

УДК 336.71(045)

EDN: WICSRY



©2024 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

OPEN DATA КАК ИННОВАЦИЯ В РАЗВИТИИ БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА И ЕЁ ПРИНЯТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

© Автор(ы) 2024

ЗВЕРЬКОВА Татьяна Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры
банковского дела и страхования

Оренбургский государственный университет
460018, Россия, Оренбург, tnzverkova@mail.ru

SPIN-код: 3385-9234

ORCID: 0000-0002-6540-6154

Аннотация. Предмет. В статье обсуждаются проблемы и перспективы внедрения модели Open Data в банковском секторе, а также реакция рынка на эту инновацию. Анализируются потенциальные выгоды для участников рынка с позиций принятия потребителем Open Data как инновации и завоевания доверия. Цель исследования заключается в анализе направлений и особенностей внедрения цифровых технологий Open Data, выявлении уровней их развития и приоритетов, а также определении барьеров, препятствующих данной инновации. Методологическая основа исследования включает системный анализ, позволяющий оценить комплексное воздействие Open Data, и сравнительный анализ, выявляющий лучшие практики и подходы к внедрению технологии. Результаты исследования демонстрируют, что Open Data активно интегрируется в банковскую деятельность, способствуя повышению прозрачности и улучшению качества предоставляемых услуг. Однако существуют определенные препятствия, такие как недостаток нормативно-го регулирования, проблемы с обеспечением безопасности данных и низкий уровень финансовой инклюзивности и доверия среди отдельных групп потребителей. Важным аспектом исследования является влияние BigTech-компаний на рынок Open Data. Их участие порождает новые вызовы, связанные с доминированием на рынке, ценовой и алгоритмической дискриминацией. Выводы исследования подчеркивают, что внедрение Open Data может кардинально изменить способы предоставления финансовых услуг, способствуя созданию новых продуктов и услуг, оптимизации внутренних процессов банков. Однако ключевым фактором успешного внедрения Open Data является принятие их потребителем, что требует обеспечения финансовой инклюзивности и безопасности цифровых услуг. Технология сама по себе становится второстепенным фактором, если она не удовлетворяет запросы пользователей или не соответствует их ожиданиям. Потребитель играет центральную роль в принятии Open Data, и именно его решения будут определять процесс распространения этой инновации. Если потребители не видят явных преимуществ или испытывают трудности в использовании новых услуг, это может замедлить или даже остановить процесс внедрения.

Ключевые слова: Open API, Open Banking, Open Finance, Open Data, BigTech, инновации, доверие, инклюзивность.

OPEN DATA AS AN INNOVATION IN BANKING BUSINESS DEVELOPMENT AND ITS ACCEPTANCE BY CONSUMER

© The Author(s) 2024

ZVERKOVA Tatyana Nikolaevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of
Banking and Insurance

Orenburg State University
460018, Russia, Orenburg, tnzverkova@mail.ru

Abstract. Item. The article discusses the problems and prospects for introducing the Open Data model in the banking sector, as well as the market reaction to this innovation. Potential benefits for market participants are analyzed in terms of consumer acceptance of Open Data as an innovation, gaining trust and the role of BigTech in increasing financial inclusion. The purpose of the study is to analyze the directions and features of the implementation of Open Data digital technologies, identify the levels of their development and priorities, as well as identify the barriers that impede this innovation. The methodological basis of the study includes a systems analysis to assess the comprehensive impact of Open Data, and a comparative analysis to identify best practices and approaches to implementing the technology. The results of the study demonstrate that Open Data is being actively integrated into banking activities, helping to increase transparency and improve the quality of services provided. However, there are certain barriers, such as a lack of regulation, data security issues and low levels of financial inclusion and trust among certain consumer groups. An important aspect of the study is the influence of BigTech companies on the Open Data market. Their participation raises new challenges related to market dominance, price and algorithmic discrimination. The study's findings highlight that the introduction of Open Data can radically change the way financial services are provided, facilitating the creation of new products and services and optimizing the internal processes of banks. However, a key factor for the successful implementation of Open Data is consumer acceptance, which requires ensuring financial inclusion and security of digital services. Technology itself becomes a secondary factor if it does not satisfy users' needs or meet their expectations. The consumer plays a central role in the adoption of Open Data, and it is their decisions that will shape the adoption of this innovation. If consumers do not see clear benefits or have difficulty using new services, this can slow or even stop adoption.

