

Ինտերնետ բանկինգը ՀՀ առևտրային բանկերում, դրանց համեմատական վերլուծությունը, զարգացման խոչընդոտները

Հարությունյան Գ. Մ.

Հայաստանի Պետական Տնտեսագիտական Համալսարան (Երևան, Հայաստան)
gorharutyunyan01999@gmail.com

Վճռորոշ բառեր՝ անվտանգություն առցանց միջավայրում, առևտրային բանկ, առցանց տիրույթ, ինտերնետ բանկինգ, հեռահար բանկային սպասարկում, մոբայլ բանկինգ, մոբայլ հավելված

Интернет банкинг в коммерческих банках, их сравнительный анализ, препятствия при развитии

Арутюнян Г. С.

Армянский Государственный Экономический Университет (Ереван, Армения)
gorharutyunyan01999@gmail.com

Аннотация. В современных условиях РА почти каждый тот или иной сталкивается с деятельностью банков и в последние времена в РА бурно развивается дистанционное бан-ковское обслуживание- интернет банкинг. Это можно считать развивающимся направлением в банковском системе РА, которое выгодно и для банков и для клиентов во многих отношениях. Предмет исследования для многих пока не так глубоко изучён, поэтому он содержит не только сравнительный анализ интернет банкинга различных коммерческих банков, но и в виде социологического опроса среди клиентов.

Ключевые слова: безопасность в онлайн среде, коммерческий банк, онлайн среда, интернет банкинг, удаленное банковское обслуживание, мобайл банкинг, мобайл приложение

The internet banking in Armenian commercial banks, its comparative analysis, barriers for development

Harutyunyan G. S.

Armenian State University of Economics (Yerevan, Armenia)
gorharutyunyan01999@gmail.com

Abstract: Almost everyone somehow faces banks' activities in the present conditions in Republic of Armenia and the long distance banking (internet banking) has developed very quickly lately. It can be considered to be one of the developing branches in the Armenian banking system, which is beneficial for both the bank and the customers. Subject of the study is not clear yet for most of the people, so it includes not only comparative analysis of the commercial banks' internet bankings, but also one within the customers in the form of sociological research.

Keywords: online security, commercial banking, online banking, Internet banking, remote banking, mobile banking, mobile application

Ներկայումս յուրաքանչյուր ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձ չի կարող պատկերացնել իր գործունեությունն առանց այս կամ այն չափով բախվելու առևտրային բանկերի կողմից առաջարկվող ծառայություններին: Այդ ծառայություններից են նաև ամբողջ աշխարհում լայն, ինչպես նաև վերջին շրջանում Հայաստանում արագ տեմպերով տարածում ունեցող ինտերնետ բանկային ծառայությունները, որոնց այլ կերպ անվանում են ինտերնետ բանկինգ:

Ինտերնետ բանկինգը հեռահար բանկային սպասարկման տեխնոլոգիա է, որը հնարավորություն է տալիս բանկի հաճախորդներին կառավարել իրենց բանկային հաշիվներն ու

օգտվել այլ բանկային ծառայություններից աշխարհի ցանկացած կետից [1]: Ինտերնետ բանկինգ ներդրած բանկերի հիմնական նպատակներից է հաճախորդին Տվորել/մասնաձյուղ մոտենալուց, ձերբազատվել համաշխարհային խնդիր համարվող հերթերից և բարձրացնել գրավչությունը հաճախորդների շրջանակում ու մրցակցությունը շուկայում: Ինտերնետ բանկինգի հիմքը դրվեց 1980-ական թվականներին ԱՄՆ-ում [2], որից հետո, ինքնին, կրել է մի շարք փոփոխություններ ու զարգացումներ: Համակարգը կարող է հանդել գալ հեռախոս բանկինգի, ինտերնետ բանկինգի, մոբայլ բանկինգի, վիդեոբանկինգի և այլ դրսևորումներով, որոնք

բուրն էլ, ներդրված են ՀՀ առևտրային բանկերում՝ տարբեր մակարդակներով:

