

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

на основі засвоєння основних понять технічної діяльності в учнів основної школи у позашкільній діяльності.

Підводячи підсумки розглянутому, слід зробити висновок про те, що у технічні діяльності взаємодіють три самостійні компоненти: мислячий (інтелектуальний), графічний (виконання й читання умовно-графічних зображень) і сенсомоторний.

1. Давлетишин М.Г. Психологія технічних збірностей / М.Г. Давлетишин. – Ташкент: ФАН, 1971. – 176 с.

2. Ребус Б.М. Пространственное воображение как одна из важных способностей к техническому творчеству / Б.М. Ребус // *Вопр. психологии.* – 1965. – С. 36 – 49.

3. Новое педагогическое мышление / Под ред. А.В. Петровского. – М.: Педагогика, 1989. – 280 с.

4. Педагогическая энциклопедия. Т. 4. – М.: Советская энциклопедия, 1968. – 727 с.

5. Методи психодіагностики підлітків [Навчальний посібник з пропедевтичної практики для студентів педагогічних і психологічних спеціальностей] / За ред. О.Д. Кравченко. – Полтава, 1995. – 124 с.

6. Сисоєва С.О. Педагогічна творчість: Монографія. / С.О. Сисоєва. – К.: Книжкове видавн. "Каравела", 1998. – 150 с.

Стаття надійшла до редакції 21.02.2012

УДК 336.741.242

Валентина Страхарчук, кандидат економічних наук,

доцент кафедри економічної кібернетики

Анатолій Страхарчук, кандидат економічних наук,

професор кафедри комп'ютерних технологій

Львівського інституту банківської справи УБС НБУ

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

Обґрунтовано необхідність систематичного розвитку концептуальних засад електронного бізнесу. Визначено роль та місце електронних фінансових послуг в загальній системі електронного бізнесу. Уточнено деякі елементи концепції електронного бізнесу. Запропоновано шляхи підвищення ефективності електронного банківського бізнесу.

Ключові слова: електронний бізнес, види електронних послуг, електронні фінансові послуги, електронні банківські послуги, Інтернет-банкінг.

Рис. 3. Літ. 12.

Постановка проблеми. Банківська система є однією з важливих організаційних структур ринкової економіки, оскільки здійснює грошові розрахунки підприємств та організацій різних форм власності, населення, залучає вільні грошові кошти юридичних і фізичних осіб, здійснює касове обслуговування, виконує кредитні, інвестиційні, валютні, посередницькі, трастові операції. Логіка конкурентної боротьби за клієнта сьогодні, постійна націленість фінансових інститутів на розширення спектра своїх послуг зумовлюють особливості сучасного ринку фінансових послуг, які базуються на впровадженні нових високотехнологічних інструментів для надання фінансових послуг широкому загалу. Саме тому банки та інші фінансові установи і провайдери різноманітних послуг сьогодні пропонують використовувати для цього сучасні технології електронного бізнесу.

Упровадження кібер-технологій у практику фінансових інститутів дозволяє підвищити

ефективність фінансових послуг і є запорукою успіху у збереженні своїх та залученні нових клієнтів. За результатами досліджень багатьох провідних консалтингових компаній, у третьому тисячолітті значення "нетрадиційних" фінансових взаємовідносин між клієнтами неухильно зростає [4].

Однак, як свідчить практичний досвід, система електронних фінансових послуг є динамічною, вона постійно удосконалюється, поповнюється новими сегментами послуг, а, відтак, і розвиток концепції електронних фінансових послуг є постійно актуальним, повинен перебувати в постійній динаміці. Сьогодні концептуальні засади та механізми застосування технологій електронного бізнесу недостатньо розроблені для банківської системи України. Це є одним із гальмівних чинників, що супроводжує процес надання електронних фінансових послуг, стримуючи розвиток відповідних інформаційних технологій, а, відтак, ефективного процесу надання електронних банківських послуг. Отже,

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

проблема створення ефективної концептуальної бази електронних фінансових послуг, і, як наслідок, підвищення їх ефективності вимагає поглибленого вивчення та розробки.

