних комп'ютерів та прямим з'єднанням до банківських серверів (так званий РС-банкінг). Нова технологія РС-банкінгу, була представлена банками ще 1995 року, у якісно новому форматі, де у повній мірі використовувалися комунікаційні можливості мережі Інтернет. Такий сервіс отримав назву «Інтернет-банкінг».

Саме із-за великої затребуваності у банківських послугах в мережі Інтернет, зі сторони приватних та корпоративних клієнтів, і телефонний і РС-банкінг стали дуже поширеними системами. Тому, можна сказати, Інтернет-банкінг, потрапив

на якісно підготовлений ґрунт банківської діяльності в Інтернеті. Попри те, в країнах Заходу, багато користувачів домашнього банкінгу віддають перевагу телефонному обслуговуванню, вважаючи його більш безпечнішим. Але, все ж таки, Інтернет-банкінг вважається більш перспективнішим та більш функціональним. Це пов'язано, перш за все, з тим, що Інтернет-технології дають змогу, більш ефективно використовувати зручні для людей способи по роботі із інформацією (графіки, табличні дані, текстові повідомлення), забезпечуючи при цьому кращу доступність та мобільність.

Перша система, яка дала змогу керувати власними рахунками через мережу Інтернет, з'явилася у 1995 році. Саме тоді, було створено перший віртуальний банк Security First Network Bank у США, який не мав жодного географічного офісу для роботи із клієнтами. З'явилася навіть спеціальний термін branchless bank (безфіліальний).

У свою чергу, в 1996 році розпочав працювати перший європейський віртуальний банк Advance Bank, який був дочірньою установою німецької Дрезденської банківської групи.

Доступ до банку та відкриття рахунків, здійснювався виключно через веб-сайт банку. За перші місяці роботи віртуального банку, активи збільшилися приблизно до 40 млн. доларів, приріст капіталу складав близько 20% у місяць, за цей час, було відкрито більше 10 тисяч клієнтських рахунків.

Віртуальний банк Security First Network Bank існує і сьогодні, залишаючись одним із найкращих банків цього роду. Ідея створення Інтернет-банка виникла саме у США. Однією із причин цього, стало існуюче у Сполучених Штатах обмеження на відкриття банками філіалів у інших штатах. Велика міграція населення в країні, тягне за собою погані наслідки для двох сторін: банк втрачає клієнта, а клієнт втрачає привілеї, які набуті у банку, при цьому змушений доказувати свою платоспроможність знову у іншому банку. Саме із-за цього, банкам довелося шукати варіанти надавати послуги клієнтам, які знаходяться у іншому штаті чи в іншій країні.

Системи банківського обслуговування через Інтернет успішно працює не тільки у великих західних банках, таких як Citicorp, Bank of America, FirstUnion, Wells Fargo, Bank Austria, Union Bank та інших, але і в сотні середніх та малих банках по всьому світі.

Bank of America у 2001 році, став першим банком, який досяг великих успіхів у цій сфері. Користувачами банківських послуг у мережі Інтернет стали більше 2 мільйонів клієнтів, що склало близько 20% всіх клієнтів банку. У жовтні цього ж року, Bank of America досяг планки в 3 млн. грошових переказів за участі сервісу Інтернет-банкінгу, на суму 1 млрд. доларів США.

Також, суттєвий крок у розвитку банківських Інтернет-послуг, належить Японії. На початку 2001 року корпорація Sony отримала ліцензію від уряду на відкриття он-лайнового банку. Вже у перший місяць роботи, у банку було відкрито майже двадцять одна тисяча клієнтських рахунків. Такі успіхи американських та японських банків, в значній мірі, надихнули банкірів і інші країни до впровадження банківських Інтернет-послуг.

Суттєвим прикладом є великобританський Інтернет-банк Egg. На веб-сайті банку пропонується повний набір послуг, включаючи покупку полісів, торгівлю цінними паперами і навіть фінансовий консалтинг. Він створений у жовтні 1991 року, а до кінця 1999 року відкрив 600 тисяч клієнтських рахунків, за рахунок впровадження послуг по обслуговуванні клієнтів через Інтернет-банкінг. У цей час, навіть зросла доля банківських депозитів банку Egg, і становила біля 22% сукупних депозитів банківської системи Великобританії [25, с. 6].

На сьогодні, банки із великим капіталом, крім традиційного обслуговування клієнтів у відділеннях, пропонують своїм клієнтам ширший асортимент послуг через мережу Інтернет. Світ захлиснула мода на так званий direct-banking – тобто обслуговування клієнтів без реального створення філій чи відділень банку, за допомогою мережі Інтернет.

Існує немало банків, які не відмовилися від безпосереднього спілкування з клієнтами, паралельно підтримують співпрацю з ними через мережу Інтернет, і вважають цей напрям важливим для власного бізнесу.

Нині у світі нараховується більше 1500 банків, які мають у своєму арсеналі послуги Інтернет-банкінга. Завдяки цифровим технологіям, банки отримали можливість розширити чи змінити пропозицію по існуючим банківським продуктам та послугам.

Найнадійніші і відоміші банки США та Європи, вкладають великі інвестиційні ресурси в розвиток Інтернет-банкінга. Цей факт, підкреслює актуальність використання даної технології у процесі банківської діяльності.

Із початком нового тисячоліття, у Сполучених Штатах Америки, на глобальну мережу припадало більше 12, а у Європі понад 16 процентів, від загального обсягу всіх здійснених банківських операцій.

Незважаючи на те, що американські банки пропонують найбільшу кількість послуг, у порівнянні з європейськими установами, все ж, сама послуга Інтернет-банкінга, у приватному секторі, являється більш популярною у Європі. Так, за даними Datamonitor, у 2000 році, 25,8% населення Швеції цікавилася послугою он-лайн банкінгу, тоді як у США, ця цифра становила тільки 6,5%. В Сполучених Штатах, лідируючу позицію за популярністю займає Інтернет-трейдинг, у 2000 році ним цікавилася 12,5% населення. До того ж, майже у всіх європейських країнах інтерес до Інтернет-банкінга більша, ніж до інших фінансових Інтернет-послуг, наприклад, таких як Інтернет-страхування чи Інтернет-трейдингу (див. рис. 2.1).

Найбільш популярним у 2000-х роках Інтернет-банкінг вважається на півночі Європи, а саме у Швеції, до онлайн-операцій вдаються більше 25% Інтернет-користувачів. На сьогодні, Швеція залишає лідируючі позиції, про що свідчить ріст обсяг операцій до позначки 35%.

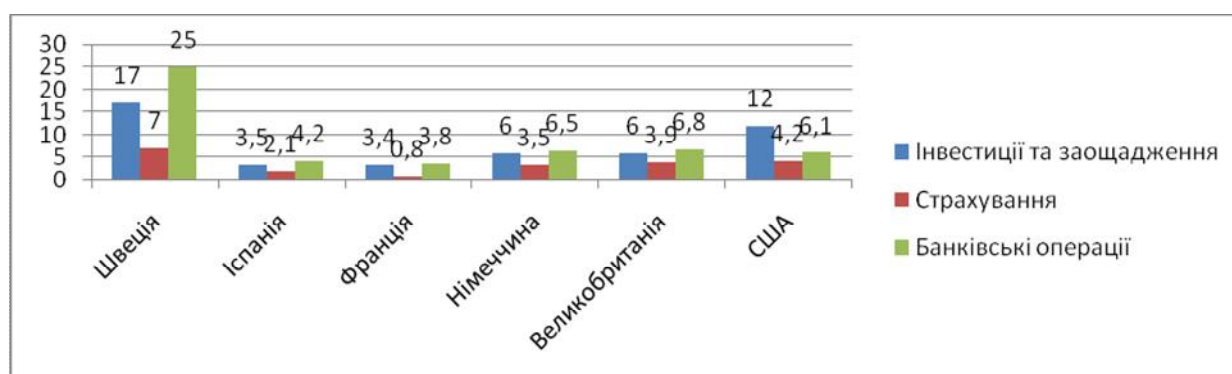


Рис. 2.1. Інтерес до банківських Інтернет-послуг в Європі та США у 2000 році, % [54]

Як видно із рис. 2.1, найменшу популярність Інтернет-послуг у 2000 роках мала Франція. Скоріше за все, причиною цього було те, що послуги традиційних банків у цій країні дешевші, ніж, наприклад у Великобританії, де цифрові банки зазнали кращого розвитку.

За звітними даними аналітичної компанії Fitch IBCA, на кінець 1999 року, доля клієнтів деяких великих європейських банків, які користуються послугами Інтернет-банкінгу, перевищувала 10%. Так, на момент дослідження в SE Banken (Швеція), було 380 тисяч клієнтів (25% від загального числа клієнтів), в Merita-Norbanken (Фінляндія та Швеція) – 1030 тисяч клієнтів (це 15%), в Deutsche Bank (Німеччина) – 650 тис. (8%), в Barclays (Великобританія) – 540 тис. (4%), у BSCN (Іспанія) – 500 тис. (2%). До 2002 року, ці показники значно збільшилися. Так, наприклад, на кінець 2001 року, число користувачів Інтернет-банкінгу у Barclays складало 2,7 млн. чоловік, тобто за два роки, обсяг користувачів зріс приблизно у п'ять разів.

За даними, які були оприлюднені у 2000 році міжнародною компанією Datamonitor, у Європі послугами Інтернет-банкінгу користувалися більше 7 мільйонів банківських клієнтів, що становило майже 3% від загального числа клієнтів банів Європи. До 2004 року, кількість користувачів банківськими Інтернет-послугами становило 22 млн. клієнтів (більше 7% від загальної кількості клієнтів).

Як вже зазначалося вище, на початку 2000-х років, Європа дещо випереджала США по рівню розвитку ринку банківських Інтернет-послуг. Поміж те, як згадувалося, сам ринок Інтернет-банкінгу появився саме у США і на даний момент, все ж таки, вважається одним із найбільш розвинених у світі. Перш за все, це проявляється у тому, що клієнт американського банку може отримати максимальну кількість послуг через Інтернет: крім всіх операцій із рахунками, клієнт може застрахувати свої депозити, торгувати на фондовому ринку.

Стрімкий розвиток банківських Інтернет-послуг у США відбувся у 2002 році, коли майже всі великі банки, почали надавати послуги через мережу Інтернет, у тому числі Citicorp, Wells Fargo, Bank One, First Union. Всього 86 банків із 100 найбільших банків Америки надавали такі послуги. Не дивлячись на те, що всі банки намагалися надавати своїм клієнтам повний спектр фінансових Інтернет-послуг, у деяких банках існували свої специфічні риси в Інтернет-обслуговуванні. Так, комерційний банк Wells Fargo, дозволяв своїм приватним клієнтам, інтегрувати свою систему з такими програмами обліку особистих фінансів, як Microsoft Money і Quicken, а Citibank дозволяв клієнтам складати річну схему платежів по комунальним та іншим послугам.

У таблиці 2.1 наведено дані про ріст числа клієнтів, які користувалися банківськими послугами у мережі Інтернеті в США за 2000-2005 рр.

Таблиця 2.1

Ріст числа клієнтів, які користувалися банківськими послугами у мережі Інтернеті в США за 2000-2005 рр. (млн. чол.)*

Аналітично-статистичні компанії	2000	2001	2002	2003	2004	2005
eMarketer	8,8	12,2	14,5	15,9	18,3	-
IDC	9,9	14,7	17,1	20,4	22,8	-
Jupiter Media Metrix	14,6	-	-	-	-	43,5
Gomez Advisor	21	-	-	48,3	-	-
Ipsos-Reid/Red Herring	28,5	-	-	-	-	-

*Складено на основі джерела [54]

Цікавим є той факт, що за різними аналітично-статистичними компаніями, кількість користувачів банківськими Інтернет-послугами у США, суттєво відрізняється: від 8,8 млн. до 28,5 млн. чол. у 2000 році. Це пов'язано з тим, що деякі компанії, у статистику включали дані про запити за банківськими рахунками, а деякі відмовлялися від таких послуг, і враховували дані по платежах, переказах коштів і т.д.

Як видно із табл. 2.1, за 2000-2005 роки, спостерігався великий темп приросту нових користувачів. Цим послугувало збільшення запитів на різні види банківських Інтернет-послуг. За даними eMarketer, у 2004 році, кількість клієнтів, які працювали із банками через мережу, складало 18,3 млн. чол., а вже у 2005 році (за даними JupiterMediaMetrix) кількість зросла до 43,5 млн. чол.

На кінець 2014 року, США чітко демонструє, що є однією із найрозвиненіших країн у галузі Інтернет-банківського обслуговування. Підтвердженням цього, є те, що послуги у мережі надають практично всі банки країни. При цьому, кількість користувачів невпинно зростає, переважно ними виступають молоде та середнє за віком населення. Суттєвим поштовхом до поширення банківських Інтернет-послуг у США, є стрімкий розвиток новітніх технологій, заслугою яких являється корпорація IBM, MicroSoft, Apple та інші.

Банківський бізнес України, поступово розвивається за прикладом та досвідом західних банків. І тому, на вітчизняне банківництво, автоматично переносяться деякі форми та методи організації роботи, які на сьогодні, дещо не відповідають потребам суспільства, для подолання певних проблем. Прикладом може виступати віртуальний банк, який в змозі забезпечити повне обслуговування клієнта, тільки за допомогою засобу доступу до мережі Інтернет.

Суть в тому, що значна частина населення України має низький рівень життя, що зменшує можливість користуватися банківськими послугами (як от придбання засобів доступу, або у частині інструментів розрахунків чи заощадження). За наведеними даними Держкомстату України, за вересень-грудень 2014 року, використання коштів громадянами України на заощадження (у тому числі і придбання іноземної валюти) складало 8,4% від отриманих доходів. Ряд соціальних проблем (мізерний рівень доходів, масштабні заборгованості по виплатам заробітної плати), змушують населення здійснювати покупки переважно у сферах неорганічної торгівлі, при цьому розрахунки проводити у готівці. Майже 40% сукупної грошової маси країни, рухається поза банківськими установами, до того ж, вклади населення у загальному обсязі коштів на поточних рахунках, не дотягують до 30%.

Віддалене банківське обслуговування в країнах Європи та США, розвивається поступовими кроками, шляхом використання різних форм. На початках, активно використовувалися телебанкінг і різні платіжні карти, а пізніше залучали Інтернет-банкінг, відео-банкінг, електронна комерція та інші форми віддаленого обслуговування клієнтів. Українські банки, головну увагу приділяють

на використання Інтернет мережі, як глобальної інформаційної мережі, а іншим формам дистанційного обслуговування приділяють меншу увагу.

Старт розвитку мережі Інтернет в Україні відбувся у 1990 році, а сам домен «.ua» було зареєстровано у грудні 1992 року. З тих пір, зроблено багато кроків: вже до середини квітня 2000 року, було створено 11,2 тис. доменів; майже на 10 тис. web-серверах розміщувалися інформаційні ресурси. Доступ до мережі Інтернет, надавали 258 суб'єктів господарської діяльності. Стрімкий розвиток глобальної мережі на території України, в значній мірі торкнувся і електронної комерції (зокрема і банківського сектору). Проте, на сьогодні можна розраховувати на 20 % українського населення, яке користується цими послугами.

Нажаль, до сих пір, у вітчизняному законодавстві відсутнє визначення «електронного банкінгу». Національний банк України, визначив електронні міжбанківські розрахунки, як відносини з використанням електронних засобів отримання, обробки та передачі повідомлень про рух грошових коштів. Тому, можна сказати те, що ознакою цифрового банкінгу, є проведення операцій по обслуговуванні клієнтів із використанням електронних інструментів (засобів). Першою формою у електронному банківському обслуговуванні на теренах України, стала система «Клієнт-банк», як функціонувала у режимі офф-лайн. Із самого початку і до сьогодні, ця послуга була орієнтована на клієнтів-підприємців. Зараз цей сервіс пропонується практично всіма банками, що функціонують в Україні, та фактично став стандартом надання розрахункових послуг.

Розвиток дистанційного банківського обслуговування, на території України можна розділити на три ступені[24, с. 21-23]:

- 1) система «Клієнт-банк», яка включає у собі підсистему «Клієнт-банк» для юридичних осіб та «Home-banking» для фізичних осіб;
- 2) телефонний банкінг (WAP-banking);
- 3) Інтернет-банкінг.

