

МРНТИ 37.01.85

Б.К. Жолдасов¹, Г.С. Рысмендеева²

^{1,2}Казахский национальный исследовательский технический университет имени К.И. Сатпаева, г. Алматы, Казахстан

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ БАНКА В ОТКРЫТУЮ ЭКОСИСТЕМУ API

Аннотация. Работа посвящена преобразованию банка в открытую экосистему API. В статье будут рассматриваться факторы внедрения открытой экосистемы API в банки, связанные с этим возможности и банковской отрасли и описываются успешные API стратегии.

Ключевые слова: Открытая экосистема API, факторы внедрения, возможности и угрозы для банковской отрасли, успешная стратегия API, информационная безопасность.

Андатпа. Бұл жұмыс Банктің API ашық экожүйесіне айналуына арналған. Мақалада банктерде open API экожүйесін енгізу факторлары қарастырылады. Мақалада банк саласы үшін мүмкіндіктер мен қауіп-қатерлер, сондай-ақ API табысты стратегиялары қарастырылады.

Түйін сөздер: API ашық экожүйесі, енгізу факторлары, банк саласы үшін мүмкіндіктер мен қауіптер, API табысты стратегиясы, ақпараттық қауіпсіздік.

Abstract. The work is devoted to the transformation of the Bank into an open API ecosystem. The article discusses the factors for implementing an open API ecosystem in banks. The article also discusses the opportunities and threats for the banking industry and also discusses successful API strategies.

Keywords: Open API ecosystem, factors for implementation, opportunities and threats for the banking industry, successful API strategy, information security.

Введение

«Открытый» недавно стал новым модным словом в индустрии финансовых услуг, то есть открытые данные, открытые API, открытые банковские операции.

Термин «открытый» означает способность компаний предоставлять свои услуги внешнему миру, с тем чтобы внешние партнеры или даже

конкуренты могли использовать эти услуги для того, чтобы принести дополнительную ценность своим клиентам. Эта тенденция стала возможной благодаря технологической эволюции открытых API (интерфейсов прикладного программирования), которые являются цифровыми портами, делающими эту связь возможной.

Компании, связанные между собой через открытые API, образуют настоящую экосистему API, предлагая лучший в своем роде опыт работы с клиентами, объединяя цифровые услуги, предлагаемые несколькими компаниями.

В технологическом секторе эта эволюция продолжается уже несколько лет в секторе путешествий, позволяющем вам забронировать онлайн любую гостиницу. Отличный пример-история успеха Uber [1]. Всего за несколько лет эта компания приобрела рыночную капитализацию, которая больше, чем у BMW. Это в то время как Uber в основном объединяет несколько API-сервисов, предлагаемых другими компаниями, т. е.

- Позиционирование осуществляется операционной системой (iOS, Android);
- Расчет маршрута и карты предоставляются MapKit и Google Maps;
- Twilio отправляет клиентам текстовые сообщения в реальном времени;
- Оплата производится компанией Braintree;
- Квитанция отправляется через Mandrill;
- Сервисы размещаются в облаке Amazon Web Services (AWS).

Объединение этих лучших в своем роде API-сервисов позволяет стартапам, таким как Uber, предоставлять отличный и инновационный пользовательский опыт в очень короткие сроки, что способствует быстрому росту.

После этого эти стартапы обычно предоставляют свои собственные API, которые, в свою очередь, интегрированы в предложение других компаний. Например, API Uber также интегрирован в приложение United Airlines.

Эти примеры показывают взаимные выгоды такой открытой экосистемы API, т. е. компания, ориентированная на клиента, может предоставлять дополнительные услуги своим клиентам, в то время как компания, предоставляющая услуги, может получать прибыль от более широкого использования своих API. Это приводит к увеличению доходов обеих компаний.

Пример Uber, безусловно, не является единичным случаем, например, UPS успешно увеличила свою долю рынка, интегрировав свои API в

интернет-магазины, или eBay генерирует уже 60 процентов своих доходов через свои API (например, API для отправки товара на листинг на eBay).

Банковская отрасль, традиционно довольно медленно интегрирующая новые технологии, также будет испытывать все большее и большее воздействие. Открытый банкинг становится новой тенденцией, подталкиваемой растущими и меняющимися потребностями клиентов, конкуренцией финтехом (есть финтех-компания для каждой услуги, предлагаемой банками) и регуляторами, подталкивающими банки открывать свои данные и архитектуру (например, PSD2 (Payment Service Directive 2) директива о платёжных услугах), все еще подчиняясь растущим правилам защиты клиентов (например, GDPR (General Data Protection Regulation) европейский генеральный регламент о защите персональных данных). В отчете Digital Banking [2] за 2018 год руководители банков назвали открытый банкинг четвертым по значимости трендом 2018 года. В версии этого отчета за 2016 год эта тенденция не была даже в первой десятке.

