

# СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ НА ОНЛАЙН БАНКИРАНЕТО В БЪЛГАРИЯ

[Доц. д-р Божидар Виолинов Божинов](#)  
[Ас. Николай Антонов Георгиев](#)

## **Резюме**

Банковото дело в международен мащаб е непрекъснат процес на еволюция и усъвършенстване. Навлизането на новите информационни технологии в банковите институции оказва влияние върху дейността им, както за намаляване на разходите по събирането, съхраняването, обработката и пренасянето на информацията за транзакциите, така и за налагането на алтернативни способи за достъп до банковите услуги, един от които е електронното банкиране. Непрекъснато увеличаващият се процент на потребителите, ползващи електронни банкови услуги потвърждава огромния потенциал на дигиталните технологии в банковия сектор. Настоящото изследване представя резултатите от анкетно проучване, проведено сред 523 човека в периода юни – ноември 2011 г.

**Ключови думи:** електронно банкиране, банково дело, информационни технологии

**JEL:** G21

## **ON-LINE BANKING IN BULGARIA – STATUS AND TRENDS**

[Assoc. Prof. Bojidar Violinov Bojinov, Ph.D](#)  
[Assist. Prof. Nikolaj Antonov Georgiev](#)

## **Abstract**

Banking on an international scale is a continuous process of evolution and improvement. The advent of new information technology in banking institutions affects their activity, reducing the costs of collection, storage, processing and handling of information about the transactions and the imposition of alternative means of access to banking services, one of which is e banking. Ever increasing percentage of consumers using electronic banking services confirms the enormous potential of digital technology in the banking sector. This study presents the results of survey conducted among 523 people in the period June - November 2011

**Key words:** electronic banking, banking, IT

**JEL:** G21

### **Въведение<sup>1</sup>**

Навлизането на новите информационни технологии в банковите институции оказва влияние върху дейността им, както за намаляване на разходите по събирането, съхраняването, обработката и пренасянето на информацията за транзакциите, така и за налагането на алтернативни способи за достъп до банковите услуги, един от които е електронното банкиране.

Като важни участници на пазара, банките стават все по-агресивни при използването на възможностите на електронното банкиране, които включват усъвършенствани маркетингови системи, съсредоточени върху нуждите на клиента за предлагане на виртуалното банкиране. Тази област е силно динамична, тъй като постоянно се появяват нови технологии, които позволяват многообразие от алтернативи за доставка, както и новаторски продукти и услуги, а това е истинско предизвикателство за банките по пътя на усъвършенстване на продукта електронно банкиране и неговото предлагане.

Непрекъснато увеличаващият се процент на потребителите, ползващи електронни банкови услуги потвърждава огромния потенциал на дигиталните технологии в банковия сектор. Разбира се, при електронното банкиране съществуват и проблеми – например със сигурността на преноса на данни. Развиващите се компютърни технологии, обаче, позволяват те да се отстранят и да се усъвършенства услугата електронно банкиране.

Настоящото изследване си поставя за цел на база анкетно проучване извършено в периода юни – ноември 2011 година на територията на гр. Свищов и обхванало 523 респонденти да очертае текущото ползване и очакванията на потребителите за бъдещето на електронното банкиране у нас. Поради своята ограниченост по територия и обхват на респондентите, настоящето изследване не претендира за представителност. Преобладаващият брой анкетираните са студенти задочно обучение в Стопанска академия, от различна възрастова група и местоживееене, което индиректно ни позволява да очакваме относително верни тенденции от изследването.

### **Състояние и тенденции на електронното банкиране у нас – резултати от анкетно проучване**

Анкетното проучване бе насочено към установяване на текущото състояние и нагласите в следните общи направления:

- Профил на анкетираните (възраст, образование, доход, тип местоживееене, технологични и компютърни умения)
- Текущо ползване на електронното банкиране (притежание на карти, банкови сметки, GSM и интернет банкиране)
- Платежна култура (начини и способи на плащане, предпочитани платежни инструменти, честота на плащане)
- Нагласи за ползване на нови услуги
- Информираност за предлаганите от банките продукти и свързаните с тях рискове