Ще у 1992 році, були перші спроби використання системи «Клієнт-банк» в Україні. Ця система дає змогу користувачам управляти рахунками в банку, та

отримувати оперативну інформацію про стан та рух коштів, не відвідуючи банківської установи. Вона спрямована на взаємодію з одним користувачем, і зазвичай передбачає встановлення спеціальних програм на комп'ютері клієнта, який регулярно співпрацює із банком. Використання такої системи для клієнтів, вартує близько 50-200 грн. у місяць.

Телефонний банкінг, наразі є найбільш поширеною формою банківського обслуговування у Західних країнах, також вона поступово впроваджується і у банках України. Щоб ввести у дію телефонний банкінг, банку необхідно створити інформаційно-довідковий вузол, який включає у себе комп'ютери, із відповідним програмним забезпеченням, які підключені до автоматичної телефонної станції банку [55, с. 168].

Інтернет-банкінг, як зазначалося у попередньому розділі, є більш зручним, простішим в користуванні і перспективним у розвитку. Зручність і простота забезпечується, тим, що відсутня необхідність покупки і встановлення спеціального програмного забезпечення. Достатнім є зареєструватися у системі Інтернет-банкінг, та отримати від банківської установи логін та пароль для входу у сервіс.

Першим, з українських банків хто запровадив Інтернет-банкінг у своїй діяльності, став ПриватБанк. Це сталося у 1998 році, а ВА-Банк (VAB), через рік також повторив цей крок. У цьому напрямі розвитку, та освоєнні Інтернет-банкінга, також можна виділити наступні банки: УкрСиббанк. Укрсоцбанк, Укрексімбанк, ПУМБ, Індустріалбанк, Укрексімбанк, Аваль Банк, ОTR Банк, Альфа-Банк та інші.

За оприлюдненою інформацією компанії «Простобанк Консалтинг» на 28 грудня 2013 року послуги Інтернет-банкінга пропонувало 26 банків із 50 найбільших банків. І при цьому, у дев'яти із них, використання дистанційного обслуговування є безкоштовним. Велика конкуренція між банками, спонукає їх не тільки до здешевлення експлуатації сервісу, а й до постійного розвитку і розширення можливостей систем.

Використання Інтернет-банкінгу в Україні у 2011-2014 роки, суттєво зросло, хоча й надалі залишається на досить слабкому рівні. Так, на початок 2013 року, послугами Інтернет-банкінгу користувалося 2,1% українців, що майже на 0,9% більше за попередні роки. Такі дані ринку банківських послуг для домашніх господарств, представила компанія GfK Ukraine [39].

Сьогодні демонструє нам, що в Україні користувачами Інтернет-банкінгу є 25% користувачів мережі Інтернет, тобто приблизно 7,53 млн. осіб. Такі дані пропонує компанія Touchpoll. За їхнім ж дослідженням, ще 11% українців, в найближчі роки, хочуть розпочати використання Інтернет-банкінгу у своєму повсякденному житті, а 37,1% опитаних – остаточно не визначились із своїм рішенням. Якби, не нинішня глибока економічна та політична криза в Україні, то можна було надіятися на значене зростання користувачів банківських Інтернет послуг до 17,9 млн. осіб. В боротьбу за яких, негайно вступили ряд банківських установ України, пропонуючи населенню освоїти послуги віртуального банківництва [37, с. 59].

В Україні, послуги Інтернет-банкінгу тільки почали набирати популярність. Завдяки такому сервісу, клієнти українських банків можуть погасити кредит або ж поповнити депозит. Варто підкреслити, що здійснення переказів коштів через Інтернет-банкінг, у більшості українських банків, дає змогу тільки між рахунками і картковими рахунками. Найпопулярнішими та найпоширенішими банківськими послугами у мережі залишаються традиційні операції: одержання виписки по рахунках, переказ коштів між власними рахунками та здійснення платежів. Звичайно, в Україні є й такі банки, які не обмежуються рядом стандартних послуг, що надаються через мережу Інтернет. Свій асортимент вони доповнюють операціями по погашенні кредитної заборгованості, бронювання та оплата готелю, транспортних квитків, оплата покупок в Інтернет-магазинах і багато інших послуг[58].

Та й насправді, Інтернет-банкінг, дає можливість швидко та без особливих труднощостей, дізнатися чи здійснена Інтернет покупка. Це реалізується за допомогою мобільної звітності, у якій відображається поповнення балансу

рахунку, або ж його списання. Таку якісну та зручну можливість, надають невелика кількість банків на території України, найбільшими з яких є Фідобанк з системою «Фідомаркет» та ПриватБанк із системою «Приват24». Такий сервіс, дозволяє не лише проводити переказ коштів між власними рахунками і картками, але й здійснювати переводи коштів на рахунки інших банків та різних контрагентів, як на території України, так і за її межами, за допомогою міжнародної системи MoneyGram, Western Union. Щоправда, при використанні таких систем, з'являються ряд нових проблем – найголовніша з яких, дорожнеча здійснення переказів. Саме тому, перед українськими банками стоїть завдання, якнайшвидше вплинути на зниження цін і комісій при проведенні платежів, задля залучення більшого обсягу клієнтів.

По при популярність банківських Інтернет-послуг у розвинених країнах, у США лише 6% населення використовують ці можливості, у Європі – процент дещо більший – 8%.

Щодо України, то сучасний політичний та економічний стан, які у великій мірі впливають на рівень життя населення, стримують активність та розвиток суспільства. Це також відображається і на рівні користування банківськими Інтернет-послугами. В Україні, Інтернет-банкінг використовує близько 3-4% клієнтів банків, основна частка яких, є клієнти ПриватБанку.

Крім ПриватБанку, активно розвивають Інтернет-банкінг такі банки в Україні: Альфа-Банк, Фідобанк, УкрСиббанк, Укрексімбанк, Укрсоцбанк, UniversalBank, ОTRBank. Ці та кілька інших банків, дають змогу своїм клієнтам використовувати ряд послуг Інтернет-банкінгу:

- отримання виписок по рахунку за необхідний проміжок часу;
- здійснення переказ коштів в середині банківської установи;
- проведення платежів в межах України та країнами за кордону.

Досить конструктивну та унікальну статистику про процентне співвідношення банків, які використовують Інтернет-ресурси у своїй діяльності, надає сайт «Український фінансовий портал», який провів дослідження на початку 2014 року:

- 60% банківських установ на території України, мають інформаційний Інтернет-ресурс;

- 15% частково надають Інтернет-послуги;
- 25% не використовують Інтернет, як спосіб надання послуг клієнтам.

Передову позицію, на кінець 2014 року, посідає ПриватБанк, Інтернет-банкінг якого, використовує більше 3,56 млн. осіб. Друге місце займає ПУМБ – із 1,95 млн. користувачами, за ним Укрексімбанк – 1,2млн. клієнтів-користувачів, Універсалбанк – 996 тис., ОТП Банк – 325 тис. користувачів. Шістку банків, із найбільшою кількістю клієнтів, які використовують Інтернет-банкінг посідає Альфа-банк – 185 тис. клієнтів-користувачів.

Десять найбільших банків в Україні (за даними сайту banki.ua), пропонують своїм клієнтам Інтернет-банкінг із широким спектром можливостей: Альфа-Банк, ОТП Банк, Перший Український Міжнародний банк, ПриватБанк, УкрСиббанк, Укрсоцбанк, Укрексімбанк, ФідоБанк, Фінанси та Кредит, Банк Форум.

Як правило, стандартними можливостями в Інтернет-банкінгу, на українському ринку, є отримання виписки по рахунку, здійснення переказів між власними рахунками та можливість проведення розрахунків у гривнях. Інший ряд можливостей залежить, в першу чергу, від можливостей банку та, власне, фантазії розробників банківського сервісу.

Не спроста еталоном українського Інтернет-банкінгу вважають ПриватБанк і його сервіс «Приват24». Саме цей банк, першим із банків, що функціонують в Україні, реалізував можливість оплати комунальних послуг у мережі Інтернет. Щоправда, зараз багато банків зазначають таку послугу, як оплата комунальних послуг, у можливостях свого Інтернет-банкінгу. Однак, насправді, всі ці можливості приховуються звичайним оформленням платіжного доручення, в якому вписуються необхідні реквізити та розмір платежу.

Сучасне покоління клієнтів потребує ширших можливостей, які реалізовані Приват24 та Portmone. Мова йде про можливість введення показників лічильників, та на підставі них і існуючих тарифів, розрахунок сум необхідного

платежу чи заборгованості. Такий сервіс, у повному обсязі, представлений кількома банками: ПриватБанк, Банк Фінанси та Кредит, Альфа-банк.

Привабливість Інтернет-банкінгу для клієнтів полягає, у відсутності необхідності відвідувати банківську установу, а всі операції по сплаті кредиту, відкриття депозитів, виготовлення нової платіжної картки, блокування карток можна здійснювати у он-лайн режимі в мережі Інтернет. По сплаті заборгованості за позиченими коштами, дають змогу сервісні системи всіх десяти банків-лідерів в цій галузі, окрім Укрсоцбанку. Депозитні вклади, в он-лайн режимі, у глобальній мережі, дозволяють кілька банківських систем: Приват24, ПУМБ, Фідомаркет, MyAlfaBank. Щодо замовлення платіжних карток у Інтернет-банкінгу, то таку змогу дають такі банки: ПриватБанк, ФідоБанк, ПУМБ, Банк Форум. Блокування карток, крім названих, можна ще й в Укресімбанк та Укрсоцбанк [59].

Безперечно, привабливість банку та його Інтернет-банкінгу для клієнтів є його надійність, багатофункціональність, ліквідність та безпечність, проте, існує й фінансова сторона, яка притягує або ж відштовхує потенційних клієнтів банку.

Ціна використання Інтернет-банкінгу, може складатися із трьох компонентів: підключення, абонентська плата та комісійні платежі за здійснення платежів і розрахунків. В роки впровадження Інтернет-банкінгу в Україні, за підключення до системи, банки брали символічну плату – 1-5 грн. Абонентська плата (деякі банки і сьогодні стягують) – 10-60 грн. на рік. Окрім цього, банки можуть брати плату за використання генератора паролів та захищеного носія власних ключів (у формі USB-флешки). Більшість банків України, тарифікують свої послуги у мережі Інтернет у процентному вимірі – наприклад 0,1-1,2% від величини платежу чи переказу.

Слід зауважити і той момент, що у порівнянні із банківськими установами, які провадять свою діяльність у США, Німеччині та Великій Британії, в Україні, банківські установи стягують значно менші комісійні винагороди при проведенні банківських операцій. Це пояснюється рівнем розвитку банківської системи. У розвинених країнах, плата стягується, як винагорода банку за проведену

операцію, в Україні ж – покриття витрат на здійснену операцію. Максимальні платежі, які стягують українські банки за надання в користування Інтернет-банкінгу своїм клієнтам, наведено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Максимальні платежі, які стягують українські банки за надання в користування Інтернет-банкінгу (у грн.)*

Стаття витрат	Витрати
Оформлення картки або відкриття поточного рахунку	до 100 грн.
Підключення до системи	до 5 грн.
Абонентська плата	5-60 грн.
Перегляд стану рахунку і виписок	до 1 грн. за операцію
Здійснення платежів та переказів	0,1-1,2% за транзакцію

*Складено на основі джерела [71]

Прикрим моментом сьогоднішнього дня, є те, що не всі банки надають послуги через мережу Інтернет безкоштовно. Багато незалежних експертів, які є представниками різних фінансових видань, підкреслюють, що щомісячні та щорічні платежі за користування Інтернет-банкінгом є неприпустимим. Ряд банкірів та банків погоджуються із цим твердженням, порівнюючи стягнення плати за Інтернет-банкінг, із оплатою клієнтом за вхід у приміщення банку. І справді, дещо дивним виглядає те, що клієнт змушений платити за право самостійно себе обслуговувати. Такий сервіс, банки повинні своїм клієнтам безкоштовно. Щоправда, не всі банкіри із таким формулюванням згодні.

Яскравим прикладом виступав банк «Надра», який стягував із клієнтів одноразову плату за користування сервісом. ОTRBank, із зарплатних клієнтів бере 60 гривень за підключення до OTRdirekt, з інших – 100 грн. Таку плату із сторони OTR Bank, можна оправдати тим, що при підключенні до сервісної системи, клієнт отримує брелок-генератор паролів, який насправді має свою матеріальну цінність.

Стабільну плату за користування Інтернет-банкінгом стягує банк «Фінанси та Кредит», «УкрСиббанк», «Укрексімбанк». «Укрексімбанк», щорічно бере оплату за вартість тарифного пакету та оренду генератора одноразових паролів. «УкрСиббанк», бере щомісячну плату за використання певного пакета, його вартість становить від 9 до 135 гривень.

На сьогоднішній день, тільки деякі банки, які належать до банків-лідерів в Україні, не беруть плату за послуги, які надаються у мережі Інтернет, ними є: «Альфа-Банк», «ПУМБ», «ПриватБанк», «Укрсоцбанк», «Форум» (див. табл. 2.3).

Отже, із проведеної характеристики Інтернет-банкінгу та послуг, які пропонуються банками, що функціонують на території України, можна сказати: головну увагу у впровадженні Інтернет сервісу, приділяють ті банки, які мають широку клієнтську базу. Такий крок, дає поштовх до швидшого обслуговування наявних клієнтів та залучення нових.

Таблиця 2.3

Плата, яку стягують українські банки за підключення та обслуговування клієнтів у мережі Інтернет (у грн.)*

Назва банку	Плата за підключення	Плата за обслуговування	
		Щорічне	Щомісячне
Альфа-Банк	X	X	X
Надра банк	10	X	X
ОТП Банк	100	X	X
ПУМБ	X	X	X
ПриватБанк	X	X	X
УкрСиббанк	X	X	9-135
Укрсоцбанк	X	X	X
Укрексімбанк	X	19,44	X
Фінанси та Кредит	X	X	10
Форум Банк	X	X	X

*Складено на основі джерела [71]

На українському ринку Інтерне-послуг, відсутні якісь унікальні послуги. Банки концентрують свою увагу у розвитку такого Інтернет-банкінгу, який

виконував найпоширеніші операції клієнтів – це переказ коштів із рахунка на рахунок, проведення оплат за послуги, здійснення платежів за комунальні послуги і інше. Тобто веб-обслуговування, в основному включає у себе традиційні банківські послуги.

Більш масштабніші банківські установи, типу ПриватБанку, періодично оснащують свій онлайн-банкінг «Приват24» новинками, такими як бронювання та покупка залізничних квитків, відкриття віртуальних рахунків у різних валютах. Така особливість безперечно має свій результат, у вигляді росту клієнтської бази.

Звичайно, нововведення не по силі усім українським банкам, проте, на нашу думку, необхідність впровадження Інтернет-банкінгу є неодмінною умовою розвитку банку. Тому що насправді, майбутнє за новітніми технологіями, і банківський сектор є одним із головних важелів їх впровадження.

Інтернет-банкінг – це своєрідне продовження самої банківської установи, і користування ним, повинно бути для клієнтів безкоштовним, оскільки клієнт сам себе обслуговує, а банк виступає своєрідним наглядачем за виконанням вказівок користувача. Нажаль, більшість банків, які надають послуги у мережі Інтернет, стягують у клієнтів певну плату. Але цими банками виступають середні за обсягом капіталу та кількістю клієнтів установи. Більші банки, банки-лідери, надають свій Інтернет-банкінг на безоплатній основі. Ми вважаємо, що це є правильним маркетинговим та соціальним ходом таких банків.

2.2. Аналіз переваг і недоліків використання Internet-технологій банківськими установами у вітчизняних реаліях

При впровадженні будь-яких електронних систем розрахунків, зокрема і Інтернет-банкінг, сам банк і клієнт, повинні одержати ряд вигод, в тому числі й економічні. На сьогодні, можна впевнено стверджувати, що в Україні вже є мала частка банків, які вміють економити час і заробляти гроші за допомогою Інтернет мережі. Аби такий напрямок банківського обслуговування був ефективним і

приносить прибутки, потрібно вкласти чимало коштів і сил у її реалізацію. Успішними стали ті банки, які усвідомили, що значної економії і великої ефективності проекту можна добитися, якщо здійснювати комплексний підхід до розвитку Інтернет-банкінгу.

