

ՍԵՂԱ ՀԱՄԲԱՐՁՈՒՄՅԱՆ

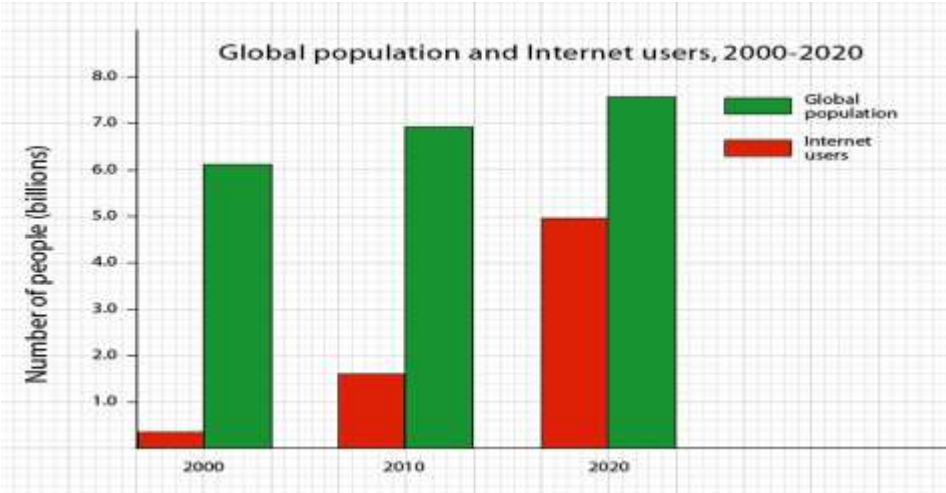
Կառավարման տեղեկավարական
համակարգեր, բակալավրիատ, 3-րդ կուրս

ԻՆՏԵՐՆԵՏ ԲԱՆԿԻՆԳ
(հեռահար սպասարկման համակարգ)

Հիմնաբառեր. ինտերնետ բանկինգ, բանկային ծառայություններ, տեղեկավարական տեխնոլոգիաներ, տեղեկավարական անվտանգություն

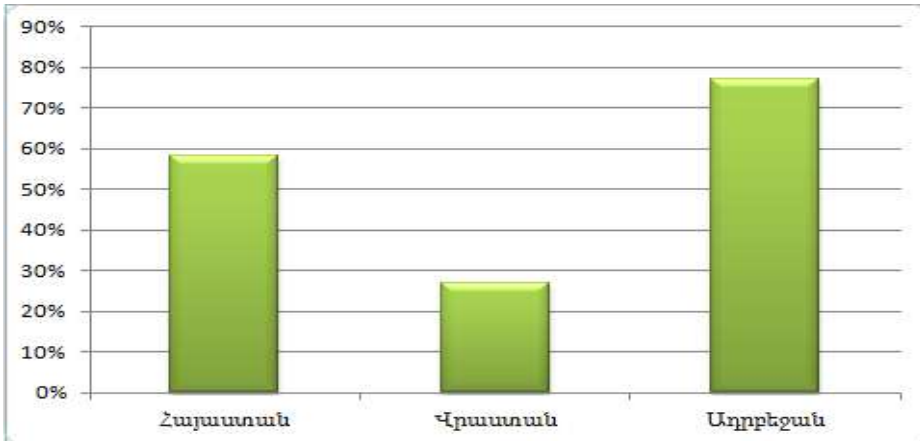
Ինտերնետ բանկինգը բանկային ծառայությունների հեռակառավարվող տեխնոլոգիայի ընդհանուր անվանումն է, որի միջոցով անձնական հաշիվների կառավարումը և տարբեր գործարքներ կատարվում են ցանկացած պահի, ցանկացած համակարգչով, որն ունի մուտք դեպի համացանց: Ինտերնետ բանկինգը ի հայտ է եկել համացանցի միջոցով՝ բանկային ծառայությունների հեռակա կարգով մատուցման համար: Հոդվածում կներկայացվեն ինտերնետ բանկինգի զարգացման նախապայմանները, առավելությունները և թերությունները:

Այսօր աշխարհում գոյություն ունի բանկային ծառայությունների երկու մոտեցում՝ դասական, որը ծառայությունները մատուցում է գրասենյակային տարածքներից, նաև հաճախորդներին հնարավորություն է տալիս իրենց հաշիվները կառավարել համացանցի միջոցով և վիրտուալ բանկեր, որոնք իրենց գործառնությունն իրականացնում են միայն համացանցի միջոցով: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման ժամանակակից ձեռքբերումները հանգեցրել են գլոբալ էլեկտրոնային միջավայրի ստեղծմանը, որտեղ կարող է նաև իրականացվել տնտեսական գործունեություն: Համացանցի միջոցով տնտեսական գործունեության հիմքում համացանցից օգտվողների թվաքանակն է: 2017 թ. նրանց թիվն աշխարհում կազմում էր 4.000.000.000:



Գծապատկեր 1

Այս թիվը 2010 թ. եղել է մոտավորապես 1.7 մլրդ: Համեմատության համար նշենք, որ տարածաշրջանում օգտվողների թվաքանակը կազմում է՝ Հայաստանում շուրջ 1.76 մլն (58,25%), Ադրբեջանում՝ 7.5 մլն (77%), Վրաստանում 1.2 մլն (27%):



Գծապատկեր 2

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաները հանգեցրին նաև բանկային համակարգի թվայնացմանը: Գլոբալ ցանցը դարձավ տեղեկատվության հիմնական աղբյուրներից մեկը և դրա տրանսպորտային միջոցը: Հարց է առաջանում՝ ո՞րն է դասական և համացանցային բանկերի տարբերությունը: Համացանցային են այն բանկերը, որոնք հաճախորդների հետ աշխատում և նրանց սպասարկում են բացառապես համացանցի միջոցով: Այս դեպքում հաճախորդը զրկված է գրասենյակի հետ կապի հնարավորությունից: Աշխարհում բանկերի մեծամասնությունը ընտրում է այս երկու ձևերի համատեղ կիրառումը: Համացանցային բանկի ստեղծման միտքն առաջացել է ԱՄՆ-ում: Դրա պատճառներից մեկը ԱՄՆ նահանգներում մասնաճյուղերի բացման սահմանափակումն էր: Հաճախորդի տեղափոխումը աննպատակահարմար էր երկու կողմերի համար. բանկը կորցնում էր հաճախորդին, իսկ հաճախորդը՝ բոլոր արտոնությունները, որոնք ձեռք էր բերել բանկում և նորից պետք է ապացուցեր իր վճարունակությունը: Բանկը ստիպված էր փնտրել մեթոդներ՝ սպասարկելու այն հաճախորդներին, որոնք գտնվում էին այլ նահանգներում: Առաջին վիրտուալ բանկը՝ Security First Network Bank (www.sfnb.com), բացվել է 1995 թ. ԱՄՆ-ում: Այն գործում է մինչ օրս և համարվում է լավագույններից: Իրական աշխարհում այն չունի ոչ գրասենյակ, ոչ մասնաճյուղեր և ոչ այլ բաղադրիչներ, որոնք բնորոշ են սովորական բանկերին: 1995-ին Արևմուտքում հայտնվեցին շատ այլ համացանցային բանկեր, որոնք առաջարկում էին նոր մակարդակի ծառայություններ և ամբողջ ծավալով օգտագործում էին համացանցի հաղորդակցական և ծառայողական հնարավորությունները: Այսօր այս համակարգով աշխատում են ոչ միայն խոշոր բանկերը, ինչպիսիք են՝ Wingspan, Fidor Bank, Bankmobile, Simple, GoBank, Number26, Hello Bank, Moven, Atom, Mondo Bank Citicorp, Bank of America, FirstUnion, Wells Fargo, Bank Austria, Union Bank, այլ նաև հարյուրավոր միջին և փոքր բանկեր:

Country Winners: Best Consumer Internet Banks**NORTH AMERICA**

Canada – Royal Bank of Canada
United States – Wells Fargo

EUROPE

Channel Islands – HSBC
Cyprus – Marfin Popular Bank Public
Greece – Piraeus Bank
Portugal – Activo Bank
Spain – Bankinter
Turkey – HSBC
UK – Lloyds TSB International

ASIA

Australia – Citi
Brunei – HSBC
China – Citi
Guam – Citi
Hong Kong – HSBC
India – Citi
Indonesia – Citi
Japan – Citi
Malaysia – CIMB Group
Pakistan – Standard Chartered
Philippines – BPI
Singapore – Standard Chartered
South Korea – Citi
Sri Lanka – HSBC

Taiwan – Chinatrust
Thailand – Citi
Vietnam – Citi

LATIN AMERICA

Anguilla – Scotiabank
Antigua & Barbuda – Scotiabank
Argentina – Santander Rio
Bahamas – Scotiabank
Barbados – Scotiabank
Belize – Scotiabank
Brazil – Banco Bradesco
British Virgin Islands – Scotiabank
Cayman Islands – Scotiabank
Chile – Banco Santander
Colombia – Bancolombia
Dominica – Scotiabank
Dominican Republic – Scotiabank
Grenada – Scotiabank
Guatemala – Banco Agromercantil de Guatemala
Guyana – Scotiabank
Jamaica – Scotiabank
Mexico – HSBC
Puerto Rico – Scotiabank
St. Kitts & Nevia – Scotiabank
St. Lucia – Scotiabank
St. Maarten – Scotiabank

St. Vincent & the Grenadines – Scotiabank
Trinidad & Tobago – Scotiabank
Turks and Caicos – Scotiabank
US Virgin Islands – Scotiabank
Venezuela – BBVA Banco Provincial

CENTRAL & EASTERN EUROPE

Czech Republic – mBank
Estonia – Swedbank
Latvia – Swedbank
Lithuania – Swedbank
Poland – BRE Bank
Romania – Citi
Russia – Alfa-Bank
Slovakia – mBank

MIDDLE EAST & AFRICA

Bahrain – Citi
Egypt – Citi
Israel – Bank Leumi
Jordan – Arab Bank
Kuwait – Kuwait Finance House
Lebanon – Blom Bank
Oman – Bank Muscat
Qatar – Mashreq Bank
Saudi Arabia – Samba Financial Group
United Arab Emirates – Standard Chartered
Zambia – Standard Chartered

Համացանցային բանկի գերադասելիության պատճառներից են մրցակցությունը, որի շնորհիվ տեխնոլոգիաները ընկալվեցին որպես հաճախորդներին գրավելու և պահելու միջոց, և ծախսերի արդյունավետությունը, քանզի համացանցի միջոցով բանկային ծառայություններ տարածելը և իրականացնելը առավել դյուրին և էժան է, քան ավանդական մասնաճյուղեր ստեղծելը, որոնք պահանջում են տարածք և աշխատակազմ: Ծախսերի կրճատման հաշվին այսպիսի բանկերը առաջարկում են առավել շահավետ տոկոսային դրույքաչափեր և ծառայությունների մատուցման պայմաններ, քանզի հաճախորդները իրենք են իրենց սպասարկում, ի տարբերություն սովորական բանկերի, ծախսեր չեն կատարվում աշխատակիցների վճարման համար: Այս հանգամանքն էլ թույլ է տալիս տնտեսված գումարի հաշվին առաջարկել ավանդի առավել բարձր տոկոսադրույք: Հենց սա ծանրակշիռ պատճառ էր մարդկանց համար, որպեսզի իրենց գումարները այլ բանկերից տեղափոխեն վիրտուալ բանկ:

Այսօր համացանցային բանկերի առաջնահերթ պայմանը մարքեթինգն է՝ հաճախորդների ներգրավումը համացանցի միջոցով, հետվաճառքը համացանցային բանկի և շարժական կապի միջոցով, սպասարկումը, ինչպես նաև հաճախորդների հետ փոխգործակցությունը էլեկտրոնային փոստի, SMS հաղորդագրությունների, սոցիալական ցանցերի միջոցով:

Բնութագրենք ինտերնետ բանկինգի հիմնական թերությունները՝

- թերությունների ցանկի առաջին տեղում վերջին տարիներին տեղեկատվական անվտանգության ոչ բավարար մակարդակն է, վճարման և հաճախորդների ֆինանսական ակտիվների անվտանգության պաշտպանության կազմակերպման անկատարությունը: Փորձագետներն այն կարծիքին են, որ երկար ժամանակ խնդիրներ կլինեն՝ կապված կիբեռհանցագործների կողմից անձնական տվյալների գողության հետ: Վերջինս տվյալներ գողանալու ամենատարածված ձևն է՝ հաճախորդին բանկային կազմակեր-

պության անունից SMS հաղորդագրություններ կամ փոստային ցուցակներ ուղարկելու միջոցով: Հի բացառվում խարդախության մեթոդներից նաև ֆինանսական էջերի ստեղծումը, որը 100%-ով նման է համացանցային բանկի ինտերֆեյսին և հաճախորդի էլեկտրոնային թվային ստորագրության կեղծումը տարբեր միջոցներով: Իհարկե, այս խնդրի գոյությունը բանկերի ղեկավարներին ստիպում է ակտիվորեն ուղիներ փնտրել՝ օգտվելով անվտանգության ոլորտի վերջին զարգացումներից:

- Կարևոր խնդիրներից է նաև ինտերնետ բանկինգում կարգավորող իրավական ակտի բացակայությունը: Չնայած տարածվածությանը և աճող հետաքրքրությանը այդ բանկերի նկատմամբ, այնուհանդերձ, նորմատիվ կարգավորման բացթողումները վերանայում են պահանջում:

- Տեխնիկական անսարքությունները խնդիրներ են, որոնք համակարգում կախված են օգտագործողների քանակից և բեռնվածության աստիճանից: Սակայն որոշ դեպքերում դա կապված է այն ծառայության հետ, որը սպասարկում է տեխնիկական աշխատանքների, լրացուցիչ գործառնությունների ներդնումը ծրագրային ապահովման մեջ: Տեխնիկական ծախսողումների պատճառով հաճախորդը կարող է չիրականացնել գործարքը, կամ հեռակառավարման հաշվի կառավարման հնարավորությունը կարող է չգործել: Այսպիսով, այս խնդիրները բացասաբար են ազդում բանկի հեղինակության վրա:

- Ինտերֆեյսի բարդությունը ստեղծված է ինտերնետ բանկինգի սպասարկման համար: Պետք է նշել, որ, որպես կանոն, բանկային կազմակերպությունները գնում են պատրաստի ծրագրեր և ուշադրություն չեն դարձնում այնպիսի մանրուքների վրա, ինչպիսիք են դրանց պարզությունը և բանկային վճարումների հստակությունը, իսկ հաճախորդները բախվում են ամենադյուրին բանկային վճարների դժվար իրականացման խնդրի հետ: Որոշ դեպքերում ծրագրային արտադրանքի բարդությունը հանգեցնում է նրան, որ հաճախորդները պարտադրվում են ուսումնասիրել իրահանգները և առաջարկությունները: Այդպիսով, ինտերնետ բանկինգը սկսում է ընկալվել բացասականորեն, և բանկը չի ներկայանում որպես բիզնես, որը շահույթ է տալիս, այլ՝ որպես ծառայությունների մատուցման միջոց:

- Հաճախորդների տեղեկացվածության անբավարար մակարդակը բանկի նոր տեխնոլոգիաների և խարդախ գործունեությունից պաշտպանության ուղիների մասին առաջին հերթին կապված է ինտերնետ բանկինգին վարկային կազմակերպության վերաբերմունքի հետ (որպես համադրելի ծառայություն): Բիզնեսի մասնաճյուղային գործարարության մոդելը հանգեցնում է նրան, որ հաճախորդի անբավարար իրազեկումից նա կամ պարզապես չի օգտվում ծառայությունից, կամ ընկնում է խարդախների ձեռքը: Բացասական փորձ ձեռք բերելով՝ նա կշարունակի հրաժարվել այդ ծառայությունից:

- Այսօր նախկինի պես արդիական է էլեկտրոնային ծառայությունների սահմանափակ տեխնիկական հնարավորությունների խնդիրը: Բանն այն է, որ հեռահաղորդակցության անհամաչափ զարգացման հետևանքով մարզերում օգտվողը չունի տվյալների փոխանակման գերարագ կապ, որը կարող է ապահովել համացանցային բանկային տեխնոլոգիայի բնականոն գործողությունը: Այդ դեպքում հաճախորդները ստիպված են բջջային հեռախոսի ցան-

ցը օգտագործել անձնական էջ մուտք գործելու համար, որի պատճառով գործողության արագությունը և համակարգի գործառնական մասը տուժում են:

Այսօր ամբողջ աշխարհում բանկային ոլորտը վերափոխվում է նոր և բոլորովին անճանաչելի ձևաչափի: Ոլորտի մասնագետները միակարծիք են, որ այսօր ականատեսն ենք բանկային 3-րդ տեխնոլոգիական հեղափոխության, որն առաջիկա տարիներին ամբողջությամբ փոխելու է բանկերի վերաբերյալ մեր պատկերացումները, ինչից, բնականաբար, անմասն չի մնալու նաև Հայաստանը: Ինչ վերաբերում է գլոբալ զարգացումներին, ապա ըստ հեղինակավոր միջազգային վերլուծաբանական կենտրոնների ուսումնասիրությունների՝ 2015 թ. աշխարհում մոբայլ բանկինգից օգտվողների քանակը հատել է 1 միլիարդի սահմանը: Իսկ մոբայլ հավելվածների միջոցով բանկային հաշիվներին կատարված դիմումների քանակն առաջին անգամ գերազանցել է բանկերի բաժանմունքներում կատարված դիմումների քանակը: Սպասվում է, որ 2020 թ. մոբայլ բանկինգից օգտվողների քանակն աշխարհում կհատի 2 միլիարդի սահմանը: Աշխարհի բնակչության 26%-ն արդեն հեռախոսն օգտագործում է բանկային ծառայություններին ծանոթանալու, ինչպես նաև դրանցից օգտվելու համար: Չինաստանում այդ մասնաբաժինը գերազանցում է 50%-ը: Դեռևս 2013 թ. չկար որևէ երկիր, որի մասին կարելի էր այդպես արտահայտվել: Իսկ այսօր Չինաստանում վեբ-կայքերից համացանցային բանկ համակարգով կատարվող գործարքների մասնաբաժինը 2 տարում 40%-ից նվազել է 25%-ի, մինչդեռ մոբայլ բանկինգի մասնաբաժինը 15%-ից աճել է՝ հասնելով 42%-ի: Համեմատության համար նշենք, որ Ռուսաստանում համացանցային բանկ համակարգից օգտվող հաճախորդների մասնաբաժինը կազմում է շուրջ 25%, իսկ մոբայլ բանկինգից օգտվողներինը՝ շատ ավելի պակաս: Հաճախորդների մեծամասնությունը դեռևս գերադասում է բանկի հետ շփվել բաժանմունքներում: Գրեթե նույն պատկերը Հայաստանում է: Իսկ Մեծ Բրիտանիայում, օրինակ, օրական ավելի քան 1 մլրդ ֆունտ ստերլինգ է փոխանցվում՝ օգտագործելով բանկային մոբայլ հավելվածները: Հատկանշական է, որ կարգավորող մարմինները ևս մասնակցում են զարգացումներին: Այսպես, 2016 թ. Հնդկաստանի կենտրոնական բանկը բոլոր բանկերից պահանջել է մոբայլ բանկինգի գրանցման հնարավորություն ապահովել բանկումատների միջոցով: Հայաստանում, այս առումով, դրական տեղաշարժեր նկատվում են, սակայն դրանք, իհարկե, բավարար չեն, որպեսզի առցանց ծառայությունները համարվեն պահանջված: Այնուամենայնիվ, հայ հասարակության տարբեր շերտեր բանկային ծառայությունների ներթափանցմանը զուգահեռ աճում է նաև համացանցային օգտատերերի թվաքանակը, և ինտերնետ բանկինգը՝ որպես ավանդական բանկային սպասարկման հավելյալ ծառայություն, գուցե, դեռևս մեծ պահանջարկ չի վայելում, սակայն արդեն ճանաչելի է: Հայաստանում ևս կան բանկային 3-րդ տեխնոլոգիական հեղափոխության համար բոլոր նախադրյալները: Ավելի քան 1,5 մլն մարդ, այն է՝ Հայաստանի բնակչության 50%-ը, օգտվում է համացանցից, իսկ բջջային հեռախոսների 30%-ը սմարթֆոն է: «Ամերիա» խորհրդատվական ընկերության ուսումնասիրության համաձայն՝ Հայաստանում գործող 21 բանկերից միայն երեքը չունեն առցանց բանկինգի ծառայություն՝ նախատեսված ֆիզիկական անձանց համար: Միաժամանակ, ընկերության կողմից երկրի 11 քաղաքներում կազմակերպված հարցումը ցույց է