---

<sup>1</sup> Въведението е написано от доц. д-р Б. Божинов, изложението и заключението – от ас.Н. Антонов

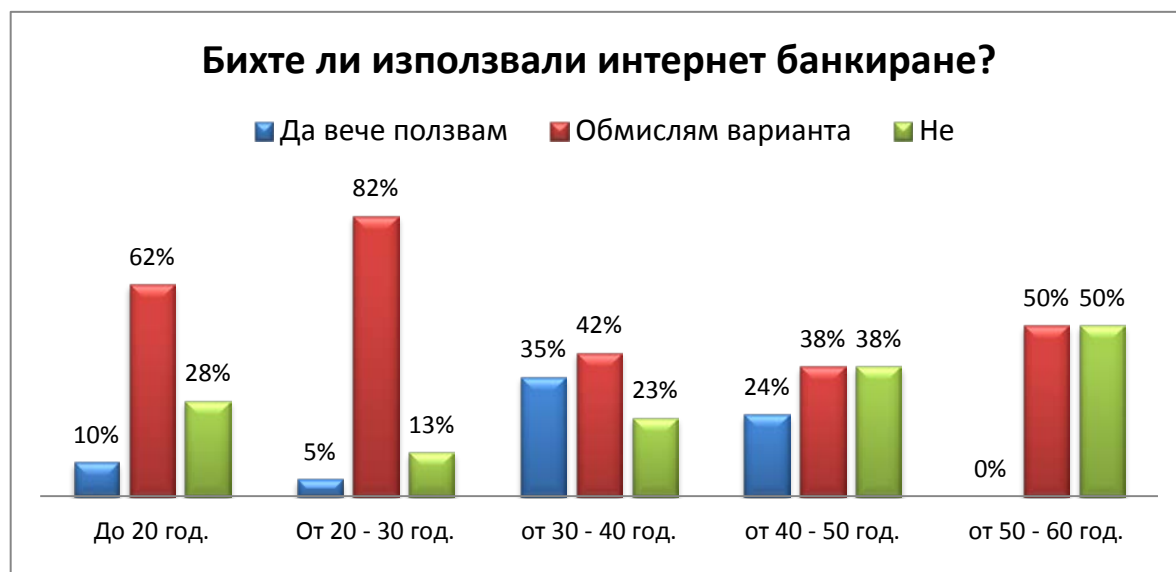
Божидар Божинов, Николай Антонов

Анализът акцентира върху настройката и към ползването от различните възрастови групи на услугата „Електронно банкиране”. При анализа е обърнато особено внимание на потребителите до 30-годишна възраст, защото според авторите именно те са представители на поколението, което използва най-много съвременните технологии и именно към тях трябва да бъдат насочени усилията на банките да бъдат привлечени като бъдещи клиенти на услугата „Електронно банкиране”.



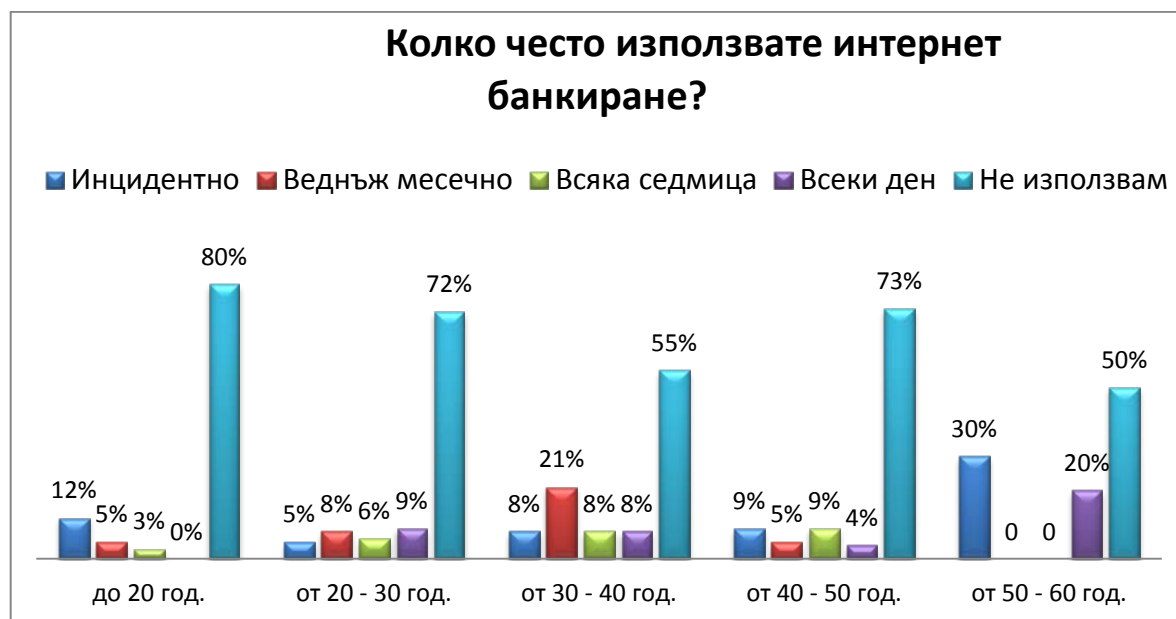
Фигура 1 - Текущо ползване на „Интернет банкиране”