Отже, питання ефективності використання Інтернет-технологій в обслуговуванні клієнтів в Україні є дуже актуальним, оскільки такий спосіб ведення банківництва має ряд переваг та проблем, які необхідно вирішувати.

Оцінюючи матеріальну вигоду від впровадження Інтернет-банкінгу в загальних рисах, можна відзначити наступне. Досвід іноземних банків показує, що головний вигравш, який отримує банк, здійснюючи операції з клієнтом через мережеві канали, – зниження операційних витрат і витрат на обслуговування клієнтів. Іншим аспектом привабливості Інтернет-банкінгу для банків є нинішнє вибухове зростання електронної комерції. Можливість оплати за товари або послуги безпосередньо сидячи вдома, володіє високою його привабливістю.

Приймаючи рішення про те, чи варто банківській установі розпочинати надання послуг по обслуговуванні клієнтів через Інтернет, банку необхідно розглянути основні переваги і недоліки даної послуги (тобто виокремити ряд «плюсів» і «мінусів», і в кінцевому результаті зробити висновок чи виправдовує така система обслуговування, початкові витрати). Наглядно, переваги і недоліки наведені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Переваги і недоліки впровадження банківського сервісу у мережі
Інтернет для комерційного банку**

Переваги	Недоліки
Економить час операціоністів на прийом та обробку документів клієнтів	Вимагає витрат на придбання або створення системи, її впровадження і навчання співробітників
Виступає потужним фактором у конкурентній боротьбі за клієнтів	Вимагає витрат на обслуговування (в тому числі і каналів зв'язку з високою пропускнуою здатністю при обслуговуванні великої кількості клієнтів)
Дозволяє отримувати додаткові кошти у вигляді плати за використання системи клієнтами	Вимагає постійний моніторинг системи та періодичне його вдосконалення та оновлення

На 2014 рік, менше половини українських банків мають системи дистанційного банківського обслуговування клієнтів, заснованих на Інтернет-технологіях. Крім того, у більшості випадках, банки використовують мережу Інтернет, як засіб надання інформації клієнту про його стан рахунків, а не комплексне обслуговування у віртуальній мережі. Лише кілька банків, що функціонують на території України, пропонують «повноцінний» пакет Інтернет-послуг, що включає попри традиційні банківські послуги, також і SMS і WAP-банкінг. Однак, при оптимістичних прогнозах щодо політичної ситуації в країні, в найближчі роки, варто очікувати, що перелік таких банків, може значно збільшитися.

Велика кількість економістів-банкїрів, вважають, що у розвитку Інтернет-банкїнгу на території України, заважають цілий ряд факторів. Найголовнішими з них є політична і економічна нестабільність, територіальна цілісність і соціальні кризи. Але є й такі фактори, що по суті є наслідковими від попередніх, серед яких виділяють: технічну неграмотність потенційних користувачів і слабка поширеність мережі Інтернет по всіх регіонах країни.

І справді, рівень інтернаціоналізації України на досить низькому рівні: за різними оцінками, до активних користувачів «всесвітньої павутини» у нас відноситься 34,5% населення [9].

Проблеми поширеності мережі Інтернет у нашій країні і труднощі доступу до неї, безперечно існують. Але вже помітні тенденції переходу до високошвидкісного Інтернет-підключення, що активно впроваджують мережеві провайдери. В найближчій перспективі, проблеми якісного доступу у мережу Інтернет втратить актуальність. Щоправда, сьогодні цей фактор хоч і перешкоджає росту потенційних банківських клієнтів, проте його критичним вважати не варто.

Насправді є і інші, більш значимі фактори впливу, що перешкоджають розвитку Інтернет-банкїнгу: низька привабливість послуг для клієнтів і відсутність належної уваги до просування Інтернет-банкїнгу зі сторони самих банківських установ. Багато банків, не мають шаблонів для проведення платежів,

своєрідних прикладів, як це здійснювати. Після введення у користування нового сервісу, або ж нової послуги, банки, елементарно не друкують буклети, і належним чином не інформують клієнтів.

Досить часто зустрічається випадок, коли власник банківських рахунків може здійснювати оплату за товари та послуги не відвідуючи сам заклад, але банківська установа не довела до відома свого клієнта про таку перевагу. Звичайно цей приклад не стосується ПриватБанку, який здійснює активну інформаційну політику щодо появи нових можливостей у Приват24 для своїх клієнтів. Крім друку бюлетнів про можливості сервісу, Банк створює відео-уроки, які є доступними для всіх користувачів мережі Інтернет і простими у сприйнятті.

Попри це, результати дослідження соціологів показало, що зручність сервіса являється вирішальним фактором для користувачів при використанні Інтернет-банкінгу. В ієрархії важливості далі йде: можливість самостійного управління рахунком, привабливі низькі ціни, нові можливості інтернет-сервісу, безоплатне користування, рекомендації знайомих [7].

Вцілому, проблеми розвитку банківських послуг у мережі Інтернет, можна поділити на кілька масштабних блоків:

1. Психологічні проблеми. Власне, серед українських банкірів зустрічаються дві протилежні точки зору: перші – це ті, які вважають, що «Інтернет – це небезпечно, і нам він непотрібний», другі – із протилежною думкою, «Інтернет – це надзвичайно перспективно, і розвивати Інтерне-бізнес, є необхідною умовою розвитку банку». Два протилежні судження, тільки відображають різні стадії, які зазвичай проходять люди, при освоєнні мережі Інтернет. Як правило, кінцевим результатом є те, що розвиток науково-технічних новинок, є впливовою складовою у всіх галузях економіки, для підтримання своєї конкурентоздатності. Тому, яке б ставлення банкірів до мережі Інтернет не було, зрештою із плином часу, освоєння «Світової павутини» є необхідним.

Значно важчі обставини із суспільством. Зберігається недовіра значної частини населення до операцій, які здійснюються через мережу Інтернет. Зачасту,

людині психологічно легше прийти до офісу банку і відстояти в черзі, а ніж провести платіж за допомогою комп'ютера.

Не на користь Інтернет-банкінгу ідуть часті публікації засобів масової інформації, про масові крадіжки Інтернет-шахраїв із банківських карт чи із банківських комп'ютерних сервісів.

Українські аналітики кажуть, що новий Інтернет-сайт, який зв'язаний із платежами чи переказами коштів, є головною ціллю злоумишників, вони здійснюють атаку таких сайтів у перші п'ять годин після його відкриття. Звичайно, що під небезпеку можуть потрапити і кошти клієнтів. Проте, ці дані ніяк не означають низьку рівень захищеності і безпеки Інтернет-банківського обслуговування. Українські банківські установи, використовують секретні і унікальні засоби захисту, які заздалегідь адекватно ідентифіковує покупця. Тому клієнти банків, що діють на території України і банків розвинених країн, можуть бути повністю впевнені, що фінансові установи прийняли всі необхідні міри безпеки і контролю за коштами клієнтів [70, с. 125].

2. Кадрові проблеми. Швидкість та якість рішень будь-якої поставленої задачі, напряду пов'язано із кваліфікацією спеціалістів, які його виконують. Для розробки і підтримки системи Інтернет-банкінга, сьогодні життєво необхідно програмісти (при чому спеціалісти не тільки в областях Інтернет-технологій), Веб-дизайнери, Веб-адміністратори, експерти у комп'ютерній та комунікаційній безпеці, маркетологи, юристи, економісти. Всі вони повинні добре розуміти і знати світ Інтернету, та його мережеві комунікаційні системи.

Не можна сказати, що дана проблема в Україні є критичною, оскільки українські програмісти, є одними з найзатребуваніших спеціалістів у світі, за плечима яких, цілий ряд програмних та технічних розробок. Проблема стоїть за рівнем кваліфікації спеціалістів у галузі економіки, юриспруденції та реклами. Досить важко, наприклад, знайти юриста, який насправді розуміється у електронних комунікаціях і банківській сфері одночасно.

3. Технологічні проблеми. Також існують і технологічні причини, які обмежують область застосування електронних каналів діяльності банків.

Навідміну від відділень банку, у яких число проведених операцій обмежується кількістю наявних працівників, в Інтернет-мережі, число операцій, як правило не обмежується. Щоправда, від банку потребується досить високий рівень розвитку бізнес-процесів і стану інформаційних систем, які дозволять водночас виконувати сотні операцій. Попри це, кількість українських банків, які мають новітні операційні Інтернет-системи, є невеликою, що являється серйозним стримуючим фактором розвитку Інтернет-банкінгу.

4. Юридичні проблеми. Про них більш детально згадувалося у першому розділі даної роботи. До них належить відсутність чітко сформованого законодавчого поля, як по питанню захисту і безпеки, так і в сфері електронної комерції (включаючи електронний підпис).

Не зважаючи на це, українські банки все ж просувають свої Інтернет-сервери за допомогою розумної юридичної роботи. Необхідне їм юридичне підґрунтя, спеціалісти складають із найменшої інформації, яка знаходиться у наявних законодавчих актах, указах, інструкціях. Однак, для малих банківських установ, які ставлять за мету впровадити обслуговування у мережі Інтернет, правовий «туман» являється неабиякою перешкодою.

5. Фінансові проблеми. Про те, що новітні банківські технології є привабливими для клієнтів банку, зрозуміло, проте масштаби витрат на його впровадження – відомо не всім. За інформацією представників Інтернет-банкінгу ПриватБанку, їхній досить поширений сервіс «Приват24», лише зараз стає справді окупним (але за умови збереження динаміки росту кількості клієнтів, який спостерігався у 2013-2014 роках) [22, с. 28].

Якщо ж рубіж рентабельності платіжних систем поки не визначено, то з продуктами класу «Інтернет-клієнт-банк» інша справа – вони із самого початку не планувалися, як засіб підвищення прибутків. Їх завдання – забезпечити якісне обслуговування клієнтів. У будь-якому випадку, той хто впроваджує систему Інтернет-обслуговування, повинен бути готовий до серйозних затрат, а крім того, йому варто по можливості точно оцінити кінцевий результат. Дуже важливо тут

уникнути помилкової спроби досягнути рентабельності проекту в короткі строки – за рахунок збільшення вартості обслуговування клієнтів.

Тимким чином, проаналізувавши фактори, що стримують розвитку Інтернет-банкінгу в Україні, можна стверджувати, що проблеми виникають переважно не зі сторони клієнтів (якщо вони і існують, то в майбутньому зникатимуть самі по собі), а зі сторони самих банків. Головним стримуючим фактором, по факту, лежать на поверхні. З однієї сторони, банки досить «ліниві» в впровадженні цих послуг (навіть якщо дороге обладнання і програмне забезпечення вже присутнє), з другої – для того, щоб справді запровадити передові технології, необхідно сучасні інтегровані операційні системи, здатні обробляти велике число банківських операцій. А такими володіють, у нашій країні, деякі банки. В табл. 2.5, представлено рейтинг рівня інформатизації найбільших банківських установ в Україні.

Таблиця 2.5

Рейтинг рівня інформатизації найбільших банків України*

Ранг	Назва банку	К-сть опцій
1	ПриватБанк	40
2	Фінанси та Кредит	40
3	ПУМБ	37
4	Альфа-Банк	35
5	Райффайзен Банк Аваль	10
6	Банк «Південний»	10
7	ФідоБанк	10
8	МегаБанк	3

*Складено на основі джерела [40]

При підготовці рейтингу, було використано вісім важливих критерій оцінки рівня банківської інформатизованості[18]:

- системи автоматизації банківської діяльності;
- системи роботи з банківськими картками;
- системи електронних послуг типу «Клієнт-банк»;
- системи електронних банківських послуг типу Інтернет-банкінг;
- системи автоматизації взаємовідносин з клієнтами;

- call-center;
- інформаційно-аналітичні системи;
- ІТ-технології.

Із табл. 2.5, явним лідером вважається ПриватБанк, по розвитку банківського Інтернет обслуговування. Майбутніх лідерів українського Інтернет-банкінгу, поки що назвати вкрай важко, можна тільки припустити, що в їх числі будуть ті, хто вже зараз пропонує найширший спектр Інтернет-послуг і користується популярністю у фізичних осіб. В банківському секторі, у порівнянні із онлайн-гемблінгом, повністю віртуальні установи – рідкість, тому найбільшу клієнтську аудиторію будуть мати такі гіганти вітчизняного банкінга, які зробили ставку на ІТ-технології, як ПриватБанк, Фінанси та Кредит, ПУМБ, ФідоБанк і ряд інших.

Ефективність у будь-якій діяльності, прийнято виражати за допомогою відношення результату до витрат. Цільова орієнтація такого співвідношення – прагнення до максимізації. При цьому ставиться завдання: максимізувати результати, які приходяться на одиницю витрат.

Як зазначалося вище, Інтернет суттєво зменшує витрати компанії на рекламу і обслуговування клієнтів. Зменшення витрат дозволяє знизити ціни на продукцію до 50% і залучити цим самим додаткових клієнтів.

Очевидним плюсом Інтернет-банкінга є розширення його «географії», але це, в свою чергу підвищує рівень кредитного ризику, враховуючи відсутність особистих контактів із клієнтами.

В умовах, коли банківський бізнес переживає Інтернет-революцію, яка розпочалася в Україні на початку 2010 року, клієнту важливий вільний вибір: якщо в традиційних філійних операціях він обмежений місцем і часом роботи банку, то зараз у таких банках як ПриватБанк, ФідоБанк, Альфа-Банк, ПУМБ, його нічого не тримає, до того ж він отримує явні переваги в часі.

Інтернет-банкінг дозволяє зробити послуги не тільки максимально зручними для клієнтів, але і одним із способів підвищення ефективності банківської діяльності, і як наслідок, прибутки банку.

Не можна не погодитися, що прибутки являються найважливішим показником економічної ефективності діяльності банку, відображаючи результати його діяльності (впровадження нової техніки, підвищення якості обслуговування і т.д.). Прибуток можна розрахувати як різниця між сумою доходу і витрат, які несе банк від існуючого Інтернет-обслуговування[52]:

$$\Pi = \text{Дсрм} - \text{Всрм}, \quad (2.1)$$

де Π – прибуток за надані послуги у Інтернет мережі;

Дсрм – середньомісячний дохід від наданих послуг у Інтернет мережі;

Всрм – середньомісячні витрати за надані послуги в Інтернет мережі.

Але обсяг прибутків, не дає повну картину про рівень ефективності впровадження послуг Інтернет-банкінгу, тому необхідно знати ще і рентабельність наданих послуг у мережі Інтернет. Цей коефіцієнт показує, який рівень прибутку отримає банк з кожної затраченої гривні у Інтернет-банкінг.

Рентабельність Інтернет-банкінгу за певний період, можна розрахувати як співвідношення сукупного щомісячного прибутку від функціонування послуг Інтернет-банкінга, до суми витрат банку по цій послугі [52]:

$$P = (\text{Пщм} / \text{В}) * 100, (2.2)$$

де P – рентабельність послуг Інтернет-банкінгу;

Пщм – щомісячний прибуток банку від наданих послуг у Інтернет мережі;

В – витрати банку по Інтернет-банкінгу.

Звичайно, при незадовільній рентабельності, банківській установі варто замислитися щодо доцільності використання Інтернет-послуг. При цьому вчиняти певні дії: або підвищувати рентабельність та її ефективність, або ж відмовитися від даного сервісу.

На сьогодні в Україні, із сукупної кількості банківських установ, реально використовують Інтернет-банкінг ті банки, які добре капіталізовані і мають велику клієнтську базу (що і логічно).

Сучасний розвиток банківської справи у мережі Інтернет на території України, є недостатнім, аби проаналізувати економічну ефективність функціонування Інтернет-банкінгу. Це пов'язано із: відсутністю вартісних даних технологій, на які здійснюються витрати аби запровадити власний Інтернет-банкінг; відсутністю затрат на створення нового Інтернет-продукту, який буде мати попит серед клієнтів; не поширення інформації для населення про реальних розробників Інтернет-банкінгу; не оприлюднення інформації про витрати на утримання, як самого Інтернет-банкінгу, так і персоналу, який його забезпечує.