Ուսումնասիրելով ՀՀ առևտրային բանկերի առաջարկած ինտերնետ բանկինգի էվոլյուցիան, հանգում ենք այն եզրակացությանը, որ սկզբում ներդրվել է հիմնականում հեռախոս բանկինգը, այնուհետև ինտերնետ բանկինգը և վերջում՝ մոբայլ բանկինգը: Հեռախոս բանկինգի պարագայում հաճախորդը որոշակի պայմանների հիման վրա կարողանում է տիրապետել հաշիվների ցանկացած տեղից, ցանկացած պահին հեռախոսագանգի միջոցով: Այս ծառայությունը ՀՀ-ում գործող առևտրային բանկերից մատուցում են Ամերիա բանկն ու ՎՏԲ Հայաստան բանկը: Սրա պարագայում հաճախորդը ստանում է բանկային ծածկագրեր, որը հեռախոսագանգի ժամանակ նույնականացման հիմքն է: Բանկերը թույլատրելի գործարքներում ու դրանց սահմանաչափերում ունեն սահմանափակում, որի հիմնական պատճառներից մեկը բարձր ռիսկի առկայությունն է: ՏՏ ոլորտի սրընթաց զարգացման արդյունքում այս համակարգի կիրառությունը այդքան լայնածավալ չէ՝ հաշվի առնելով նաև այն հանգամանքը, որ ծառայությունը վճարովի է նշված 2 բանկերում էլ:

Սրանից հետո թափ ստացավ ինտերնետ բանկինգի կիրառությունը, որը կիրառելի էր սկզբում միայն բրաուզերների միջոցով՝ հիմնականում համակարգիչներից, որը հետագայում վերաճեց մոբայլ բանկինգի՝ կիրառվելով հեռախոսային ծրագրերի միջոցով: Մոբայլ բանկինգ ծառայությունը մատուցում են ՀՀ-ում գործող 17 առևտրային բանկերից 15-ը՝ բացի Արցախբանկ ՓԲԸ-ն ու Մելլաթ բանկ ՓԲԸ-ն, որոնցից առաջինը ունի ներդրած դեռևս միայն ինտերնետ բանկինգ:

Ամբողջ աշխարհում գործող առևտրային բանկերն առաջարկում են ավելի քան 250 տարբեր բանկային ծառայություններ ու ապրանքներ, որոնցից ինտերնետ բանկինգի միջոցով հաճախորդը կարող է կատարել որոշները՝ կախված իրեն սպասարկող բանկի պայմաններից, օրինակ՝

- դիտել ընթացիկ հաշիվների ու քարտային հաշիվների մուտքագրումներ/ելքագրումները,
- կատարել դրանց միջև փոխանցումներ,
- կատարել այլ բանկեր փոխանցումներ,

- կիտել ավանդների և վարկերի ընթացիկ կարգավիճակը, դրանցում կատարվող գործառնությունները,
- կատարել վերջիններիս հետ գործողություններ՝ մարումներ, հավելումներ,
- կատարել կոմունալ վճարներ,
- արտարժույթի փոխանակում,
- հաշիվների քաղվածքի բեռնում և այլն:

Սրանցից յուրաքանչյուրը, կախված ներդնող բանկից, ունի իրենց սահմանափակումներն ու սակագները: Այս համակարգով գործառնություններ կատարելը հաճախորդին ապահովում է ժամանակի խնայում, ցանկացած պահին գործարքների վերահսկողություն, մոնիթորինգ, աշխատանքի հարմարություն:

Ինչպես արդեն վերը նշվեց, ՀՀ-ում գործող առևտրային բանկերից 16-ը ներդրել են ինտերնետ բանկինգ տարբեր մակարդակներով: Դրանք տարբերվում են ոչ միայն առաջարկվող ծառայությունների ծավալով, այլև դրանց սակագներով, գրանցման հարմարավետությամբ, դիզայնով, օգտագործման հեշտությամբ և ամենակարևորը՝ անվտանգությամբ: ՀՀ-ում գործող մոբայլ բանկինգ ծառայություն մատուցող բանկերից յուրօրինակ տարբերակ է առաջարկում ԱյԴԻ բանկ ՓԲԸ-ը: Բանկը գործունեության սկզբնական շրջանում առաջարկում էր իր սեփական մոբայլ բանկինգն ու ինտերնետ բանկինգը (վերջինս մինչև այժմ էլ գործում է նույն մոդելով), սակայն 2018 հոկտեմբերի 20-ին I dram-ը հայտարարեց ԱյԴԻ Բանկի հետ համատեղ նոր թվային հարթակի գործարկման մասին [3]: Ինքնին, մինչ այդ գործող I dram-ը խորապես փոփոխությունների էր ենթարկվում և իր մեջ ներառում ոչ միայն առցանց դրամապանակ նաև ԱյԴԻ Բանկի մոբայլ բանկինգը: Կարծես հաճախորդին ներկայացվում է 2-ը 1-ում համակարգ, որը, ինքնին, ավելի հեշտ էր կառավարել ու օգտագործել: Համակարգի կարևորագույն առավելություններից է այն, որ, չնայած համագործակցությունը ստեղծվել է ԱյԴԻ Բանկի հետ, սակայն համակարգում կարելի է կցել միջազգային վճարային համակարգի ցանկացած քարտային հաշիվները առանց որևէ սահմանափակումների, ինչը անհնար էր նախկին բանկային հավելվածի տարբերակում ու մինչև հիմա գործող շատ բանկերի կողմից ներդրված հավելվածներում:

Հնարավոր է օգտվել միայն դրամապանակի ծառայություններից՝ չլինելով ԱյՖի բանկի հաճախորդ, և, ի լրումն սրա, հնարավոր է դառնալ վերջինիս հաճախորդը, առանց բանկի մասնաճյուղ մոտենալու, անձնագրային տվյալների առցանց ներբեռնման միջոցով: Այս ծրագրի միջոցով հնարավոր է իրականացնել մի շարք բանկային ու ոչ բանկային գործարքներ. ոչ միայն ներբանկային և միջբանկային փոխանցումներ, կոմունալ վճարներ, այլ նաև պետություն ուղղվող փոխանցումներ՝ գույքահարկի, ԴԱՀԿ և այլ վճարների տեսքով, առանձնացված բաժիններով ու խմբերով փոխանցումներ հատուկ սոցիալական կայքերի հաշիվներ, որոշ խաղային ու բուքմեյքերային կայքերի: Այստեղ կարելի է առանձնացնել հատկապես 2 կարևոր անկյունքար. բանկը թույլ է տալիս փոխանցում կատարել այլ բանկերի քարտերին ոչ միայն քարտի հաշվեհամարի միջոցով, այլև քարտի հերթական համարի միջոցով, և 2-րդ՝ ամենամեծ առավելությունը, ինքնին, Swift միջազգային փոխանցումների իրականացումն է: Բանկը թույլ է տալիս նաև մի հպման միջոցով բանկում ներդնել ավանդ, կամ բացել քարտային ու բանկային հաշիվներ՝ առանց բանկի մասնաճյուղ մոտենալու: ԱյՖի բանկի ինտերնետ բանկինգը հրաշալի օրինակ է վերլուծության ու համեմատության համար, քանի որ մատուցում է հաճախորդին ավելի քան 200 տարբեր ծառայություններ: Հավելվածը առաջարկում է նաև օգտատերերին կատարել վճարումներ գործընկեր վաճառքի կետերում QR կոդով ու ստանալ Cashback-եր ըստ պետական ճշգրտությամբ: Սակայն, այսքան առավելությունների հետ զուգահեռ, հավելվածը կատարված փոխանցումների մեծ մասը կատարվում են միջնորդավճարով. կախված նրանից, թե փոխանցումը կամ վճարումը կատարվում է բանկինգից կամ դրամապանակից, միջնորդավճարը կարող է լինել տարբեր: Բացի սրանից հավելվածում քարտային գործարքների մեծ մասը հնարավոր է կատարել միայն Arca պրոցեսինգային կենտրոնի կողմից թողարկված քարտերի միջոցով(այս խմբին չեն պատկանում ՎՏԲ Հայաստան բանկի, Յունիբանկի, Հայբիզնես բանկի որոշ քարտատեսակներ):