Отговорите на въпроса „Ползвали ли сте интернет банкиране?” показва бариерата, която се очертава между потребителите до и над 30-годишна възраст. От графиката е видимо, че въпреки слабото използване на интернет банкирането, то преобладаващо се използва от анкетираните които са над 30-годишна възраст. Едно от обясненията, че по-младите потребители са използвали много по-малко тази услуга, е че значителна част от анкетираните са студенти, които все още не работят. Именно те са потребителите, на които банките трябва да обърнат особено внимание, за да бъдат привлечени за в бъдеще като клиенти.



Фигура 2 – Нагласа за ползване на интернет банкиране

Потвърждение на по-горните резултати можем да открием във Фиг.2, която ясно показва, че потребителите до 30-годишна възраст са доста положително настроени към услугата „Електронно банкиране“.



Фигура 3 – Честота на ползване на „Интернет банкиране“

Отговорите на въпроса „Колко често използвате интернет банкиране?“ отново потвърждават, че младите потребители до 30 години използват много по-малко интернет банкирането от останалите. Въпреки големия процент на тези, които са отговорили „Не използвам“ интернет банкиране интересно е, че част от потребителите до 30 години все пак са използвали „Интернет банкиране“ по една или друга причина.



Фигура 4 – Потребителски нагласи към цените на услугите за „Интернет банкиране”

Резултатите показани на Фиг.4 ясно показват, че почти всички отговорили са отбелязали, че „Интернет банкирането” е по-евтино от това да се ходи до банково гише. Интересно е, че ако съчетаем резултатите с тези от предходните графики, можем да заключим, че въпреки, че потребителите знаят че услугата „Интернет банкиране” е по-евтина от това да се ходи до банково гише, те все още предпочитат да използват стария метод за контакт с банките. Това означава, че те не се чувстват сигурни при използване на услугата и за да бъдат привлечени като клиенти е необходимо банките да работят в тази насока. От друга страна, големият процент на отговорилите, че не могат да преценят е доказателство за оскъдната информация предоставяна от банките и липсата на контакт с потребителите за анонсирането на тази услуга.



Фигура 5 – Потребителски нагласи за сигурността на транзакциите при „Интернет банкиране“

Като цяло резултатите от Фиг.5 отново потвърждават слабата информираност на населението за услугата „Интернет банкиране“, включително и за аспекта, свързан с нейната сигурност. Интересно е да се отбележи, че като цяло доминира виждането, че услугата е достатъчно сигурна. Съотношението в отговорите „По-сигурно от това на банково гише“/”По-рисково от това на банково гише“ е 8,8%/2,2%. и е потвърждение за положителната настройка на потребителите към „Интернет банкирането“.



Фигура 6 - Потребителска нагласа за мобилност на ползването на банковите услуги

При анализа на Фиг.6 важно е да се отбележи, че проблемът със сигурността отново е водещ, тъй като повече от половината са отговорили, че искат да имат достъп от точно определени места за повече сигурност. Интересен е и фактът, че почти половината от отговорилите държат на своята мобилност, като желаят достъп от всяка възможна точка.