Звичайно ці дані, в деякій мірі є бізнес-таємницею, саме тому до населення потрапляє дуже рідко, проте самі банківські працівники, які керують проектами у Інтернет мережі, мають такі дані, і їм не складає труднощів для визначення ефективності та рентабельності Інтернет-банкінгу.

2.3. Оцінка рівня безпеки діяльності комерційних банків у мережі Internet

Як стверджує багато науковців, серед ряду загроз, що підстерігає клієнтів Інтернет-банкінгу, є одна найпоширеніша та найголовніша— це ризик «злому» паролів і неправомірного доступу до коштів клієнтів та його рахунків зі сторони шахраїв. Небезпека втратити кошти через використання Інтернет-банкінгу, по суті це є єдиною небезпекою, яка може підстерегти користувачів банківських Інтернет-послуг. Втім, такі протиправні дії зловмисників направлені не лише на банки і їх Інтернет-банкінг, а й на ряд інших фінансових чи торгових установ, які надають дистанційні послуги через «Всесвітню павутину».

Саме тому банки, як головні фінансові установи держави, намагаються впроваджувати різноманітні системи, механізми та алгоритми, які повинні покращити оцінку ризиків, підвищити безпеку Інтернет-технологій та гарантувати недоторканність коштів клієнтів. Серед таких систем виокремлюють: шифрування

даних, одноразові паролі, одноразові SMS-паролі, Електронний цифровий підпис, зовнішні електронні пристрої та інше [71].

Шифрування даних

Практично всі банківські установи, котрі використовують Інтернет-банкінг при обслуговуванні клієнтів, застосовують криптографічний протокол шифрування даних SSL. Його суть полягає в тому, користувач та банк передають конфіденційні дані один одному за допомогою ключів. Один ключ використовується, аби шифрувати дані, а інший – дані розшифрувати. Такі заходи захисту дають змогу уникнути раніше поширений вид шахрайства «man in the middle», тобто шахраї перехоплювали дані на етапі відправки від клієнта до банку, але дані ще не доходили до самого банку. Зловмисник змінював інформацію у повідомленні, і лише тоді відправляв його у банк. Таким чином, запит клієнта мав викривлений зміст на користь шахраїв.

Аби використовувати таку систему захисту, користувач повинен дотримуватися простих заходів безпеки роботи у мережі Інтернет – не відповідати на підозрілі сповіщення (які надійшли від невідомих аккаунтів) та не натискати на підозрілі посилання.

Одноразові паролі, які клієнт отримує із банкомату

Ця система захисту, крім звичайного користувацького імені (логіна) та пароля, для авторизації у мережевій системі та/або підтвердженні операції, вимагає у клієнта ввести динамічний код (пароль), який буде виведено на моніторі банкомату.

Щодо безпечності такої системи, то безперечно вона має свої позитивні сторони. Для того, щоб клієнт міг здійснити операцію по картковому рахунку через Інтернет-банкінг, йому необхідно мати при собі саму картку, на якій зазначено номер картки, термін її дії та CVV2/CVC2 код, що знаходиться на звороті картки, крім того клієнт повинен знати ПІН-код. Лише при знанні цих

даних, клієнт зможе отримати паролі на монітор банкомату, які можна роздрукувати на чек і в подальшому вводити для проведення трансакцій.

Звісно така система захисту має ряд недоліків. Найголовнішим з них є те, що список паролів, які роздруковуються на чек, доведеться постійно зберігати та мати при собі, у разі термінового здійснення розрахунків за товари чи послуги. Тобто, якщо клієнт із-за певних обставин втратить цей чек (або ж просто всі паролі на ньому використалися), йому потрібно буде знову повторити операцію з банкоматом, аби роздрукувати нові паролі. Звісно не найгіршим є той момент, коли паролі закінчилися, адже їх можна отримати у найближчому банкомані банку. Мінусом є те, що таким списком паролів можуть заволодіти зловмисники.

При використанні такого сервісу Інтернет-банкінгу, самі працівники банку наполегливо рекомендують дотримуватися наступних правил:

- 1) чітко визначити місце де зберігатиметься такий чек у клієнта, аби випадково його не викинути;
- 2) не зберігати чек із одноразовими паролями разом із карткою;
- 3) не записувати логін та пароль від облікового запису у блокнотах.

Найкраще їх запам'ятати.

Одноразові СМС-паролі

Є найпоширенішим способом захисту при використанні Інтернет-банкінгу. Ця система, використовує динамічні паролі. Будь-яка операція супроводжується підтвердженням при введенні одноразового пароля, який надходить клієнту на його мобільний телефон у вигляді СМС-повідомлення. Ключовим у цьому є те, що номер телефона, на який приходять динамічні паролі, повинен бути «прив'язаний» до акаунта клієнта в Інтернет-банкінгу.

Дана система захисту має багато переваг. По-перше, вона не потребує якоїсь прив'язаності до конкретного комп'ютера чи банкомата. Використовувати її можна із будь-якого гаджета. Саме це і робить таку систему захисту найпоширенішою серед банків. По-друге, процедура аутентифікації клієнта займає кілька хвилин, що робить його дуже зручним у користуванні. По-третє, одноразові СМС-паролі дозволяють убезпечити клієнта від неправомірного

проникнення до рахунків. Навіть, якщо зловмисники змогли відстежити логін на пароль користувача, вони не зможуть доступитись до самих коштів, адже динамічний пароль прийде на номер телефону власника рахунків. Саме це, дозволить клієнту зрозуміти, що його акаунт «зломлено» і негайно потрібно повідомити про це банк та змінити паролі від рахунку. По-четверте, клієнту не потрібно зберігати у безпечному місці список паролів для здійснення операцій, і не потрібно хвилюватися, що ними заволодіють шахраї.

Справді, зловмисники не зможуть добратися до коштів клієнта, якщо вони не отримають одноразовий пароль, який актуальний протягом короткого періоду часу. Саме тому, для шахраїв головним об'єктом стає мобільний телефон клієнтів банку. Заволодівши ним – зловмисник має всі шанси добратися до банківських рахунків клієнта. І зовсім не потрібним буде така система захисту, якщо клієнт користується Інтернет-банкінгом з мобільного телефону та браузером, на якому зберігаються всі ПІН-коди, логіни та паролі.

Працівники банку, у яких використовується така система захисту, як одноразові СМС-паролі, рекомендують дотримуватися таких правил:

- не здійснювати вхід у обліковий запис Інтернет-банкінга через мобільний телефон;
- не зберігати логін та пароль від акаунта у браузері гаджета;
- у випадку краді мобільного телефону – негайно повідомити про це банк, та вимагати негайного замороження рахунків та облікового запису у Інтернет-банкінгу.

Електронний цифровий підпис (ЕЦП)

Ця система захисту, найчастіше використовується банками для корпоративних клієнтів, хоча останнім часом задля безпеки розрахунків, пропонують таку систему для фізичних осіб. Головною перевагою електронного цифрового підписує те, що він допомагає миттєво розпізнати користувача. Недоліком є те, що електронний цифровий підпис також піддається «злому» зі сторони зловмисників. За допомогою шкідливих програм, які потрапляють до комп'ютера клієнта та заражають його вірусами, шахрай має змогу дістатись до

ключа цифрового підпису. Як стверджують програмісти банківських установ: «Існують різного роду віруси, котрі здатні красти із зараженого комп'ютера всі необхідні дані, які дозволяють проникнути до сервісу Інтернет-банкінгу». Цими даними, як і в інших системах захисту є: паролі, логін, а також кодифікація ключа від електронного цифрового підпису [71].

У випадку, якщо клієнт використовує електронний цифровий підпис при підтвердженні фінансових операцій через Інтернет-банкінг, йому слід регулярно використовувати антивірусні програми, та постійно сканувати комп'ютер чи не заражений він вірусними програмами. Крім того, банкіри наполегливо рекомендують не залишати ключ електронного цифрового підпису на персональному комп'ютері, а зберігати його на флеш-пам'яті.

Зовнішні електронні пристрої

Щоб підвищити безпеку діяльності комерційних банків у мережі Інтернет, установи пропонують своїм клієнтам придбати або ж взяти у користування спеціальні пристрої, які здійснюють генерацію одноразових паролів. Такий пристрій працює через USB-порт, що підключається до комп'ютера клієнта, без застосування спеціального програмного забезпечення.

Також, популярним стало використання зовнішніх електронних ключів, які створюються при підключенні до сервісу Інтернет-банкінгу, і надалі використовуються при розрахунках у мережі при купівлі товарів/послуг.

Така система безпеки, є дещо простішою у використанні а ніж електронний цифровий підпис. Проте, і вона має певні недоліки, наприклад: клієнт не зможе отримати доступ до своїх рахунків, якщо він не матиме біля себе ключ до акаунта, а це не дуже зручно для клієнтів банку.

Звісно, це не весь список заходів, які використовують банки для забезпечення безпеки діяльності у мережі Інтернет. Крім них впроваджуються додаткові системи, аби захистити своїх клієнтів від зловмисників. А саме:

- введення обмежень власного сертифіката – це система певних банків, яка дає змогу використовувати електронний ключ лише на тому комп'ютері, на якому він був створений (згенерований). Такі заходи дозволяють клієнту здійснювати

розрахунки лише на одному комп'ютері, що робить клієнта «прив'язаним» до конкретної території. Проте, обмеження стосуються лише розрахунків, тобто, користувач може слідкувати за своїми рахунками та рухом коштів з будь-якого іншого комп'ютера чи гаджета;

- віртуальна клавіатура – вона появляється на моніторі компютера і управляється за допомогою мишки. Ця система призначена для того, аби зловмисники не могли відстежити облікові дані за допомогою вірусних програм із класичної клавіатури;

- обмеження тривалості сесії –це інтелектуальна система, яка реагує на активність користувача при роботі в сервісі Інтернет-банкінга. При відсутності активних дій протягом 5-10 хвилин, система автоматично закриває сесію. Щоб відновити роботу Інтернет-банкінга, клієнт повинен знову пройти авторизацію;

- журнал підключень – за допомогою такої можливості, клієнт банку має змогу відстежити всі здійснені операції та активні дії, які проводилися із його акаунт, через спеціальну вкладку, яка знаходиться в його обліковому записі.

Звісно, безпека діяльності комерційних банків у мережі Інтернет залежить не лише від самого банку, але і від клієнтів. Банкіри часто наголошують на тому, що ключовою причиною шахрайства в Інтернет-банкінгу є необачність та не уважність клієнтів, які своїми діями привертають увагу зловмисників. Саме тому, робітники банку застерігають своїх клієнтів, щоб ті зберігали у надійному місці відомості до власного облікового запису, а ще краще такі дані не записувати, а запам'ятовувати. Разом з цим, варто періодично змінювати пароль від Інтернет-банкінга, та використовувати його лише на перевірених комп'ютерах.

Крім того, банки просять своїх клієнтів бути обачним при використанні Інтернет мережі. Зловмисника все частіше починають використовувати прийом «соціальна інженерія» з метою, аби роздобути облікові дані клієнта банку (логін, пароль, електронний підпис, коди і інше). Найпопулярнішим є метод «Фішинг-повідомлення», який ґрунтується на провокації одержувачів відправити свої справжні дані від Інтернет-банкінга або пропонують пройти за посиланням на

шахрайський сайт. Ріст популярності соціальних мереж («Вконтакте», «Однокласники», «Twitter», «Facebook», «Telegram» і т.д.) зловмисники активно використовують «фішинг» через надсилання повідомлення на сторінку користувача.

Проте, шахраї пішли далі, і вони створюють копії сайтів Інтернет-банкінгу, які мають схожі найменування, посилання та інтерфейс. Якщо клієнт потрапить на цей сайт та введе облікові дані, зловмисники відразу отримають всі необхідні паролі, та зможуть скористатися ними у своїх цілях.

Практично на всіх банківських сайтах розміщено перелік заходів, які має зробити клієнт, якщо у користувача виникли побоювання, що його обліковий запис знаходиться у небезпеці:

- повідомити он-лайн консультанта що ваш акаунт був атакований зловмисниками (або ж розказати про це у відділенні банку), вимагати про заморожку всіх рахунків;

- перевірити комп'ютер на наявність вірусних файлів, при необхідності видалити підозрілі програми;

- розпочати роботу в Інтернет-банкінгу лише тоді, коли комп'ютер буде у безпеці;

- замінити паролі до акаунта;

- якщо було виявлено, що кошти списані із рахунків, необхідно написати заяву до правоохоронних органів та банку. Не варто здійснювати переустановку програмного забезпечення на комп'ютері до прибуття спеціалістів із банку чи правоохоронних органів, оскільки такі дії можуть пошкодити інформацію або видалити її, що перешкоджатиме розслідуванню злочину.

У разі, якщо шахрайські дії були здійснені, і користувач не зробив жодних дій для їх запобігання, банківські установи практично нічим допомогти клієнту не зможуть. Це пояснюється тим, що всі можливі докази, які здатні вказати на зловмисника, зникають, а переведені кошти на банківський рахунок зловмисника має динамічний характер. Саме тому, відстежити рух коштів досить таки важко.

Розглянемо на табл. 2.6, які системи безпеки використовують українські банки у Інтернет-банкінгу, для гарантування захищеності своїх клієнтів (розміщення банків здійснювалося за їх величиною активів):

Таблиця 2.6

Оцінка систем безпеки Інтернет-банкінгу в українських банках*

Банк	Яка система безпеки використовується	Додатково
ПриватБанк	Одноразові смс-паролі	віртуальна клавіатура, обмеження тривалості сесії
Укрексімбанк	Одноразові паролі (використовується USB-генератор)	ЕЦП
УкрСиббанк	Зовнішній електронний ключ	ЕЦП
Укрсоцбанк	Одноразові паролі (отримаються в банкоматі банку)	код PIN2, видається одночасно з картою
Альфа-Банк	Одноразові смс-паролі	
ОТП Банк	Одноразові паролі (використовується USB-генератор)	
Фінанси і Кредит	Одноразові смс-паролі	ЕЦП
Перший Український Міжнародний Банк	Одноразові смс-паролі	
Форум	Одноразові смс-паролі	історія підключень, обмеження тривалості сесії
Дельта Банк	Одноразові смс-паролі	
Сведбанк	Одноразові смс-паролі	віртуальна клавіатура
Південний	Зовнішній електронний ключ	ЕЦП
Сбербанк Росії	Одноразові смс-паролі	ЕЦП
Universal Bank	Особистий цифровий сертифікат	можна замовити смарт-карту для зберігання особистого сертифіката

*Складено на основі джерела [71]

Як зазначалося вище, безпека діяльності комерційних банків залежить не тільки від банку але і від самих клієнтів, які своєю не уважністю, можуть завдати певних збитків банку, або ж зіпсувати його репутацію.

Попри ризики крадіжки коштів, користувач Інтернет-сервісу вразливий і на інші загрози. Наприклад, клієнт може здійснити розрахунок за товари чи послуги, відправивши кошти не на той банківський реквізит. Це може статися, якщо клієнт не правильно ввів дані одержувача. При цьому, всю вину клієнт пред'являтиме самому банку, мовляв, це банк відправив кошти не на той рахунок.

На справді, банківські працівники не мають змоги втручатися у заповнення реквізитів, на які буде відправлено кошти. Такі розрахунки відбуваються виключно самим клієнтом, і вся відповідальність за таку операцію лежить тільки на клієнту. При виявленні помилки у заповненні реквізитів, потрібно негайно відмінити операцію, а якщо процес відправки вже розпочато, клієнту варто якнайшвидше звернутися до банківського он-лайн працівника із повідомленням про помилку, оскільки обробка даних займає кілька хвилин, і працівник зможе відмінити таку операцію.

Служба безпеки банків підкреслюють, що виправлення помилки при відправленні, в першу чергу залежить від кмітливості потерпілого. Якщо дана операція відбувається на стадії обробки – кошти можна повернути практично негайно. Але якщо операція переказу коштів на завершальному етапі, тобто кошти вже знаходяться у банку-одержувачу, то процес повернення коштів займе дещо тривалий період часу. У випадку, коли кошти відправлені в інший банк на рахунок юридичної особи, то в зв'язку з тим, що інші реквізити не відповідають рахунку, кошти будуть повернені протягом трьох днів або на підставі заяви.

