

діяльності. Одночасно, інформація, маючи криптошифрування, все одно має алгоритм шифрування та дешифрування, хоч і за асиметричним принципом, який може бути відомий лише обмеженій кількості людей – розробникам, що нашо вхує на небезпеку можливого зосередження значних обсягів інформації в одних руках, що є недопустимим з точки зору світової системи безпеки.

Підсумовуючи, хотілось би наголосити, що контури нової світової валютно-фінансової та кредитної системи починають проявлятися. В фінансовій сфері настає епоха криптовалют. Глобалізація та удосконалення технології на базі блокчейну призводить до структурних змін в валютно-фінансових та кредитних відносинах. З'являється нова форма грошей – криптовалюта, яка пропонує суб'єктам грошово-кредитних відносин додаткові переваги та усуває певні ризики. Як наслідок, з одного боку, відбувається децентралізація фінансової сфери, змінюється місце та роль держави, центрального банку та фінансових посередників, трансформується інституційна побудова банківського сектору, що існувала останні сторіччя. З іншого боку, валютно-фінансові відносини все більше позбуваються національної належності та стають по-справжньому глобальними.

Література:

1. Куцевол М. А. Поняття та економічна природа криптовалюти / М.А. Куцевол, О.А. Шевченко-Наумова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/16391/1/79-85.pdf>

2. Taken from a five-hundred word essay written by Satoshi Nakamoto, where Bitcoin were mentioned for the first time [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://p2pfoundation.ning.com/forum/topics/Bitcoin-opensource>

3. Офіційний сайт Blockchain [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.blockchain.com/>.

Мирослава РОМАНЧУК
студентка групи ФФА-41

Тернопільський національний економічний університет

Науковий керівник:
к.е.н., доц. Метлушко О.В.

НЕОБАНКИ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Світова банківська система переживає непрості часи. Тенденції не викликають сумнівів у тому, що вже скоро звичний нам банкінг зміниться до невпізнання. Завдяки розвитку технологій багато фінансових стартапів вже створили серйозну конкуренцію для банків на ринках роздрібних платежів і кредитування. Однак, одна з останніх тенденцій в світі фінансових технологій може легко перевернути звичне нам поняття банківського обслуговування. Йдеться про банки нового покоління – необанки [6].

Банки нового типу, так звані необанки – це повністю онлайн банки, які не мають мережі філіалів, побудовані з чистого аркуша на нових технологіях, на відміну від застарілої інфраструктури традиційних банків. Як правило, вони пропонують вищі процентні ставки, низький рівень комісій (або взагалі їх відсутність) і вищий клас обслуговування та підтримки на відміну від застарілої інфраструктури традиційних банків. Термін «необанки» є не єдиним, їх називають по-різному: «мобільний банк», «віртуальний банк», «інтернет-банк», «цифровий банк», «банк-челенджер».

Історія переходу банківського сервісу у віртуальний простір почалася вже досить давно. Одним з перших необанків можна вважати британський First Direct,

який запустив телефонний банкінг в 1989 році. Банк першим застосував концепцію роботи без відділень, цілодобово обслуговуючи клієнтів за допомогою колл-центру. А у 1998 році знову ж таки у Великій Британії з'явився перший інтернет-банк Egg.

Світовий ринок необанків розвивається дуже швидко і станом на початок 2017 року глобальні звіти налічували понад 70 компаній зі сфери “необанкінгу”, і це лише повністю реалізовані стартапи. Сьогодні цікавим трендом є створення необанків під якісь конкретні цільові аудиторії: для дітей і їх батьків, для студентів.

У плані комунікацій також тривають інновації: крім звичного спілкування з клієнтською підтримкою через чат у вигляді месенджера або відозв'язку, додаються чат-боти і інтеграції з програмами штучного інтелекту Siri і Alexa.

Найбільша частка використання мобільного банку припадає на молодь і ринки, що розвиваються, а в географічному розподілі першість займає Європа. Лідерство належить Великобританії: Monese (55 тисяч установок мобільного додатка), Tandem (залучили 22 мільйони фунтів), Monzo (35 тисяч клієнтів в листі очікування), Starling (привернули нові 70 мільйонів доларів інвестицій), Atom (купили дизайн-бюро Grasp).