տվել, որ բանկերի հաճախորդների շրջանում առցանց բանկինգից օգտվողների մասնաբաժինը 2014 թ. կազմել է 2%՝ 2013 թ. գրանցված 1%-ի համեմատ:

ՀՀ-ում համացանցային բանկերը մատուցում են հետևյալ ծառայությունները՝

- հաշիվներից դուրսգրումներ,
- բանկային ծառայությունների տեղեկության տրամադրում (ավանդ, վարկ և այլն),
- ավանդի բացման դիմում, վարկի ստացում, բանկային քարտի տրամադրում և այլն,
- ներքին փոխանցումներ բանկային հաշիվներին,
- փոխանցումներ այլ բանկերի հաշիվներին,
- ռեսուրսների փոխարկում,
- ծառայությունների համար վճար:

Առաջարկությունները հետևյալն են.

1. Հաճախորդները ուշադրություն են դարձնում հատկապես ինտերնետ բանկինգի օգտագործման անվտանգության խնդրին, և արդյունավետ գործունեության համար պետք է օգտագործել անվտանգության սարքեր, որոնց էությունը կրկնակի նույնականացման մեջ բարձրորակ առցանց ծառայությունն է: Կարևոր հանգամանք է մեկանգամյա գաղտնաբառերի միջոցով գործարքների հաստատումը:

2. Հաշվի առնելով հաճախորդների ցանկությունները՝ անհրաժեշտ է պարզ ինտերֆեյսի ներդնումը, որը կհեշտացնի օգտվողի աշխատանքը:

3. Հաճախորդներին իրազեկել և ծանոթացնել տվյալ ծառայության առավելություններին և ներգրավել այդ ոլորտ:

4. Համացանցի միջոցով հաճախակի վճարումներ անելու դեպքում հաճախորդին տալ հատուկ բոնուսային միավորներ, որոնք հետո հնարավոր կլինի փոխանակել նվերների, հատուկ զեղչերի կամ գումարի հետ:

Եվ եզրակացությունը հետևյալն է՝ առցանց բանկինգի անվտանգության ապահովումը պահանջում է լուրջ ֆինանսական ներդրումներ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների փոխանցման բարելավման, սպառողների նախասիրությունների ուսումնասիրության, ինտերֆեյսի գործառույթային փոփոխության համար, ինչպես նաև անհրաժեշտ է տեղեկատվական և գովազդային արշավների իրականացում:

СЕДА АМБАРЦУМЯН ИНТЕРНЕТ БАНКИНГ

Ключевые слова: интернет-банкинг, банковские услуги, информационные технологии, информационная безопасность.