Аналіз останніх досліджень. При написанні роботи було здійснено огляд літературних та інших інформаційних джерел, періодичних видань вітчизняних та закордонних авторів, що досягли суттєвих результатів у теорії електронного бізнесу: І.Т. Балабанов, І. Руденко, Ю. Капица [1], Я. Гжехнік [2], М.С. Деменков [3], А. Краєвая [4], Г. Юрчук [6], В.І. Міщенко, А.В. Шаповалов [7]. Здійснено аналіз основних законодавчих та нормативних актів, що регламентують функціонування електронного бізнесу в Україні.

Метою наукової роботи є аналіз та окреслення основних концептуальних засад електронного бізнесу банку, уточнення елементів понятійного апарату, аналіз гальмівних чинників розвитку електронного бізнесу і на цій основі виявлення можливих варіантів підвищення ефективності функціонування електронних банківських послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу. Процес комерціалізації інформаційної сфери і перенесення ділової активності та частини бізнес-процесів у кібернетичний простір став одним із факторів виникнення on-line економіки, а відтак, і нового перспективного та динамічного сектора економіки – електронного бізнесу. Термін “електронний бізнес” (е-бізнес) означає “здійснення бізнесу електронним шляхом” (Європейська комісія, 1997). При цьому сторони

контактувати з партнерами, дилерами та клієнтами, об’єднувати бази даних та оперативно здійснювати свою діяльність, тобто це підвищення ефективності бізнес-процесів за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Управління торгівлі Американського бюро перепису (U.S. Census Bureau) розглядає електронний бізнес як будь-який процес, що здійснюється бізнес-структурами за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій та мереж.

Згідно з визначенням, що наводиться в on-line-словнику Internet, електронний бізнес – це всі форми підприємницької діяльності, які відбуваються в електронній формі.

На наш погляд, найбільш вдалим і точним є узагальнююче визначення, відповідно до якого можна стверджувати, що е-бізнес – це якісно нова модель інтегрованої економічної діяльності, яка базується на використанні інформаційно-комунікаційних технологій та мереж як унікального макроекономічного середовища та основного засобу виробництва для оперативної комерційної та фінансової діяльності з метою підвищення ефективності наявних або широкого, динамічного розвитку нових сегментів бізнесу та отримання стабільного соціально-економічного ефекту [8].

Як свідчать результати дослідження, сьогодні електронний бізнес охоплює всі види підприємницької діяльності, що здійснюються в кібернетичному просторі, а саме: електронну торгівлю, електронну рекламу, електронний маркетинг, електронний рекрутинг тощо (рис. 1).

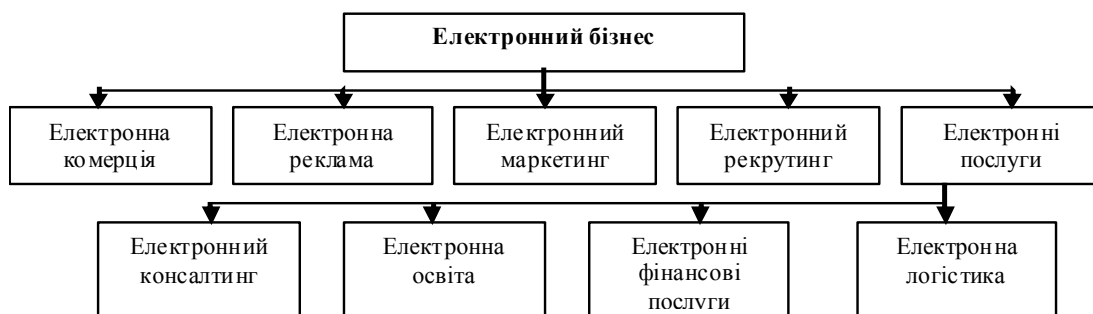


Рис. 1. Основні сфери електронного бізнесу

електронного бізнесу, укладаючи угоди, замість фізичного обміну або безпосереднього контакту, вдаються до електронного способу взаємодії.

