

3. Ревенков, П. В. Актуальные направления регулирования электронного банкинга / П. В. Ревенков, А. Л. Поспелов // Финансы и кредит. – 2015. – № 24(648). – С. 2-13.

4. International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards – Bank for International Settlements / Basel Committee on Banking Supervision.- 2004. – 239 p.

5. Operational Risk –Supervisory Guidelines forthe AdvancedMeasurement Approaches– Bank for International Settlements / BaselCommittee on Banking Supervision.- 2011. – 63 p.

Дрюк А.В.

«Фінанси і кредит», 4 курс

Київський національний торговельно-економічний університет

Науковий керівник – ст.викл. кафедри банківської справи Нетребчук Л.О.

СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО БАНКІНГУ

Необхідність цифрової модернізації економіки наразі є аксіомою. Швидкий розвиток ІТ-технологій не оминув і банківський сектор, у короткий термін висунувши необхідність його діджиталізації, тобто переведення певного інформаційного поля з аналогового у цифровий формат для більш легкого подальшого використання на сучасних електронних девайсах. [1]

Отже, в чому сутність поняття «цифровий банкінг»? Це інтеграція нових та тих, що розвиваються, технологій в діяльність банку спільно з відповідними змінами у внутрішніх і зовнішніх корпоративних і особистісних кадрових відносинах для розширеного обслуговування клієнтів і підвищення ефективності діяльності.Цифровий банкінг - не просто канал надання фінансових послуг - це нова модель банкінгу, нова культура мислення та споживання банківських послуг.

Тобто, бути цифровим банком - це не тільки вирішувати питання надання фінансових продуктів і послуг через інтернет чи мобільний телефон,необхідно досягти повної узгодженості каналів, з'єднати їх в одній системі - привести до омніканальності. Така система дозволяє клієнту вирішувати завдання через зручні йому канали, а банку - відстежувати всі операції в єдиному вікні.

Тому, для побудови якісного цифрового банкінгу необхідне запровадження наступних його складових [2]:

- Digital-стратегія.Ключовим завданням digital-стратегії є об'єднання цифрових і нецифрових ресурсів банку для створення нової цінності для клієнта і виконання бізнес-завдань фінансової організації. В основі digital-стратегії - клієнтоцентрична модель - клієнтам потрібно надати той сервіс, який вони хочуть, через максимально зручні для них канали доступу;

- Digital-культура.Основним стимулом у становленні digitalbanking є культура співробітників банку. Персонал фінансової організації повинен мати повноваження розвивати всі аспекти роботи, кожен на своєму організаційному рівні. Довгий і багаторівневий процес прийняття рішень перешкоджає впровадженню інновацій, в тому числі digital-стратегії. Банкам необхідне

динамічне IT-середовище, відкрите для змін і таке, що дозволяє своєчасно і швидко змінювати пропоновані продукти і послуги, канали доставки і навіть, при необхідності, процеси corebanking-системи («основної банківської системи»);

- Digital-простір. Для побудови digital-простору сучасного банку необхідний окремий клас фронтальних рішень, що забезпечує єдині процеси обслуговування клієнтів в будь-якому каналі: інтернет-банку, мобільному банку, банкоматі, платіжному терміналі, call-центрі, мережі банківських відділень. Ці процеси повинні бути налаштовані один раз, інтегровані за допомогою API з IT-системою банку, а вже потім повинні підключатися канали - легкі, зручні, з ідентичними інтерфейсами;

- Digital-платформа. У digital-платформі повинні бути реалізовані єдині механізми виконання бізнес-процесів, IT-безпеки, доступу до сервісів, інтеграції з АБС. Єдині процеси обслуговування, що лежать в основі побудови digital-платформи, дозволять банку адаптувати продукти та послуги для будь-якого каналу обслуговування, включаючи відділення. Також повинен бути організований єдиний доступ до даних про клієнта і банківських сервісів в різних каналах, щоб не було неузгодженості дій, наприклад, в обслуговуванні через інтернет-банк і при дзвінку в call-центр. Серед вимог, що пред'являються до digital-платформи, слід зазначити забезпечення цілодобової доступності сервісів, надання клієнтам можливості самостійного управління банківськими сервісами в каналах, наявність відкритих API для вбудовування каналів обслуговування в зовнішні системи.