Интернет-банкинг - это общее название для технологий удаленного банковского обслуживания, через которой доступ к персональным учетным записям и различным операциям реализуется в любое время, с любого компьютера, имеющего доступ к Интернету. Интернет-банкинг появился для предоставления банковских услуг дистанционно, через Интернет. Ниже будут представлены предвзятые условия, преимущества и недостатки развития интернет-банкинга.

SEDA HAMBARCUMYAN
INTERNET BANKING

Key words: *Internet banking, banking services, information technology, information security.*

Internet banking is a common name for remote banking technologies through which access to personal accounts and various transactions is realized at any time from any computer that has access to the Internet. Internet banking appeared to provide banking services remotely, via the Internet. Below, preliminary conditions, advantages and disadvantages of Internet banking development will be presented.

ԱՆՈՒՇ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ

Մակրոտնտեսական քաղաքականություն և կանխարեսում, բակալավրիատ, 3-րդ կուրս

**ՀՀ ՊԵՏԱԿԱՆ ՊԱՐՏՔԸ ԵՎ ԴՐԱ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ
ՀԵՏԵՎԱՆՔՆԵՐԸ**

Հիմնաբառեր. *պետական պարտք, արտաքին պետական պարտք, հարկաբյուջեպային սահմանափակումներ, պետական պարտքի սպասարկում, պետական պարտքի կառավարում*

Հոդվածում քննարկվել են պետական պարտքի էությունը, ներգրավման նպատակները և աճի շարժընթացը ՀՀ-ում: Վերլուծվել է ՀՆԱ/պետական պարտք հարաբերակցությունը, որը դրսևորում է անընդհատ աճի միտում վերջին տարիներին մոտենալով վրանգավոր սահմանագծի:

Ներկայացվել են պետական պարտքի՝ ՀՀ տնտեսության վրա ունեցած հնարավոր դրական և ակնառու բացասական հետևանքները՝ ընդգծելով մրահոգիչ սահմանագծից այն հեռացնելու կենսական անհրաժեշտությունը:

Տնտեսագիտական գրականությունում պետական պարտքի բազմաթիվ սահմանումներ կան, որոնցից ամենաընդհանրականը այն դիտարկում է որպես տարբեր տարիների պետբյուջեների պակասուրդների/ավելցուկների հանրագումար:¹ «Պետական պարտքի մասին» ՀՀ օրենքի համաձայն՝ պետական պարտքը Հայաստանի Հանրապետության անունից (բացառությամբ՝ ռեզիդենտների հանդեպ Կենտրոնական բանկի առկա պարտքային պարտավորությունների) և ՀՀ ԿԲ անունից ստանձնված և որոշակի պահի դրությամբ առկա պարտքային պարտավորությունների հանրագումարն է²:

Ներկայումս պարտքի ներգրավումը լայն տարածում ունի աշխարհում, և հազվադեպ է հարց ծագում, թե ի վերջո ինչ նպատակով է այն ներգրավվում: Աշխարհում գրեթե երկիր չկա, որ ապրում է առանց պարտքի, և պարտքերի ներգրավումը աստիճանաբար մեծ ծավալներ է ընդգրկում:

¹ Տե՛ս Հ.Բ. Ղուլչյան, Գ.Ա.Ավագյան, Մակրոտնտեսական կարգավորում, հեղինակային հրատ., Երևան, 2008 թ., էջ 244:

² Տե՛ս «Պետական պարտքի մասին» ՀՀ օրենք, գլուխ 1, հոդված 2: