

3. Tobias Adrian, Weeks-Brown Rhoda (2021). Cryptoassets as National Currency? A Step Too Far. URL: <https://blogs.imf.org/2021/07/26/cryptoassets-as-national-currency-a-step-too-far/>

4. Berger David, Konstantin Milbradt, Fabrice Tourre, Joseph Vavra (2021). Mortgage Prepayment and Path-Dependent Effects of Monetary Policy. *American Economic Review*, 111 (9): 2829-78. DOI: 10.1257/aer.20181857.

5. Brunnermeier Markus, Darius Palia, Karthik A. Sastry, Christopher A. Sims (2021). Feedbacks: Financial Markets and Economic Activity. *American Economic Review*, 111 (6): 1845-79. DOI: 10.1257/aer.20180733.

**Жанна Довгань**

*д-р екон. наук, професор*

*Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна*

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ ЕКОСИСТЕМ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Перехід до цифрової економіки є викликом для усіх сфер послуг, включаючи банківські. Перед банками зростає потреба застосовувати нові технології, зменшувати витрати, створювати для споживачів ефект особистісного підходу, експлуатувати та захищати величезні масиви даних тощо. До того ж розвиток сектору фінансових технологій відбувається з величезною швидкістю. За даними звіту KPMG Pulse of Fintech H1'20 про глобальні інвестиційні тенденції в сфері фінансових технологій, що публікується KPMG International раз на півроку, обсяг інвестицій у фінтех (VC, PE та M&A) у першій половині 2020 року становить 25,6 млрд. доларів США. Глобальні венчурні інвестиції у фінтех складають 20 млрд. доларів США. Венчурні інвестиції у фінтех залишаються стабільними [2].

Тому, інтегруючись в цифрову економіку, банки повинні переосмислити свої бізнес-моделі і перейти до формування екосистеми на базі використання сучасних цифрових технологій, а також повинні вибудувувати нову модель відносин з клієнтами для побудови довірчих відносин, на базі яких можливе постійне зростання бізнесу. Оптимальний шлях досягнення цих цілей полягає у створенні партнерських екосистем, зокрема з фінтех-компаніями, адже саме фінтех сприятиме розвитку бізнесу нинішніх гравців фінансового ринку.

Таким чином, банківська екосистема є, свого роду, маркетплейсом, оскільки банк не просто окремо продає свій продукт, а вбудований в певний ланцюжок взаємин інших економічних контрагентів (постачальник - покупець). При цьому банк регулярно обслуговує ці товаропотоки за допомогою різних інструментів або надає транзакційні послуги, і при цьому є частиною цієї системи. Банк виступає як сервісний оператор, допомагаючи цій системі функціонувати [1, с.181].

Банківська екосистема виступає у якості логічного продовження основної діяльності установи, а також є методом вирішення існуючих проблем, пов'язаних з ефективністю основної діяльності установи у традиційній формі, через її перенесення у Інтернет-простір. У тому числі, це реалізується за допомогою мобільних додатків, чат-ботів, онлайн-асистентів тощо. Сьогодні перехід до цифрового світу став загальною тенденцією для всіх учасників ринку [3].

Цифрові екосистеми є перспективною бізнес-моделлю для банків. Це означає, що, по-перше, банк буде здатний обробити величезну кількість транзакцій в режимі реального часу. По-друге, банк матиме можливість створити цифровий портрет кожного свого клієнта, щоб запропонувати йому відповідний банківський продукт. Банк також зможе гнучко враховувати потреби свого клієнта. І ще одна ознака цифрової банківської екосистеми: пропозиція клієнтам не лише фінансових послуг, а також і нефінансових продуктів. Тобто банк як цифрова екосистема буде орієнтований на задоволення різноманітних потреб своїх клієнтів.

Створення банківської екосистеми стає важливим етапом у підвищенні конкурентоспроможності банківських установ і одночасно способом боротьби за клієнта. При цьому впровадження таких екосистем стало можливим лише 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 за доступними каналами і надавати безліч послуг дистанційно. Тобто, для створення екосистеми банк повинен мати в розпорядженні сильні і адаптовані технологічні рішення. Труднощі полягають в тому, що поки зараз на ринку немає готових ІТ-рішень, які можна було б купити і почати використовувати як готову платформу для впровадження екосистеми. Сьогодні це ІТ- рішення конкретного банку. Окрім ІТ- підготовки, у банку має бути велика клієнтська база, а також домовленості з партнерами по наповненню екосистеми продуктами і послугами.

Прикладами діючих світових екосистем є компанії Google, Amazon, Facebook та APPLE (GAFA), а також китайські Tencent і Alibaba. Про випуск брендової кредитної карти заявив Apple, нову криптовалюту анонсував Facebook. Згідно з прогнозами експертів, до 2025 року на такі екосистеми доведеться близько 30% глобальної виручки організацій і понад 40% їх загального прибутку [2]

Для банків еволюція нових цифрових екосистем означає як ризик, так і можливість. Цифрова екосистема, враховуючи клієнтську базу банків, позитивно вплине на капіталізацію і діяльність банку в цілому. Позитивною стороною для клієнтів є: економія часу, впевненість в пропонованому продукті, оскільки довіряють банку. Нові екосистеми зміцнюють позиції споживачів. Тенденція до стандартизації також призведе до скорочення витрат, наприклад, за рахунок можливості придбання товарів і послуг в онлайн-режимі. В результаті стандартизації і підвищення прозорості ринку посилюється суперництво між учасниками ринку та компаніями, що працюють в сфері

інформаційних технологій. Цифризація знижує бар'єри для входу нових провайдерів. Для банків зростає загроза заміщення продуктів і послуг. В цифровій екосистемі, на відміну від традиційної організації, яка зосереджена на ізольованій обробці інформації, її конфіденційності, важливіше забезпечити цілісність і доступність даних. Проблемою також є побудова довірчих партнерських відносин між всіма учасниками екосистеми, адже потрібно довіряти стороннім розробникам, якщо у власників інформації відсутня можливість контролювати процеси розробки додатків.

В цілому, коли мова йде про екосистеми, банки повинні зосередитися на трьох своїх сильних сторонах. По-перше, вони володіють необхідним ноу-хау для представлення навіть складних фінансових продуктів і процесів. Це дозволяє їм задовольняти потреби в комплексних фінансових послугах в цифровій інфраструктурі. По-друге, зберігання грошей і даних завжди було прерогативою банків. Прогалини в безпеці свідчать про те, що надійне зберігання стає усе більш важливим і що банки можуть запропонувати нові послуги в цій сфері (наприклад, зберігання особистих і поведінкових даних). По-третє, за останні десятиріччя банки нагромадили значний досвід в сфері регулювання.

Окрім цього, зміни у фінансовій і ІТ-галузі вказують на те, що складність цифрових екосистем в майбутньому зростатиме. Тому банки покликані не лише переосмислити надання послуг і створення їх вартості. Вони також повинні займатися розвитком цифрових екосистем і правильно позиціонувати себе в них. Адже актуальною і затребуваною є бізнес-модель такого цифрового банку, який швидко адаптуватиметься до нових технологій і під турбулентність фінансового ринку.

### ***Список використаних джерел***

1. Волкова В.В., Витяганець І.М. Передумови трансформації банків України у екосистеми. *Розвиток фінансового ринку в Україні: загрози проблеми та перспективи: збірник наукових праць*. Полтава: Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка. 2019. С. 180–183.

2. Звіт: Pulse of Fintech H1'20. Піврічний аналіз тенденцій глобальних інвестицій у секторі фінансових технологій. URL: <https://home.kpmg/ua/uk/home/insights/2020/09/pulse-of-fintech-h1-20-fintech-segments.html>

3. Крухмаль О. В., Сухонос В. В. Розвиток банківського бізнесу в умовах цифрової економіки. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8381>