Факторы внедрения

Быстрое внедрение открытых банковских операций обусловлено многочисленными эволюциями в банковской отрасли:

- Потребности клиентов растут и меняются: клиенты требуют мульти-и кросс-канальный опыт, который доступен в режиме реального времени и 24/7. Кроме того, опыт должен быть ориентирован на клиента, а не на продукт-ориентированный подход, который в настоящее время предлагают большинство банков. Например, клиенты требуют, чтобы банки предлагали такие услуги, как полное целостное управление личными финансами (т. е. включая активы и обязательства, хранящиеся в других финансовых учреждениях). Это дает клиентам не только возможность управлять своими бюджетами, но и немедленно запускать внутренние и внешние сервисы из анализа, происходящего в этом модуле. Примером внутренней услуги может быть инвестирование избыточных денег в ценные бумаги, в то время как примером внешней услуги может быть автоматическое предложение и управление переключением от коммунальной компании, когда сравнение с коллегами показывает, что клиент платит слишком много за свои коммунальные услуги.
- Регуляторное давление: регуляторы (особенно в Европе) все больше подталкивают банки к тому, чтобы открыть свою архитектуру, с помощью PSD2 (Payment Service Directive 2) [3]

в Европейском Союзе и открытой банковской инициативы СМА (Competition and Market Authority) в Великобритании. Оба постановления направлены на усиление конкуренции в сфере финансовых услуг (с целью предоставления потребителям более качественных услуг при более низких затратах) путем навязывания банкам права разрешать третьим лицам напрямую получать информацию о счетах и другую информацию от банков. Например, инициатива Open Banking обязывает банки делиться информацией о продуктах и услугах (например, ценами, сборами, условиями и положениями) и информацией о клиентах (например, информацией о счете и возможностью осуществлять платежи напрямую).

- Новые технологии: быстрые технологические изменения в отрасли (IoT, анализ больших данных, аналитика клиентов в реальном времени, искусственный интеллект, блокчейн...) делают практически невозможным для банка инвестировать (и быть на вершине) в любую новую технологию. Поэтому партнерство со специализированными компаниями является почти необходимостью, чтобы оставаться впереди всех этих технологических эволюций. Кроме того, этим партнерствам должна способствовать открытая архитектура API.

Возможности и угрозы для банковской отрасли

Создание открытых API-экосистем открывает перед банковской отраслью несколько возможностей, но и создает значительные угрозы.

Банки, не открывающие свою архитектуру и не участвующие в этих экосистемах API, как ожидается, потеряют больше всего. Интересно процитировать здесь BBVA [4] (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria - одна из крупнейших банковских компаний в Испании): «компания без API-это как компьютер без интернета». В то же время выгоды, которые получают банки, участвующие в таких экосистемах, также будут сильно зависеть от той роли, которую банк будет играть в экосистеме.

При самом оптимистичном сценарии Банк будет центральным игроком в экосистеме, управляющей клиентской принадлежностью. Финтехи будут конкурировать друг с другом, чтобы получить доступ к клиентской базе банка. В результате банк сможет выбирать между различными финтех-игроками, выбирая тот, который предлагает лучшие услуги для клиентов банка, и тот, который предоставляет лучшие условия для банка. В этом сценарии инновации обходятся банку очень дешево, т. е. новые игроки могут экспериментировать с новыми подходами, причем банку не придется вкладывать деньги в эти испытания.

С другой стороны, вполне возможно, что финтех-компании (или, возможно, один из технологических гигантов Gafa, например Google, Apple, Facebook или Amazon) будут лидировать в экосистеме. В этом сценарии финтех-компания будет получать большую часть прибыли и управлять отношениями с клиентами, в то время как банкам придется конкурировать друг с другом, чтобы предлагать базовые (невидимые для клиента) банковские услуги и продукты. В этом сценарии банки будут сведены к роли невидимых поставщиков сырьевых услуг.

Сторона, управляющая отношениями с клиентами, не только получит большую часть прибыли, но и получит доступ к данным клиента, которые могут быть использованы для тонкой настройки и персонализации клиентского опыта и увеличения возможностей кросс-продаж.

Трудно предсказать, какую «роль» банки будут играть в этих будущих экосистемах, но ближайшие годы будут иметь решающее значение для того, чтобы банки заняли доминирующее положение. У банков, безусловно, есть много преимуществ, таких как более широкое предложение услуг, дополнительное и улучшенное распределение и усиленное смягчение рисков.

При сравнении банков с финтехами сегодня оба имеют конкурентные преимущества. Партия, которая сможет наилучшим образом использовать свои преимущества и улучшить свои недостатки, выиграет эту «гонку» за то, чтобы стать доминирующим актором в экосистемах:

- Преимущества банка;
 - Надежные бренды;
 - Большая клиентская база;
 - Разнообразные продукты и услуги;
 - Уникальный опыт работы в банковской сфере;
 - Банки обладают уникальными знаниями о клиенте;
 - Доступ к большому объему капитала;
 - Многоканальный опыт;
 - Банки имеют всю необходимую инфраструктуру для обработки, клиринга и расчетов платежей, ценных бумаг;
 - Недостатки и проблемы банка:
- Длинные и дорогостоящие циклы изменений: самое большое препятствие для банков, чтобы конкурировать с финтехами, вероятно, заключается в их неспособности быстро и эффективно развивать свои ИТ-приложения. В основном это происходит по двум причинам:

1. Унаследованные системы: большинство банковских услуг были построены поверх унаследованных систем, которые были построены десятилетия назад и не адаптированы к

современным цифровым требованиям. Переход к открытому банку, предоставляющему привлекательные и инновационные API-сервисы, создаст огромную проблему трансформации, которая потребует значительного времени и денег.