Найважчим випадком є те, коли кошти відправлено на ім'я фізичної особи, і кошти вже зараховано на її рахунок. То відповідно до п.1.7. і 1.19. Інструкції НБУ «Про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті» №22 від 21.01.04р. розпорядником коштів вже стає власник рахунку. Тобто, аби повернути кошти, варто надіятись на добросовісність одержувача, оскільки

отримати їх назад можна лише зі згоди фізичної особи, або ж за рішенням суду [38].

Хоча, варто звернути увагу і на те, що існують ризики безпеки діяльності банків у мережі Інтернет, у яких люди не беруть участь. Наприклад, під час проведення операцій виникнуть певні технічні негаразди. Експерти запевняють, що ризики такого характеру не несуть великих загроз для клієнтів, а в основному стосуються самих банків. Хоча банки самі себе страхують за допомогою програмування Інтернет-сервіса таким чином, що при певних збоях програма не здійснює переведення коштів, і автоматично всі операції, які поставлено в чергу – скасовуються, а подальші запити система не прийматиме аж до повного відновлення програмного забезпечення. Проте, існують випадки, коли певні збої у роботі Інтернет-сервіса банки не в змозі контролювати (детальніше у розділі 3).

Разом з тим клієнт Інтернет-банкінгу може зіткнутися із іншою неприємною ситуацією. Так, як повідомляють ЗМІ, клієнт одного з банків на початку 2010 році потрапив у неприємну історію, коли одноразові паролі на підтвердження платежів в системі Інтернет-банкінгу, банк надсилав не на його, а на чужий номер мобільного телефону. Як результат, із рахунку клієнта було списано велику суму грошей. Постраждалий переконаний, що в даній ситуації замішані працівники банку, оскільки лише вони мали змогу не тільки повідомити зловмисникам лобікові дані (логін і пароль), але і відправляти шахраям одноразові паролі.

Досвід потерпілого вказує на те, що безпека діяльності банків у мережі Інтернет залежить від багатьох чинників: як від самого банку, та його клієнтів, так і від роботи технологій і працівників банку. Всі ці аспекти банк повинен контролювати, адже втрата пильності в одній із них, може завдати значних збитків банку, або ж зіпсувати суспільну думку «ударити» по іміджу фінансової установи.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Банки у розвинених країнах почали застосовувати Інтернет мережу, як логічне продовження технологій домашнього банкінгу (Home-banking). Віддалені послуги для клієнтів, які хотіли керувати своїми коштами на відстані, бере свій початок у 80-х роках ХХ ст. Тоді технологія полягала у телефонному з'єднанні клієнта з банком та його обслуговуванні. Згодом появилися послуги дистанційного обслуговування із експлуатацією персональних комп'ютерів та прямим з'єднанням до банківських серверів (так званий РС-банкінг). Нова технологія РС-банкінгу, була представлена банками ще 1995 року, де у повній мірі використовувалися комунікаційні можливості мережі Інтернет. Такий сервіс отримав назву «Інтернет-банкінг».

Дистанційне банківське обслуговування в країнах Європи та США, розвивається поступовими кроками, шляхом використання різних форм. На початках активно використовувалися телебанкінг і різні платіжні картки, а згодом почали залучали Інтернет-банкінг, відео-банкінг, електронна комерція та інші форми віддаленого обслуговування клієнтів. Українські банки головну увагу приділяють використанню Інтернет мережі, як глобальної інформаційної мережі, а іншим формам дистанційного обслуговування приділяють меншу увагу.

Першим з українських банків, хто запровадив Інтернет-банкінг у своїй діяльності, став ПриватБанк. Це сталося у 1998 році, а ВА-Банк (VAB) через рік також повторив цей крок. У цьому напрямі розвитку, та освоєнні Інтернет-банкінга, також можна виділити наступні банки: УкрСиббанк. Укрсоцбанк, Укрексімбанк, ПУМБ, Індустріалбанк, Укрексімбанк, Аваль Банк, ОTR Банк, Альфа-Банк та інші.

Ці та кілька інших банків, дають змогу своїм клієнтам використовувати ряд послуг Інтернет-банкінгу:

- отримання виписок по рахунку за необхідний проміжок часу;
- здійснення переказ коштів в середині банківської установи;
- проведення платежів в межах України та країнами за кордону.

Велика кількість економістів-банкїрів, вважають, що у розвитку безпеки Інтернет-банкінгу на території України, заважають цілий ряд факторів. Найголовнішими з них є політична і економічна нестабільність, територіальна цілісність і соціальні кризи. Але є й такі фактори, що по-суті є наслідковими від попередніх, серед яких виділяють: технічну неграмотність потенційних користувачів і сильну протидію банкам зі сторони шахраїв.

В сукупному обсязі, проблеми розвитку безпеки послуг українських банків у мережі Інтернет, можна поділити на кілька масштабних блоків: шахрайське втручання; кадрові протидії; технологічні проблеми; не відповідальне користування Інтернет-банкінгом клієнтами.

В основному проблеми виникають переважно зі сторони самих клієнтів, які втрачають пильність у процесі здійснення фінансових операцій. Проте, існує ряд ризиків, які стосуються тільки банків: наприклад не вірно розставлено пріоритети діяльності у мережі Інтернет, прорахунки комісійних винагород, що робить утримання Інтернет-сервісу не рентабельним. А також не належний захист системи від втручання шахраїв, які і є найголовнішими суб'єктами у безпечному функціонуванні Інтернет-банкінгу.

РОЗДІЛ 3

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ INTERNET-БАНКІНГУ, ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ

3.1. Адаптація зарубіжного банківського досвіду використання Internet-технологій в Україні

Інтернет, як глобальна мережа, здійснила і здійснює великий вплив на всі сфери діяльності людства, включаючи економіку і бізнес. Специфіка процесів розвитку в світовій банківській сфері характеризується високим рівнем розвитку технологій, і як наслідок, висока їх ефективність. Банки в країнах з розвиненою ринковою економікою, пропонують клієнтам найбільший набір Інтернет-послуг.

За оприлюдненими даними маркетингової служби Qualisteam, розміщення Інтернет-банкінгів та сайтів по обслуговуванні банківських клієнтів за регіонами, має наступний вигляд: Африка – 34, Північна Америка (Канада – 41, США – 1421), Південна Америка – 302, Азія – 198, Європа – 1565 (Німеччина – 425, Франція – 184, Італія - 236), Азійсько-Тихоокеанський регіон – 45. Всього у світі, за дослідженням цієї ж маркетингової служби, використовуються 3673 сайти.

За кількістю банків, які надають Інтернет-послуги, лідирують такі країни, як Ірландія, Люксембург, Греція і Бельгія. При цьому, існує цікавий факт, що немає прямої залежності між кількістю банків, які працюють в онлайн, і числом Інтернет-користувачів, котрі співпрацюють із банком через світову мережу. Так, наприклад, в Греції 46% банків пропонують Інтернет-послуги, а частка Інтернет-

користувачів, що використовують Інтернет-банкінг, становить 18%, тоді коли для Фінляндії дані значення становлять 14% і 56% відповідно [10].

Економіка розвинених країн характеризується головною особливістю, яка полягає у переході до інноваційного типу розвитку банківського обслуговування, що відобразилося і на технологіях проведення безготівкових розрахунків. Суть інноваційних змін в цій сфері можна звести до наступного:

- «багатоканальна діяльність» при поєднанні нових і традиційних технологій і інструментів.

- самообслуговування;

- дистанційне обслуговування;

- впровадження телефонних центрів;

- представлення нових банківських продуктів та послуг на базі нових технологій;

- використання мережі Інтернет (віртуальні банківські і фінансові технології управління банківськими рахунками).

У багатьох розвинених країнах, все більше і більше операцій проводиться клієнтами без відвідування банківської установи. У Франції, наприклад, прямий зв'язок з банком мають близько 300 тисяч клієнтів. У Сполучених штатах Америки, всі крупні банки пропонують своїм клієнтам обслуговування вдома.

Модернізація та вдосконалення телекомунікаційних систем, що використовуються для здійснення дистанційного обслуговування клієнтів, зумовила появу нової концепції організації банківської діяльності Dialog-bankіng, згідно із якою моно- та багатофункціональні інформаційні автомати звільняють співробітників від рутинної роботи, а самі працівники орієнтуються на контактне, інтелектуальне обслуговування клієнтів.

Створення зон самообслуговування, за словами банкірів із європейських країн, дозволяє різко знизити загрузку на спеціалістів операційного залу банку і відповідно скоротити кількість виконувачів цієї роботи. Створюються і повністю автоматизовані філіали, які представляють собою приміщення, оснащене спеціальними банківськими інструментами. Вони можуть розміщуватися у

житлових приміщеннях, на території магазинів, промислових об'єктах і т.д. і надають послуги в автоматичному режимі 24 години на добу.

Така ж тенденція впровадження інновацій спостерігається і у нашій банківській сфері. Зачасту, приміщення банків обладнюються автоматами самообслуговування, крім цього, такі функціональні банківські інструменти встановлюються і у торгових центрах та громадських місцях. Тобто можна сказати, що наші банківські установи, наслідують правильну практику діяльності у сфері дистанційного обслуговування у порівнянні із економічно розвиненими країнами та їх банками.

Головним періодом в розвитку банківського обслуговування клієнтів за кордоном, став етап розвитку банківських технологій в сфері безготівкових розрахунків – так званий електронний банкінг, був пройдений досить швидко. На його місце прийшов Інтернет-банкінг. Впровадження його у банківську практику, зумовило використання нових засобів зв'язку. В першу чергу, ним стала мережа Інтернет і мобільна телефонна сітка, які суттєво розширили можливість клієнтів, адже для реалізації їх взаємодії з банком необхідно лише html та wap-браузер, які запрограмовані практично у всіх сучасних технологіях: ноутбуках, мобільних телефонах і т.д.

У Сполучених штатах Америки для залучення та швидкого пристосування громадян до Інтернет-банкінгу, інтернет-платежі здійснювалися у вигляді банківських чеків, сотні яких американці щомісячно заповняли та надсилали по пошті задля оплати комунальних послуг та інших платежів.

Практика США показала всьому світові, що за допомогою Інтернет-технологій можна здійснювати ті ж самі дії із чеком, при цьому значно економити власний час, кошти на покупку листівок, марок, та зрештою пошуку поштових відділень та поштових ящиків. Саме у США, вперше почали банки надавати послуги по оплаті рахунків та послуг при участі онлайн-банкінгу. Обсяг щомісячних онлайн-платежів населення на сьогоднішній день становить більше трьох мільярдів доларів США.

Такий приклад, як у випадку із США, можна використати і в Україні. Щоправда, не кожен банк може прийняти від клієнта доручення через мережу Інтернет, про оплату комунальних платежів на постійній (щомісячній) основі. На заваді цього, стоїть перешкода не тільки зі сторони банківської установи, але й що спочатку банк повинен укласти договір із організаціями, які ці послуги надають, а це не завжди виходить, якщо мова йде про державні організації.

Полегшена процедура оплати комунальних послуг, значно б сптимувувала розвиток вітчизняного ринку Інтернет-послуг, це пояснюється тим, що клієнт економить власний час, доручивши банку здійснювати регулярні платежі за обумовленими тарифами. Можливе здійснення таких операцій і в «не терміновому» режимі, тобто банк зобов'язується перед клієнтом провести оплату послуг по мірі поступлення коштів на рахунок клієнта.

Собівартість подібних транзакцій у банківських відділеннях США становить близько 1,07 доларів США, при використанні банкоматів та терміналів – 0,27 доларів, а ось онлайн операція через Інтернет-технології, вартує банку 0,012 долара. В Україні ж собівартість такої окремої операції буде значно вищою, оскільки об'єми онлайн-транзакцій значно менші.

Інтернет-банкінг у світовій практиці пропонують своїм клієнтам весь спектр банківських послуг в режимі реального часу. У їх число входить здійснення розрахунків та інших стандартних банківських операцій, а також брокерські послуги. Також клієнтам запропонований доступ до економічних і фінансових даних в онлайн-режимі, які є найбільш відвідуваним з усіх розділів на сайті банків.

Можна сказати, що в Європі, США і Японії Інтернет-банкінг вже прижився. У Європі послугами інтернет-банкінгу користуються зараз близько 60 млн. чоловік, у США – 25 млн., а в 2000 році своїми фінансами через Інтернет управляли менше 23 млн. чоловік в Європі і 17 млн. в США. Найбільшою популярністю цей вид фінансової діяльності користується в Швеції – більше 50% активних користувачів Інтернету тут проводять банківські транзакції за допомогою віддаленого доступу. За Швецією слідують США – від 40% до 47%

активних користувачів Інтернету, Австралія - 39,6%, Франція - 38,7%, Нідерланди - 38,5%, і Великобританія – менше 30%. Всього в світі близько 37% активних користувачів Інтернету проводять трансакції через всесвітню мережу [7].

У США, онлайн-банкінг розвивався поступово. Наприклад, Сітібанк, який завжди відрізнявся прагненням до інновацій (перший у світі банкомат був введений в експлуатацію якраз Сітібанком) запустив власну систему Home Bank ще в 1984 році. Через рік вона була перейменована в Direct Access, і до 1995 року цією послугою могли користуватися тільки жителі Нью-Йорка. Доступ же до рахунків через інтернет було надано користувачам Сітібанку в 1997 році, причому спектр надаваних послуг з тих пір постійно розширюється. У 2000 році система отримала назву Citibank Online. За п'ятнадцять років система пройшла величезний шлях розвитку. У Сітігруп великі масштаби використання інтернет-технологій: тільки в США кількість користувачів Citibank Online перевищує 1,6 мільйона чоловік, а даний банк працює в 102 країнах світу.

Однак незважаючи на зростання популярності Інтернет-банкінгу, поки цей вид послуг поступається традиційним методам роботи банків з клієнтами. Цей висновок можна зробити виходячи, зокрема, з того, що банки продовжують розвивати свої філіальні мережі, незважаючи на пов'язані з цим витрати. Так, з 2003-го по 2005 роки зростання інвестицій банків у будівництво та оновлення своїх філій склала майже 10% в рік.

Одним з факторів, що гальмують поширення Інтернет-банкінгу у всьому світі, є психологічна неготовність населення здійснювати великі фінансові операції без живих грошей і паперів. Багато банків повідомляють, що їхні клієнти активно цікавляться наявністю послуг Інтернет-банкінгу, але на ділі продовжують оформляти великі угоди при особистому візиті в банк, не довіряючи віртуальним трансакціям.

У ряді країн, що розвиваються послуги Інтернет-банкінгу також досить популярні, хоча і в меншій мірі, ніж у розвинених країнах Заходу. За даними мексиканських ЗМІ, кількість клієнтів Інтернет-банкінгу в країні в період з 2004 по 2008 роки збільшилася більш ніж утричі – з 700 тис. до 2,4 млн. чоловік. За

прогнозами, до 2018 року їх кількість може зрости до 6,5 млн. Найбільший чилійський банк Santander планує в поточному році на 30% збільшити обсяг своїх трансакцій, проведених через Інтернет. Бразильський банк Itau в лютому 2011 року встановив на своєму сайті чат для онлайнного спілкування клієнтів з персоналом банку. Тепер клієнти Itau можуть консультуватися з приводу своїх платежів, не вдаючись до допомоги телефону.

Інтернет-банкінг поступово завойовує позиції і на фінансових ринках Азії. У Малайзії Інтернет-банкінгом користуються менше 2% клієнтів банків, на Тайвані аналогічний показник дорівнює 7%, у Гонконгу – 8%. Лідирують Японія, Сінгапур і Південна Корея – по 9% [32].

Однак існують побоювання, що бум Інтернет-банкінгу в деяких країнах, що розвиваються пов'язаний не стільки з розвитком банківських послуг, скільки із зростанням шахрайства в мережі. У ряді країн правові норми Інтернет-банкінгу та системи контролю перебувають у стадії формування, що сприяє проведенню незаконних фінансових операцій. Так, в шахрайських «електронних листах з Нігерії» досить часто пропонується вкласти гроші саме в Інтернет-банки і проводити фінансові операції через Інтернет.

