

**Баришевська І. В.,**  
*канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування  
Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна*

**Москаленко Н. М.,**  
*здобувач вищої освіти обліково-фінансового факультету,  
Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна*

## **РОЗВИТОК БАНКІВСЬКИХ ЕКОСИСТЕМ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Розвиток фінансових організацій в найближче десятиліття залежить від того, наскільки добре їм вдасться трансформувати традиційні послуги за допомогою технологій і стати незамінними партнерами в складних соціально-економічних системах і створенні «ланцюга цінностей», які будуть пов'язувати все більшу кількість компаній і галузей. Для цього їм необхідно перейти на абсолютно нові бізнес-моделі, забезпечуючи адаптивність і безпеку в цьому динамічному світі і, що найважливіше, довіру. Це відноситься до всіх напрямків банківської діяльності - до корпоративного та роздрібного сегментів, до управління капіталами і інвестиціями. Сьогодні, крім традиційних фінансових послуг (грошових розрахунків, кредитів і вкладів) банки починають впроваджувати нефінансові сервіси: доставку їжі, продаж квитків та автомобілів- і заробляти на них.

Створення фінансової екосистеми стає важливим етапом у підвищенні конкурентоспроможності фінансово-кредитних організацій і одночасно способом боротьби за клієнта. При цьому впровадження таких екосистем стало можливим тільки за умови достатнього рівня розвитку ІТ-систем, які дозволяють збирати і обробляти величезну кількість даних про користувачів як онлайн, так і офлайн, вибудовувати ефективні комунікації по будь-яким доступним каналам і надавати безліч послуг дистанційно.

Враховуючи те, що будова екосистем у банках – це новий шлях розвитку банківської діяльності, тому глибоких досліджень, фактично немає. Здебільшого ця проблематика висвітлена у наукових працях таких учених та практиків, як: Д. Емері, Р. Мертон, Г. Мінцберг, М. Довгань та ін.

Термін «екосистема» вже кілька років використовується не тільки в біології, але і в бізнесі. Про розвиток екосистем в бізнесі на Заході вперше заговорили більше 20 років тому.

Екосистема - це сучасні технології, загальний бренд, використання даних, швидке масштабування сервісів, зниження вартості залучення за рахунок екосистемного ефекту і масштабу.

З точки зору економічної науки екосистема розглядається:

- як сукупність учасників, що взаємодіють з організацією і прямо або опосередковано беруть участь в «ланцюга цінностей» (вузи, агенти з продажу товарів і послуг, спільноти), а також клієнти;

- як майданчик товарів і послуг (marketplace) являє собою майданчик, на якій пропонуються різні інтегровані продукти та послуги, що покривають максимально широкий спектр клієнтських потреб одного профілю;

- як саморозвиткові організації - організації, які використовують інноваційні підходи до управління і розглядають компанію як «живий організм» (в тому числі, концепція «бірюзовою організацій»).

Виділяють кілька критеріїв, які необхідні для того, щоб організація стала «центром екосистеми»:

- організація повинна мати масштабну клієнтську базу і високий рівень довіри клієнта;

- організація повинна бути відкритою до змін і готовою адаптуватися в мінливого бізнес-середовищі;

- організація повинна володіти даними про клієнтів і використовувати їх для підвищення ефективності взаємодії;

- імідж організації і позитивне сприйняття її на фінансовому ринку [1].

У сучасних умовах розвитку цифрового простору аналітики виділяють базові тенденції, які забезпечують зростання інтересу банків до екосистемам.

По-перше, це боротьба за клієнтів. Створюючи екосистеми, банки прагнуть захиститися від онлайн-гравців, які задовольняють потреби клієнтів отримувати всі продукти і послуги в одному місці в обхід банків.

Іншим, не менш важливим напрямком є зміна світогляду клієнтів, які почнуть сприймати банки як організації, де можна отримати не тільки банківські, але і інші послуги.

Поява нових можливостей використання даних про клієнта передбачає моніторинг та контроль всіх транзакцій клієнта: які продукти він купує, де, в які магазини ходить, які заходи відвідує. Адаже до недавнього часу банки не вмів використовувати ці дані, але тепер вони будують фінансові екосистеми на основі big data.

Таким чином, формування екосистеми дозволить банкам, з огляду на клієнтську базу, побудувати власну екосистему, яка позитивно позначиться на діяльності і капіталізації. Також у вииграші залишаться і клієнти, залучені до цього процесу: вони зможуть заощадити час, отримати пільги, бути впевненими в пропонованому продукті, оскільки довіряють посереднику-банку. Запуск нових напрямів дозволить банкам збільшити прибуток і зміцнити становище у рейтингу банків України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Довгань Ж. М. Розвиток банківських екосистем: ризики і перспективи [Електронний ресурс]. *Інноваційна економіка*. 2019. № 5-6. С. 158-164. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2019\\_5-6\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2019_5-6_23) (дата звернення 15.11.2020).

2. The Convention on Biological Diversity of 5 June 1992. URL: <https://www.cbd.int/doc/legal/cbden.pdf> (дата звернення 15.11.2020).