Оцифрування дає банкам змогу обслуговувати клієнтів на вищому рівні одночасно з можливістю більш високої автоматизації та, відповідно, підвищенням ефективності витрат. При цьому, оцифрування може відбуватись у двох основних напрямках – впровадженням цифрових технологій у механізм звичайного банкіngu та створення автономних цифрових банківських проектів (як традиційними банками, так і незалежними організаціями). Цифрові банки відмовляються від єдиного централізованого сховища даних, яке легко може стати метою для зловмисників, на користь безпечних зашифрованих розподілених сховищ і використовують біометрію для контролю доступу до інформації. Крім того, оцифрування банків допомагає їм зменшувати витрати та пришвидшувати надання послуг. Так, наприклад, банк BankMobile знизив витрати на технічне обслуговування каналів на 85% в 2016 році. Банк MetroBank відкриває новий рахунок для клієнтів лише за 15 хвилин[3]. А щоб відкрити електронний кошик в банку digibankbyDBS і стати клієнтом, потрібно всього 90 секунд[4].

На сьогоднішній день надзвичайно важливо для банків інтегрувати свої процеси в сферу цифрових технологій. Враховуючи механізм провадження цифрових технологій у банківську сферу, на думку експертів SAP [5], доцільно виділити чотири найбільш актуальні моделі цифрового банкіngu:

- банкіng як сервіс - зазвичай використовується для кооперації різних організацій, за цією моделлю банк отримує перевагу за рахунок розширення каналів продажів своїх послуг;

- інклюзивний банкіng - передбачає вихід банку в нові сегменти і надання ключових банківських сервісів на базі мобільних і хмарних технологій;

- розширений банкінг - передбачає встановлення партнерських взаємовідносин з іншими сервісними компаніями. Мета - стати єдиною точкою входу для отримання послуг, одночасно розширюючи їх портфель. Коли клієнт купує нерухомість, банк не тільки забезпечує позику або інші фінансові операції, але і надає пакет індивідуальних додаткових сервісів на зразок страхування для позичальника або майна;

- цифровий супермаркет - банк створює єдиний торговельний майданчик електронної комерції, на якому надає свої роздрібні продукти і послуги, а також послуги своїх партнерів. Це можуть бути страхові продукти, покупка ліцензій на програмне забезпечення, туристичні послуги, популярні товари. Партнери банку отримують доступ до великої аудиторії потенційних клієнтів, банк - можливість розширити клієнтську базу і запропонувати вже існуючим клієнтам нові послуги. Для таких банків в європейській консалтинговій практиці існує новий термін – «FinTechs». Це вже не скільки фінансові установи, а скоріш ІТ-орієнтовані компанії, і роль технологій у їхній роботі є не просто значущою, а ключовою.

Підсумовуючи, слід зазначити, що на думку фахівців, 80% банків бажають замінити свої основні системи у найближчі п'ять років [4]. Однак, крім того, що це вимагає повного оновлення основних засобів, існує кілька інших перешкод для максимального росту оцифрування. Існують історичні бар'єри для оцифрування банківських систем та високі витрати на технічне обслуговування. Регулювання також відіграє певний чинник й перешкоджає швидкому та повному впровадженні інновацій - втрачається час та ресурси, які можна витратити та вкласти в інновації. Крім того, оцифрування є дуже дорогим проектом [4].