У липні 2009 року Центробанк Нігерії оголосив про припинення на деякий час відкриття в країні віртуальних банків. Однак банки, фізично присутні в країні, можуть продовжувати працювати в сфері Інтернет-банкінгу. Місцеві чиновники всерйоз побоюються, що популярність віртуальних банківських операцій веде до зростання фінансових махінацій, пов'язаних, зокрема, з відмиванням грошей. МВФ попередив Центробанк Нігерії, що заборонні заходи не є достатньо ефективними в боротьбі з фінансовими злочинами. Для запобігання подібних махінацій необхідно приділяти більше уваги законодавству, що регулює цей сегмент фінансового ринку, і посилювати державний контроль за проведенням операцій, а не просто припиняти діяльність Інтернет-банків.

Система проведення фінансових операцій в глобальній мережі постійно вдосконалюється. В Японії, наприклад, з метою залучення клієнтів до Інтернет-банкінгу ведуться активні розробки технологій, що спрощують проведення

інтерактивних фінансових операцій. Так, в липні 2008 року компанія Matsushita Electric Industrial і Дослідницький інститут Японії (Japan Research Institute) повідомили про розроблену ними технології Application Service Provider (ASP). Модель ASP не вимагає від користувача покупки спеціального програмного забезпечення для проведення операцій інтернет-банкінгу – воно встановлюється на серверах банку або сервіс-центру, обслуговуючого банк. Клієнт отримує до нього доступ за допомогою стандартного Інтернет-браузера. У Японії Інтернет-банкінг по ASP був введений в експлуатацію у жовтня 2010 року.

Зарубіжна банківська практика в Інтернет-технологіях, показує, що розвиток банківських технологій відбувається практично у всіх куточках світу. Так, Північна Америка постійно пропонує банківській сфері новітні методи обслуговування клієнтів. По суті, США і є основоположником всіх банківських Інтернет-технологій, які нині активно розвиваються іншими країнами. Мережеве обслуговування клієнтів, тісно залежить від рівня розвитку ІТ-технологій та програмування. Ключове місце відводиться і європейським країнам: Естонії, Швеції, Норвегії, які у галузі програмування та забезпечення функціонування банківських Інтернет-сервісів займають провідні позиції.

Особливість використання Інтернет-технологій у кожній окремій країні є унікальною та неповторною. Це пов'язано перш за все із культурою ведення банківського бізнесу в країні: будь це спрямованість на новітні технології, як у розвинених країнах, чи ведення банківського бізнесу на основі традиційних операціях – як в країнах Африки і менш розвинених країнах, або ж балансує підхід розвитку банківської сфери – частина банків спрямовані на новітні технології, інша частина залишає за собою традиційні методи – це країни з перехідною економікою, до якої належить і Україна.

Задля успішного розвитку банківського сектору, Україні слід ретельно вивчати досвід та практичні напрацювання іноземних держав. Варто уважно досліджувати прогалини у законодавчій сфері держав, як це відбулося у Нігерії в 2009 році, коли зловмисники за допомогою Інтернет-технологій здійснювали

«відмивання» коштів, і як наслідок завдавали значних витрат банківським установам.

Крім цього, українським банкам слід звернути увагу, і на американський досвід поширення Інтернет-банкінгу серед населення країни, який полягає у полегшенні сплати комунальних послуг. У США Інтернет-банкінг замінив поштові розрахунки чеками, Україні ж немає необхідності відівчивати населення від розрахунків чеками, потрібно організувати на простому рівні реєстрацію клієнтів в Інтернет-сервісах та належному механізму співпраці між банками та державними організаціями, що ці послуги надають.

Інтернет-технології активно стимулюють і в деякій мірі стають на заваді перед банківськими установами. Аналітики Deutsche Bank провели аналіз розвитку ситуації з банками і передрекли смерть усіх традиційних банків від рук нових інтернет проектів. Інтернет-компанії віднімуть у них хліб насущний. Спочатку це буде ринок платежів, а потім – і кредитування з депозитами. На всі революційні зміни піде всього кілька років і процес вже почався.

У найближчому майбутньому потрібен буде тільки телефон, щоб оплатити покупки та послуги [20].

Розпочата вже революція «кидає виклик»усталеній структурі традиційних банків. Постійне зниження прибутку банків – пряме тому підтвердження. Єдиний вихід для банків – інвестиції в нові технології. Інакше вони просто програють конкурентну боротьбу Google Bank або Apple Bank (для прикладу), які з'являться незабаром і захоплять спочатку весь Інтернет ринок, а потім і роздрібний сектор і погребуть під уламками традиції переказів, рахунків і чеків.

У традиційних банків виникли несподівані конкуренти, такі як Google, Apple, Amazon, PayPal і багато інших. Вони вже створюють і впроваджують схеми для проведення мобільних платежів. Їх клієнтська база не поступається банківській та більш лояльна до них. Банки всіма силами намагаються утримати ринок платежів, але втрачають його.

Чому ринок платежів так важливий для банків? А тому, що інші доходи банків давно знизилися і практично єдиний зарібок – це комісія від платежів.

Комісія за проведення платежів, а так само суми за обслуговування банківських рахунків – це основа доходу стандартного банку, і вона не залежить від рівня відсотків на кредити і депозити.

За допомогою усталеної служби платежів, банки мають можливість залучити нових клієнтів на депозити. Пропонуючи клієнту одну послугу – вони можуть продати весь пакет. На даний момент депозити населення – це 60% усіх пасивів європейських банків.

За останні 5 років зростання кількості платежів дорівнював 6,7% на рік по всьому світу. Цей показник зростав навіть у кризу 2008 року і в 2012 році було проведено по всьому світу 283 млрд. угод.

70% цього ринку припадає на США та Європу, хоча розвиваючі країни також показують непогані результати. Уряди, різними методами сприяють розвитку безготівкових рахунків, адже це спрощує контроль над грошовою масою і населенням. В останні роки, кількість безготівкових операцій неухильно зростає у кожному регіоні світу, що є позитивним для всіх країн.

3.2. Стратегічні напрямки зміцнення безпеки ринку банківських Internet-послуг

Ринок банківських Інтернет-послуг в Україні уособлює в собі створення та використання різного роду платіжних систем та сайтів по обслуговуванню клієнтів у мережі Інтернет. На сьогоднішній день національних платіжних систем та такого роду сайтів в Україні, у порівнянні із іншими економічно розвинутими державами, не так багато. Одним із таких банків в Україні є ПриватБанк, який є власником таких Інтернетсервісів, як Приват24 – система обслуговування клієнтів та Liqpay – Інтернет-розрахункова система (платіжна система).

Різниця між системою обслуговування клієнтів та Інтернет-розрахунковою системою полягає у тому, що в об'єктивному значенні система обслуговування клієнтів є більш ширшою, головною її метою є обслуговування клієнта на первинному рівні: відкриття/закриття банківських карток та рахунків,

збільшення/зменшення лімітів на Internet платежі, конвертація грошових коштів у іноземну валюту, золото, крипто валюту (Bitcoin, Litecoin, Dogecoin і т.д.). Платіжна ж система допомагає здійснювати купівлю товарів та послуг через Internet магазини, тобто головною її функцією є забезпечення швидкої та стабільної роботи щодо купівлі будь-якого товару, послуги, що продається у мережі Internet та оперативного банківського розрахунку.

Переважає більшість таких систем розробляються та впроваджуються самими банками. При чому, банки укладають договори на розробку інформаційного наповнення сайту своєї Internet-послуги із програмістами, які здійснюють свою діяльність у різних організаційно-правових формах (фізичні особи-підприємці, товариства, підприємства).

Під інформаційним наповненням сайту розуміють створений програмістами контент, тобто те, із чого саме складається сайт і які інструменти для отримання Internet послуг пропонуються клієнтам.

Для отримання необхідного контенту та для підтримання його роботи банки вкладають велику кількість грошових коштів. Цей факт пояснюється тим, що за Internet послугами стоїть майбутнє і перспектива освоєння цього ринку для банків є важливим кроком для залучення великої кількості людей, які із розвитком технологій стають все більш вибагливішими до якості, швидкості та зручності всього, що оточує їх у повсякденному житті.

На ринку Internet-послуг в Україні використовуються також платіжні системи, які не є банківськими. Такими є платіжна система EasyPay, I-pay та інші. Також, на ринку банківських Internet-послуг в Україні працюють іноземні платіжні системи, що обслуговують платежі у гривнях. Такими є: WebMoney, PerfectMoney та інші.

Проте, не зважаючи на те, що такі платіжні системи не належать українським банкам, вони є залежними від цих фінансових установ, оскільки особи, перш ніж здійснити платіж за купівлю різного роду товарів чи послуг у мережі Internet, повинні поповнити електронний гаманець своєї платіжної системи грошовими коштами, що знаходяться на банківських рахунках.

Саме тому, на нашу думку, одним із головних на ринку банківських Інтернет-послуг є платіжні системи, які мають великі перспективи свого розвитку та вдосконалення по безготівковому розрахунку.

Усі платіжні системи банківського та небанківського типів створюють конкуренцію, що позитивно впливатиме на якість надання послуг та зменшення розміру комісійних винагород, що допомагає клієнту обирати для себе ту чи іншу платіжну систему.

Для прикладу, візьмемо банківську платіжну систему Liqpay, що належить ПриватБанку та небанківський тип платіжної системи EasyPay. Якщо клієнт є володільцем картки ПриватБанку, то йому значно вигідніше поповнити свій електронний гаманець саме платіжною системою Liqpay, яка бере за цю послугу низький відсоток комісійної винагороди, і навпаки, якщо ж картка належить будь-якому іншому банку, то вигіднішим буде зробити таку фінансову операцію через платіжну систему EasyPay. Аналогічний алгоритм наявний і при процедурі виведення грошових коштів на банківські карти.

Крім того, платіжні системи дозволяють здійснювати фінансову операцію по переведенню грошових коштів із одного електронного гаманця на інший у середині платіжної системи.

Переважає більшість платіжних систем встановлює ліміти на використання електронних коштів, що є одним із критеріїв утворення зручності критеріїв вибору для клієнта та конкуренції між платіжними системами, а відтак і подальшого розвитку ринку таких послуг.

Для забезпечення належної роботи платіжними системами створюються онлайн підтримки, які у мережі Інтернет консультують своїх клієнтів із того чи іншого питання, яке виникає при використанні цього ресурсу.

Вказана онлайн підтримка у платіжній системі Liqpay обслуговує одразу два ресурси: Приват24 та систему Liqpay, оскільки вказані сервіси банку є суміжними та доповнюючими одна одну та складають у собі єдиний механізм обслуговування банківських клієнтів у мережі Інтернет.

Тому, на нашу думку, доцільним буде детальніше розглянути особливості роботи Інтернет банкінгу ПриватБанку, як одного із найбільшого банків в Україні, а зокрема його платіжної системи Liqpay, що пов'язана із сервісом Приват24. Також, на основі цього сервісу провести аналіз його роботи минулих років та оцінити перспективи розвитку цього сервісу, як флагману ринку банківських Інтернет-послуг в Україні.

Платіжна система Liqpay – це відкритий веб-сервіс, який дозволяє приймати платежі і переказувати гроші за допомогою мобільного телефону, Інтернету і платіжних карт у всьому світі. Вказана система була створена ПриватБанком у 2008 році.

За період своєї роботи зарекомендувала себе із хорошої сторони. Її успішність полягає у тому, що ПриватБанк, який володіє переважною більшістю ринку банківських послуг в Україні запровадив її із метою збільшення обігу безготівкових коштів та популяризації Інтернет розрахунків із залученням саме своєї великої клієнтської бази. Найголовнішою метою для банку було збільшення кількості карткових кредитів та заробляння коштів на комісійних винагородах.

Головною перевагою платіжної системи у порівнянні із іншими було те, що рахунок Liqpay – це номер мобільного телефону в міжнародному форматі. Рахунок прив'язується до банківської картки ПриватБанку. Такий крок дозволив банку унеможливити збереження інкогніто користувачів цього ресурсу.

На початку свого створення, платіжна система Liqpay, дозволяла лише створювати платежі у середині самого сервісу та тільки між клієнтами Приватбанку.

Проте, швидкий розвиток ринку Інтернет банкінгу та різного роду запропонованих послуг у мережі Інтернет сприяв прийняттю гнучких рішень керівництвом ПриватБанку та вдосконаленню платіжної системи Liqpay.

Вже на початку 2013 року, платіжна система дозволяла створювати мікроплатежі (платежі від 0,02 у.о.), створювати масові платежі (понад 5000 у.о.), підтримувала роботу із платіжними картками інших банків, створювати миттєві перекази між рахунками Liqpay, приймати платежі в Інтернет-магазинах,

виводити кошти на карти системи VISA або будь-яку карту Приватбанку (VISA/MASTERCARD), проводити оплату послуг, поповнювати рахунок мобільного телефону, поповнювати рахунок Skype, здійснювати обмін валют між рахунками LiqPay, створювати платформи API, переводити в готівку чеки Google.

Всі вказані можливості збільшуються та вдосконалюються разом із сучасними технологіями, потребами задовольнити вимоги клієнтів.

Згідно Правил користувацької угоди, яка знаходиться на сайті Liqpay, чітко спостерігається, що Приватбанк являється оператором та приймає на себе зобов'язання здійснювати прийняття та переведення грошових коштів від клієнтів за допомогою web-інтерфейса Liqpay (тобто його контенту). Якість послуг, як вказують правила, повинні відповідати нормативно-правовим актам України [35].

На сьогоднішній день українська нормативно-правова база не у повній мірі може регулювати коло вказаних правовідносин, оскільки законодавство не встигає реагувати на стрімкий розвиток Інтернет-банкінгу. Причиною у цьому є той факт, що банківські розрахункові системи знаходяться у мережі Інтернет, де немає жодних кордонів та обмежень, запозичення від іноземних, більш-розвинених систем, відбуваються швидко, оперативно та без будь-якої синхронізації із законодавством України.

Саме відсутність такої синхронної дії негативно вплинуло на діяльність платіжної системи Liqpay у 2014 році, що відображається у судових справах, які були вирішені на користь клієнтів.

Суть проблеми полягала у тому, що у січні 2014 року ПриватБанком було прийняте рішення щодо впровадження нового інтерфейсу платіжної системи Liqpay. Запроваджений новий інтерфейс суттєву змінював відображення платіжних карток, ідентифікації клієнта, а також замість гаманця, на який у Liqpay, зараховувались кошти, був впроваджений віртуальний картковий рахунок.

Особливістю цього карткового рахунку було те, що у випадку переведення із кредитної картки грошових коштів, сума обчислювалась, як зняття банківських кредитних коштів із картки та клієнт був змушений сплачувати 4% комісійної винагороди від суми переведених коштів.

До впровадження таких змін всі операції по переведенню грошових коштів на гаманець, обліковувались, як купівля товарів та послуг у Інтернет мережі, за таку послугу банк не брав жодних комісійних винагород. Комісія бралась виключно за виведення грошових коштів на картку.

У впроваджених змінах, комісійна винагорода збільшилась та розширилася база об'єктів знаття таких комісій. Крім того, головним недоліком нового інтерфейсу було те, що паралельно із новим працював і старий інтерфейс, на який клієнт міг перейти шляхом разового натисненням клавіші «мишки» відповідного Інтернет-посилання. Між старим та новим інтерфейсом не було встановлено зв'язків, тобто інтерфейси не обмінювалися інформацією про здійснення транзакцій, в тому числі і даних балансу. Тобто, клієнти у новому інтерфейсі не бачили балансу по своїх рахунках, а у старому він відображався. При цьому, новий інтерфейс дозволяв клієнтам здійснювати Інтернет розрахунки.

У випадку проведення розрахунку за спожиті Інтернет послуги у новому інтерфейсі, сума балансу не змінювалась у старому і клієнт міг за наявні кошти знову купити товари та послуги, або взагалі вивести безготівкові кошти на банківську картку.

Факт несправностей у роботі платіжної системи розширився у мережі Інтернет із величезною швидкістю. У цей час багато мерчантів (Інтернет-магазини, що співпрацювали із Liqpay та використовували її при продажах товарів, послуг) відмовилося від цієї платіжної системи назвавши її нестабільною та такою, що працює зі збоями. Велика кількість договорів, що були укладені із ПриватБанком про використання платформи Liqpay були розірваними із ініціативи мерчантів.

Зазначені обставини суттєво підірвали репутацію платіжної системи Liqpay та, зокрема, ПриватБанку.