Цікаві рішення в Скандинавії: данські Lunarway і Ernit, шведський Tink (залучив 10 мільйонів доларів, 300 тисяч користувачів, збираються виходити ще в 10 країн Європи), фінський Holvi також збирається виходити на нові ринки. Німецький N26 залучив 40 мільйонів доларів від пулу інвесторів.

У США привертають увагу Varo Money (привернули раунд в 27 мільйонів доларів, розвивають PFM-функціональність) і Zero Financial. Цікавий сплеск активності серед необанків в Канаді: Koho і EQ Bank.

Азія представлена дуже слабо: гонконгським Neat, сінгапурським YoloLite, в'єтнамськими Momo і Timo, російськими Точка і Рокетбанк, новим пакистанським стартапом Finja. Найцікавіший ринок зараз – Бразилія, де після успіху Nubank (привернули 52 мільйони доларів після трьох років життя, 1 мільйон жителів подали заявки) з'являються послідовники начебто Neon [1].

Розвитку необанків у передових країнах сприяє низка причин: лояльне ставлення державного регулятора, мінімальне оподаткування, доступ до величезної бази інвесторів, величезний ринок персоналу в сфері фінансових технологій, а також можливість отримати спеціальну ліцензію.

Необанки виділяються на фоні традиційних банків такими властивостями: низька вартість структури; великі мережі банкоматів без комісій; простий та цікавий мобільний зв'язок, на відміну від банківського обслуговування на телефоні з традиційним банком; інтуїтивне бюджетування та інструменти для відстеження грошових коштів, які дозволяють визначити, чи потрібно купувати товар; баланси в реальному часі – баланс на вашому смартфоні.

Ще однією перевагою необанків перед їх більш традиційними конкурентами став нижчий рівень комісійних, що стягуються з клієнтів. У традиційних банків з цього пункту практично немає місця для маневрів, бо за рахунок цих доходів вони покривають свої операційні витрати [2].

Незважаючи на стрімке зростання користувацької бази необанків, стійкість їх бізнес-моделі в довгостроковій перспективі викликає побоювання. Розглянемо на чому заробляють банки-челенджери.

Традиційні банки мають два основні джерела доходів: комісії і чистий процентний дохід (різниця між відсотками, отриманими за виданими кредитами, і відсотками, виплаченими за депозитами).

— Чистий процентний дохід. Перевага необанків – в наявності набагато гнучкішої політики андеррайтингу порівняно з традиційними банками, але це є водночас їх недоліком. Завдяки гнучкішій політиці необанки швидше набирають користувацьку базу, але це збільшує ризик кредитного портфеля.

— Комісії є найважливішим джерелом доходу для необанків. Навіть беручи до уваги той факт, що більшість стартапів у галузі використовують як маркетинговий трюк для залучення нових користувачів повну відсутність комісійних, це твердження не зовсім вірне, бо вони отримують частину міжбанківської комісії.

У довгостроковій перспективі «комісійна модель» заробітку необанків, ймовірно, не спрацює, тому що розмір міжбанківської комісії знижується під тиском регуляторів; необанки, які не мають власної банківської ліцензії, змушені ділити міжбанківську комісію; в абсолютному вираженні одного комісійного доходу може бути не достатньо для росту бізнесу та досягнення рівня беззбитковості [3].

Щодо України, то на жаль повноцінно реалізованим стартапом у сфері «необанкінгу» на сьогодні може похвалитися тільки проект Monobank. Він хоча і розроблявся як концепція самостійного продукту, у результаті був запущений на базі класичного комерційного банку «Універсал Банк».

У середині жовтня экс-менеджери націоналізованого ПриватБанку заявили про запуск інноваційного проекту під назвою Monobank. Бета-тестування Monobank тривало трохи більше місяця, за час якого було випущено 15 тис. карт з сукупним відкритим кредитним лімітом у 279,3 млн. грн. І 22 листопада 2017 року він був офіційно запущений у промислову експлуатацію.

Monobank дає можливість просто та зручно отримати банківську картку з повним доступом за допомогою мобільного додатку. Головними перевагами Monobank є простота і зручність використання рахунку. Для клієнтів Monobank доступні перекази між картками, оплата різноманітних послуг та сервісів, кредитний ліміт, опція кешбек, послуги розстрочки та депозиту [4].

Плануючи стартап у сфері необанкінгу в Україні, насамперед, необхідно подбати про ліцензії. Основними нормативними актами, що регулюють цю галузь, є Закони України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», «Про фінансові послуги та регулювання ринків фінансових послуг», а також «Про банки та банківську діяльність».

При цьому обсяг і вид необхідних ліцензій буде залежати безпосередньо від обсягу послуг, які передбачається надавати в межах проекту. Можливо, стартап зможе вдовольнитися ліцензією на надання фінансових кредитів. Однак необанкінг – це не лише кредитування. Як правило, мінімальний пакет послуг подібного стартапу включає поточний клієнтський рахунок та можливість використовувати розміщені на ньому кошти для платежів.

Виникає перша проблема, оскільки відкриття та ведення поточних рахунків є виключно банківською діяльністю, що передбачено ст. 47 Закону України «Про банки та банківську діяльність». Жодних «обмежених» ліцензій, як у Великій Британії, вітчизняним законодавством не передбачено. Тому проект, що передбачає ведення клієнтських рахунків, можливий лише на базі класичного банку.

Це стосується і випуску платіжної картки. Незважаючи на те, що картка може обслуговуватися різноманітними платіжними системами, її емітентом може бути лише банк, який уклав договір з відповідною платіжною організацією. Це передбачено ст. 14 Закону України «Про платіжні системи та переказ грошей» [5].

Таким чином, реалізація необанкінгу в Україні повинна передбачати співпрацю з будь-яким діючим комерційним банком [6].

Причини успіху необанків в сучасному суспільстві полягають в тому, що подібний сервіс відповідає очікуванням споживачів. Глобалізація світової економіки невпинно зростає, що в свою чергу вимагає спрощення доступу до банківського сервісу з будь-якої точки землі.

Подальший розвиток необанків в Україні пов'язаний або із захопленням постійної частки цільової аудиторії, або ж із швидким нарощенням своєї присутності у банківському бізнесі. Головними завданнями для необанків є збереження високого рівня модульності своїх послуг, здатність задовольнити потреби роздрібних клієнтів за рахунок персоналізованих продуктів, а у перспективі – можливість співпрацювати з корпоративними клієнтами.

Література:

1. Традиційні банки проти необанків і електронних кошельків / Владислав Солодкий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vc.ru/21743-traditional-banks-vs-neobanks>
2. 5 questions to ask before trying a neobank / Robert Barba [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bankrate.com/banking/5-questions-to-ask-before-trying-a-neobank/>
3. Необанки: майбутнє або тупикова гілка розвитку банківської системи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/403187/neobanku-majbutnye-abo-tupikova-gilka-rozvytku-bankivskoyi-systemy>
4. Банк у кишені: що таке Monobank / Павло Харламов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mind.ua/publications/20179026-bank-u-kisheni-shcho-take-monobank>
5. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні Стаття 14. Електронні платіжні засоби [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/pro_platizhni_sistemi_ta_perekaz_koshtiv_v_ukraini/statja-14.htm
6. Фінтех та Україна: Банк у кишені [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://evris.law/uk/bank-u-kisheni/>

Олена РУДА

студентка факультету банківського бізнесу

Тернопільський національний економічний університет

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Стечишин Т.Б.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сьогодні у банківському секторі України точиться жорстка боротьба як за збереження наявних клієнтів і надання їм нових банківських послуг, так і за залучення нових. Тому для цього потрібно пропонувати кращі умови обслуговування, і водночас підвищувати їх якість.

Банківська конкуренція відрізняється від класичної конкуренції між товаровиробниками. Ці відмінності полягають у наступному:

- ✓ об'єктом банківської конкуренції є не товари, а ресурси, які банк формує для здійснення активних операцій;
- ✓ на ринку банківських послуг банківська установа може виступати в ролі не тільки продавця, а й покупця;
- ✓ реалізація банківських послуг може здійснюватися в межах банку без залучення зовнішніх каналів збуту;