

В связи с тем, что у предпринимательского сектора в ДНР сегодня отсутствует возможность обеспечить полновесный спрос на новые технологии, ключевым фактором, влияющим на развитие инновационной деятельности в Донецкой Народной Республике, является обеспечение ее государственной поддержки.

В качестве основных направлений государственной поддержки могут рассматриваться прямое финансирование субъектов инновационной деятельности (либо предоставление беспроцентных ссуд), а также снижение барьеров со стороны налогового, антимонопольного, патентно-лицензионного законодательства.

Таким образом, в условиях политических перемен и разрыва хозяйственных связей ключевым фактором, влияющим на развитие инновационной деятельности в Донецкой Народной Республике, является организация государственного и частного сотрудничества в этой сфере. Поэтому основные направления развития инновационного предпринимательства рассмотрены в рамках формирования в Республике бизнес-инкубаторов инновационной поддержки, центров инжинирингового обслуживания, центра реализации инновационных замыслов.

**Список используемых источников:**

1. Басенко, В.П. Инструменты развития инновационного предпринимательства в регионе / В.П. Басенко, В.А. Дианова // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – №3. – С.66-72.
2. Рудич, С.Б. Методология исследования инновационной деятельности в региональных социально-экономических системах / С.Б. Рудич. – Ставрополь: СКФУ, 2017. – 136с.
3. Сухарева, О.А. Малое инновационное предпринимательство Краснодарского края: проблемы и перспективы развития / О.А. Сухарева, В.В. Баканова // Научные междисциплинарные исследования. – 2020. – №7. – С.88-93.

УДК 336.71

**ПОСТРОЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОСИСТЕМЫ БАНКА**

*аспирант Бичель И.С.*

*к.э.н, доцент Костюкова С.Н.*

*ГУО «Белорусский государственный университет», г. Минск, Республика Беларусь*

**Аннотация.** *Сейчас малый бизнес недостаточно охвачен качественными банковскими услугами и IT-компании уже захватывают этот сегмент банковского рынка. У банков перед ними есть два ключевых преимущества – клиентская база и доступ к огромному массиву транзакционных данных, которые проливают свет на многие аспекты поведения и деятельности бизнес-клиентов. В этих условиях конкуренции с IT-компаниями за сегмент малого бизнеса в части создания экосистемы или участие в ней – способ повысить сокращающуюся прибыль.*

**Ключевые слова:** *банк, экосистема, финтех, малый бизнес, клиент.*

**BUILDING THE BANK'S DIGITAL ECOSYSTEM**

*Bichel I.S., Kostyukova S.N.*

*«Belarusian State University"», Minsk, Belarus*

**Annotation.** *Currently, small businesses are not sufficiently covered by high-quality banking services, and IT companies are already taking over this segment of the banking market. Banks have two key advantages over them – a customer base and access to a huge array of transactional data that sheds light on many aspects of the behavior and activities of business customers. In these*

*conditions, competition with IT companies for the small business segment in terms of creating an ecosystem or participating in it is a way to increase declining profits.*

**Keywords:** bank, ecosystem, fintech, small business, client.

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. Международные консультанты прогнозируют, что успешно выстроенная экосистема может повысить ROE банка в перспективе 5 лет на 3-6 % [1].

Создание финансовых экосистем неразрывно связано с информационными технологиями. Чем более удобен онлайн-сервис для клиентов, тем он популярнее. Но пока что на рынке нет готовых ИТ-платформ, которые могли бы банки приобрести и сразу начать использовать для формирования своей экосистемы.

Способствовать формированию знаний и определению проблем функционирования банковской системы.

Существует важный вопрос при создании цифровой экосистемы – банку необходимо выбрать направление развития своей экосистемы и способы ее позиционирования. Для этого банку необходимо сделать две вещи:

- обозначить свои сильные стороны в продуктах, сервисах и клиентской базе;
- определить свои цели как экосистемы.

В этой концепции построения цифровой экосистемы финансовых сервисов можно выделить три уровня услуг для удовлетворения клиентских потребностей:

- основные банковские сервисы;
- добавочные сервисы – например, агрегирование информации из нескольких источников, банковских счетов и так далее;
- дополнительные сервисы, предложения из параллельных индустрий (туристических агентств, билетных сервисов, проката автомобилей, социальных сетей, консалтинга, медицины и других).

