

сферы высоких технологий (создание и функционирование индустриального парка “Великий камень”), инвестирование в логистику – в 2017 г. было подписано соглашение о транзите контейнерных поездов по территории Беларуси из Китая в Евросоюз [4]. Однако существуют факторы, тормозящие развитие равноправных отношений. Это, прежде всего, фактор пересечения большого количества конкурентных интересов Китая и России в Азии, в Восточной Европе. Так, за последнее десятилетие, Китайская национальная нефтегазовая корпорация стала ведущей энергетической компанией в Центральной Азии. Китай перекачивает казахскую нефть в Европу и в Китай по своему трубопроводу, а также поставляет на запад Китая природный газ из Туркменистана [2]. Это также отсутствие должной координации стран ЕАЭС между собой, активная регулятивная экономическая политика Китая на определённые виды товаров, противоречия в методах сопряжения Экономического Пояса Шёлкового Пути (ЭПП). Так, российское руководство предполагает участие в проекте сопряжения через институты ЕАЭС, однако устанавливает договорённости с Китаем на двусторонней основе [2]. Но, на наш взгляд, глубинной проблемой и причиной вышеизложенных фактов является институциональная слабость ЕАЭС.

**Заключение.** Подводя итог, необходимо сказать, отношения ЕАЭС с Китаем являются с одной стороны, динамично развивающимися и многообещающими. С другой стороны, существуют серьёзные проблемы и противоречия, например как: отсутствие должной координации стран ЕАЭС между собой, это и активная регулятивная экономическая политика Китая на определённые виды товаров, противоречия в методах сопряжения Экономического Пояса Шёлкового Пути и др. Чтобы продолжилось дальнейшее развитие равноправных отношений ЕАЭС и Китая необходимо решить глубинную проблему ЕАЭС – её институциональную слабость.

1. Щерба, К. Д. «Один пояс – один путь»: перспективы сопряжения с ЕАЭС / К. Д. Щерба // Социально-гуманитарные знания. — 2019. — № 6. — С. 312-314.

2. Ренард-Коктыш, А. В. ПРОЕКТ «ОДИН ПОЯС — ОДИН ПУТЬ» И ЕВРАЗИЙСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ / А. В. Ренард-Коктыш // Русская политология. — 2019. — №2. — С. 85-86.

3. Чистякова, Е. А. ЕАЭС – КИТАЙ: НОВЫЙ ЭТАП СОТРУДНИЧЕСТВА / Е. А. Чистякова // Общественные науки. Экономика. — 2018. — №3. — С. 143.

4. Говорова, А. В. Энергетическое сотрудничество стран ЕАЭС и Китая / А. В. Говорова // Международная торговля и торговая политика. — 2018. — №4. — С. 140.

5. Агамов Х. А. Молодость. Интеллект. Инициатива : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. студентов и магистрантов, Витебск, 23 апреля 2021 г. - Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2021. - С. 255-256. — Электронный ресурс: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/27218>. — Дата доступа: 12.09.2021.

## ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ЭКОСИСТЕМЫ БАНКА

*Бичель И.С.,*

*аспирант БГУ, г. Минск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Костюкова С.Н., канд. экон. наук, доцент*

Ключевые слова. Банк, экосистема, интернет, цифровая экономика, малый и средний бизнеса.

Keywords. Bank, ecosystem, Internet, digital economy, small & medium size enterprises.

Сегодня вопрос создания единой платформы, объединяющей цифровую среду и банковский механизм, становится одной из главных задач для многих финансовых институтов и обсуждается многими банкирами.

Со времен появления банков последние практически всегда вели бизнес примерно по одним лекалам – брали деньги на хранение под процент, выдавали их под больший процент – и получали прибыль. Но теперь новый вызов перед банковским бизнесом возникает чуть ли не каждую пятилетку, если не чаще. Один из последних – построение финансовых экосистем – построение модели сотрудничества, направленной на установление взаимовыгодных партнерских отношений с поставщиками дополняющих продуктов и услуг для создания лучшего клиентского сервиса. Именно в настоящее время этот актуальный

вопрос время приобретает все более важное значение. Цель исследования – рассмотреть особенности создания экосистемы банка.

**Материал и методы.** Методы исследования основывались общенаучных и частнонаучных методах. В процессе исследования были использованы методы и приемы анализа, сравнение, методы классификации, группировка, анализ и синтез, статистический анализ.

Материалами для исследования послужили данные банковских учреждений.

**Результаты и их обсуждение.** Борьба за клиентов и стремление к повышению уровня доходности заставляет финансовые организации искать новые методы работы. Одним из них является принцип построения некой структуры вокруг своего бизнеса – экосистемы.

Компания Frank RG представила результаты исследования «Экосистемы услуг для МСБ» [1]. В своем отчете она проанализировала небанковские сервисы для организаций малого и среднего бизнеса. Согласно подсчетам, в 2018 г. субъекты малого и среднего бизнеса приобрели через банки небанковские услуги на общую сумму порядка 350 млн. долларов США в эквиваленте.

Данное исследование демонстрирует, что российские банки активно развивают свои экосистемы в сегменте МСБ.

Банки ищут новые источники дохода, и одним из них становится комиссионный доход за дополнительные бизнес-сервисы, не связанные с традиционными банковскими продуктами.

Высокая доля комиссионного дохода в общей выручке у Тинькофф Банка (доля составила порядка 80%), Модуль банка (78%), Открытие (с учетом Банка Точка 65%) (рис. 1).