Keywords: Open API, Open Banking, Open Finance, Open Data, BigTech, innovation, confidence, inclusivity.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.

В конце 2022 года Сбербанк предложил финансовому рынку, телекоммуникационной отрасли и маркетплейсам открыть взаимный доступ к клиентской информации через использование открытых интерфейсов (Open API) в рамках модели открытых данных. Этот шаг стимулирован стремлением к углублению цифровой интеграции между различными секторами экономики, что должно способствовать улучшению пользовательского опыта и повышению конкурентоспособности на рынке финансовых услуг. В современных условиях традиционная модель Open Banking постепенно уступает позиции модели

открытых данных (Open Data), предполагающей более широкий и глубокий доступ к различным видам данных, не ограниченным только банковскими транзакциями. Это позволяет создавать инновационные сервисы и продукты, основанные на анализе и использовании данных о клиентах в различных контекстах и сферах деятельности.

Обзор исследований и литературы

Большая часть исследований направлена на изучение процессов цифровой трансформации среды, бизнес-процессов и экосистем. Общим стало мнение, что формирование экосистем и партнерств в банковской сфере может дать возможность улучшить монетизацию клиентской базы и повысить лояльность клиентов к конкретному банку или экосистеме. Использование алгоритмов рабо-

ты с данными, машинного обучения и других технологий искусственного интеллекта позволяет значительно расширить возможности анализа клиентской информации и поведения, а также автоматизировать процессы предлагаемых услуг и сервисов [1; 2; 3].

В условиях активного развития интегрированной сетевой экономики снижаются барьеры для входа на рынок небанковских игроков, и телекоммуникационные и ИТ-компании запускают финансовые сервисы и продукты на основе своих компетенций [4]. В этих условиях происходит формирование новых потребительских ценностей на основе взаимодействия кредитных организаций и высокотехнологичных компаний [5]. Трендом в банковской деятельности становится переход в виртуальное пространство на основании роста спроса на выполнение максимального количества банковских операций в онлайн-сервисах вне зависимости от местонахождения клиента [6]. Результатом внедрения открытых API в цифровой банкинг, становится создание новой архитектуры, в которой API становятся соединительной тканью, обеспечивающей контролируемый доступ к услугам, продуктам и данным как внутри банка, так и за его пределами [7].

В настоящее время развитие моделей Open Banking, Open Finance и Open Data пока находится на стадии формирования систем быстрых платежей и маркетплейсов [8]. Изучение опыта практического применения Big Data и Open Data исследователями [9–12] позволяет констатировать, что несмотря на то, что регулярно появляются сообщения об успешном применении технологий Big Data инновационными компаниями, сведения о положительном и отрицательном опыте применения технологий пока носят отрывочный и не системный характер [20–23].

В исследованиях пока отсутствует однозначное понимание концепции Open Finance и Open Data, их инновационности и востребованности потенциальными клиентами. Недостаточность научных публикаций на данные темы показывает, насколько слабый интерес российских специалистов к теме Open Data и изменениям роли BigTech-компаний. Отечественные исследователи более склонны изучать экосистемы и цифровые платформы, которые, по своей концептуальной сути, во многом пересекаются с термином Open Data.

В условиях отсутствия теоретической проработки вопросов Open Data сложилось и не однозначное отношение к технологическим гигантам (BigTech), которые по существу не являются субъектами финансового посредничества, но в литературе активно обсуждается их роль в будущем финансового посредничества. Исследователь В. Усский считает [13], что попытка объединения технологических компаний и финансовых учреждений в единое целое в действительности может оказаться неправомерной, поскольку они отличаются по своей сущности и функциям. Технологические компании и банки имеют различные цели, задачи и регулятивные обязательства, и попытка объединить их под единым термином может привести к некорректным выводам и не пониманию их потенциальных рисков и преимуществ. Это также может привести к неправильным решениям в регулировании и контроле за деятельностью таких компаний. Однако, необходимо учитывать, что технологические компании уже оказывают значительное влияние на сферу финансового посредничества через предоставление цифровых платежных услуг, онлайн-кредитование и другие финансовые инновации. Исследование и обсуждение их роли в будущем финансового посредничества важно для выработки регулятивных мер и обеспечения финансовой инклюзивности.