Сучасна економічна література відображає різні підходи до визначення поняття “електронний бізнес”. Згідно з визначенням компанії IBM, електронний бізнес – це процес використання мережевих технологій для спрощення, поліпшення та збільшення продуктивності виробничих процесів, що дає можливість компаніям легко

Проведені дослідження дозволили виявити і систематизувати головні цілі електронного бізнесу: прискорення бізнес-процесів, підвищення привабливості компаній як роботодавців, краща відповідність запитам та потребам клієнтів, прискорення процесів пристосування компаній до ринкових змін, краща комунікація та підвищення продуктивності, поліпшення іміджу та підвищення репутації компаній, зменшення видатків та раціоналізація, розширення ринку, отримання нових

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

клієнтів, підвищення відкритості та прозорості бізнес-процесів, розвиток нових сфер діяльності, підвищення міграційної здатності.

Для досягнення цілей електронного бізнесу потрібно мати взаємопов'язаний комплекс компонентів, до яких належать: підсистеми обміну інформацією, підсистеми електронного документообігу, підсистеми управління ресурсами (матеріальними, фінансовими, людськими), підсистеми глобального пошуку інформації, збору та спільного використання знань, корпоративні представництва в кібернетичному просторі, інтегровані з іншими підсистемами компанії, підсистеми електронної торгівлі для організації продажу і закупівель, підсистеми взаємодії з партнерами і клієнтами, підсистеми обліку ресурсів (склад, логістика) тощо.

Сьогодні процеси глобальної інтеграції між компаніями, а також перетину бізнес-процесів відображаються в таких основних формах взаємодії, які вже перетворилися на самостійні сегменти електронного бізнесу:

- бізнес – споживач (B2C/C2B – (B2C/C2B – Business-to-Consumer/Consumer-to-Business), – це форма взаємодії компаній зі споживачами і навпаки, яка дає виробникам додаткові можливості для просування своїх товарів та послуг безпосередньо до споживачів, а споживачам – більше можливостей для вибору. Ця форма взаємодії була однією з перших стратегій е-бізнесу, яка передбачає прямиий рух товарів та послуг від виробників до кінцевих споживачів, обминаючи посередників;

- бізнес – бізнес (B2B – Business-to-Business) – форма оперативної взаємодії підприємств на всіх рівнях, що зорієнтована на діючий бізнес та на відпрацьовані схеми постачання і збуту, стали внутрішні бізнес-процеси. Вона дає змогу об'єднати внутрішні мережі партнерів для спільного електронного документообігу, створює систему прямого розміщення замовлень із можливістю деталізації їхніх параметрів та відстежування їх виконання в режимі реального часу і є новим засобом більш тісної комунікації підприємств. Ця форма взаємодії набула сьогодні найбільшого поширення. На сектор B2B сьогодні припадає близько 85% обороту електронного бізнесу;

- споживач – споживач (C2C – Consumer-Consumer) – взаємодія приватних осіб щодо купівлі-продажу, обміну чи надання товарів, послуг та інформації в кіберпросторі. Прикладами такої форми взаємодії можуть бути дошки оголошень та Internet-аукціони.

Для отримання максимальної ефективності від

застосування кібертехнологій, важливим є розуміння відмінностей між формами взаємодії, як, наприклад, відмінність між B2B та B2C. Перша відмінність полягає у стратегічній спрямованості: B2B зорієнтована на оптимізацію взаємозв'язків між партнерами, а B2C – спрямована на зменшення кількості посередників та пряме досягнення груп споживачів. Друга відмінність базується на суб'єктах відносин: B2C – один продавець (виробник) будує відносини з багатьма потенційними клієнтами; B2B – взаємозв'язок та інтеграція бізнес-процесів між підприємствами одного виробничого процесу.

Водночас слід наголосити на тому, що наведені форми взаємодії притаманні всім видам діяльності, що здійснюються в кіберпросторі. А, відтак, є однозначно неправильним поєднання наведених вище форм взаємодії лише з електронною комерцією, аналогічно з ототожненням понять е-бізнес і е-комерція [7]. Сьогодні такий підхід є досить частим і з нашого погляду, необгрунтованим.