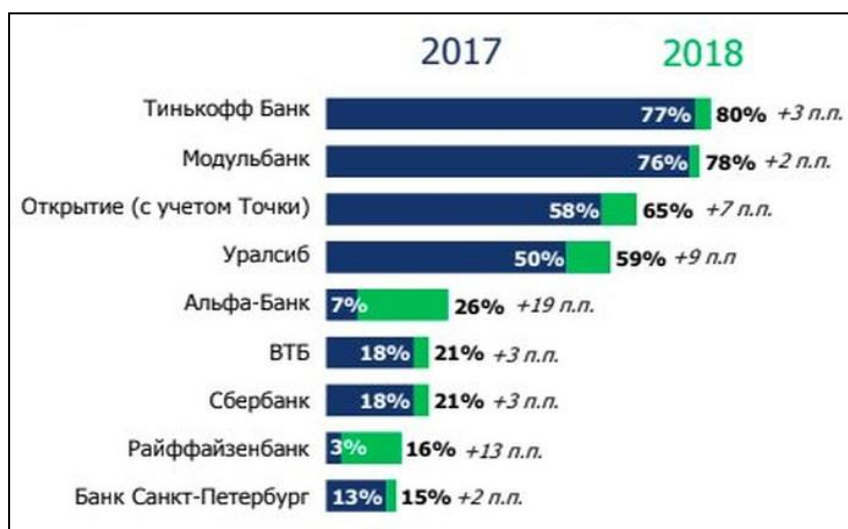


Рис 1. Доля комиссионного дохода в общей выручке

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [1]

При этом проникновение небанковских сервисов в обслуживание предприятий малого и среднего бизнеса низкое, из чего можно сделать предположение, что банки имеют огромный потенциал в развитии экосистем.

Международные консультанты прогнозируют, что успешно выстроенная экосистема может повысить ROE банка в перспективе 5 лет на 3-6 % [2].

Процесс построения экосистемы в коммерческих банках многомерен и базируется в основном на четырех составляющих.

а) Первая составляющая – омниканальное взаимодействие с клиентами. Реализация данной составляющей подразумевает:

– наличие нескольких каналов продаж: оффлайн, онлайн, мобильные приложения, партнерские программы, продуктовые витрины и т.д.;

- оперативный прием и обработку информации от клиентов: заявки на предоставление продуктов или услуг банка, запросы, обращения;
- актуальную и точную информацию о возможности приобрести определенный продукт или услугу в точке продаж банка;
- точность планирования и управления процессом продаж;
- анализ, мониторинг, управление лояльностью клиентов.

б) Вторая составляющая – продукты и услуги, которые предоставляются клиентам. Данная составляющая должна быть простой, понятной, адаптивной и гибкой. Продукты и услуги, предлагаемые клиентам малого и среднего бизнеса должны быть частью жизни клиентов и исходить их ежедневной потребности клиентов в данных продуктах и услугах – выполняться клиентами как привычные ежедневные процедуры.

в) Третья составляющая – это сервис работы и оперативность обслуживания. Процесс разработки и запуска необходимого для клиента продукта или услуги должен представлять собой систему постоянных взаимодействий банка с клиентом: банк должен понимать боли клиента и предлагать ему «таблетки» в виде своих продуктов или услуг, которая позволит решить возникшую проблему оперативно, на высоком уровне и в соответствии с требованиями клиента.

г) Четвертая составляющая – данные. Их объем, структурированность, качество, достоверность имеют большее значение для банка. При этом значительный объем имеющихся в банке данных предполагает возникновение потребности в быстрой и грамотной их обработке. Обрабатываемые банком данные должны в полной мере пронизывать предыдущие три составляющие, проходить через них, являться объектом для создания условий комплексного банковского обслуживания клиента малого и среднего бизнеса.

Таким образом, сегодня многие банки для удержания клиентов и дополнительных продаж небанковских продуктов банк «окружают» их различными сервисами.

Причем форма предоставления этих услуг эволюционирует: от простой витрины (маркетплейс), на которой выставлены партнерские продукты, до единой структуры сервисов, управляемой искусственным интеллектом.

**Заключение.** Современные финансовые экосистемы предлагают своим клиентам значительные преимущества. Несмотря на то, что в условиях цифровизации экономики формирование экосистемы банков сталкивается с рядом рисков, она необходима, поскольку собственная экосистема положительно сказывается на итоговом результате деятельности банков. В выигрыше остаются не только банки: клиенты, вовлеченные в этот процесс, экономят время, получают льготы, защищены в использовании продукта продукта, поскольку доверяют посреднику-банку.

Республика Беларусь находится в начале пути построения банковских экосистем. Однако построение банковских экосистем уже началось.

Переход к такой модели ведения банковского бизнеса в Республике Беларусь, которая предполагает коллаборацию с другими компаниями, объективный:

- а) бурное развитие ИТ-технологий в Республике Беларусь;
- б) традиционная модель банковского бизнеса приносит меньшую доходность, чем раньше.
- в) клиенты белорусских банков заинтересованы в получении не только банковских услуг.

Таким образом, банки, которые смогут эффективно сформировать свои экосистемы с востребованными пользовательскими сервисами, останутся конкурентоспособными и увеличат уровень своих доходов.

1. Исследование: выручка небанковских сервисов для малого бизнеса превысила 20 млрд рублей // Аналитическое агентство Frank RG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://frankrg.com/5463> – Минск, 2021. – Дата доступа: 21.08.2021.

2. 10 фактов о малом и среднем бизнесе от Сбербанка // Аналитическое агентство Frank RG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://frankrg.com/5573> – Минск, 2021. – Дата доступа: 21.08.2021.