2. Банковская культура: из-за их долгой истории ИТ, их сложной архитектуры приложений и присущей им склонности к риску банки имеют культуру медленных, но устойчивых изменений. Это находит свое отражение в крупных и сложных релизах один или два раза в год, широко распространенном использовании традиционных методологий разработки и том факте, что ИТ подразделение часто все еще рассматривается как непрофильный центр затрат, имеющий мало полномочий на принятие решений (т. е. банки не сделали переход к превращению в «технологическую компанию»).

Независимо от того, какую роль банк будет играть в экосистеме, клиент, безусловно, получит наибольшую выгоду от этой эволюции:

- Повышенная конкуренция, ведущая к снижению цен и улучшению уровня обслуживания
- Большая прозрачность, т. е. будет легче сравнивать различные финансовые продукты и услуги. Этому будут способствовать веб-сайты, которые позволяют напрямую сравнивать цены (сfr. Booking.com по ценам гостиниц).
- Новые формы распространения, т. е. клиент сможет инициировать финансовые услуги и продукты с веб-сайтов других компаний в других секторах (например, розничных торговцев). Клиент также сможет запускать нефинансовые услуги с сайта Банка.

Успешная стратегия API

Решающее значение для успешной стратегии API имеет понимание того, что открытый API-это также коммерческий бизнес-продукт, а не просто технический интерфейс. Таким образом, конвертация банковских услуг в открытые API должна быть не просто техническим ИТ-проектом, а ориентироваться на бизнес. Это означает, что банки должны нанимать менеджеров по продуктам API на стороне бизнеса.

Успешный открытый API должен позволять:

- Создание новых потоков доходов, т. е. монетизация API. Возможны различные модели монетизации:

- Конечные пользователи, оплачивающие транзакционные сборы за использование решения;
- Партнеры и/или разработчики, оплачивающие услуги/использование данных;
- Партнеры и банки, заключающие соглашение о совместном использовании доходов, такие как реклама с оплатой за клик (т.е. выход из традиционных соглашений о лицензионно оплате за продукт/услугу);
- Улучшение качество обслуживания и удовлетворенность клиентов, т.е. API должны быть разработаны для клиентов, т. е. предоставлять клиенту ценную услугу, а не только продукты и необработанные данные (например, историю транзакций со счета). Это может быть достигнуто путем обогащения необработанных данных (например, добавление классификации к истории транзакций счета) или путем добавления дополнительных услуг на основе необработанных данных (например, предоставление сберегательного или инвестиционного предложения на основе необработанных данных истории транзакций).
- Получение большего объема данных: сбор большего количества данных о клиентах, что позволяет получить лучшую информацию о клиентах, которая, в свою очередь, может быть использована для повышения доходов (например, через кросс-продажи) и обслуживания клиентов и удовлетворения их потребностей.

Кроме того, успешная стратегия API должна быть направлена не только на исходящие API, то есть на API, предоставляемые компанией финансовых услуг. Компании, предоставляющие финансовые услуги, также должны иметь стратегию использования API от других компаний (например, финтех-компаний). Это позволяет быстро создавать новые сервисы, опираясь в дальнейшем на функционал, предоставляемый компаниями-партнерами.

Заключение

Банки должны уже сейчас перейти к адаптации своей внутренней архитектуры, чтобы предоставить четко определенные и хорошо документированные услуги внешнему миру. Вместо того, чтобы делать только голый минимум (т.е. платежи и информацию о счете), требуемый регуляторами (т.е. PSD2) [4], банки должны уже начать открывать и другие свои продукты и услуги (т.е. ценные бумаги, кредиты, страхование и др.) [5]. Эта стратегия предоставления продуктов и услуг в качестве API не

только позволит бизнесу банка исследовать новые возможности, но и подтолкнет ИТ-организации к реструктуризации, позволяя им эволюционировать в более гибкую, ориентированную на клиента организацию.

Список использованной литературы:

- 1 Uber. URL: <https://developer.uber.com/>.
- 2 Abrosimova, K. 5 Reasons to Integrate Uber API. URL: <https://yalantis.com/blog/5-reasons-think-uber-api-integration-app/>.
- 3 Digital Banking. URL: <https://www.digitalbankingreport.com/>.
- 4 Open Bank Project PSD2 Suite. URL: <https://www.openbankproject.com/psd2>.
- 5 BBVA. URL: <https://www.bbva.com>.