

Особенности маркетинга банков в Интернете

Виктор Иванович Галактионов,
независимый аналитик, galax@mail.ru

До недавнего времени Интернет воспринимался многими исключительно как рекламное место, где престижно размещать информацию о компании и в последующем на визитной карточке печатать адрес сайта. Однако развитие Интернет идет в направлении бизнеса в совершенно различных областях, что вызывает постепенный пересмотр традиционного восприятия Интернет как альтернативного более дешевого и широкого канала доступа к производимым компанией продуктам и услугам, в то время как маркетинговые подходы остаются в большей степени традиционными. В среде Интернет традиционный маркетинг в чистом виде неприменим и подлежит если не разработке с чистого листа, то, по крайней мере, существенному пересмотру. Настоящая статья посвящена вопросам реинжининга традиционного маркетинга с учетом специфики Интернета на примере деятельности российских и зарубежных банков и брокерских компаний.

Лежат два программиста на берегу моря. Один другому:
– Смотри, какие облака...
Другой:
– Да, это они умеют!

Автора долго терзали различные мысли по поводу грустного состояния сайтов российский банков в Интернете и сомнения, может это только у автора такое предвзятое отношение к банковским сайтам. Автор даже предпринял попытку провести локальное исследование по отдельным вопросам и собрать по ним публичное мнения, что вызвало негодование и было воспринято некоторыми традиционными «пиарщиками» как недостойное занятие и подкуп под сложившиеся устои традиционного маркетинга. Наконец, чтобы не возвращаться каждый раз к одним и тем же мыслям, автор принял решение изучить общероссийские и общемировые тенденции в современном сайтостроении, зафиксировать и опубликовать все связанные с этим мысли. Для этого автор «зашел с широким неводом», изучил более сотни российских и зарубежных банков и брокерских компаний. Полученная в результате информация показалась автору достаточно ценной и актуальной для многих банков. Если хотя бы один банк или брокерская компания, как, впрочем, любая другая компания, воспользуется изложенными мыслями и рекомендациями, то автор будет считать свою цель достигнутой.

Различия традиционного и Интернет маркетинга

Современный экономический словарь¹ определяет маркетинг как «обширная по своему спектру деятельность в сфере рынка товаров, услуг, ценных бумаг, осуществляемая в целях стимулирования сбыта товаров, развития и ускорения обмена, во имя лучшего удовлетворения потребностей и получения прибыли». Российские «пиарщики» часто понимают под маркетингом узкое направление – анализ рынка, который является составной частью маркетинга, наравне с разработкой товара, ценовой стратегией, политикой, рекламой. В статье автор придерживается широкого понимания термина «маркетинг».

Для начала тезисно перечислим несколько агрессивных решений традиционного маркетинга на примере недавно открытого магазина ИКЕА:

- Печать цветного буклета магазина очень большим тиражом (снижение удельной стоимости одного рекламного буклета).
- Заблаговременная (за несколько недель до открытия магазина) рассылка практически во все почтовые ящики москвичей буклетов нового магазина (тотальная, неизбирательная рассылка, заблаговременный разогрев рынка).
- Дополнение почтовой рассылки буклетов широковещательной рекламой и рекламными щитами на улицах.
- Объявление фиксированной низкой цены товаров.

¹ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь – 2 изд., исправ. – М.: ИНФРА-М, 1998

- Публикация в буклете схемы проезда до магазина
- Расположение магазина за пределами МКАД, организация маршрутных такси от ближайшего метро, большая стоянка для личного автотранспорта («естественный отбор» клиентов среднего класса).
- Установка по всему пути начиная от МКАД ясных указателей «Дорога в ИКЕА».
- Организация игровой комнаты для детей с ящиками для одежды.
- Разработка жестко предписанного маршрута прохождения всего магазина, прервать посещение магазина в середине маршрута невозможно: или возвращаться назад против течения плотных масс посетителей или идти вперед (принудительное знакомство с товаром).
- Удачно подобранный порядок экспозиции (где находишься и что происходит, понимаешь только ближе к середине маршрута).
- Наличие большого количества информационных пунктов по маршруту экспозиции.
- Размещение по маршруту и в конце маршрута кафе и ресторанов.
- Большое количество касс, оборудованных современным оборудованием, включая POS-терминалы для оплаты с пластиковых карт.
- Наличие обменных пунктов и банкоматов.
- Гарантия клиенту качества товара, возможности вернуть товар, обеспечение клиенту доставки купленного товара.

Это не полный перечень всех решений, которые позволили обеспечить магазину в первые дни такой поток посетителей, что пробка на Ленинградском шоссе начиналась сразу за МКАД до самого магазина, владельцы автомобилей вынуждены были парковаться даже на обочине Ленинградского шоссе, на боковых дорожках и даже на территории ближайшей АЗС. Ни грязь, через которую при этом приходилось идти, ни расстояние от автомобиля до входа в магазин, ни большое количество посетителей, ни отсутствие товарных тележек на втором этаже, ни большая протяженность маршрута экспозиции, ни огромные очереди на выходе у касс, ни даже отсутствие отделки стен и потолка в половине залов ближе к концу маршрута, ни невыгодный курс обмена валюты, ни... Впрочем, автор не будет перечислять всех неудобств, которые начинают досажать, когда уже оказывается поздно. Наш интерес заключается в использованных маркетинговых решениях.

Ни одно из этих решений не может быть использовано в изначальном виде в Интернет маркетинге. Более того Интернет имеет следующие неприятные особенности:

- Приоритетность обслуживания,
- Приближение к клиенту на расстояние одного щелчка,
- Широкий и разнообразный выбор различных поставщиков,
- Возможность в любой момент уйти от услуги.

Если при традиционном обслуживании образуется очередь и клиент, можно рассчитывать, при отсутствии в видимом окружении альтернативного товара или услуги будет ждать, то в Интернете клиента потерять также легко, как и приобрести. Клиента в Интернете нельзя заставить идти по всему маршруту до самого конца и просматривать весь товар, как в магазине ИКЕА. Одно неверное действие и клиент уже свернул окно браузера или выбрал другую ссылку в Интернет и ушел также легко, как и зашел на сайт. Эти различия не позволяют использовать традиционные маркетинговые подходы и решения в среде Интернет.

Критерии сайтов

Наравне с оперативными задачами, решаемыми при построении сайта в Интернет: продвижение компанией на рынок своей продукции и услуг, предоставление клиентам корпоративных новостей, поддержка клиентов и многое другое, компания должна решать и стратегические задачи. При построении сайтов и проведении их последующего реинжиниринга компании зачастую не отражают существующих стратегических целей и поэтому вновь построенные сайты отражают только оперативную информацию, а перестройка сайтов отражается только на внешнем виде при слабом изменении прежнего контента. Миссия и основные стратегические цели, к которым многие компании также относят развитие электронных услуг, зачастую на сайтах не отражаются и фактически замещаются оперативными задачами (сохранение преемственности дизайна, строгое соблюдение утвержденного фирменного стиля компании, своевременное отражение новых продуктов и услуг и т.д.). Очевидно, что после кризиса у многих банков изменились стратегические цели, но это практически не нашло отражения при изменении дизайна ряда российских сайтов.

К оперативным задачам, решаемым при разработке и реинжиниринге сайта, относится построение соответствующего стратегическим целям компании имиджа и его отражения в восприятии клиентами. Однако аспекты имиджа банка часто сводятся к соблюдению фирменного стиля, разработанного ранее и рассчитанного на использование традиционных (неэлектронных) средств

воспроизведения. Часто можно услышать объяснение, что переделка сайта проводилась в рамках текущей рекламной кампании (политики), что выглядит несуразным: получится, что не стратегия определяет рекламу, а рекламная кампания (политика), иными словами – не реклама для стратегии, а стратегия для рекламы.

Фирменный цвет фона сайта

Фирменный стиль некоторых банков устанавливает использование в качестве фирменного одного или нескольких цветов в палитре PANTONE. Оставив в стороне вопросы привязки фирменного стиля к палитре PANTONE, отметим, что руководящими документами зачастую опущены вопросы использования фирменного цвета в стандартах CMYK и RGB. Последний наиболее очевиден и часто используется при описании в компьютерных системах цветов, воспроизводимых на экране мониторов. Отметим, что формального алгоритма перевода определенного цвета из палитры PANTONE в палитру RGB не существует. Поэтому стремление абсолютно точно воспроизвести цвет, определенный в палитре PANTONE, на экране монитора всегда будет обречено на неуспех. Это невозможно также по следующим объективным причинам: наличие ручной регулировки² на мониторе температуры, яркости, контрастности не позволяют дизайнеру быть уверенным в абсолютно точном воспроизведении цвета на экране монитора пользователя. Видимо, этим можно объяснить существенное искажение цветов сайтов по сравнению с цветами определенными в качестве фирменных.

Общий фон сайта

Большинство людей испытывает чувство психологического дискомфорта при преобладании глубоких темных тонов. Использование темных цветов в качестве фона сайта допустимо для акцидентных сайтов, к которым в известной степени можно отнести сайты рекламных агентств. Но использование глубокого темного цвета для сайта крупного консервативного российского банка, хотя бы даже исходя из соображений использования только корпоративных цветов, представляется не совсем удачным решением. Для этого были изучены более 100 различных сайтов российских и зарубежных банков и из российских банков был найден только один сайт с темным фоном (www.infobank.ru) и ни одного зарубежного, хотя среди сайтов зарубежных банков попадались сайты с темным фоном части страницы, например, меню, которая занимает только часть экрана (www.firstunion.com), но основная (информационная) часть экрана все таки имела светлые тона.

Темный фон сильно давит, и потенциальный клиент, зашедший на сайт, непроизвольно быстро его покинет, в то время как все остальные цели сайта предполагают задержать клиента, заставить его просмотреть все страницы сайта (см. раздел «Неудобство навигации») и успеть ему предложить, читать «навязать», максимально полный спектр услуг.

Таким образом, использование темного корпоративного фона сайта с целью соблюдения фирменного стиля вступает в противоречие с остальными целями создания сайта.

Разработчик сайта

Вообще говоря, размещение информации о разработчике сайта не красит любой сайт. Ведь это типичный образец неявной рекламы. Как правило, это делается исключительно в интересах разработчика – бесплатная реклама разработчика на неограниченный срок на сайте одного из крупных банков. Так, например, произошло с сайтом одного из крупных банков Москвы – участие известного Интернет-дизайнера в разработке на первом этапе дизайна сайта привело к более чем трехлетнему расположению ссылки на разработчика притом, что в последующем сопровождении сайта разработчик участия не принимал. Следует отметить, что к этой ссылке в прошлом году добавилась, видимо, также навсегда еще одна ссылка на другого разработчика, осуществившего невидимый и потому никому непонятный реинжиниринг сайта³. Мы провели анализ сайтов 30 зарубежных банков и ни на одном (сайте) не увидели какого-либо упоминания о его разработчике. Можно только предполагать варианты: сайты разрабатывались специалистами банка или использовались внешние разработчики, но формальные ссылки всегда отсутствуют. Кроме этого зачастую любая информация по договору относится сторонами к конфиденциальной и не может быть передана третьим лицам без разрешения другой стороны. Нужно признать, что российский рынок Интернет-банков еще не сформирован и на сайтах российских банков ссылки на разработчика зачастую присутствуют.

Но даже не факт неявной рекламы на сайте банка вызывает вопросы, а зачастую слабое различие в дизайне сайтов банка и сайта его разработчика, если не сказать даже большое сходство. Известные эксперты в этой области относят наличие таких сходств к клонированию или даже

² Не говоря уже о геометрических искажениях изображения, воспроизводимого на экране монитора с электронно-лучевой трубкой, и наличии у мониторов регулировок различных параметров отображения (размер по вертикали/горизонтали, трапециидальность, параллелограммность, подушкообразность, поворот экрана и т.п.).

³ Остались неисправленными даже ошибки, связанные с кодировкой страниц и существовавшие с момента создания сайта.

плагиату (www.design.ru/museum/ раздел «Галерея клонирования»). Очевидно, в случае схожести сайтов банка и сайта его разработчика оснований для плагиата нет, но непонятно только одно – чей сайт является клоном. Поэтому у посетителя вначале возникает одно чувство: разработчик даже не удосужился потрудиться над созданием действительно оригинальных сайтов и в каком то из проектов схалтурил. Можно угадать, в каком.

В нижней части экрана, где на некоторых сайтах находится информация о разработчике сайта, на большинстве сайтов консервативных банков располагается:

- уведомление Банка о правах на размещенную на сайте информацию,
- членство Банка в различных группах (ассоциациях), например, "Member FDIC", "Equal Housing Lender",
- информация о спонсокой и благотворительной деятельности Банка,
- курсы доллар/рубль ЦБ и обмена наличной валюты,
- наконец, традиционно, линейка текстовых меню.

но ни как не реклама разработчика сайта с его координатами:

Графические изображения

С целью исключения возможного несоответствия при отображении на экране пользователя начертания названия банка фирменному начертанию с использованием установленного шрифта разработчики применяют стандартный прием – сохранение названия банка в виде графического изображения и его последующей загрузки и отображения программной просмотра пользователя при посещении сайта. Правомочность использования некоторых шрифтов, вообще говоря, является самостоятельным вопросом, т.к. для этого часто используются незаказные, т.е. неразработанные под заказ банка шрифты, как например шрифт Coca-Cola или IBM, и, соответственно, вопрос с лицензионной чистотой использования шрифта остается открытым. В угоду отображения с использованием «фирменных» шрифтов не только названий банков, но и разделов, подразделов и даже вспомогательных элементов типа «поиск», «карта сервера», «наш адрес» часто отдается скорость и стоимость при работе с сайтом банка. Совершенно не учитываются возможности доступа к сайту клиентов по низкоскоростным каналам, не учитываются возможное желание клиента получить исключительно актуальную текстовую информацию с сайта, а не красивые картинки. Часто сайты банков вынуждают посетителя включить режим загрузки рисунков и только после этого дают возможность его изучить. Но это для клиента, считающего свои деньги, лишнее время, лишний трафик и, как следствие, вынужденные расходы. Было бы понятно, если бы эти расходы клиента повышали доходы банка, но в нашем случае эти расходы потенциального клиента банка переносятся на неизвестного банку провайдера доступа в Интернет. Таким образом, все эти решения, как бы, работают на провайдеров Интернет, но не на банк, и тем более не на клиентов банков.

Иногда встречается и сильно бросается в глаза различное начертание одинаковых элементов подменю на различных страницах сайта. Это явный брак, который допускают разработчики при «нарезке» графических изображений подменю с «мапами». Возможно, на этот дефект неискушенные посетители и не обращают внимания, но для профессионалов это является хорошим поводом для лишних дискуссий о профессионализме разработчика сайта.

Неудобство навигации

Навигация по сайту некоторых банков в текстовом режиме (при выключенном режиме «Загрузка рисунков») невозможна. Текстовые гиперссылки на сайтах банков зачастую отсутствуют или имеются только на некоторых страницах. К недостаткам сайта можно отнести слабое использование тэга Alt. На некоторых сайтах это объяснимо исключительно примененным техническим решением (использование одного изображения и плана для выбора пункта меню), но совершенно недопустимо для пользователя.

Программирование сайтов

Некоторые отечественные разработчики применяют весьма оригинальные подходы с использованием программ для оживления сайтов. При этом как показывает анализ статистики посещений сайтов некоторых крупных банков, количество посещений в будние дни превышает количество посещений в выходные дни в более чем в 5 раз. Это говорит о том, что большая часть (более 80 процентов) посетителей делает это в рабочее время со своих рабочих мест. В то же время корпоративная политика безопасности многих компаний не позволяет осуществлять загрузку и выполнение приложений (Java) в программах просмотра Интернет (web-browser). Поэтому использование только для целей анимации сайта программ является скорее пробой пера дизайнера в части программирования на модном сегодня Java, нежели носит какой-то смысл. И конечно для банка это стоит отдельных денег.

Использование внешних счетчиков

Этот раздела правильнее было бы назвать «Использование внешних информационных ресурсов для сбора статистики о посещении сайта», что передавало бы суть проблемы более точно. Но из соображений удобства изложения автор везде в данном документе использует термин «счетчик», хотя, конечно, при обсуждении этой функциональной возможности в первую очередь всегда имеется в виду сбор статистики о посещении сайта.

Сбор данных о посещениях сайта (количество, частота, распределение, регион, время нахождения, who-is и др.), последующая обработка и анализ данных могут дать банковскому аналитику массу полезной информации⁴. По этой причине данная информация может быть отнесена к разряду стратегической и конфиденциальной, что подтверждают результаты обследования более почти полусотни сайтов зарубежных банков и брокеров – ни на одном из них не был обнаружен⁵ внешний счетчик (см раздел «Анализ тенденций»). По этому сбор и обработку данной информации целесообразно производить внутренними средствами сайта. В пользу этого решения говорят также следующие факты:

- необходимая информация может быть полностью собрана только внутри,
- первичные данные могут потребоваться для анализа позже,
- вся первичная информация должна без потерь сохраняться,
- собираемые первичные данные имеют большие объемы,
- снижение внешнего трафика при внутреннем сборе данных.

Использование внешнего счетчика банком может быть оправданным исключительно на первых этапах и только в следующих случаях: сайт хостится у провайдера (извините за сленг, но так короче), например, на сайте Традо Банка (<http://koi.aha.ru/~tb>), имеются ограничения на управление сайтом или же отсутствие необходимых знаний и инструмента (разработка программ cgi).

В любом случае размещение на страницах сайта показаний счетчика или, что еще хуже, использование внешнего ресурса для сбора ограниченной статистики не способствует повышению имиджа современного банка, использующего передовые технологии.

Структуризация информации

Достаточно большие объёмы информации структурированы в двухуровневую иерархию. С целью строго соблюдения иерархии большие по объему информации часто размещаются на одной странице, что приводит к большим размерам страницы – несколько экранов и требует многократного пролистывания в поисках нужной информации. Очевидно, что информацию по мере ее устаревания необходимо выносить в отдельные «архивные» страницы.

Противоречивая информация

Часто на страницах сайтов содержится противоречивая информация. Это недостаток, оказывающий, видимо, наибольшее отрицательное влияние на имидж банка, но вместе с этим наиболее часто встречающийся. В качестве адреса электронной почты на часто сайте указан один адрес, в то время как письмо реально отправляется на адрес. Или другой пример противоречия в комментариях по использованию поисковой машины: «...если Вы хотите найти документы, в которых встречаются слова "**Москва**" и "**москвич**", – наберите основу "**москв**"... Поиск по-русски чувствителен к регистру».

Часто версии сайтов на русском и английском языках имеют не только различное стилевое оформление (шрифты, межстрочный интервал), но и несоответствие контентов.

Анализ кода HTML

Автор совершенно не ставил себе задачу провести детальный анализ кодов сайта банков, но, конечно, не удержались и заглянул в код. Поэтому этот подраздел не следует воспринимать как исчерпывающий, но как пример наличия недоделок, которые могут быть видны в коде.

Нерегулярное использование в рамках одного сайта тегов <meta>, с помощью которых определяется множество параметров страницы (http-equiv, content, charset), а также указывается дополнительная информация для поисковых машин (name="keywords") и для желающих узнать информацию о разработчике (name="author").

Код сайта часто является в достаточной степени разнородным, что говорит о компоновке сайта из различных страниц, разработанных различными разработчиками в различное время.

В коде сайтов могут встречаться указания на принадлежность прав на программные коды, реализующих анимацию. В связи с этим может возникать вопрос о правомочности использования этого кода на страницах сайта того или иного банка.

⁴ Детальное обсуждение этого вопроса выходит за рамки настоящего анализа и вынесено в отдельный документ.

⁵ Изучение российских и зарубежных сайтов проводилось исключительно визуально, без анализа исходных кодов (HTML).

На сайте банков, использующих внешние счетчики, в открытом виде лежит идентификатор пользователя для просмотра статистики по сайту (параметр, передаваемый внешнему ресурсу через тэг ``). Часто подобрать тривиальный пароль не составляет труда даже у настырного школьника.

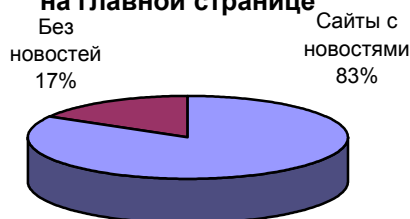
Анализ тенденций

Выборка для анализа

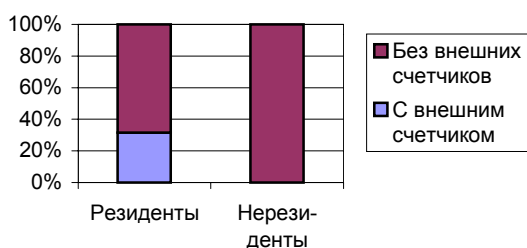
Общий объем выборки⁶ для проведения анализа составил 103 сайта (список сайтов приведен в приложении 1). В список были включены сайты российских и зарубежных банков, а также зарубежных брокерских компаний. Процентное соотношение российских банков и зарубежных банков (брокеров) приведено на диаграмме.



Соотношение банков с новостями на главной странице



Соотношение сайтов с внешними и внутренними счетчиками



Характерные тенденции

Отношение количества банков, расположенных на своей главной странице новости банка, к количеству банков, не имеющих на своей главной странице новостей, приведено на следующей диаграмме.

Соотношение банков, зарегистрированных в зоне .COM, и банков, зарегистрированных в зоне .RU, составляет 5:49 или менее 10 процентов.

Внешние счетчики

Соотношение банков, использующих внешние счетчики количества посещений сайта, и банков, не использующих внешние счетчики, приведено далее. Анализ данного распределения показывает, что солидные зарубежные банки внутреннюю статистику посещаемости сайта ведут без использования внешних ресурсов. Падение посещаемости сайта должны видеть только специалисты банка для того, чтобы оперативно принять необходимые меры, но не информационные агентства и поисковые машины.

Мы использовали простейший способ при анализе сайтов в части использования внешних ресурсов для сбора статистики: если на главной странице сайта было опубликовано хотя бы одно графическое изображение одного из известных внешних ресурсов (Rambler, Aport, TopList, Stars Infoart), мы считали что данный сайт использует внешние ресурсы для сбора статистики. Очевидно, более строгим способом

является анализ соответствующей части кода HTML страницы на наличие конструкции, подобной следующей:

```
<a href="http://counter.rambler.ru/top100/">

</a>
```

Мы посчитали, что добровольно банки не будут размещать на своих страницах графические изображения внешних счетчиков без использования их ресурсов. Из всей выборки на своих главных страницах используют менее 17 процентов сайтов. Все сайты, использующие внешние ресурсы или публикующие информацию о количестве посещений, являются сайтами исключи-

⁶ Список составлен на основе ссылок на сайты банков, доступных на поисковых машинах www.rambler.ru, www.yandex.ru, www.aport.ru, www.stars.ru, www.list.ru, www.altavista.com, www.yandex.com.

тельно российских банков. Некоторые российские банки используют для сбора статистики о посещениях сайта одновременно несколько счетчиков.

К разряду необъяснимых тенденций российских банков относится использование на своих сайтах более одного счетчика. Таких сайтов в нашей выборке получилось более 40 процентов из числа сайтов имеющих счетчики. Лидером в данной номинации является сайт Новосибирского внешторгбанка (www.nvtb.ru), на главной странице которого одновременно расположены ссылки на три внешних ресурса для сбора статистики, а также установлен внутренний счетчик посетителей.

Выводы

Разработка маркетинговой Интернет-политики банка или компании в целом и как следствие разработка сайта имеют определенную специфику и требует серьезного подхода и кропотливой работы. В разработке должны принимать участие не только и не столько «пиарщики» банка, сколько руководство бизнес-подразделений. Для этого представляется целесообразным разработку сайтов проводить в следующем порядке:

1. определить стратегические и оперативные цели бизнеса, необходимые для отражения в Интернет,
2. определить необходимость и провести внутрикорпоративное обсуждение целей реинжиниринга существующего сайта,
3. определить состав рабочей группы из компетентных специалистов бизнес-подразделений банка,
4. провести реинжиниринг сайта,
5. предоставить сотрудникам банка с доступ к проекту сайта в корпоративной сети в течение ограниченного времени для повторного сбора замечаний,
6. после устранения всех замечаний опубликовать новый сайт в Интернет.

Приложение 1. Список банков

В колонке «Банк» отмечены банки. Брокерские компании отметки не имеют.

В колонке «Резидент» отмечены российские банки.

В колонке «Ссылка на сайт» приведена ссылка на основной сайт банка (брокера) в Интернет.

В колонке «Счетчик» приведены обозначения внешних информационных ресурсов, которые используют сайты для сбора статистики по посещениям, а также отмечено наличие внутреннего счетчика.

В колонке «Новости» отмечены компании, публикующие на своих главных страницах корпоративные новости или другую важную для клиента информацию.

В колонке «Текстовые ссылки» отмечены сайты, имеющие текстовые ссылки и позволяющие клиенту работать с отключенным режимом «Загрузка рисунков».

В колонке «Ссылка на электронные услуги» приведены ссылки на другие сайты, принадлежащие банку (брокеру), или ссылки на другие страницы основного сайта, на которых осуществляется оказание электронных банковских и брокерских услуг, включая услуги через канал «Банк-Клиент».

Сайты регулярно обновляются, поэтому возможны незначительные несоответствия приведенной информации и обновленного состояния сайта.

Название банка	Банк	Резидент	Ссылка на сайт	Счетчик		Новости	Текстовые ссылки	Ссылка на электронные услуги
				Внешний ⁷	Внутренний			
1. Авангард	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.avangard.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.avangard.ru/services/homesystems/index.html (система Банк-Клиент)
2. Автобанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.avtobank.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.avtobank.ru/homebank , www.avtobank.ru/service/elkl.htm
3. Автовазбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.avbkm.com.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
4. Альба Альянс	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.alal.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
5. АКА Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.akabank.ru	RL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. АМИ Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.amibank.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. Арсенал	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.arsenal.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. Балтийский банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.baltbank.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
9. БИН-Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.bbin.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

⁷ Комбинация символов: R – Rambler, A – Aport, L – TopList, S – Stars Infoart

Название банка	Банк	Резидент	Ссылка на сайт	Счет-чик		Новости	Текстовые ссылки	Ссылка на электронные услуги
				Внешний ⁷	Внутренний			
10. Банк Воронеж	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.bankvoronezh.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11. Газпромбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.gazprombank.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12. Гарантия	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.garantia.nnov.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13. Гута-банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.guta.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.telebank.ru , www.trade.guta.ru
14. Дальневосточный банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	feb.pacific.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
15. Диалог-Оптим	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.dialog-optim.com	RAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16. Дипломат	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.diplomat.tmn.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17. Дорожник (Челябинск)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.dor.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18. ИнвестСбер банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.isb.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
19. Индустриальный Сберегательный банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.chat.ru/~cb_salis	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
20. Интех Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.uniastrum.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
21. Инфобанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.infobank.ru (???)	RA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
22. Конто (Саратов)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.conto.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
23. Кредит Москва	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.credit-moscow-bank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.credit-moscow-bank.com/teleplat.htm (система Банк-Клиент)
24. Кузбасспромбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.kpbank.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
25. МДМ Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.mdmbank.com	RA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
26. МонтажСпецБанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.msbank.cea.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
27. Мост-Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.most.ru	RL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
28. Морской акционерный банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.morbank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
29. МФК	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.icfi.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
30. Новосибирск внешторгбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.nvtb.ru	RLS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.nvtb.ru/win/client.htm ("электронный клиент")
31. Новосибирский Муниципальный Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.nmb.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.nmb.ru:8090/uslugi/electron/electron.html
32. ОПМ Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.opm-bank.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

Название банка	Банк	Резидент	Ссылка на сайт	Счетчик		Новости	Текстовые ссылки	Ссылка на электронные услуги
				Внешний ⁷	Внутренний			
33. Петровский Банк (СПб)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.petrobank.spb.su	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.petrobank.spb.su/russ/index.html
34. Промрадтехбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.prtb.com.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
35. Банк Развития и реструктурирования	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.drb.com.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
36. Ратибор Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.aha.ru/~rati	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
37. РОСБАНК	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.rosbnk.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
38. Российский кредит	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.roscredit.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
39. РусСлавБанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.russlavbank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
40. Русский генеральный банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.rusgen.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
41. РусьРегион Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.rrb.spb.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
42. Содбизнесбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.sbb.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
43. Банк София	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.sofia.msk.ru	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
44. Судостроительный банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.sbonline.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.sbonline.ru/service/online/default.htm
45. Таврический (СПб)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.tavrigh.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
46. Эллипс Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.ellips.nnov.ru	R	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.telebank.nnov.ru
47. Традо Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	http://koi.aha.ru/~tb	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
48. Транскапитал Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.tcb-bank.ru	R	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.tcb-bank.ru/bank.html
49. Уральский трастовый банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.utb.udm.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
50. Уралпромстройбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.upsb.mplik.ru	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
51. Центр-инвест	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.centrinvest.ru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Банк-клиент: www.centrinvest.ru/win/client-bank.html
52. Частный Банк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.chas.ru	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
53. Челиндбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.icb.chel.su	RS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Банк-клиент: www.icb.chel.su/clbank/index.html
54. Челябинвестбанк	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.cinvest.chel.su	S	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
55. AIB	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.24hour-online.ie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.24hour-online.ie
56. Alpha credit bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.alpha.gr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.alpha.gr/awb/en
57. American National bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.anbnet.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BANKING: www.anbnet.com/online_banking.html TRADING: www.vbroker.com/cgi-bin/abhome.cgi

Название банка	Банк	Резидент	Ссылка на сайт	Счетчик		Новости	Текстовые ссылки	Ссылка на электронные услуги
				Внешний ⁷	Внутренний			
58. American Savings Bank of NJ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.americansavingsnj.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.americansavingsnj.com/online/default.asp
59. Bank for International Settlement Corp. (BIS)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.bis-corp.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.bis-corp.com
60. Bank of Hawaii	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.boh.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.boh.com/accounts/index.asp
61. Bank of Ireland	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.fsharpbank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.fsharpbank.com/index-flash.htm
62. Bank of Montreal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.bmo.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.bmo.com/personal/banking/netbanking.html
63. Bank One	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.bankone.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	server10.bankoneonline.com/logon BROKERAGE: www.bankone.com/personal/products/investments/interstitial/
64. Bank of South Australia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.banksa.com.au	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.banksa.com.au
65. Bank of Southside Virginia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.bsvnet.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www2.netteller.com/bsvnet/login.cfm
66. The Bank of Versailles	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.bankov.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.bankov.com/online/default.asp
67. Bank West	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.bankwest.com.au	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BANKING: www.bankwest.com.au/online/default.asp BROKERAGE: www.bwos.com.au
68. Bendigo Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.benbank.com.au	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.benbank.com.au/online_services/index.html
69. DBS Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.dbs.com.sg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.dbs.com.sg/pcbanking/index.shtm
70. Cyber Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.uobcyberbank.com.sg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
71. Compubank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.compubank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.compubank.com
72. Concordia Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.concordia-bank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.concordia-bank.com/online/default.asp
73. ebank.com	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.ebank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.ebank.com
74. First Citizens National Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.firstcitizens-bank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BANKING: https://www.firstcitizens-bank.com/online/default.asp BROKERAGE: www.firstcitizens-bank.com/products/brokerage.asp
75. Fort Sill National Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.fsnb.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.fsnb.com
76. ipswichbank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.ipswichbank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	secure.ipswichbank.com/ncr/maincustomer.htm
77. Legacy Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.thelegacybank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.thelegacybank.com/online/default.asp

Название банка	Банк	Резидент	Ссылка на сайт	Счет-чик		Новости	Текстовые ссылки	Ссылка на электронные услуги
				Внешний ⁷	Внутренний			
78. Litimpeks Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.litimpeks.lt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.litimpeks.lt/home_banking.html
79. Mellon Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.mellon.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BANKING: www.mellon.com/accacc/detect.html TRADING: disc.mellon.com
80. Milford National Bank and Trust Company	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.milfordnational.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.milfordnational.com/online/default.asp
81. Peoples Bank and Trust	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.peoplesbankonline.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.peoplesbankonline.com/online/default.asp
82. Security Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.security-bank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.security-bank.com/homebank.html
83. Summit Bank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.summitbank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	TRADING: www.sfsq.com
84. SunTrust	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.suntrust.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.suntrust.com/pers/internetbank/wlcme_ibank.html
85. America First Trader	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.aftrader.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
86. American Express Financial Direct	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.americanexpress.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	br1.americanexpress.com/amex/bu/fd/cda/main/0,1484,L-2,00.asp
87. Delta Equity Services Corp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.deltainvest.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.deltainvest.com/Electronic_Brokerage.html
88. Dicksons Limited	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.dicksons.com.au	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
89. 1st Discount Brokerage, Inc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.1st-discount.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
90. E*TRADE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.etrade.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.etrade.com/cgi-bin/gx.cgi/applogic+TradeMain?TXN=StockForm
91. Excel Trading Group	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.xltrading.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
92. Field Logan & Co., LLC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.fieldlogan.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
93. InvestorLine (Bank of Montreal)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.investorline.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
94. Instant Futures LLC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.instantfutures.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
95. I-TRADEdirect.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.i-tradedirect.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
96. Interactive Broker LLC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.interactivebrokers.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
97. NetBank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.netbank.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	secure.netbank.com/investment_login.htm
98. onlinetrading.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.onlinetradinginc.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
99. Stock Rocket (bad design)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.stockrocket.com.au	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.stockrocket.com.au/pub/servicesframe.html
100. Stocktrade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.stocktrade.co.uk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.stocktrade.co.uk/login
101. TD Waterhouse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.tdwaterhouse.ca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

Название банка	Банк	Резидент	Ссылка на сайт	Счет-чик		Новости	Текстовые ссылки	Ссылка на электронные услуги
				Внешний ⁷	Внутренний			
102. Quick & Reilly	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.quick-reilly.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
103. UMB Scout Brokerage Services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	www.umbscoutbrokerage.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	www.umbscoutbrokerage.com/otg.html