Таким образом исследование литературы показывает недостаточность изучения модели Open Data. Отмечается достаточно узкая интерпретация сущности этой модели преимущественно в увязке с финансовыми операциями. Кроме того, малое количество фундаментальных работ (в виде монографий или диссертационных исследований)

по данной тематике также свидетельствует о недостаточном внимании к этой теме в научной среде. В связи с малым количеством исследований возникает потребность в проведении более глубоких эмпирических исследований.

Рассмотрение Open Data как части системы Открытых API позволяет исследовать их с позиций системного анализа, оценить комплексное воздействие Open Data на участников финансового посредничества и с помощью походов сравнительного анализа наметить подходы для признания данной модели как новации.

Это позволяет лучше понять потенциал и риски открытых моделей финансовых услуг и повысить осведомленность о них в отечественной финансовой среде и обществе.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Как Open Data способствует проникновению BigTech в финансовое посредничество

Новейшие технологии, такие как искусственный интеллект и машинное обучение, привели к широкому оцифровыванию бизнес-процессов, что подтолкнуло к организационно-управленческим инновациям. Эти инновации изменили структуру корпоративного управления и организацию бизнес-моделей BigTech-компаний и способствуют появлению интереса к созданию собственных кредитных организаций. Так, еще, в 2023 году маркетплейс Ozon завершил реорганизацию, ранее приобретенных банков «Еком банк» и «Оней Банк», в объединенную кредитную организацию на базе универсальной лицензии под брендом «Ozon банк». В 2024 году Группа «Самолет», одна из крупнейших федеральных корпораций в сфере PropTech и девелопмента, сообщила о покупке собственного банка. Таким образом, созданные из стартапов, крупнейшие BigTech-компании уже не только сами представляют интерес для банков, но и готовы приобретать их самих, пренебрегая созданием с ними партнерских отношений.

Отечественная практика показывает, что после того, как BigTech-компания создадут собственную потребительскую базу, они будут пытаться пользоваться своим доминирующим положением на рынке, чтобы предотвратить проникновение конкурентов, увеличить затраты на переключение, объединять продукты и продвигать свои собственные продукты за счет сторонних продавцов.

Ярким примером амбиций BigTech на рынке платежей является конфликт маркетплейса Wildberries с банками и платежными системами из-за высокой стоимости эквайринга в 2021 году. «Не желая платить высокие комиссии Wildberries предложил пользователям покупать товары без комиссии платежных систем Visa и Mastercard. Маркетплейс снизил цены на товары на 2 % для тех, кто оплачивает покупки картами платежной системы МИР, через SberPay или Систему быстрых платежей» [24].

Как только BigTech-компания приобретут «доминирующее положение, они смогут использовать его для ценовой дискриминации и получения сверхприбылей. Это может привести к появлению «цифровых монополий» [25]. Опыт конфликта маркетплейса Wildberries в 2021 году с банками и платежными системами Visa и Mastercard показывает, что участие BigTech-компаний в предоставлении финансовых услуг приводит к конфронтационным ситуациям на рынке.

Роль потребителей в принятии новации Open Data и завоевание их доверия

Несмотря на явные преимущества модели открытых данных в розничном бизнесе, её внедрение в настоящее время остается скорее исключением, чем правилом. Потребители по большей части не знают о потенциальных выгодах, что позволяет предположить, что моделям Open Banking, Open Finance и Open Data необходимо найти новые способы стимулирования интереса клиентов.

И здесь, как и в начале века, актуальным остается мнение Синки Дж.: «Успех продукта или его провал зависят от приемлемости продукта для потребителя.

Технология как таковая становится второстепенным фактором. За принятие обществом технологии, как и за принятие продукта, отвечает в первую очередь потребитель. Решения отдельных потребителей обуславливают процесс распространения инноваций» [14, с. 68].