Сам же ПриватБанк почав нести фінансові збитки, оскільки втрата йшла від недоотриманих комісійних винагород та із відтоку безготівкових коштів через масштабне використання клієнтами несправностей, що дозволяло їм безпідставно збагачуватися.

У квітні 2014 р. ПриватБанком було запроваджено операцію під назвою «Біла пляма», яка спрямовувалась на встановлення фактів отримання клієнтами грошових сум внаслідок допущених технічних збоїв у Liqpay. При виявлених перевірках було виявлено по Україні понад тисячу випадків по отриманню клієнтами грошових сум, які доходили у деяких випадках до 200 000 грн.

ПриватБанк розпочав процедуру повернення цих сум із осіб, які скористалися цими недоробками шляхом стягнення грошових сум із карток, що були приєднані до платіжної системи Liqpay. У багатьох осіб штучно банком був утворений овердрафт, що відобразилось у клієнтському обуренні на банк та потягло за собою подання позовних заяв у суди. Предметом позову було визнання дій банку незаконними та повернення стягнутих ним сум.

Судові справи клієнти почали вигравати у зв'язку із тим, що згідно п. 7.1.1. Правил користувацької угоди, яка знаходиться на сайті Liqpay: «7.1.1. При внесенні Банком в Угодузмін, що впливають на можливість використання web-інтерфейса Liqpay Клієнтом, Банк повідомляє про них Клієнта на Сайті Liqpay, не менше ніж за три дня до впровадження змін в силу. У випадку незгоди Клієнта із змінами, останній вправі розірвати Угоду».

Судами було встановлено, що жодного повідомлення про майбутні зміни на адресу клієнтів банк не надсилав.

Крім того суди керувались тим, що у відповідності до п. 6.1. Правил користувацької угоди: «Банк не відповідає за несправності, помилки і збої в роботі програмних та апаратних засобів, що забезпечують функціонування web-інтерфейсуLiqpay, які виникли по причинах, що не залежать від Банку, а також пов'язані із цим збитки Клієнта».

Суди у рішеннях вказали, що із п. 6.1. чітко вбачається, що банк несе відповідальність лише за помилки і збої, які були допущені лише із його сторони. Технічні недоробки, що допущені банком і, які ним визнаються не можуть покладатися в якості відповідальності на клієнтів. Також, п. 6.5. взагалі звільняє від відповідальності Клієнта при настанні обставин, які не могли бути передбачені сторонами.

Також суди критично поставились до фактів самовільного списання банком грошових сум та утворення овердрафтів за кредитними картками, оскільки згідно з вимогами статті 1071 Цивільного кодексу України від 16 січня 2003 року № 435-IV, банк може списати грошові кошти з рахунка клієнта на підставі його розпорядження. Грошові кошти можуть бути списані з рахунка клієнта без його розпорядження на підставі рішення суду, а також у випадках, встановлених законом чи договором між банком і клієнтом [62].

Суд не прийняв до уваги посилання банку на вимоги п. 2.1.1.7.4 Умов та правил використання платіжних карток щодо права банку на списання коштів за надані послуги (Умови та правила розміщені у відкритому доступі на сайті ПриватБанк), що володілець картки несе відповідальність за всі операції, що здійснюються з картами, оскільки у даному випадку мало місце списання грошових коштів з рахунків позивачів не мерчантами, а самим банком, що виходить за межі його повноважень. Відповідно, по кредитних картках такі суми не могли вважатися овердрафтами [36].

Безумовно, такі обставини негативно вплинули на репутацію ПриватБанку та його сервісу Літрау. Платіжна система втратила багатьох своїх клієнтів. Проте, такі моменти потрібно розцінювати, як шлях до досконалості та подальшого розвитку цього ресурсу.

Таким чином, банк став заручником своїх власних дій, що полягали у неправильному запровадженню інтерфейсу, неможливості доведення обставин на які банк посилався та недосконалістю українського законодавства у сфері Інтернет-банкінгу. Вказаний приклад із банківською Інтернет-розрахунковою системою Літрау, яскраво демонструє відсутність синхронного розвитку Інтернет-банкінгу та законодавства, яке суттєво відстає від сучасних світових тенденцій у сфері ринку обігу безготівкових коштів у мережі Інтернет. Будь-які перспективи подальшого розвитку ринку банківських Інтернет-послуг без такої синхронної дії не будуть мати місця. Приклад із ПриватБанком та його Інтернет-розрахунковою системою Літрау, вказує на те, як у жорстких ринкових умовах легко втратити

свою ділову репутацію у цьому динамічному та специфічному секторі банківських послуг.

Ще однією перспективою для розвитку ринку банківських Інтернет-послуг буде запровадження більших заходів безпеки у платіжних системах. На даний час, більшість Інтернет-розрахункових систем, в тому числі і Liqpay, мають таку негативну рису, як можливість авторизації (приєднання) платіжної картки третьої особи до свого акаунта у платіжній системі. І хоча, фінансову операцію, при такому приєднанні здійснити важко, оскільки операція супроводжується надсиланням разового пароля на номер мобільного телефону володільця картки, все ж таки, загроза поширення Інтернет шахрайства та розвитку незаконного заволодіння чужими грошовими коштами, за таких умов, залишається великою. Неодноразовими були випадки, коли приєднана платіжна картка використовувалась поза межами волі його володільця.

Вказаний недолік існує і у Інтернет-розрахунковій системі Liqpay. На нашу думку, перспективою подальшого розвитку всього ринку банківських Інтернет-послуг стане запровадження принципу авторизації виключно персональних карток клієнтів, які ідентифікуються із банківськими персональними даними клієнта та його номером мобільного телефону. Тобто, потрібно і на законодавчому рівні врегулювати заборону авторизації (приєднання) у платіжних системах платіжних карток, що належать третім особам.

Питання безпеки у використанні банківських Інтернет послуг, з кожним днем загострюється. Цей аспект стає все більш актуальним, і зарубіжні банківські установи часто експериментують аби створити належний рівень захисту клієнта від шахраїв та злочинців.

Практика Скандинавських країн демонструє позитивні тенденції скорочення несанкціонованого використання коштів клієнтів, як через Інтернет-розрахункові системи, так і через Інтернет-банкінг. Це пов'язано із тим, що практично всі банківські установи почали застосовувати поруч із мережею Інтернет, сучасні ІТ-технології, такі як: смартфони, планшети, смарт-годинники і інше.

Норвезький комерційний банк Vekselbanken, починаючи із 2012 року ввів унікальну на той час, процедуру по прив'язці платіжних карт, проведенні розрахунків та переказу коштів за допомогою смартфонів та планшетів. Його відмінність від традиційних розрахунку через сервіс Інтернет-банкінг, полягала у відео-підтвердженні особи, яка хоче провести певну операцію. Тобто клієнт при подачі заявки на переказ коштів чи оплату послуг, автоматично зв'язувався через Skype із працівником банку, що обслуговував клієнта.

Також, свій вплив по вдосконаленні безпеки використання банківських Інтернет-сервісів, зробив сучасний різновид автопортретів «selfie» («селфі»). Із 2012 року, деякі банки Заходу США, почали використовувати «селфі» для авторизації та доступу клієнта у свій акаунт Інтернет-банкінгу. Таке нововведення, набуло поширення із-за своєї простоти користування. Клієнту необхідно сфотографувати самого себе і надіслати за допомогою мережі Інтернет дану фотографію банку. Новітні технології банківських установ, шляхом співставлення надісланої фотографії, із наявною у базі даних, ідентифікують клієнта – після чого відбувається авторизація клієнта у банківському Інтернет-сервісі.

Використання такого методу захисту клієнтів від шахраїв, було б доцільно впровадити і українським банкам. Це дасть змогу зменшити ризик втручання третіх осіб до наявних коштів клієнтів, і відповідно їх використання поза межами волі їх володільця.

Активно над безпекою на фінансових ринках працює і корпорація Apple. Розробники смарт-годинника Apple-Watch переконані, що безпека банківського обслуговування має бути на першому місці. І як наслідок, у 2014 році, Apple продемонстрував всьому світу новітній рівень захищеності розрахунків та платежів клієнтів, за допомогою цифрової дактилоскопії (відбитка пальця). Все, що необхідно зробити клієнту банку, це сформулювати запит операції, запустити спеціальний банківський додаток на Apple-Watch і прикласти палець до екрана смарт-годинника на кілька секунд – для ідентифікації клієнта.

Такий спосіб захисту вже пройшов різні тести по його надійності. Він підтвердив всі сподівання розробників, і починаючи з 2015 року банки США поступово впроваджують цю технологію у свій Інтернет-банкінг.

Вказане запровадження суттєво покращить фінансову безпеку володільців платіжних карток і в Україні, а відтак сприятиме популяризації ринку банківських Інтернет-послуг в нашій державі, оскільки головним перспективним моментом розвитку цього сектору послуг є безпека: безпека – породжує довіру.

Отже, швидкий розвиток ринку банківських Інтернет-послуг потребує, насамперед, оперативного та чіткого законодавчого врегулювання та покращення фінансової безпеки клієнтів банку. Вказані твердження чітко продемонстровані нами у викладеному питанні на прикладі банківської платіжної системи Liqpay. Саме вирішення вказаних двох питань за допомогою впровадження інновацій, які втілюють у життя банківського сектору зарубіжні банки, надасть широкі та стрімкі перспективи для розвитку всього ринку банківського Інтернет-обслуговування в Україні.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Головним періодом в підвищенні банківського обслуговування клієнтів за кордоном, став етап розвитку банківських технологій в сфері безготівкових розрахунків – так званий електронний банкінг, був пройдений досить швидко. На його місце прийшов Інтернет-банкінг. Впровадження його у банківську практику, зумовило використання нових засобів зв'язку. В першу чергу, ним стала мережа Інтернет, яка суттєво розширили можливість клієнтів, адже для реалізації їх взаємодії з банком необхідно лише html та war-браузер, які запрограмовані практично у всіх сучасних технологіях: ноутбуках, мобільних телефонах.

Існує суттєвий чинник, що стримує поширення Інтернет-банкінгу у всьому світі, ним виступають, перш за все, психологічна неготовність населення здійснювати великі фінансові операції без живих грошей та боязливість втратити кошти. Багато банків повідомляють, що їхні клієнти активно цікавляться наявністю послуг Інтернет-банкінгу, але на ділі продовжують оформляти великі угоди при особистому візиті в банк, не довіряючи віртуальним трансакціям.

Зарубіжна банківська практика в Інтернет-технологіях, показує, що розвиток банківських технологій відбувається практично у всіх куточках світу. Мережеве обслуговування клієнтів, тісно залежить від рівня розвитку ІТ-технологій та програмування. Ключове місце відводиться США і європейським країнам: Естонії, Швеції, Норвегії, які у галузі програмування та забезпечення функціонування банківських Інтернет-сервісів займають провідні позиції.

Банківські Інтернет-послуги в Україні передбачають в собі створення та використання різного роду розрахункових систем та сайтів по обслуговуванню клієнтів у мережі Інтернет. На сьогоднішній день, в нашій країні функціонує не велика кількість таких Інтернет-розрахункових сайтів, у порівнянні із іншими економічно розвинутими державами. Одним із таких банків в Україні є ПриватБанк, який є власником таких Інтернет-сервісів, як Приват24 – системаобслуговування клієнтів та Лідрару – Інтернет-розрахункова система.

Українська нормативно-правова база не у повній мірі може регулювати ряд правовідносин у сфері обслуговування банківських клієнтів у мережі Інтернет, оскільки законодавство не встигає реагувати на стрімкий розвиток Інтернет-банкінгу. Основою в цьому є той факт, що банківські розрахункові системи знаходяться у мережі Інтернет, де немає жодних кордонів та обмежень, запозичення від іноземних систем, відбуваються дуже оперативно, і найголовніше без будь-якої синхронізації із законодавством України.

Дослідження проблем функціонування Інтернет-банкінгу в Україні яскраво демонструє відсутність взаємного розвитку Інтернет-банкінгу та законодавства, яке суттєво відстає від сучасних світових тенденцій у сфері ринку обігу безготівкових коштів у мережі Інтернет. Будь-які перспективи подальшого розвитку ринку банківських Інтернет-послуг без такої синхронної дії, не будуть мати місця. Приклад із ПриватБанком та його Інтернет-розрахунковою системою Лідрару, вказує на те, наскільки важливо враховувати цей фактор, і як у жорстких ринкових умовах легко втратити свою довіру та заплямувати ділову репутацію у банківській сфері.

ВИСНОВКИ

Детальне дослідження безпеки діяльності комерційних банків у мережі Internet дозволяє зробити ряд висновків, які випливають із поставлених завдань:

1. Дослідження напрямів використання банками дистанційних банківських послуг, дало змогу дійти висновку, що обслуговування банківських клієнтів у мережі Інтернет, наслідуює мету надання більших можливостей, контролю та користування власними коштами і фінансовими інструментами в будь-якому куточку світу.

Цей напрям, забезпечує для банків абсолютно новий рівень діяльності та доступності банківського бізнесу, гарантує підвищення якості обслуговування клієнтів із значно нижчими витратами на його організацію в порівнянні з традиційним напрямом банківської діяльності. Проте, ці позитивні моменти, тягнуть за собою ряд загроз для банку та його клієнтів.

2. Найпоширенішими формами банківського обслуговування клієнтів у мережі Інтернет є:

- інтернет-банк, як підрозділ традиційної банківської установи;
- інтернет-банк, як самостійна, із власною торговою маркою юридична особа;
- цифровий банк, який заснований небанківською установою;
- електронний фінансовий супермаркет, що функціонує, як дистриб'ютор фінансових послуг.

Форми виступають способом зовнішнього вираження моделей банківського обслуговування клієнтів у мережі Інтернет, таких як: відео-банкінг, РС-банкінг, Інтернет-банкінг.

3. Розвиток Інтернет бізнесу в Україні практично збігається у часі із процесом становлення правової системи. Проте, відносини між учасниками віртуального бізнесу почали регулюватися законодавством лише на початку ХХІ століття.

Вибіркове тлумачення правових норм пригальмовує розвиток електронного бізнесу, що несе у собі перешкоди в її інтеграції до міжнародного електронного ринку. Цей момент не залишився поза увагою у шахраїв, які активно використовують цю прогалину в законодавстві з метою незаконного привласнення коштів клієнтів банку. Уникнути таких загроз можна тільки на рівні національного законодавства: прийняття оптимального співвідношення норм публічного і приватного права щодо бізнесу у мережі Інтернет та введення у дію ряду нових законів.

Стрімкий розвиток ІТ-технологій та наявність мережі Інтернет, значно спрощують процедуру укладання угоди про купівлю товарів та послуг. Головною складовою Інтернет-комерції виступає електронна угода, проте українське законодавство, не прописує їй окреме визначення, що знову ж таки активно використовується зловмисниками.

4. На основі аналізу становлення та розвитку ринку Інтернет-послуг, досліджено, що обслуговування банківських клієнтів в розвинених країнах, розвивалося стрімкими кроками, шляхом впровадження різних методів та форм. На початках активно використовувалися телебанкінг і різні платіжні картки, а згодом почали залучали Інтернет-банкінг, відео-банкінг, електронну комерцію та інші форми віддаленого обслуговування клієнтів. Українські банки, головну увагу почали приділяти використанню Інтернет мережі, як глобальної інформаційної мережі, а іншим формам дистанційного обслуговування приділяли дещо меншу увагу.

5. Вивчення видів банківських послуг, що використовуються у вітчизняній банківській практиці, дозволило дійти висновку, що в Україні, послуги Інтернет-банкінгу тільки почали набирати популярність. Завдяки такому сервісу клієнти українських банків можуть погасити кредит або ж поповнити депозит. Варто підкреслити, що здійснення переказів коштів через Інтернет-банкінг, у більшості українських банків, дає змогу тільки між рахунками і картковими рахунками. Найпопулярнішими та найпоширенішими банківськими послугами у мережі залишаються традиційні операції: одержання виписки по рахунках, переказ коштів між власними рахунками та здійснення платежів. Звичайно, в Україні є й такі банки, які не обмежуються рядом стандартних послуг, що надаються через мережу Інтернет. Свій асортимент вони доповнюють операціями по погашенні кредитної заборгованості, бронювання та оплата готелю, транспортних квитків, оплата покупок в Інтернет-магазинах і багато інших послуг

6. Оцінивши безпеку Інтернет-технологій, його проблеми та переваги у банківському обслуговуванні клієнтів в Україні, виявлено, що для більш надійнішого розвитку банківського Інтернет-обслуговування в Україні, варто врахувати певні фактори, якими є: присутність на ринку великої кількості хакерів, які зацікавлені отримати кошти банку, низький рівень життя населення, політична і економічна нестабільність, територіальна цілісність і соціальні кризи. Крім того, можна виділити і причинно-наслідкові фактори від попередніх: технічну неграмотність потенційних користувачів і слабка поширеність мережі Інтернет по всіх регіонах країни.

Існують випадки, коли проблеми безпеки виникають і зі сторони самих банків. З однієї сторони, від працівників банку, які достеменно знають, як працює сервіс Інтернет-банкінгу, його сильні та слабкі сторони. Саме такі працівники, можуть провести ряд операцій, які можуть завдати певних збитків банку, що негативно відобразиться на діяльності фінансової установи. З іншої сторони ІТ-спеціалісти, які програмують Інтернет-сервіс, та підтримують його діяльність. Ймовірність навмисних дестабілізуючих дій від таких працівників існує, проте вона мізерна. Найпевніше, нашкодити безпеці роботи Інтернет-банкінгу можуть

непродумані дії ІТ-спеціалістів, або ж ненавмисні прорахунки під час програмування.

7. Аналіз особливостей використання Інтернет-технологій при обслуговуванні клієнтів в зарубіжній банківській практиці, дає змогу стверджувати, що першим ключовим кроком у банківському обслуговуванні клієнтів за кордоном, став крок розвитку банківських технологій в сфері безпечних безготівкових розрахунків – так званий електронний банкінг, який був пройдений досить швидко. На його місце прийшов Інтернет-банкінг.

Поширенню Інтернет-банкінгу у всьому світі на заваді стають певні чинники – психологічна неготовність та боязливість населення здійснювати великі фінансові операції без готівкових коштів. Багато банків повідомляють, що їхні клієнти активно цікавляться наявністю послуг Інтернет-банкінгу, але на ділі продовжують оформляти великі угоди при особистому візиті в банк, не довіряючи віртуальним трансакціям. Оскільки одній частині таких клієнтів – ніколи не доводилося мати діло з Інтернет-банкінгом, і використання цей сервіс для них є своєрідним шоком. Друга частина таких клієнтів – бояться втратити свої кошти при використанні Інтернет-сервісу, обґрунтовуючи це тим, що до їх рахунків можуть доступитися треті зацікавлені особи – шахраї.

Як результат цього, світові банки активно почали впроваджувати новітні засоби зв'язку, зі спеціальними серверами, які направлені на підвищення захисту Інтернет сайтів. При чому доступ до таких сайтів залишається не змінним, для реалізації взаємовідносин клієнта з банком необхідно лише html та war-браузер, які запрограмовані практично у всіх сучасних технологіях: ноутбуках, мобільних телефонах.

Мережеве обслуговування клієнтів, тісно залежить від рівня розвитку ІТ-технологій та програмування. Ключове місце відводиться США і європейським країнам: Естонії, Швеції, Норвегії, які у галузі програмування та забезпечення функціонування банківських Інтернет-сервісів займають провідні позиції.

8. Досліджуючи напрямки зміцнення безпеки ринку банківських Internet-послуг в Україні, дало змогу зробити висновок про те, на сьогоднішній день, в

нашій країні функціонує невелика кількість таких Інтернет-розрахункових сайтів, у порівнянні із іншими економічно розвинутими державами. Одним із таких банків в Україні є ПриватБанк, який є власником таких Інтернет-сервісів, як Приват24 – система обслуговування клієнтів та Ліфрау – Інтернет-розрахункова система.

На сьогодні в Україні існує головна проблема, яка полягає в тому, що нормативно-правова база не у повній мірі може регулювати ряд правовідносин у сфері обслуговування банківських клієнтів у мережі Інтернет, оскільки законодавство не встигає реагувати на стрімкий розвиток Інтернет-банкінгу. Основою в цьому є той факт, що банківські розрахункові системи знаходяться у мережі Інтернет, де немає жодних кордонів та обмежень, запозичення від іноземних систем, відбуваються дуже оперативно, і найголовніше без будь-якої синхронізації із законодавством України.

Приклад з Інтернет-розрахунковою системою Ліфрау, яскраво демонструє відсутність взаємного розвитку Інтернет-банкінгу та законодавства, яке суттєво відстає від сучасних світових тенденцій у банківській сфері. Будь-яка діяльність банківських установ по впровадженні новітніх Інтернет-технологій на ринку банківських Інтернет-послуг, без тісної синхронної дії із законодавством країни, не будуть мати перспективу по якісному, захищеному та безпечному розвитку банківського сектору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анан'єв О.М. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності[Текст]: підруч. / О.М. Анан'єв, В.М. Білик, Я.А. Гончарук. – Львів: Новий світ-2000, 2006. – 584 с.

2. Бакун О. Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України / О. Бакун // Вісник Національного банку України.– 2005. – № 1. – С. 45–50.

3. Білик О. М. Маркетингова стратегія банку при впровадженні нових банківських послуг[Текст]/ О. М. Білик // Регіональна економіка.– 2013.– № 4.– С. 127–134.

4. Бритченко І.Г. Виртуальные банки и их связь с реальной банковской системой[Текст]/ І.Г. Бритченко // Наука. Релігія. Суспільство. – 2001. – № 2. – С. 3-10.

5. Вахнюк С. В. Перспективи дистанційного обслуговування клієнтів в режимі реального часу для банків України [Текст]/ С. В. Вахнюк // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. пр. - Т. 8. – 2012. – С. 184 – 188.

6. Вовчак О. Д. Платіжні системи [Текст]: навч. посіб. / О. Д. Вовчак, Г. Є. Шпаргало, Т. Я. Андрейків. – К.: Знання, 2008. – 341 с.

7. Виклик Інтернет-банкінгу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2002/09/nsouli.htm>

8. Використання Інтернет-технологій українською банківською системою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://knowledge.allbest.ru/bank/3c0b65625b2ad78b4d43b88521216c37_1.html

9. В Україні майже 17 млн. користувачів інтернету[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sumynews.com/new-media/7193>

10. Горобець В. Я. Розвиток банківських послуг [Електронний ресурс] / В. Я. Горобець. – Режим доступу: <http://www.uabankir.com/info=ecommerce/ebank>

11. Деменков М. С. Інтернет-технології в обслуговуванні клієнтів банку [Текст]/ М. С. Деменков // Банківська справа. – 2009. – № 1. – С. 58–65.

12. Дистанционное обслуживание в банках Украины: теория и практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ubr.ua/finances/banking-sector/distancionnoe-obslujivanie-v-bankah-ukrainy-teoriia-i-praktika-141450>.

13. Єпіфанов А. О. Управління ризиками в платіжних системах [Текст]: монографія / А. О. Єпіфанов, І. В. Міщенко, А. С. Савченко А. – Суми: Ініціатива, – 2001. – 168 с.

14. Єсіна О. Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку [Текст]/ О. Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. - № 1 (48). – С. 209.

15. Засадна Х. О. Про захист послуг Інтернет-банкінгу [Текст] / Х. О. Засадна // Вісник університету банківської справи національного банку України. – 2009. – № 3. – С. 225-229.

16. Іменітов Е.Л. Проблемы повышения эффективности разработки и предоставления новых услуг [Текст]/ Е. Л. Именитов // Расчеты и операционная работа в коммерческом банке.– 2004.– № 11.– С.52–56.

17. Інформаційні технології в сучасному банку [Текст]/ Вісник Асоціації банків. – 2004. – №13. – С.5-10

18. Інтернет-банкінг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://incom.ua>

19. Інтернет-банкінг: банк, який завжди поруч[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://creditana.ru/internet-banking-bank-kotoryj-vsegda-s-soboj.html>

20. Інтернет-проекти зруйнують банківський бізнес[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://invest-expert.info/articles.php?article_id=12

21. Інформаційна безпека «Інтернет-банкінгу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ibank.aval.ua/ib.html>

22. Комарова Н. Удаленное обслуживание «де факто» и «де юре» [Текст]/ Н. Комарова, Л. Губарева // Банковское обозрение. – 2005. - №8. – С. 34–36.

23. Коцовська Р.Р. Банківські операції: навч. посіб./ Р.Р. Коцовська, О.П. Павлишин, Л.М. Хміль. – Київ.: УБС НБУ: Знання, 2010. – 390 с.
24. Кравець В.Т. Інтернет-платежі в системі безготівкових розрахунків [Текст]/ В.Т. Кравець //Вісник Національного банку України. – 2009. – № 11. – С. 21–23.
25. Кузьменко А. Інтернет-банкінг: смена ориентиров или второе дыхание?[Текст]: навч. посіб. / А. Кузьменко – Москва: Бизнес Online. – 2007. – 23 с.
26. Лейбов В. Інтернет-банкінг для пересічних громадян [Текст]/ В. Лейбов // Фінансовий ринок України. – 2014. – № 6. – С. 51-52.
27. Меджибовська Н. Банківські послуги та Інтернет / Н. Меджибовська // Банківська справа. – 2011. – № 5. – С. 41-43.
28. Мельников А.О. Тенденції розвитку інноваційного банківського обслуговування [Текст] / А. О. Мельников // Наукові праці МАУП. – 2011. – № 3(30) – С. 134–140.
29. Михайлюк Г. О. Розвиток Інтернет-банкінгу як нетрадиційної банківської операції[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Pravo/9_57264.doc.htm
30. Міндрова З.М. Проблеми та перспективи розвитку дистанційного банкінгу в Україні [Електронний ресурс] / Міндрова З.М.– Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
31. Міщенко В. І. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг [Текст]: практ. посіб./ В. І. Міщенко, А.В.Шаповалов, Г.В.Юрчук– К.: Т-во «Знання», 2003. – 278 с.
32. Муравьева А.В. Банковские инновации: факторный и структурный анализ информационных технологий [Текст]/ А. В. Муравьева // Банковские услуги.– 2004.– № 9.– С.2–37.
33. Нікітін А.В. Маркетинг у банку[Текст]: навч. посіб. / А. В. Нікітін, Г. П. Бортніков, А. В. Федорченко. – Київ: КНЕУ, 2006. – 432 с.

34. Новини на ринку банківських послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tristar.com.ua/>

35. Офіційний сайт Liqpay [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.liqpay.com/ua/rules>

36. Офіційний сайт ПриватБанк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua/ua/terms/>

37. Ожеван М. А. Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні[Текст]: зб. аналіт. доп. / М. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк, Т. О. Ісакова – Київ: НІСД, 2014. – 96 с.

38. Переваги використання Інтернет-технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://expert.com.ua/49495-internet-biznes-2010-internet-texnologii>

39. Платіжними картами користуються вже більше половини українців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://news.dt.ua/ECONOMICS/platizhnimi_kartami_koristuyutsya_vzhe_bilshe_polovini_ukrayintsiv-100195.html

40. Плюси і мінуси українського інтернет-банкінгу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aif.ua/money/article/24115>

41. Поповенко Н.С. Інноваційні процеси у банківській сфері [Текст] / Н. С. Поповенко // Економічний простір. – 2008. – № 15. – С. 99 – 104.

42. Про банки і банківську діяльність: закон України: прийнятий 04.12.2000р. № 2121-III / Верховна Рада України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>

43. Про електронні документи та електронний документообіг: закон України: прийнятий 22.05.2003 р. № 851-IV/ Верховна Рада України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/851-15>

44. Про електронний цифровий підпис: закон України: прийнятий 22.05.2003 р. № 852-IV/ Верховна Рада України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/852-15>

45. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах: Закон України: прийнятий 05.07.1994 р. № 80/94-ВР/ Верховна Рада

України[Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/80/94>

46. Про інформацію: закон України: прийнятий 02.10.1992р. № 2657-XII / Верховна Рада України[Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

47. Про науково-технічну інформацію: закон України: прийнятий 25.06.1993 р. № 3322-XII/ Верховна Рада України[Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/annot/3322-12>

48. Про Національну програму інформатизації: закон України: прийнятий 04.02.98 р. №74/98-ВР / Верховна Рада України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/98>

49. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: закон України: прийнятий 05.04.2001 р. № 2346-III / Верховна Рада України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>

50. Про затвердження Правил організації захисту електронних банківських документів з використанням засобів захисту інформації Національного банку України: постанова Правління НБУ: прийнята 02.04.2007 р. № 112 / Національний банк України[Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0419-07>

51. Про заходи по розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпеченню широкого доступу до цієї мережі в Україні: указ Президента України: прийнято 31.07.2000 р. № 928/2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/928/2000>

52. Розрахунки і операційна робота в комерційному банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.reglament.net/bank/raschet/2006_1_article_1.htm

53. Семенюк Л. П. Розробка нових банківських продуктів як пріоритетний напрямок розвитку банківських інновацій[Текст] / Л. П. Семенюк // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2003 – Т.8. – С.141–143.

54. Статистика интернет пользователей сети Интернет в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://internet.moy.su/news/statistics_internet_audien.

55. Стахарчук А. Я. Інформаційні системи і технології в банках [Текст]: навч. посіб. / А. Я. Стахарчук, В. П. Стахарчук. – К. : УАБС НБУ, 2010.– 515 с.

56. Стахарчук А.Я. Інформаційні технології в економіці : навч. посіб. / А. Я. Стахарчук. – Київ: Видавничий центр «Освіта», 2008. – 355 с.

57. Степаненко В. А. Дистанционные банковские услуги на украинском рынке [Текст]/ В. А. Степаненко // Сети и бизнес. – 2005, - № 4 (23). – С. 98–104.

58. Український Інтернет-банкінг – проблеми та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uastudent.com/ukrainskyj-internet-banking-problemy-ta-perspektyvy/>

59. Фінанси онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vestnik.in.ua/specproject/finansy/4415-fnansi-online.html>

60. Формування систем управління в підприємствах електронної торгівлі[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/aref_others/svidruk.htm

61. Харченко В. С. Фасетно-ієрархічні структури в задачах оцінки якості програмного забезпечення [Текст]/ В.С. Харченко, О.О. Гордєєв // Міжнародний науково-технічний журнал «Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія». – 2005. – №3. – С. 190 – 196.

62. Цивільний кодекс України: закон України: прийнятий 16.01.2003 року № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1011.38.0>

63. Чайковський Я. І. Платіжні системи[Текст]: навч. посіб. / Я. І. Чайковський. Тернопіль: Карт-бланш, 2006. – 210 с.

64. Чуб О. О. Розвиток Інтернет-банкінгу в глобальному середовищі [Текст] / О. О. Чуб // Вісник Української академії банківської справи. – 2009. – № 1 (26). – С. 62–67.

65. Шнипко О. С. Інноваційно–портфельна реорганізація як засіб підвищення конкурентоспроможності [Текст]/ О. С. Шнипко // Економіст. – 2002. – № 3. – С. 60–64.

66. Шалига Т. С. Дистанційне банківське обслуговування роздрібних клієнтів: монографія / Т. С. Шалига. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2014. – 412 с.

67. Шелудько Н.М.Іноземний капітал у банківському секторі України: тенденції, проблеми, перспективи [Текст]/ Н. М. Шелудько //Фінанси України. – 2010. – №12. – С.100-107.

68. Юденков Н. М. Інтернет-технології в банківському бізнесі: перспективи і ризики [Текст]: учбово-практичний посібник / Н. М. Юденков, И. С. Сандалов, С. Л. Ермаков. – М.: КНОРУС, 2010. – 320 с.

69. Юрчук Г. В. Мережа Інтернет – сучасний канал і середовище надання фінансових послуг [Текст]/ Г. В. Юрчук // Вісник Національного банку України. – 2002. – № 7. – С. 52–58.

70. Юрчук Г. В. Розвиток послуг комерційних банків у мережі Інтернет [Текст]/ Г. В. Юрчук // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – Суми: Мрія ЛТД. – 2002. – Т.5. – С. 288.

71. Яка система безпеки використовується у банках [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.bankchart.com.ua/e_banking/statti/bezpeka_internet_bankingu_praktichni_aspekti