Так, дистанційне навчання (е-освіта), яке тепер дуже поширене в світі, чи складання іспитів на знання іноземної мови в режимі реального часу (е-послуги) відповідають формам взаємодії B2C та C2B, використання платіжних карток для розрахунків – B2C, надання банківських послуг юридичним особам у режимі on-line – B2B, надання банківських послуг фізичним особам у режимі on-line – B2C, пошук роботи приватною особою через кадрові агентства в Internet – C2B, добір кадровим агентством персоналу для замовника – B2B тощо.

Щодо електронних фінансових послуг, сучасні потреби корпоративних та індивідуальних клієнтів визначили мережу Internet одним із найпріоритетніших каналів надання таких послуг. Закономірним результатом став бурхливий розвиток одного з найперспективніших напрямів електронного бізнесу – електронних фінансових послуг. Internet, як інформаційно-транспортна технологія, вже забезпечив доступність фінансових послуг для більшої кількості клієнтів, усунувши географічні та часові бар'єри, а відповідно, збільшив і обсяг своїх продуктів та послуг, упроваджуючи нові методи, правила та традиції дистанційного обслуговування клієнтів. Застосування Internet-технологій у фінансовій сфері значно розширило спектр фінансових послуг та докорінно змінило звичну модель ділових взаємовідносин із клієнтами, зробивши їх динамічнішими, що дає змогу підвищити ефективність функціонування фінансових інститутів.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

Фінансові Internet-послуги надають фінансовим установам нову можливість розширення своєї присутності на фінансових ринках та одночасно створюють нову категорію споживачів цих послуг – електронних клієнтів.

Електронний клієнт відрізняється від традиційного клієнта, як самі Internet-послуги від звичних послуг в офісах фінансових установ. Оскільки споживачі електронних фінансових послуг очікують значного розширення видів таких послуг та підвищення рівня інформаційного обслуговування клієнтів, то системи фінансового обслуговування в мережі Internet працюють за принципами інформаційних вузлів, які пропонують комплексні послуги своїм клієнтам. Досить часто такий вузол агрегує в собі пропозиції багатьох фінансових компаній.

Поняття “Фінансові електронні послуги” (е-послуги) як сегмент електронного бізнесу вимагають визначення. Під фінансовою електронною послугою будемо розуміти послугу, яка (або частина якої) надається через мережу Internet у режимі on-line, використовуючи особливості комунікаційного середовища нового покоління, а саме: можливість одночасного забезпечення інформаційної взаємодії провайдера послуг з великою кількістю клієнтів, забезпечення доступності інформації незалежно від місцезнаходження клієнта та часу доби, глобальність і персоналізованість послуг, можливість оперативного прийняття рішень у процесі взаємодії між системою і користувачами тощо.

Практика розробки та експлуатації сучасних систем електронних платежів зумовила відокремлення платіжної операції від комерційної, якою є продаж товарів. Відтак, вважаємо за необхідне у класифікуванні електронних фінансових послуг як категорії е-бізнесу, виокремити дві сфери застосування цих послуг: фінансове забезпечення електронної комерції в Internet та електронні фінансові послуги в мережі (рис. 2). При цьому фінансове забезпечення електронної комерції призначене для завершення комерційної операції (виконання платежу) і передбачає наявність (створення і впровадження) спеціалізованих платіжних систем та інструментів для забезпечення оп-ліне-оплати товарів і послуг у разі їх купівлі споживачами через Internet. Таку оплату найчастіше здійснюють за допомогою платіжних карток: кредитних, дебетних карток, електронних гаманців.

Щодо сфери електронних фінансових послуг, сьогодні є кілька підходів до їх класифікації, які відрізняються в основному ступенем деталізації послуг чи принципами їх групування. Досить вдалими, на наш погляд, прикладом розгорнутої класифікації їх є підхід аналітиків McKinsey & Company, які виділяють електронний банкінг, управління капіталовкладеннями, торгівлю цінними паперами, управління капіталами, страхування, персональні фінансові послуги (у тому числі Mobil-banking), стратегічне управління [9].