ՀՀ առևտրային բանկերում ներդրված ու բավականին հաջողության հասած ինտերնետ բանկինգի օրինակներից է նաև Ինեկոբանկ ՓԲԸ-ի ինտերնետ բանկինգը: Բանկը թվային բանկինգի մեջ առաջատարներից է համարվում. առաջարկում է ոչ միայն ինտերնետ բանկինգ, մոբայլ բանկինգ, այլ նաև InecoPay ծառայությունը: Ինտերնետ ու մոբայլ բանկինգների միջոցով կարելի է իրականացնել գրեթե նույն գործարքները, ինչ նախորդ տարբերակում, բացառությամբ օրինակ՝ մասամբ Swift փոխանցման, որը հնարավոր է կատարել միայն ինտերնետ բանկինգի միջոցով, պետություն ուղղվող որոշ տեսակի փոխանցումների: Կրկին կարելի է ներդնել ավանդներ, բացել քարտային ու բանկային ընթացիկ հաշիվներ առանց բանկի մասնաճյուղ մոտենալու: Չնայած այն հանգամանքին, որ այս պարագայում գործ ունենք միայն բանկինգի հետ, ոչ թե կից դրամապանակի հետ, ինչպիսին էր ԱյՖի բանկի կողմից ներդրված տարբերակը, Ինեկոբանկի դեպքում հավելվածում նույնպես հնարավորություն կա կցելու այլ բանկերի կողմից թողարկված քարտեր: Այսպիսի ծառայություն է առաջարկում նաև Արարատ Բանկ ՓԲԸ-ի կողմից վերաթարմեցված մոբայլ բանկինգը: Վերջինիս ծառայություններից կարելի է օգտվել նույնիսկ բանկի հաճախորդ չլինելու դեպքում: Ինեկոբանկի կողմից մատուցվող առցանց ծառայությունների մի մասը նույնպես ունեն պարտադիր միջնորդավճարներ՝ մեծամասամբ նրանք, որոնք կատարվում են համակարգում կցված այլ բանկային քարտի միջոցով: InecoPay-ի պարագայում գրեթե գործ ունենք նախորդ բանկինգում կիրառվող նույն QR կոդով վճարումների հետ: Վաճառքի կետերում վճարում կարելի է կատարել առանց քարտի օգտագործման՝ միայն մոբայլ բանկինգի միջոցով սկանավորելով կոդը: Այս բանկը ունի իր առանձնահատկություններից մեկը՝ վարկավորման բնագավառում. բանկի հաճախորդը ունի հնարավորություն վարկ ձեռք բերելու տանից, առանց բանկ մոտենալու 1 Click ծառայության միջոցով [4]: Սա հասանելի է ինտերնետ ու մոբայլ բանկինգի տարբերակներով: Հաճախորդը ընտրում է անհրաժեշտ վարկի գումարի չափը ու վճարման ժամկետը՝ նախապես վարկի պայմաններին ու սակագներին ծանոթա-

նալով: Հաճախորդի տվյալներով վերլուծությունը կարող է տնել բույներ, որից հետո հաճախորդի հաշվին փոխանցվում է հաստատված վարկի գումարը: Նմանատիպ ծառայություն է առաջարկում նաև Էվոկաբանկ ՓԲԸ-ը իր EvocaTouch հավելվածով մատուցվող SingleTouch-ի միջոցով: Բանկի ներկայացրած տվյալներով արդեն մոտ 55000 ֆիզիկական անձ ստացել է նման վարկեր [5]: Վարկառուների տեսանկյունից վարկավորման նման տեսակները բավականին գրավիչ են, հատկապես շուտափույթ պայմաններում, սակայն բանկերի կողմից հաճախորդների վարկավորման իրականացումը առանց վճարունակության պատշաճ ուսումնասիրության, բերեց նրան, որ միտումներ կան ԿԲ-ի կողմից խիստ վերահսկողության սահմանում բանկերի նման ծառայությունների նկատմամբ:

ՎՏԲ Հայաստան Բանկ ՓԲԸ-ի կողմից ներդրված ինտերնետ ու մոբայլ բանկինգը, ի տարբերություն, նախորդ բոլոր բանկերի առաջարկած բանկինգների, առաջարկում է ավելի սակավ ծառայություններ. օրինակ անհնար է կատարել միջազգային Swift փոխանցումներ, պետքույժե ուղղվող վճարումներ: Սակայն պետք է առանձնացնել, որ այս բանկինգով կատարվող ցանկացած գործարք կատարվում է առանց միջնորդավճար՝ սկսած գրանցումից մինչև այլ բանկ փոխանցումներ: Սակայն սրանից զատ ՎՏԲ Հայաստան բանկը 2019 թվականի կեսերին առաջարկեց ՀՀ բանկային շուկայում նախկինում երբևէ գոյություն չունեցող այլ ծառայություն՝ վիդեոբանկինգ [6]: Սրա միջոցով բանկի հաճախորդները աշխարհի ցանկացած կետից կարող են կապ հաստատել բանկի աշխատակցի հետ Skype-ի միջոցով և «տալ հանձնարարական» աշխատակցին կատարել իր գործարքները իր փոխարեն: Հաճախորդների նույնականացումը կատարվում է ավելի խորագին կերպով, քան կկատարվեր մասնաձյուղում՝ անվտանգության նկատառումներից ելնելով: Շատերը կարող են ասել, թե որն է սրա էությունը, եթե արդեն կան ինտերնետ բանկինգը կամ մոբայլ բանկինգը: Այս պարագայում մեծանում է անվտանգությունն ու վստահությունը, քանի որ գործարքները կատարելու են բանկի աշխատակցիները, ինչպես բանկի մասնաձյուղում. դա չի նշանակում, որ նրանք սխալա-

