



УДК 336.717

Борисова Л. Є.

к.е.н., доцент кафедри обліку і фінансів,

Злобін Г. О.

студент 2 курсу магістратури
за спеціальністю 072 «Фінанси,
банківська справа та страхування»,
кафедра обліку і фінансів,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ БАНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сьогодні важливим елементом трансформації банківських установ для підтримки конкурентоспроможності, банкам потрібно боротися з конкуренцією з боку багатьох різних зацікавлених сторін, які досі не були частиною їхньої традиційної конкуренції. Фінтех-компанії та нові цифрові банки, а також учасники індустрії високих технологій, поступово просуваються до частин ринків у різних сегментах архітектури фінансових послуг [1]. Банкам буде важко залишатися конкурентоспроможними на цьому ринку, але є підстави вважати, що експерименти з новими бізнес-моделями, такими як бізнес-моделі на основі платформ, можуть виявитися корисними. Зміни в регулюванні в різних частинах світу, як-от нові правила відкритого банківського обслуговування, підсилюють можливість того, що банкінг стане платформами. Можна очікувати, що через десять років це стане нормою, оскільки багато економік переходять на цю систему.

Бізнес-модель платформи передбачає, що організація стає посередником або мережею, яка підбирає постачальників продуктів і послуг людям, які вимагають подібних вимог. Певним чином, це вже є частиною сервісу банків (тобто зіставлення людей, які вимагають капітал, з людьми, які можуть надати його через свої депозити). Цифрові технології, такі як відкриті API, створюють набагато більше можливостей для «посередництва» цілих послуг і продуктів із зовнішніх джерел провайдерів. Банки продемонстрували ознаки співпраці з фінансовими технічними компаніями, особливо після того, як PSD2 в ЄС вимагав від банків систематично надавати дані про рахунки клієнтів і дозволяти ініціацію платежів. Створюючи такі «екосистеми фінансових технологій», банки потенційно відіграватимуть роль постачальника платформи, що обслуговуватиме основні функції, такі як ідентифікація клієнтів, надання рахунків, обробка платежів та інші, забезпечуючи при цьому наявність «порядку» для купівлі та продажу продуктів на їхній платформі. Наприклад, вони можуть надати величезну цінність клієнтам, забезпечуючи якість і повну інтеграцію фінтех-компаній, які використовують їхню платформу, надаючи рекомендації та пропонуючи послуги, які вони самі не можуть запропонувати [2].

Спостереження свідчать про те, що найближчим часом провідні банки будуть більш відкритими, усвідомлюватимуть і ставитимуться до поточної конкуренції як до своїх «клієнтів» і культивуватимуть зовнішні мережеві ефекти на своїй платформі, щоб стимулювати конкуренцію між своїми партнерами та прискорювати зростання. Щоб реалізувати багато з перерахованих вище можливостей, банкам доведеться інвестувати та суттєво трансформуватися протягом наступного десятиліття, забезпечуючи безперерйну роботу платформи не лише для своїх споживачів, але й для своїх постачальників, які стануть для них новим бізнесом. Потрібним стане систематизація досвіду адаптації для сторонніх постачальників із подібним процесом, що й їхні роздрібні клієнти. Такі втручання налаштують їх на цифровий шлях, що характеризується підвищеною модульністю (порівняно з інтегрованою або конвеєрною, «старішою» архітектурою).

Центри прибутку бізнес-моделі, як описано раніше, змінюватимуться, коли банки переходять від брокерських грошей до брокерських послуг або доступу до послуг. Наразі банки

ефективно аналізували дані кредитної історії для оцінки фіскальних ризиків. Таким же чином вони опанують нові типи джерел даних, які дозволять їм розблокувати новий бізнес. У цьому контексті аналітичні технології допоможуть їм досягти результатів, оскільки вони зможуть швидше й краще передбачити потреби своїх клієнтів [3]. Незрозуміло, як далеко банки зайдуть протягом наступного десятиліття, використовуючи штучний інтелект для автоматизації подорожей клієнтів за допомогою автономних механізмів. Щоб задовольнити наведені вище умови, банки майбутнього повинні бути «цифровими двосторонніми» — концепція, яка використовується, щоб показати, як організація повинна бути на перетині між інноваціями та змінами. Це важливий механізм дій, який слід враховувати, коли існуючі банки намагаються електронно трансформуватися, оскільки вони мають явну невідповідність порівняно з меншими та гнучкішими або «економними» фінтех-стартапами та досвідченими високотехнологічними фірмами

Оскільки технології допомагають зменшити витрати на залучення клієнтового обслуговування, банки матимуть набагато кращі можливості для забезпечення легкого доступу до всіх демографічних груп і створення продуктів для соціально-чутливих груп населення. Наприклад, вони можуть дедалі більше підтримувати екологічні питання, такі як переробка та управління відходами, і заохочувати сталу поведінку клієнтів. Це можна зробити за допомогою їхніх цифрових каналів зв'язку з клієнтами та навіть впровадити певні практики у свої продукти – наприклад, вони можуть включити рекомендації щодо екологічного інвестування та ранжувати можливості на основі даних про викиди вуглецю .

Список літератури

1. Dapp T., Slomka L., Hoffmann R. Fintech–The digital revolution in the financial sector. Deutsche Bank Research. No 11. 2014. P. 1-39. URL: https://www.dbresearch.com/PROD/RPS_EN-PROD/Sectors_and_resources__cyclical_and_structural_developments_for_major/BRANCHEN.alias (дата звернення: 10.11.2022)

2. Zachariadis M., Ozcan P., Dinckol D. The economics and strategy of platforms: Competing in the era of open banking. E. Maslavecckas (Ed.), The book on open banking: A series of essays on the next evolution of money. Bud Financial Limited, London, 2018. P. 58-70

3. Navaretti G.B., Calzolari G., Mansilla-Fernandez J.M., Pozzolo A.F. Fintech and banking: Friends or foes? *Working paper*, 2018. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3099337 (дата звернення: 12.11.2022).