Рис. 2. Класифікація електронних фінансових послуг

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

Проведені дослідження дозволили дійти висновку, що забезпечення розвитку on-line-систем фінансового обслуговування юридичних і фізичних осіб вимагає вирішення низки проблем щодо організації та ведення електронного бізнесу. Найважливіші проблеми:

- запровадження загальноприйнятної системи стандартизації та сертифікації технічних засобів і програмного забезпечення, розвиток систем захисту платіжних трансакцій тощо;
- створення електронних грошей та забезпечення їх ефективного функціонування на глобальних і національних ринках;
- реалізація соціально-економічних та етичних аспектів;
- нормативно-методологічне забезпечення проведення фінансових операцій у мережі;
- правове забезпечення електронних фінансових операцій.

Сьогодні належну нішу на ринку електронних фінансових послуг відведено системам електронних банківських послуг – якісно новій моделі інтегрованої банківської діяльності, яка базується на використанні інформаційно-комунікаційних технологій та мереж, перш за все, внаслідок упровадження в банківську практику Internet-технологій (див. рис. 2).

Слід зазначити, що найпоширеніші в розвинутих країнах види послуг Electronic-banking можна об'єднати в такі класи (рис. 3):

полісів і отримання страхових премій із використанням можливостей мережі Internet.

Системи, що виконують функції Internet-banking, становлять окрему групу серед систем електронних банківських послуг. Поняття Internet-banking стосується систем, які забезпечують надання доступу банківських клієнтів до рахунків і загальної інформації про банківські продукти і послуги за допомогою персонального комп'ютера або іншого пристрою з процесором через мережу Internet.

Вважаємо за доцільне конкретизувати поділ базових типів систем Internet-banking. На сьогоdnішньому ринку використовуються інформаційний, комунікаційний та трансакційний типи систем.

Інформаційний тип системи Internet-banking передбачає наявність у Банку маркетингової інформації про банківські продукти і послуги на виділеному сервері. При цьому банківська внутрішня мережа і сервер не пов'язані, тому ризик є відносно невеликим. Цей рівень може бути забезпечений самим банком або доручений зовнішній фірмі і вимагає впровадження процедури контролю для запобігання неавторизованим змінам змісту банківського сервера або Web-сайта.

Комунікаційний тип системи Internet-banking дозволяє здійснювати взаємодію між банківською системою і клієнтом. Ця взаємодія може

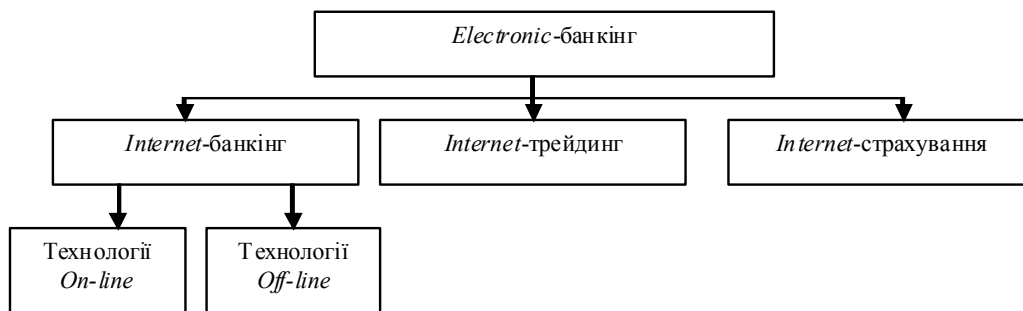


Рис. 3. Види послуг *Electronic-banking*

- Internet-banking (і-банкінг) – надання клієнтам можливостей електронного управління своїми рахунками через Internet;

- Internet-трейдинг (е-трейдинг, і-трейдинг) – надання фінансовими інститутами клієнтам можливості ефективного оперування своїми коштами та цінними паперами на глобальних валютних і фондових ринках завдяки можливостям Internet;

- Internet-страхування (е-страхування, і-страхування) – забезпечення процесу оформлення, оплати та придбання страхових

обмежитись електронною поштою, запитом щодо стану рахунку, заявкою на кредит або поновленням статистичних даних (зміна імені або адреси клієнта тощо). Цей тип системи передбачає доступ до внутрішньої мережі банку, внаслідок чого ризик уцільної конфігурації вищий, ніж на інформаційному рівні. Тому потрібен відповідний контроль для моніторингу і запобігання будь-якому неавторизованому намаганням отримати доступ до внутрішніх комп'ютерних систем і мереж банку.

Трансакційний тип дає змогу клієнтам

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

виконувати трансакції (трансакції клієнтів можуть включати доступ до рахунків, оплату рахунків, переказ коштів тощо). Оскільки, як правило, між сервером і внутрішньою мережею банку є зв'язок, ця архітектура є найбільш ризикованою і потребує ретельного контролю.

Всі базові типи систем Internet-banking впроваджуються в практику за двома основними напрямками:

- здійснення банківських операцій через сайт банку – власне Internet-banking;

- виконання операцій із використанням програмно-технічного комплексу Клієнт - Банк із доступом через мережу Internet з використанням стандартного браузера.

Вважаємо за доцільне наголосити, що off-line-версії банківських програмних комплексів не є повноцінними системами Internet-banking, а, скоріше, звичайними системами PC-banking (Клієнт – Банк), оскільки здійснення операцій у цих версіях відбувається без застосування мережі Internet, а лише за допомогою спеціальних поштових програм та попередньо встановленого програмного забезпечення. Проте в багатьох інформаційних джерелах, як і в багатьох банках, off-line-версія розглядається саме як версія системи Internet-banking, що, з нашого погляду, не є правильним [3].

Отже, можемо зробити **висновки**:

- сьогодні електронний бізнес динамічно розвивається, і підприємницька діяльність у традиційних сегментах економіки пристосовується до вимог “нової економіки” і цілком або частково переноситься в кібернетичний простір;

- концептуальні засади та механізми застосування технологій електронного бізнесу сьогодні недостатньо розроблені для банківської системи України. Це є одним із гальмівних чинників, що супроводжує процес надання електронних фінансових послуг, стримуючи розвиток відповідних інформаційних технологій, а, відтак, ефективного процесу надання електронних банківських послуг;

- чільне місце в системі електронного бізнесу належить електронним фінансовим послугам у двох сферах застосування – фінансове забезпечення електронної комерції в Internet та електронні фінансові послуги в мережі;

- найбільш ефективна стратегія розвитку сегмента фінансових послуг – комбінація “традиційних” і “віртуальних” компаній та забезпечення системи багатоканального продажу універсальних послуг клієнтам. Таке поєднання фінансових послуг забезпечить оптимізацію витрат фінансових компаній та збереження клієнтів.

Надані в роботі пропозиції щодо удосконалення концептуальних засад електронного бізнесу сприятимуть створенню цілісної концептуальної бази. Водночас, система електронних фінансових послуг є динамічною, вона постійно удосконалюється, поповнюється новими сегментами послуг, а, відтак, і розвиток концепції електронних фінансових послуг є постійно актуальним, повинен перебувати в постійній динаміці.

1. Балабанов И.Т. *Интерактивный бизнес*. – СПб. – 73 с.

2. Гжехнік Я.: *Банкінг – // Банк*. – № 11/ 2001. – С. 111.

3. Деменков М.С. *Интернет-технології в обслуговуванні клієнтів банку [Текст]*. М.С. Деменков // *Банківська справа*. – 2009. – №1. – С. 58.

4. Краевая А. *Интернет-банкинг по-українски // Банковская практика за рубежом*. – 2008. – № 5. – С. 44 – 49.

5. Страхарчук А.Я., Страхарчук В.П. *Інформаційні системи і технології в банках: Навч. посібник*. – К.: УБС НБУ. – 2010. – 515 с.

6. Юрчук Г. *Мережа Інтернет – сучасний канал і середовище надання фінансових послуг // Вісник Національного банку України*. – 2002. – № 7. – С. 52 – 58.

7. Міщенко В.І. *Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: практичний посібник*. / В.І. Міщенко, А.В. Шаповалов, Г.В. Юрчук. – К.: Знання, 2008. – 278 с.

8. <http://www.ebanki.pl>

9. <http://www.future.sri.com>

10. <http://expert.org.ua/>

11. <http://www.lexikon-definition.de/E-Business.html>

12. <http://businessnews.net/pale>

Стаття надійшла до редакції 23.03.2012