կան չեն, սակայն դա հասցվում է հնարավորինս նվազագույնի: Այս տարբերակը ավելի նպատակահարմար է նաև այն հաճախորդների համար, որոնք դժվարանում են օգտվել նորագույն տեխնոլոգիաներից: Եթե ինտերնետ կամ մոբայլ բանկինգի պարագայում հաճախորդները հիմնականում պետք է նախապես մոտենան բանկերի մասնաձյուղեր հայտի լրացման, գրանցման համար, ապա վիդեոբանկինգը չի պահանջում կատարել նախօրոք որևիցե գործողություն:

Վերը ներկայացրած օրինակները ՀՀ-ում այն բանկերն են, որոնք հնարավորինս մեծ պահանջարկ ունեն ինտերնետ բանկինգի ոլորտում: Մնացած բանկերի կողմից ներդրված ինտերնետ կամ մոբայլ բանկինգը գրեթե առաջարկում են այն նույն ստանդարտ ծառայությունները, որը կարելի է հանդիպել նախորդ քննարկվածների մոտ: Կատարված ուսումնասիրության հիման վրա կարող ենք ասել, որ շուկայում առաջատար տեղ գրավելու հիմքեր ունի ԱյԴի բանկը՝ իր մոբայլ բանկինգով: Այդուհանդերձ, ուսումնասիրվող նորարարական բանկային ծառայության, մասնավորապես ինտերնետ բանկինգի, զարգացման նկատառումով առկա են խոչընդոտներ արդի պայմաններում ՀՀ-ում ինտերնետ բանկինգի զարգացման խոչընդոտ կարելի է դիտարկել ՀՀ ֆինասականան շուկայում գործող վճարային համակարգերը՝ իրենց հավելվածներով (Tellcell Wallet, Easy Wallet, Idram), քանի որ դրանք, ինքնին, կատարում են գրեթե բոլոր այն գործողությունները, որոնք կպարունակի որևէ ստանդարտ ինտերնետ բանկինգ: Սրանք հնարավորություն են տալիս հեշտույթյամբ կցել բոլոր բանկերի վճարային քարտերը մեկ տեղ: Եվ հենց այս խոչընդոտը ԱյԴի բանկի համար կարելի է համարել հաղթահարված, քանի որ 2-ը մեկտեղվում են: Դեռևս առաջատար չլինելը, հավանաբար, կապված է շուկա դեռևս նոր մուտք գործելու հետ և՛ որպես բանկ, և՛ որպես յուրօրինակ մոբայլ բանկինգ: Ինտերնետ բանկինգի համար կարևոր առավելություն կարելի է համարել միջազգային փոխանցումների (Swift) առկայությունը, որը, ինչպես փաստվեց, որոշ բանկեր սպասարկում են առցանց տիրություն: Սրանք, ինքնին, ռիսկային փոխանցումներին կարելի է դասել, քանի որ պետք է պարունակեն գու-

մարը ստացող բանկի, հաճախ նաև միջնորդ բանկի վավերապայմանները, որոնց ոչ ճշգրիտ կամ թերի տեղադրումը համակարգում, կարող է սխալ փոխանցման արդյունք դառնալ: Եվ հատկանշական տարբերությունների մեկը, որը հաճախորդի համար միգրացիոն ամենակարևորն է, ինտերնետ բանկինգի ծառայությունների սակագներն են: Ինքնին դրա գրանցումը, ակտիվացումը գրեթե միշտ համարվում է անվճար, սակայն հիմնական ծառայությունները կատարվում են միջնորդավճարով, հատկապես այն պարագայում, երբ տվյալ բանկի մոբայլ բանկինգը թույլ է տալիս իրեն կցել այլ բանկային քարտեր նույնպես՝ օր.՝ Արարատբանկ, Ինեկոբանկ: ՎՏԲ Հայաստան բանկի առաջարկած հավելվածը, ինչպես վերը ասվել է արդեն, շատերի հետ համեմատ առաջարկում է ծառայությունների ավելի քիչ ծավալ, սակայն ցանկացած գործողություն իրականացվում է անվճար:

Հետազոտությունն ավելի ամբողջական տեսքի բերելու համար իրականացվել է սոցիոլոգիական հարցում տարբեր առևտրային բանկերի ինտերնետ բանկինգի ծառայություններից օգտվողների շրջանակում՝ տարբեր տարիքային խմբերով: Նախ թիրախային խմբերին անդրադառնալով՝ պետք է նշել, որ ՀՀ-ում ինտերնետ/մոբայլ բանկինգ օգտվողների շրջանակում գերակշիռ մաս են կազմում՝ 18-30 տարեկան անձիք, այնուհետև 31-49, և օգտվողների ամենաստվար զանգվածը 50 և ավելի բարձր տարիքային խումբն է. ըստ այս սոցիոլոգիական հարցման արդյունքների, որին մասնակցել է 150 անձ, տարիքային հարաբերակցությունը կազմում է համապատասխանաբար 67.3%, 26.6%, 6.1 %: Այս հանգամանքը պայմանավորված է ՀՀ-ում տարիքի մեծացմանը զուգահեռ համացանցի նկատմամբ հասանելիության և համակարգիչների ու smartphone-ների օգտագործման դժվարությունների հետ: 50 և ավելի բարձր տարիքի անձանց մեծ մասը ինտերնետ բանկինգի օգտագործմանը տալիս է բացասական պատասխան՝ նշելով, որ պարզապես դժվարանում է օգտվել նորագույն տեխնոլոգիաներից ու համացանցից, չնայած օգտվում են բանկային ծառայություններից: Հարցումը կարելի է համարել բավականին արդյունավետ ու վստահելի, քանի որ հարցվողների մոտ 40.7%-ը

օգտվում է ինտերնետ բանկինգի տարբեր ծառայություններից 1 տարուց ավել, և օգտագործման հաճախականությունը բնութագրելիս մոտ 44.7%-ը օգտվում է շատ հաճախ, 37.3%-ը՝ հաճախ, 12.0%-ը՝ հազվադեպ, և վերջապես 6%-ը՝ շատ հազվադեպ: Սա, ինքնին, ցույց է տալիս, որ այն հաճախորդները, որոնք օգտվում են այդ ծառայություններից, նախընտրում են օգտվել բավականին մեծ հաճախականությամբ՝ խուսափելով նույնը կատարել բանկի մասնաճյուղ մոտենալով: Հարցման անկյունաքարային հարցերից էր նաև թե քանի առևտրային բանկի ինտերնետ բանկինգի ծառայություններից են օգտվում հարցվողները: Հարցվողների շուրջ 51.3%-ը օգտվում է ընդամենը մեկից, իսկ մոտ 29.3%-ը՝ 2, իսկ մնացածը ավելի շատ քանակի բանկերի ծառայություններից: Հատկանշական էր այն, որ հաճախորդը արդեն օգտվելով որևիցե բանկի ինտերնետ բանկինգից՝ զուգահեռ լինելով նաև այլ բանկի հաճախորդ՝ կցանկանա՝ արդյոք օգտվել 2-ից: Պատասխանը անշուշտ դրական էր, քանի որ արդեն մեկ անգամ օգտվելը առաջ է բերում պահանջ մնացած բոլորից օգտվելու ավելի բազմազան ծառայությունների շրջանակից օգտվելու համար:

Այն հարցին, թե որ բանկի ինտերնետ բանկինգից են ավելի շատ օգտվում, իսկ որից՝ ամենագոհը, պատասխանը հազվադեպ էր տարբերվում: Այս հարցերի արդյունքները նախընտրելի է լինեն այնպես, որ 2-րդ հարցում այդ բանկի տոկոսային հարաբերությունը լինի մեծ կամ գոնե հավասար 1-ին հարցում ձևակերպված թվին, հակառակ պարագայում դա ցույց կտա, որ հաճախորդները օգտվում են ամենից շատ տվյալ բանկի ինտերնետ բանկինգի ծառայություններից, սակայն գոհ են այլ բանկի առաջարկից: Այսպես, արդյունքում ունենք այնպիսի պատկեր, որ նույնիսկ որոշ առևտրային բանկեր չեն ընտրվել հարցվողների կողմից որպես ամենից շատ օգտագործվող կամ ամենից շատ գոհացնող ինտերնետ բանկինգ առաջարկողներ: Երկու պարագայում էլ առաջատար բանկը Ինեկոբանկն էր համապատասխանաբար 26.7% ու 34.7% հարաբերակցությամբ, ինչը ցույց էր տալիս, որ մեծամասամբ այս բանկի կողմից ներդրված բանկինգը գոհացնում է հաճախորդներին: 2-րդ տեղը ՎՏԲ Հայաստան