Чтобы признать Open Banking, Open Finance и Open Data востребованными инновациями, нужно изучать их восприятие обществом. Это означает, что важно учитывать, как люди (потенциальные клиенты) реагируют на новую идею или технологию, и какие факторы влияют на их принятие или отвержение.

Отказ от новшества Open Data может быть вызван различными причинами, такими как недостаточное понимание преимуществ или страх перед изменениями. Это может быть вызвано также и отсутствием необходимой API-инфраструктуры, необходимой для внедрения новых технологий. Кроме того, отказ от новшества Open Data может быть связан с недостаточной подготовкой общества или сопротивлением со стороны участников процесса.

Банк России в своей «Концепции внедрения Открытых API на финансовом рынке» использование Open API сервисов, в целом увязывает с развитием финансовой доступности и финансовой грамотности [26, с. 16]. Но, к сожалению, как мы отмечали выше, в настоящее время отсутствуют эмпирические исследования, изучающие потребности населения в модели Open Data и уровня знаний относительно механизма её работы.

Имеющиеся в документах регуляторов обоснование инновационности Open Data не совсем соответствуют выводам в научных исследованиях. Так, в своей известной работе Фредерик С. Мишкин аргументирует, что «основными движущими силами появления финансовых инноваций являются: изменение условий спроса (рост процентных ставок), изменение условий предложения (особенно развитие информационных технологий), а также стремление избежать дорогостоящего государственного регулирования» [15, с. 324].

С моделью Open Data складывается несколько обратная ситуация, когда основными модераторами её внедрения и развития в разных странах являются сами регуляторы. Что не совсем укладывается в обоснование причин появления Open Data как инновации и противоречит причине внедрения данной инновации как «поиска лазеек» в государственном регулировании [15, с. 301].

Поэтому внедрение модели Open Data характеризуется некоторым «охлаждением» заинтересованности потребителей. Первоначально ожидалось, что произойдет большой «взрыв» внедрения Open Finance и Open Data. Однако, вместо этого, модели столкнулись с отсутствием интереса потребителей и отсутствием доверия, которое «заслуживается» медленно. Как отмечает Д. Балабошина, «концепции открытых API размываются. На рынке недостаточный уровень кооперации, игроков очень тяжело объединить» [27]. Наибольший скептицизм к Open Finance и Open Data можно заметить среди региональных банков. Как отмечают эксперты, «в настоящее время банки разочарованы в качестве банковских интерфейсов, и не особо заинтересованы их развивать. Банки вынуждены пока только постоянно увеличивать затраты на открытые API» [27].

В то время как небанковские компании видят в этом возможность расти и расширять свои услуги, местные банки сосредоточены на внедрении трансформаций, связанных с текущей ИТ-инфраструктурой, и на изменениях, связанных с соблюдением регуляторных требований. Местные банки практически не заявляют открыто о наличии каких-либо стратегий в отношении Open Data.

Проблема с информированным согласием в использовании открытых данных является не решенной во всех странах, поскольку потребители часто не в полной мере осознают последствия предоставления доступа к своим данным. Сложность условий обмена данными и длинные тексты контрактов приводят к тому, что люди не могут

корректно оценить риски и последствия своих действий.

Также важно отметить, что в условиях стресса и неуверенности люди могут принимать финансовые решения, не имея достаточно времени или возможности для тщательного анализа информации. Это делает процесс принятия решений более уязвимым, особенно когда речь идет о соглашениях на обмен данными.