Существует четыре основных способа интеграции цифровых сервисов в свою экосистему. Банк может использовать несколько методов параллельно – в зависимости от особенностей каждого из партнерств.

1. Поглощение. Предоставляет создателям экосистемы возможность быстро вывести продукты на рынок без необходимости внутренней разработки, а также дают полную эксклюзивность в предоставлении продукта клиентам. Этот путь перспективен для банков с недостатком квалифицированных работников внутри компании или слабой инновационной культурой.

2. Инвестирование в ИТ-компанию с сильными финансовыми технологиям для создания партнерств и дальнейшего развития финансовых технологий в партнерской ИТ-компании для предоставления эксклюзивных банковских продуктов своим клиентам.

3. Модель SaaS (Software as a Service) состоит в приобретении или подписке на необходимую технологию или продукт от ИТ-компании либо через партнерские API, либо через открытые API.

Партнерские API позволяют создателям экосистемы интегрировать нишевые финтех-предложения в собственные экосистемы, тогда как открытые API позволяют третьим лицам получать доступ к пользовательским данным.

Интеграция по API предоставляет возможность воспользоваться преимуществами ИТ-компании без больших инвестиций и серьезной ответственности со стороны инициатора создания экосистемы. Эксклюзивность в такой схеме сотрудничества никто не гарантирует, но экосистема все равно развивается за счет дополнительных предложений.

г) реферальные программы позволяют каждому из партнеров сохранить свою целостность и при этом покрыть нишевые потребности своих клиентов. Они особенно популярны в секторе кредитования, где финтех-компании могут предложить гораздо более

быстрый онбординг по кредитам (onboarding – это процесс адаптации клиентов в продукте, знакомство с функциями и основными преимуществами продукта или сервиса).

Рефералы могут быть как исходящие, когда банк передает финтех-компании клиента, которого не может обслужить либо входящие, когда финтех-проект передает банку клиента, которому не может выдать кредит.

Кроме вопросов интеграции существует еще два вопроса для создания цифровой экосистемы:

1. Технологическая архитектура. Интеграция инфраструктуры банка и IT-компании, включая серверную часть, сети и приложения, может принести сложности.

2. Удержание работников. Потеря ключевых работников как со стороны банка, так и со стороны IT-компании – это главный риск в процесса интеграции. В сфере, где доминируют технологии и финансы – работники это главный актив, и очень важно удостовериться, что лучшие работники не уйдут сразу после начала интеграции.

В процессе создания цифровой экосистемы каждый банк сам выбирает свой путь. При этом банки понимают, что эволюция финансовых услуг идет к тому, что они должны стать незаметными – в этом и есть модель, как должен выглядеть банк будущего [2]. Банк должен стать вещью, которую клиент не замечает, при этом быстро и в доступном виде получает разнообразную информацию и услуги. Банки, сумевшие предоставить пользователю такую возможность, получают большие конкурентные преимущества.

Интегрируя в предлагаемые услуги новые предложения, которые сразу будут доступны клиенту и которые будут выходить за рамки базового обслуживания предприятия, банки смогут обратиться к более широким потребностям клиента и поместить себя в центр жизненного цикла предприятия.

**Список используемых источников:**

1. Исследование: выручка небанковских сервисов для малого бизнеса превысила 20 млрд рублей // Аналитическое агентство FRANK RG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://frankrg.com/5463> – Москва, 2019. – Дата доступа: 21.01.2021.

2. Банковская экосистема. Банки строят вокруг своих брендов экосистемы в надежде избежать краха// Деловой Петербург [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.dp.ru/a/2019/06/17/Bankovskaja\\_jekosistema](https://www.dp.ru/a/2019/06/17/Bankovskaja_jekosistema) – С-Петербург, 2019. – Дата доступа: 21.01.2021.

УДК 331.101.3

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ: ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ**

*студент **Бока В.В., Краменская А. В.***

*УО «Белорусский Государственный Экономический Университет»  
г. Минск, Республика Беларусь*

**Аннотация.** В статье исследованы возможности цифровизации логистической отрасли, которые представляет стремительно развивающаяся в настоящее время цифровая технология «Интернет вещей». Авторами рассмотрены такие варианты внедрения технологии «Интернет вещей» (IoT) как «умный склад», «умный транспорт», «умные перекрестки» и «умные парковки».

**Ключевые слова:** Интернет вещей (IoT), логистика, 5G-технология, «умный склад», «умная парковка», «умные перекрестки».