բանկն էր՝ 22% ու 18% հարաբերակցությամբ: Այստեղ արդեն բախվում ենք հակառակ դեպքին, որք հաճախորդները, ճիշտ է, օգտվում են մեծամասամբ տվյալ բանկի առաջարկածից, սակայն ավելի գոհ են այլ բանկից: 3-րդը Ամերիաբանկը 15.3% ու 15.3% թվային հարաբերակցությամբ, այնուհետև Ակբա Կրեդիտ Ագրիկոլ Բանկը՝ 8% ու 5.3%, Արդշին բանկը՝ 6.7% ու 8%, ԱյԴի բանկը՝ 6.7% ու 5.3%, Կոնվերս բանկը՝ 5.3% ու 5.3%, Էյջ-Էս-բի-սի բանկը՝ 2.7% ու 2.7%, Արարատ բանկը՝ 2.7% ու 1.3% և Էվոկա ու Հայ Էկոնոմ բանկերը հավասարապես՝ 1.3% ու 1.3%: Հարցվողների մի ստվար զանգված նախընտրել է հրաժարվել պատասխանել այս հարցերին: Սրանից կարելի է եզրակացնել, որ ամենաբարենպաստ պայմաններում գտնվում է Ինեկո բանկը, ոչ միայն այն պատճառով, որ ունի օգտվողների մեծ շրջանակ, այլ նաև գոհունակության ճնշող գերակշիռ մակարդակ համեմատ մյուս բանկերի:

Ըստ վերոշարադրյալի, ինտերնետ բանկինգի միջոցով, կախված բանկից, կարող են իրականացնել մի շարք բանկային ու ոչ բանկային գործառնություններ: Հարցման արդյունքում կարող ենք առանձնացնել այդ գործառնությունները՝ ըստ դրանց կիրառման հաճախականության նվազման կարգի.

1. քարտային ու բանկային հաշիվների դիտում- ընտրել է հարցվողների շուրջ 79.3%-ը,
2. կոմունալ կամ բջջային օպերատորների վճարումներ- ընտրել է 56.7%-ը,
3. ներբանկային, միջբանկային փոխանցումներ- 52%,
4. վարկերի մարումներ, ավանդների համալրումներ- 33.3%,
5. քարտերի թողարկման, ընթացիկ հաշիվների բացման առցանց հայտեր- 12%,
6. պետական, հարկային վճարներ- 11.3%,
7. վարկերի, ավանդների առցանց հայտեր- 7.3%:

Ստացված արդյունքները բավականին խոստումնալից են, քանի որ մեծամասնությունը չի օգտագործում այն միայն հաշիվների կամ գործող փաթեթների դիտման համար:

Ինտերնետ բանկինգի կիրառումը պահանջում է համացանցի պարտադիր առկա-

յություն, որը արդեն կարող է առաջ բերել անվտանգության հետ կապված որոշակի խնդիրներ կամ երկմտանք հաճախորդների մոտ: Սակայն այս առումով հարցվողների մեծամասնությունը՝ 53.3%-ը ունի ճավելին քան անվտանգ՝ կարծիքը իր ինտերնետ բանկինգի վերաբերյալ, իսկ 29.3%-ը՝ ճբացարձակ անվտանգ: Ընդամենը 13.3%-ը բանկինգի անվտանգության նկատմամբ ունի չեզոք կարծիք, և միայն 4.1%-ը կարծում է, որ դա ունի բավականին ակնառու վտանգներ համացանցով օգտագործման հետ կապված:

Այս ամենից հետո հարց է ծագում, թե հաճախորդը բանկ ընտրելիս ինչքանով է հաշվի առնում ինտերնետ բանկինգի առկայությունը ու դրա որակը. պարզվում է 40.7%-ը շատ ուշադրություն է դարձնում, 34.7%-ը որոշ չափով է դարձնում ուշադրություն, 16%-ը՝ չեզոք, իսկ 8.6%-ի համար դա նշանակություն չունի բանկ ընտրելիս:

Եվ վերջապես, բանկերի կողմից կիրառվող քաղաքականությունը պետք է միտված լինի խթանելու ու խրախուսելու իրենց հաճախորդներին ավելի շատ օգտվելու իրենց կողմից մատուցվող նորարարական բանկային ծառայություններից՝ ինտերնետ բանկինգի ծառայություններից: Այս առումով հարցվողները առաջարկում են, թե որոնք են իրենց համար առաջնային պայմանները ավելի ինտենսիվ օգտագործման համար: Հարցվողների 51.3%-ը կարծում է, որ բոնուսային համակարգի առկայությունը կխթանի համակարգի կիրառումը. որոշ բանկեր, ինչպես վերը արդեն որոշ չափով քննարկվել է, առաջարկում են Qashback-ների ձևով համակարգ, որը կարող ենք համարել հիմք հետագայում արդեն բոնուսային ավելի ձևով համակարգի ներդրման համար: 39.3%-ը կարծում է, որ կարևոր հանգամանք է անվտանգության բարձրացումը: Բազմաթիվ համակարգեր այսօր գործում են VASCO Data Security ընկերության Digipass սարքերով, որոնք համաշխարհային առաջատար են առցանց համակարգերի համար իդենտիֆիկացիոն սարքեր արտադրող կազմակերպությունների մեջ: Համակարգերից օգտվելը պահանջում է հաճախորդի կողմից նախապես ընտրված մուտքանունի ու ծածկագրի միջոցով, որոնք սահմանելիս համակարգը նույնպես ունի մի

շարք չափանիշներ՝ ապահովելով դրանց հնարավորինս բարդ լինելը: 26%-ը կարծում է, որ համակարգի օգտագործման պարզությունը կարող է ավելի խթանել դրա տարածումը, և զարմանալիորեն տոկոսային հարաբերակցությամբ նվազագույն՝ 18.6% մասնաբաժին են կազմում այն հաճախորդները, որոնք կարծում են, որ համակարգի անվճար լինելն է խթանիչ:

Այս տոկոսային միավորները պետք է պարտադիր դիտարկել որոշակի շեղումներով, քանի որ, նախ, հարցման թիրախային խումբը մեծ չէ, և յուրաքանչյուր հարցում ունի իր բացառությունները, որոնք մասնակիորեն կարող են փոխել հետազոտության արդյունքը:

Ամփոփելով վերոշարադրյալը, կարող ենք փաստել, որ ինտերնետ բանկինգը ՀՀ-ում գտնվում է ակտիվ զարգացման փուլում, մինչև նույն ժամանակ առկա են խոչընդոտներ, որոնցից հատկանշական է առանձնացնել միջին ու բարձր տարիքի մարդկանց մոտ նորագույն տեխնոլոգիաներին ադապտացվելու դանդաղ տեմպերը, անվստահությունը առցանց համակարգում գործառնությունների նկատմամբ: Սակայն սա միայն հաճախորդի տեսանկյունից դիտարկելը նվազագույնը սուբյեկտիվ մոտեցում է. թերացում կարելի է համարել բանկերի կողմից հաճախորդներին համակարգին ու դրանում պարունակվող ծառայություններից օգտվելու կանոններին

ծանոթացնելու ոչ պատշաճ իրականացումը ու դրանցից օգտվելու հիմնական կանոնների բացակայությունը կամ լինելու պարագայում՝ թերիությունը: Այդուհանդերձ, ներկայումս ու հետագայում, անշուշտ, ինտերնետ բանկինգը դեռևս կմնա հաճախորդի համար իր միջոցների կառավարման յուրօրինակ գործիք, բայց քանի որ յուրաքանչյուրն էլ նախընտրում է հարմարավետությունն ու ժամանակի խնայողությունը, կընդլայնի դրա օգտագործման ծավալները ու կդառնա այս ծառայության նկատմամբ մեծ պահանջարկ ներկայացնող:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. http://www.armsoft.am/?p=hamakarger_internet_banking&lang=am
2. Banking and finance on the Internet/ Mary J. Cronin editor/ 1988 by John Wiley & Sons/ Page 41
3. https://www.idbank.am/news/?news=2407&fbclid=IwAR2X80eJr5QGmwIlbDF8Dh07Zr1bJ6rPh1awLz_y_CbsrWlec3imNxOnUU7U
4. <https://www.inecobank.am/hy/Individual/consumer-loans/1-click>
5. <https://banks.am/am/news/fintech/18169>
6. <https://www.vtb.am/am/remote-control-view/video-banking>
7. “Электронные банковские услуги” – Т.Н.Минина, к.э.н., Финансовая академия при Правительстве РФ

Տժանա՛շանձնվել է՛ 22.01.2020

Рецензирована/Գրախոսվել է՛ 25.01.2020

Принята/Ընդունվել է՛ 01.02.2020