Open Data также рискует лишить людей, находящихся в наиболее уязвимом положении, доступа к банковским продуктам и услугам. Те, кто не подключен к сети, будут ограничены в доступе или столкнутся с более высокими расходами. Так, по данным исследователей НИУ ВШЭ «доля домохозяйств, не имеющих доступа в интернет, в России составляла в 2021 г. – 16 %. Среди сельских жителей величина показателя составляет 17,6 %, городских – 10,7 %». Таким образом, около 22 миллионов людей не обладают базовыми навыками, необходимыми для участия в жизни цифрового общества и не могут использовать инструменты, необходимые для управления открытыми финансами. Следовательно, граждане, которые не смогут делиться своими данными через Open Data в силу отсутствия необходимых навыков в Internet, могут пострадать от этого. BigTech-компании могут использовать различные дифференцированные сборы и критерии приемлемости для продуктов и услуг, основанных на открытых данных. Как отмечают М. Clarke и D. Nicholls, «“Премия за конфиденциальность” означает, что люди, отказывающиеся от обмена данными, сталкиваются с более высокими ценами. Информация, которой делятся некоторые люди, в том числе через открытое финансирование, также может раскрыть информацию о других людях и группах без их ведома или согласия» [28].

Так, по данным Банка России в 2023 году «объем операций без согласия клиентов увеличился по сравнению с 2022 годом на 11,48 % на фоне роста объема денежных переводов с использованием карт» [29]. В рамках нынешней модели открытых API потребители редко получают какое-либо возмещение.

Использование открытых финансовых данных компаниями может привести к тому, что они будут предоставлять услуги в первую очередь тем потребителям, которые обещают наибольшую прибыль, игнорируя более сложные потребности других групп населения. Более того, алгоритмы, используемые для анализа этих данных, могут усугублять предубеждения и неравенства, находящиеся в обществе. Исследователь Л. Кузина приводит данные, которые свидетельствуют, что уже сейчас часть населения испытывает уязвимость и с большей вероятностью не будет иметь доступа к банковским услугам. Так «в некоторых субъектах РФ не подключены к интернету менее 5 % домохозяйств: в Ямало-Ненецком автономном округе (1,5 %), Магаданской области (2,7 %) и Чеченской Республике (3,8 %). В ряде других регионов доля таких домохозяйств превышает 25 %: республиках Марий Эл (28 %) и Мордовия (26,3 %), Новгородской (27 %) и Орловской (25,5 %) областях» [30].

Наглядным примером уязвимости населения являются данные приведенные НИУ ВШЭ. По их сведениям, достаточно сложно прогнозировать развитие Open Data, когда основными «причинами неиспользования интернета являются такие факторы, как нежелание им пользоваться (69,1 % россиян, никогда не пользовавшихся интернетом); недостаток необходимых навыков (37 %); финансовые причины (10,4 %)» [30]. Цифровизация и отсутствие прямого контакта со специалистами особенно в регионах затрудняют потребителям возможность реализовывать свои права при оспаривании решения финансовых посредников, что приводит к проблемам с возмещением ущерба.

Банк России признает данные проблемы и считает, что «при переходе к онлайн-каналам необходимо обеспечить интересы тех потребителей, которые в силу различных причин не могут или не готовы воспользоваться данной формой взаимодействия с провайдерами. Важно

контролировать риски цифрового неравенства и не допустить цифровой дискриминации, то есть возникновения ситуаций, когда граждане и бизнес потеряют доступ к финансовым услугам по причине отсутствия дистанционного доступа к услугам». Но при этом Банк России также отмечает, что «для людей с инвалидностью, пожилых и других маломобильных групп населения основным барьером доступа является не отсутствие сети Интернет, а то, что дистанционные каналы предоставления финансовых услуг не всегда адаптированы к нуждам всех групп населения» [31, с. 23].

При определении финансовой инклюзивности важным является обеспечение доступа к финансовым услугам в регионах. Несмотря на то, что Open Data предусматривает наращивание сети предприятий, относящихся к сектору небанковских контрагентов (продуктовые магазины, автозаправочные станции, почтовые услуги, аптеки и т. д.), по-прежнему остается существенной роль местных (региональных) банков.

Поэтому достаточно важным является изучение места, роли и перспектив участия региональных банков в Open Data. Необходимо уже сейчас понимать могут ли местные банки, используя стратегию «нишевости», монетизировать данные своих клиентских баз и сегментов, предоставив третьим лицам доступ к информации о сегментации, к собственной базе с подробным описанием поведения потребителей?

Как справедливо отмечает Х.-У. Дериг, «локально ориентированные банки должны быть в состоянии сопротивляться попыткам «прорывов в одиночку» в глобализированные области. Исходные данные у таких «одиночек» почти во всех случаях слишком слабые, так как затраты на вступление, комплексность и риск могут оказаться слишком высокими. Однако, те кто работает в определенной нише, в любой отрасли чувствуют себя хорошо до тех пор, пока они являются подлинными специалистами, а ниша остается нишей. Ограничение абсолютно необходимым особенно важно для мелких банков. То, что не окупается, следует отбросить. Базовые услуги и процессы, требующие критической величины, следует передать третьим лицам» [15, с. 153].

В Open Data у региональных банков появляется хорошая возможность реализовывать данные, которыми клиенты согласятся поделиться, не только крупным банкам, но и компаниям BigTech. Эта возможность продажи данных, основанных на знаниях о сегментации, дает возможность местным банкам получить новый прибыльный поток доходов в своей нише. Региональные банки так же могут быть бенефициарами Open Data, используя данные и услуги, предоставляемые другими банками через API. Это дает им доступ к еще большему количеству информации о своих клиентах: знания не только о продуктах, которыми пользуются клиенты в других банках, но и о их платежных операциях [32]. Эффекты могут быть двоякими. С одной стороны, местные банки будут пытаться удерживать клиентов, предлагая продукты, доступные у других банков, а с другой, при более глубоком понимании клиентов могут создавать новые продукты, более соответствующие потребностям клиентов.

ВЫВОДЫ

Выводы исследования.

Проведенное исследование ещё раз подтверждает, что использование Open Data представляет собой новую форму взаимодействия между открытыми данными и финансами. Модель вносит существенные изменения в традиционные способы предоставления финансовых услуг. Но в тоже время Open Data не способствует созданию конкуренции между финансовыми посредниками, телекоммуникационной отраслью и маркетплейсами.

Как отмечалось выше, развитие Open Data вызывает серьезные опасения по поводу не только конкуренции, но и финансовой инклюзивности, в части обеспечения доступа к финансовым услугам в регионах людей, не обладающих базовыми навыками, необходимых для

участия в жизни цифрового общества и не имеющих опыта использования инструментов управления открытыми финансами.

Эти проблемы необходимо решать не путем создания жестких барьеров для BigTech-компаний (поскольку в определенной степени их вклад может быть полезен для улучшения благосостояния потребителей), а путем надлежащего регулирования сосуществования традиционных финансовых институтов и FinTech и BigTech-компаний.

В то же время бизнес-модели BigTech-компаний могут создавать новые риски: они могут привести к доминированию на рынке, ценовой дискриминации, алгоритмической дискриминации и серьезным проблемам с конфиденциальностью.

Таким образом, участие BigTech-компаний в Open Data приводит к новому и сложному компромиссу между целями государственной политики: финансовой стабильностью, конкуренцией и конфиденциальностью. Это требует большей координации между национальными и международными органами, особенно центральными банками и финансовыми регуляторами [25].

Насколько реальна нужна модель Open Data населению решать только ему самому как потребителю. Любое навязывание невостребованных услуг приводит к их отторжению и забвению. В последние два десятилетия большие перспективы прогнозировались для финансовых супермаркетов, различных форм банкострахования, финансовых маркетплейсов и др. Но на практике их востребованность потребителями не подтвердила смелые прогнозы об их инновационности.

Важно понимать, что в развитии Open Data приоритет должен быть отдан нуждам потребителей; устранению потенциальных проблем с информированным согласием в использовании открытых данных; повышению финансовой грамотности населения; исключению любых возможностей не корректной оценки рисков и последствий своих действий при предоставлении доступа к своим данным.

Немаловажным препятствием на пути разработки новых услуг Open Data, является недостаточная развитость доступа в интернет у значительной доли домохозяйств и вследствие этого значительного числа людей, не имеющих возможность получить доступ к цифровым продуктам и услугам, и несущим вследствие этого дополнительные издержки.

Опыт внедрения Open Data показывает, что разработка новых услуг на основе Open API будет дорогостоящей для всех, поэтому все участники должны иметь равное право монетизировать эти новые продукты и услуги, не взвизывая на малые размеры региональных банков и несоизмеримо большие BigTech-компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Васильев, С. А. Банки, финансовые платформы и Big Data: тенденции развития и направления регулирования / С. А. Васильев, И. А. Никонова, О. С. Мирошник // Финансовый журнал. – 2022. – Т. 14, № 5. – С. 105-119. – DOI 10.31107/2075-1990-2022-5-105-119. – EDN JCPIWY.
2. Серов, Е. Р. Ключевые тренды цифровой трансформации банковского бизнеса / Е. Р. Серов, С. А. Васильев // Ученые записки Международного банковского института. – 2022. – № 2(40). – С. 201-221. – EDN BRJCVD.
3. Щербаков, Г. А. Цифровые экосистемы как инструмент достижения конкурентных преимуществ на финансовом рынке: системный анализ проблемы / Г. А. Щербаков // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2022. – Т. 13, № 1. – С. 42-59. – DOI 10.18184/2079-4665.2022.13.1.42-59. – EDN YBNHWZ.
4. Петрова, Л. А., Кузнецова, Т. Е. Цифровизация банковской системы: цифровая трансформация среды и бизнес-процессов // Финансовый журнал. 2020. Т. 12. № 3. С. 91–101. DOI: 10.31107/2075-1990-2020-3-91-101
5. Кораблева, О. Н. Влияние FinTech на трансформацию бизнес-процессов банков и формирование новой потребительской ценности / О. Н. Кораблева, М. И. Гусева // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2019. – № 8(178). – С. 62-72. – EDN XCNIKL.
6. Полозудова, А. С. Информационные технологии в банковском секторе: тенденции и перспективы развития / А. С. Полозудова // System Analysis and Mathematical Modeling. – 2020. – Т. 2, № 1. – С. 63-70. – EDN QSDIDF.

7. Дукян, С. С. Возможности и угрозы цифрового (открытого) банкинга в условиях внедрения API-интерфейса / С. С. Дукян, С. Н. Татаркин // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2022. – № 1. – С. 89-95. – DOI 10.22394/2079-1690-2022-1-1-89-95. – EDN GAQNPB.

8. Развитие системы Open banking в России / О. В. Ваганова, Н. И. Быканова, Д. В. Гордя, В. Н. Голубовских // Современная экономика: проблемы и решения. – 2022. – № 1(145). – С. 27-37. – DOI 10.17308/teps.2022.1/2752. – EDN PLBQTN.

9. Бабурин, В. А. Технологии Big Data в сервисе: новые рынки, возможности и проблемы / В. А. Бабурин, М. Е. Яненко // Технико-технологические проблемы сервиса. – 2014. – № 1(27). – С. 100-105. – EDN RXXEDJ.

10. Петрова, А. А. Роль больших данных в банковском маркетинге / А. А. Петрова, В. С. Киреев // Синергия Наук. – 2018. – № 29. – С. 62-74. – EDN VNHZA.

11. Варфоломеева, В. А. Банковские инновации: тенденции развития / В. А. Варфоломеева, Е. В. Конуркина // Инновационное развитие экономики. – 2023. – № 2(74). – С. 97-106. – DOI 10.51832/222379842023297. – EDN AYODHH.

12. Пиеничко, Л. И. Открытый банкинг как цифровая инновация в сфере розничного банковского обслуживания / Л. И. Пиеничко // Первый экономический журнал. – 2023. – № 10(340). – С. 156-161. – DOI 10.58551/20728115_2023_10_156. – EDN IMLYQJ.

13. Усоский, В. Банк или технологическая компания? / В. Усоский // Банковский вестник. – 2020. – № 11(688). – С. 3-17. – EDN LAMNBG.

14. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / Джозеф Синки мл.; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 1018 с.

15. Мишкин, Фредерик С. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков, 7-е издание: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2006. – 880 с.

16. Дериг, Х.-У. Универсальный банк - банк будущего. Финансовая стратегия на рубеже века / Х.-У. Дериг; пер. с нем. – М.: Международ. отношения, 1999. – 384 с.

17. Кох, Л.В. Банки и финтех-компании: конкуренты или партнеры / Л.В. Кох, Ю.В. Кох // Вестник ЗабГУ. – 2019. – Т. 25. – № 6. – С. 111-121.

18. Мамкин, В. Ю. Применение технологий больших данных в финансовой и банковской сферах: задачи правового регулирования / В. Ю. Мамкин // Цифровые технологии и право: Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции: в 6 т., Казань, 22 сентября 2023 года. – Казань: Познание, 2023. – С. 217-230. – EDN NWAQEF.

19. Преображенская, А. С. Современное состояние и тенденции развития банковского сектора РФ в условиях цифровизации / А. С. Преображенская, М. М. Сорокина // Вектор экономики. – 2022. – № 5(71). – DOI 10.51691/2500-3666_2022_5_2. – EDN KASNUV.

20. Grassi, L. How does a data strategy enable customer value? The case of FinTechs and traditional banks under the open finance framework / L. Grassi, N. Figini, L. Fedeli // Financial Innovation. – 2022. – Vol. 8, No. 1. – P. 1-34. – DOI 10.1186/s40854-022-00378-x. – EDN OSGWJU.

21. Imthurn, A. M. Auswirkungen der PSD2-Regulierung auf die europäische Finanzindustrie unter besonderer Berücksichtigung der sogenannten «Open Banking APIs» / A. M. Imthurn // ex/ante. – 2022. – DOI 10.3256/978-3-03929-024-6_08. – EDN VAMLCH.

22. Gogia, J. Open banking: a revolution in the Tech-Fin industry / J. Gogia, D. Chakraborty // International Journal of Electronic Banking. – 2022. – Vol. 3, No. 2. – P. 100. – DOI 10.1504/ijebank.2022.122224. – EDN CXJCOG.

23. Chiari Paravela, T. Open Banking: a implementação do sistema financeiro aberto no Brasil na perspectiva do consumidor / T. Chiari Paravela, Ju. Oliveira Domingues // Revista da Procuradoria-Geral do Banco Central. – 2022. – Vol. 15, No. 2. – P. 81-92. – DOI 10.58766/rpgbcb.v15i2.1133. – EDN AQACQV.

24. Wildberries предложил платить за покупки без комиссий через российские платежные системы. URL: <https://www.forbes.ru/newsroom/milliardery/437505-wildberries-predlozhit-platit-za-pokupki-bez-komissiy-cherez-rossiyskie>

25. Sebastian Doerr & Jon Frost & Leonardo Gambacorta & Vatsala Shreeji, 2023. "Big techs in finance," BIS Working Papers 1129, Bank for International Settlements. URL: <https://www.bis.org/publ/work1129.pdf>

26. Концепция внедрения Открытых API на финансовом рынке // Центральный банк Российской Федерации. Москва, 2022. 30 с. URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/142114/concept_09-11-2022.pdf

27. Особый путь Open Banking Какими будут «открытые» сервисы и платформы? URL: <https://bosfera.ru/bo/osobyuy-put-open-banking>

28. Clarke, M. and Nicholls, D. Open-Finance-doc FINAL 2021-1. OPEN FINANCE AND VULNERABILITY A POLICY DISCUSSION PAPER. 2021. Available at: URL: https://barrowcadbury.org.uk/wp-content/uploads/2021/07/Open-Finance-doc_FINAL_2021-1.pdf

29. Обзор операций, совершенных без согласия клиентов финансовых организаций. URL: https://www.cbr.ru/analytics/ib/operations_survey/2023/

30. Кузина, Л. Кто и почему не пользуется интернетом в России? / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2023. URL: <https://issek.hse.ru/news/810217750.html>

31. Приоритетные направления повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации на период 2022–2024 годов. / Центральный банк Российской Федерации. 2021. URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/132045/pnpdfr_2022-2024.pdf

32. KPMG, PSD2 и Open Banking. Революция или эволюция? (2019). URL: [https:// assets.kpmg/content/dam/kpmg/pl/pdf/2019/04/pl-Raport-](https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pl/pdf/2019/04/pl-Raport-)

PSD2-i-Open-Banking-ENG.pdf

Received date: 26.06.2024

Approved date: 10.07.2024

Accepted date: 30.09.2024