Фигура 7. Популяризиране на услугата за онлайн банкиране

Божидар Божинов, Николай Антонов

В подкрепа на разсъжденията, които бяха направени до този момент могат да се посочат и резултатите от Фиг.7, които ясно показват, че услугата „Интернет банкиране“ е слабо популяризирана и се нуждае от повече реклама. За това говори и доминиращият процент на отговорилите „Не мога да преценя“, като може да се предположи, че те не използват услугата и не са запознати какво представлява. Това което трябва да се отбележи е, че младото поколение смята, че е необходимо популяризиране на „Електронното банкиране“ в България, както и на възможностите, които предлага услугата.

## **Заклучение**

За съжаление България е на едно от последните места в Европейския съюз като процент от населението, което използва интернет банкиране. Сред всички предимства, които предлага виртуалното банкиране може би може да се открие сигурността и по-ниските такси и комисионни. Развитието на електронното банкиране в особена степен зависи и от развитието на банките. Именно банките и новите технологии правят отдалеченото банкиране възможно и това дава възможност на потребителите да разполагат със своите пари по всяко време и да използват услуги от разстояние с използването на компютър или мобилен телефон.

Настоящото изследване показва актуалното състояние на онлайн банкирането в България. Чрез направена анкета в периода юни – ноември 2011г. са получени реални резултати за състоянието на електронното банкиране и банковата система в нашата страна. На база на тези резултати е направен подробен анализ на онлайн банкирането и неговите проблеми. Като основен проблем в настоящото изследване се очертава слабата информираност на потребителите вследствие на ограничената информация от страна на банките. Друг основен проблем е голямото недоверие в онлайн банкирането сред потребителите, което отново е вследствие на липса на предоставена информация от страна на банките за всички предимства и приоритети, които позволява този тип услуга.

От така изложените факти се вижда, че в последните години има увеличение на използваните услуги чрез електронно банкиране. Най-голям принос за това явление имат банките, които непрекъснато разширяват обхвата на услугите, които могат да се използват, както и постоянното внедряване на нови технологии, чрез които се развива отдалеченото банкиране. Все пак, за да се постигне значителен напредък в използването на отдалеченото банкиране е необходимо банковите клиенти да бъдат стимулирани да използват този тип услуги чрез предоставяне на преференции, спестяване на време, по-богати възможности и т.н.

Друга посока, в която трябва да се работи е увеличаване на доверието на потребителите в отдалеченото банкиране. Основна причина за това е скептично настроените банкови клиенти, които все още предпочитат личния контакт в банковите салони пред това да използват електронна система.



**Библиография**

1. eBanking Strategies in Europa 2003. - A Datamonitor Report, Apr 03 (<http://www.datamonitor.com/~//Products/DMV/Free/Report/DMFS1538>); ePayment technology in Europa and US: Cashing in on the payment revolution. - A Datamonitor Report, Mar 2002. (<http://www.datamonitor.com/~//Products/DMV/Report/DMVC0822>).
2. Lichtenstein , S., K. Williamson, Understanding consumer adoption of internet banking: an interpretive study in the Australian banking context, <http://www.deakin.edu.au/dro/view/DU:30003904>
3. Singhal, D., V. Padhmanabhan, A Study on Customer Perception Towards Internet Banking: Identifying Major Contributing Factors, The Journal of Nepalese Business Studies Vol. V No. 1 Dec. 2008
4. Божинов, Б. Отдалеченото банкиране в България – текущо състояние и основни дистрибутивни канали. сп. Бизнес управление, бр.2, Свищов, 2003
5. Божинов, Б., Мениджмънт на банковите разплащания (свитък с материали за самоподготовка), АИ “Ценов”, Свищов, 2003.
6. Михайлов, Е., Божинов, Б. и др., Банково обслужване на икономическите агенти, АБАГАР, В. Търново, 2003, с. 305.
7. Христов, Хр. Виртуални – а защо не?, Първа инвестиционна банка, <http://www.fibank.bg/blog/?p=1988>
8. Христов, Хр. Колкото по-виртуални, толкова по-реални, Първа инвестиционна банка, <http://www.fibank.bg/blog/?p=1980>