Більшість фінтех-експертів стверджують, що те, що ми бачимо сьогодні - це не цифровий банкінг. Це оцифровані банківські послуги. Фінансові продукти, які з'явилися 50 і 100 років тому, були просто адаптовані до цифрової ери, і тепер надаються за допомогою інтернету і смартфонів. Цей процес трансформації можна порівняти з переходом багатьох ЗМІ в онлайн-середовище, завдяки чому ми перейшли від читання газет до відстеження новин в мережі. Велика кількість експертів вважають, що справжні інновації будуть активніше розвиватися, як тільки банки і фінтех-стартапи відійдуть від модернізації банківських послуг і почнуть масово впроваджувати нові цифрові можливості.

В останні роки нові гравці в сфері фінансових послуг зробили революцію, головним чином, в трьох сегментах: платежах, кредитуванні та особистих фінансах. Фінтех-компанії фокусуються на цих сферах тому, що в них найпростіше організувати цифрову взаємодію. А їх можливості можуть надати користувачам повну прозорість процесів. Якщо ж ці фінтех-компанії будуть використовувати свою швидкість і вміння створювати інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для створення абсолютно нових фінансових продуктів, ми зможемо краще зрозуміти майбутні можливості цифрового банкінгу.

Література:

1. Діджиталізація банківської системи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/tribotinka/ss-63384661>.
2. DigitalbankingofDiasoft [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.diasoft.ru/banks/solutions/digital-bank/>.

3. Copyright IDC 2016(2016) // TheDigital-ReadyBank. HowReadyareEuropeanBanksfor a DigitalWorld[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.sap.com/wp-content/blogs.dir/1/files/IDC-WP-Digital-Transformation-in-Banking-Final.pdf>

4. PublicationbyTemenosHeadquarters SA (2017) / DigitalBanking[Електроннийресурс]. – Режимдоступу:<https://www.temenos.com/globalassets/mi/other/temenos-digital-banking-web-final-17-3.pdf>.

5. Петрусенко О. Банки в епоху перемен: чотире модели цифровой трансформации / О. Петрусенко. – 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/banki-i-bankovskie-servisy-v-epohu-peremen-chetyre-modeli-cifrov-315401/>.

Дудука Д. І.

«Банківська справа», 6 курс

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри банківської справи

Циганова Н. В.

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДИСТАНЦІЙНОГО БАНКІНГУ В УКРАЇНІ

Результатом стрімкого проникнення інформаційних технологій в банківську сферу є модернізація використовуваних і створення нових банківських продуктів, послуг, технологій, серед яких чільне місце посідає запровадження дистанційного банківського обслуговування. Клієнтам зараз мало просто мати можливість отримати той чи інший продукт – зараз їх цікавить якість послуги та часові витрати на її отримання. Необхідність при здійсненні кожної банківської операції вибирати час для особистого відвідування відділення банку негативно оцінюється клієнтами. У даній ситуації конкурентну перевагу отримують банківські установи, що надають своїм клієнтам послугу з дистанційного банківського обслуговування.

Однією з перспективних форм дистанційного банкінгу є інтернет-банкінг. Для банків освоєння віртуального простору дає багато переваг, насамперед за рахунок економії витрат. Завдяки економному онлайн-обслуговуванню банк може пропонувати більш вигідні умови, одночасно прискорюючи процес обробки банківської інформації, що сприяє залученню нових клієнтів та освоєнню нових ринків без відкриття додаткових офісів продажу.

Одним з новітніх напрямків розвитку дистанційного банкінгу є розвиток мобільного банкінгу, що дозволяє управляти власним рахунком дистанційно за допомогою мобільного пристрою. Зручність та простота використання в сукупності з широким розповсюдженням сучасних гаджетів робить мобільний банкінг відмінним інструментом для розвитку банківського бізнесу за межами відділення. Ураховуючи, що на початок 2017 р. існує понад 56,6 млн. активних сім-карток мобільної телефонії (це 133 одиниці на 100 жителів) та 16,7 млн. користувачів Інтернет по стаціонарних лініях (39 точки доступу на 100 жителів)