

УДК 336.7:330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/180-31>**Яцкевич І.В.**доктор економічних наук, професор,
Національний університет «Одеська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0210-6135>**Yatskevych Inna**

Odesa Polytechnic National University

ЕКОСИСТЕМА FINTECH НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ: ОСОБЛИВОСТІ, ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ ТА РОЗВИТОК

У роботі визначено, що під впливом цифровізації відбуваються зміни на ринку фінансових послуг, що сприяє формуванню особливої екосистеми FinTech. Дослідження загальнотеоретичних аспектів щодо поняття «екосистема» дало змогу визначити особливості її формування у FinTech на ринку фінансових послуг. У роботі досліджено сутність та особливості формування екосистеми FinTech на ринку фінансових послуг, що дозволило визначити учасників її взаємодії (учасники-партнери, стартапи, регулятори, інфраструктурні учасники) та принцип взаємодії («win-win»). Обґрунтовано, що екосистема FinTech на ринку фінансових послуг – мережа взаємопов'язаних учасників-партнерів на взаємовигідних умовах з метою надання фінансових послуг та інтегруються у залежності від вимог клієнта та зовнішнього середовища з метою отримання синергетичного ефекту. Визначено перспективи формування екосистеми FinTech на ринку фінансових послуг з урахуванням зовнішнього середовища.

Ключові слова: FinTech, екосистема, зовнішнє середовище, компанії, ринок фінансових послуг, фінансові маркетплейси, фінансові послуги.

FINTECH ECOSYSTEM IN THE FINANCIAL SERVICES MARKET: FEATURES, FORMS OF INTERACTION AND DEVELOPMENT

The purpose of the article is to study the essence, peculiarities of the formation and development of the FinTech ecosystem on the financial market in the conditions of negative dynamics of the external environment. The paper substantiates that the main driving force of the transformation of the financial services market is a sharp change in the behavior of consumers of financial services and the associated change in requirements, which traditional participants of the financial market are no longer able to satisfy due to the impact of the development of digitalization. The study of the essence of the concept of "ecosystem" made it possible to determine that there is no single concept. The work determined that the FinTech ecosystem in the financial services market is a direct intermediary that does not issue any financial obligations of its own, does not assume financial risks and first searches for consumers of financial resources (borrowers), and then – suppliers (creditors). It is substantiated that FinTech ecosystems are the creation of a marketplace, which is defined by the main components created by the owner of the marketplace, and supplemented by applications by independent participants, additional services on the periphery, which go beyond the financial market and provide services and services for customers in various industries. The work determined that the FinTech ecosystem is capable of combining a large number of different types of services (products) on one financial marketplace, while using partner participants, startups (FinTech projects, innovative services in the financial sphere), regulators (the Central Bank of Ukraine, interested ministries) and infrastructure participants (banks, payment systems, accelerators, incubators, FinTech hubs, investors). The features of the FinTech ecosystem are identified, the meaning of the "win-win" principle and the prospects for its development are revealed. It was determined that the FinTech ecosystem in the financial services market is a network of interconnected participants-partners on mutually beneficial terms with the aim of providing financial services and integrating depending on the requirements of the client and the external environment with the aim of obtaining a synergistic effect.

Keywords: FinTech, ecosystem, external environment, companies, financial services market, financial marketplaces, financial services.

JEL classification: E44, F36, G20, L86

Постановка проблеми. Ринок фінансових послуг зазнає фундаментальних перетворень. Головною рушійною силою такого перетворення є різка зміна поведінки споживачів фінансових послуг та по'язана з цим зміна вимог, які традиційні учасники фінансового ринку вже не в змозі задовольнити через вплив розвитку цифровізації.

Споживачі фінансових послуг вже давно покладаються на традиційні поради представників банку або страхового консультанта у місцевому відділенні, тепер вони можуть отримувати інформацію у цифровому вигляді самостійно, незалежно та цілодобово. Завдяки більш швидким мобільним мережам (5G) та потужними смартфонами (додаткам, що надають інформацію

про фінансові послуги та дозволяють швидко здійснювати угоди або укласти контракти), очікування клієнтів значно зросли. Так, споживачі фінансових послуг сьогодні очікують на більш повний та гнучкий спектр послуг.

Порівняно з іншими секторами, такими як електронна комерція, де цифровізація просунулась вперед та вже сформована екосистема, яка функціонує, але екосистема фінансового ринку – ще формується. Зокрема, – банки, страхові компанії та фінансові маркетплейси (платформи) з великою кількістю клієнтів (наприклад, Дія. Бізнес) [1] однаково виборюють роль першопрохідців в екосистемі FinTech. Зауважимо, що деякі стартапи вже не змогли стати центральною точ-

кою екосистеми через відсутність достатньо великої бази клієнтів, а придбання нових клієнтів не тільки дорого, а й займає багато часу. Водночас традиційні банки та страхові компанії стикаються зі зростаючою конкуренцією з боку експансії великих провайдерів маркетплейсів на традиційному ринку фінансових послуг. Таким чином, як визнані фінансові компанії так й нові FinTechs стикаються з проблемою, що пов'язана з укріпленням позицій на ринку фінансових послуг у довгостроковій перспективі під впливом змінних потреб клієнтів і потребує узгодженості всіх учасників екосистеми FinTech, яка здатна інтегруватися з умовами зовнішнього середовища. Ця обставина пов'язана з характерними умовами невизначеності як на українському фінансовому ринку, так і у світі, зокрема з пандемією COVID-19, воєнними діями, входженням України до ЄС, а також з прискорення розвитку цифрової сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями FinTech на ринку фінансових послуг висвітлювалися у роботах таких авторів, як Р. Антонова, Т. Гаврилко, Н. Джурук, І. Д'яконова, О. Криклій, О. Крилова, Л. Павленко, П. Рубанов, А. Семенов, С. Цирулик та інші [2...7]. Проте, проблеми щодо виокремлення екосистеми FinTech на фінансовому ринку в умовах негативної динаміки зовнішнього середовища ще залишаються недостатньо розробленими.

Метою статті є дослідження сутності, особливостей формування та розвитку екосистеми FinTech на фінансовому ринку в умовах негативної динаміки зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. З метою розуміння сутності екосистеми FinTech на фінансовому ринку, дослідимо загальнотеоретичні аспекти щодо поняття «екосистема».

Створення екосистем в економіці відповідає міждисциплінарному еволюційному підходу в аналізі процесів та явищ, який отримав назву «еволюційна економіка». Поняття «екосистема» прийшло в економіку з біології та основна ідея якої – взаємозв'язок. Завдяки взаємозв'язку елементи екосистеми зростають. У той самий час можливість виживання екосистеми зростає зі збільшенням кількості пов'язаних із нею живих організмів (в економічному сенсі – це підприємства, організації чи будь-які інші інститути).

Міждисциплінарний еволюційний підхід в аналізі процесів екосистеми та явищ був реалізований у дослідженнях таких вчених-економістів як R. Adner, E. Autio, R. Ayres, C. Cennamo, M. Iansiti, M. Jacobides, G. Jerjia, A. Gawer, R. Levien, J. Moore, T. Power, та ін. [8...15].

Так, наприклад, Р. Айрес проводить аналогії між природними процесами та сферами діяльності підприємств різних галузей економіки [8]. Підприємства за своєю суттю аналогічні до живих організмів. Вони так само, як і живі організми, споживають матеріальні ресурси, переробляють їх, виробляють готову продукцію чи послугу, генерують побічні відходи і конкурують між собою за ті чи інші блага.

Т. Пауер й Г. Джерджян розглядаючи переваги різних екосистем, визначали: «...У природі різні види допомагають один одному виробляти блага для всієї спільноти. Наприклад, у кораловому рифі є спільнота, створена на базі коралового поліпа. Так і в бізнесі еко-

система часто будується на основі однієї компанії, яка має велику кількість зв'язків» [9].

У роботах [10...13] зазначено, що екосистема є мережею співробітників і конкуруючих фірм, які пропонують пов'язані продукти та послуги. Водночас, у роботі [11] екосистеми розглядаються як механізми співпраці, за допомогою яких фірми об'єднують свої індивідуальні пропозиції в деяке ціле, яке орієнтоване на клієнта.

Слід зауважити, що у деяких роботах екосистема проявляється через призму мереж. Так, у своїх дослідженнях М. Янсїті та Р. Левієн [12] простежують еволюцію мережевої концепції та розглядає різні теоретичні погляди на природу міжфірмових мереж. У роботі [14] екосистема визначається як мережа взаємозалежних організацій, пов'язаних з фокальною фірмою, або платформою, яка включає і виробника, і сторонніх учасників, що створює та привласнює нову цінність завдяки інноваціям.

Водночас, у роботі [15] наголошується на значущості таких характеристик екосистеми, як взаємодоповнюваність та координація підприємств різних галузей в умовах відсутності в екосистемах (незважаючи на значну силу центральних фірм) елементів ієрархії управління, аналогічних елементам управління в компаніях традиційної організаційної форми. Також ці автори вважають, що визначення екосистеми має відображати її структурні особливості, які формують певний тип взаємних зв'язків. На їхню думку, фундаментальною структурною особливістю екосистем є така ознака як спільна спеціалізація, що визначає стратегічно різний характер взаємодії в екосистемах.

Спільна спеціалізація означає, що умовою приєднання будь-якого учасника до екосистеми має бути певний обсяг інвестицій, який не повністю замінюється (іншими словами, ці інвестиції або активи, не можуть використовуватися в інших екосистемах без будь-яких додаткових витрат). Слід зазначити, що така точка зору авторів є актуальною по теперішній час.

Виходячи із вище наведеного, можна зазначити що єдиного поняття «екосистеми» – не існує, проте є базове для розуміння її особливостей у FinTech на ринку фінансових послуг.

У сучасних умовах FinTech можна застосовувати до будь-яких інновацій – від ведення підприємницької діяльності до винаходу цифрових грошей. Однак, розвиток цифровізації, мережі мобільного Інтернету / смартфонів сприяли формуванню нових спектрів технологічних втручань в особисті та комерційні фінанси.

FinTech описує різні види фінансової діяльності, такі як грошові перекази, депонування чека за допомогою смартфона, обхід банківського відділення для подання заявки на кредит, збирання коштів для запуску бізнесу або управління інвестиціями без допомоги людини. Відповідно FinTech формує особливу екосистему для ринку фінансових послуг.

Екосистема FinTech на ринку фінансових послуг – прямий посередник, який не випускає жодних власних фінансових зобов'язань, не приймає на себе фінансових ризиків та спочатку здійснює пошук споживачів фінансових ресурсів (позичальників), а потім – постачальників (кредиторів).

Екосистеми FinTech – це створення маркетплейсу, яка визначається основними компонентами, створе-

ними власником маркетплейса, і доповнюються додатками незалежними учасниками, додатковими послугами на периферії, що виходять за рамки фінансового ринку і надають послуги та сервіси для клієнтів у різних галузях. Як наслідок, це об'єднання банківських та небанківських послуг на єдиному маркетплейсі, реалізуючи при цьому взаємозв'язок з продуктами учасників-партнерів та миттєвий обмін платіжною інформацією. Така екосистема дозволяє включати у себе різні функції – від підписання згоди на передачу даних до методів роботи з міжнародними платежами та корпоративних підписок на різні сервіси.

Екосистема FinTech здатна на одному фінансовому маркетплейсі об'єднувати велику кількість різних видів послуг (продуктів) й використовувати при цьому учасників-партнерів, стартапи (FinTech-проекти, інноваційні сервіси у фінансовій сфері), регуляторів (Центральний банк України, зацікавлені міністерства) та інфраструктурних учасників (банки, платіжні системи, акселератори, інкубатори, FinTech-хаби, інвестори), рис. 1.

Відповідно всі учасники екосистеми мають можливість вбудувати свій продукт прямо у додатку та, як наслідок, в одній програмі буде зібрано всі аспекти життя клієнта, які так чи інакше пов'язані з фінансами та споживчими сервісами. Таким чином, ці взаємовідносини між учасниками-партнерами екосистеми FinTech сприяють зменшенню витрат, підвищенню якості продукції (послуг) та лояльності клієнтів.

Основними ознаками екосистемності FinTech є:

- єдиний «генетичний» інтерфейс та способи його побудови незалежно від продуктового середовища, з яким стикається клієнт фінансових послуг;
- єдині методи ідентифікації;
- безшовна передача даних;
- безшовний цикл переміщення між фронтальними середовищами: від прийому трафіка до надання послуги моделі «єдиного вікна».

Формування та розвиток екосистеми FinTech на ринку фінансових послуг повинна будуватись за принципом «win-win» [16], згідно з яким всі учасники-партнери маркетплейсу працюють на взаємовигідних умовах з метою задоволення потреб усіх сторін та отримання синергетичного ефекту. Так, щоб конкурувати на ринку фінансових послуг та вижити в умовах швидко мінливих переваг клієнтів, фінансові компанії можуть використовувати бізнес-моделі екосистеми для стимулювання зростання та створення цінностей. У результаті використання цієї бізнес-концепції фінансові компанії скорочують витрати на розробку власних сервісів, поєднуючись із учасниками-партнерами у вигідний симбіоз.

Варто зазначити, що в успішних технологічних екосистемах легко підключитися до базового рішення чи побудувати у ньому базове рішення, щоб розширити систему використання і дозволити нові та навіть непередбачені кінцеві застосування, без високих витрат за власні розробки. Крім того, підключені учасники-партнери виграють на зменшенні ресурсів для створення власних каналів збуту.

Основний продукт фінансової компанії має важливу, але обмежену цінність під час використання його сервісів окремо, проте його вартість значно зростає під час використання його з додатками.

У свою чергу, клієнт отримує пропозицію підвищеної для нього цінності, заощаджує час на оформлення безлічі послуг та підвищує безпеку, що гарантується цифровою платформою головної компанії, зокрема скорочуючи свій електронний слід.

Учасники-партнери екосистеми FinTech роблять фінансові компанії актуальнішими для клієнтів сьогодні та мають вирішальне значення для їхньої прибутковості у майбутньому.

Висновки. Проведені дослідження дають можливість визначити, що екосистема FinTech на ринку фінансових послуг – мережа взаємопов'язаних учас-



Рис. 1. Екосистема FinTech на ринку фінансових послуг

ників-партнерів на взаємовигідних умовах з метою надання фінансових послуг та інтегруються у залежності від вимог клієнта та зовнішнього середовища з метою отримання синергетичного ефекту.

Екосистема FinTech орієнтована на створення додаткової цінності фінансових послуг для клієнтів шляхом оптимізації даних та робочих процесів, від різних внутрішніх відділів, інструментів, систем, і навіть від клієнтів, постачальників і зовнішніх парт-

нерів. Вона повинна усувати перешкоди на шляху клієнта та давати можливість кожному учаснику-партнеру екосистеми використовувати сучасні цифрові технології та системи для задоволення своїх індивідуальних потреб. Таким чином, екосистема FinTech повинна запропонувати клієнтам єдину та просту у використанні систему, що забезпечує цінність за рахунок різноманітних фінансових послуг (продуктів) та знань.

Список використаних джерел:

1. Маркетплейс фінансових можливостей для бізнесу. URL: <https://business.diia.gov.ua/finance> (дата звернення: 05.09.2022).
2. Д'яконова І., Павленко Л., Криклій О. Сучасний стан та перспективи колаборації банків та FinTech. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 1 (17). С. 190–199.
3. Семенов А. Ю., Цирулик С. В. Тенденції розвитку Fintech послуг на світовому та вітчизняному ринках фінансових послуг. *Бізнес Інформ*. 2018. № 10. С. 327–334.
4. Гаврилко Т., Антонова Р. FINTECH: зарубіжний досвід та особливості розвитку в Україні *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. Вип. 29. С. 17–2.
5. Рубанов П. Структура ринку Fintech інновацій. *Науковий вісник Полісся*. 2021. № 2(18). С. 184–189.
6. Джурук Н. FINTECH та комерційні банки: конкуренція та можливості співробітництва. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 1. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1749/6565656854> (дата звернення: 05.09.2022).
7. Крилова О. В. Розвиток мікрофінансових організацій в Україні в умовах FinTech трансформації фінансового ринку. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2020. № 10. С. 316–325.
8. Ayres R. On the lifecycle metaphor: Where ecology and economics diverge. *Ecological Economics*. 2004. № 48. P. 425–438.
9. Power T., Jerjian G. Ecosystem: Living the 12 principles of networked business. Pearson Education Ltd. 2001. 289 p.
10. Jacobides, M., Cennamo C., Gawer A. Towards a Theory of Ecosystems. *Strategic Management Journal*. 2018. Vol. 39. P. 2255–2276.
11. Adner R. Match your innovation strategy to your innovation ecosystem. *Harvard Business Review*. 2006. Vol. 84. № 4. P. 98–107.
12. Iansiti M., Levien R. The Keystone Advantage: What the New Dynamics of Business Ecosystems Mean for Strategy, Innovation, and Sustainability. Boston, MA : Harvard Business School Press, 2004. 255 p.
13. Moore J. The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems. New York : Harper Business, 1996. URL: <https://lib.ugent.be/catalog/rug01:000431120> (Last accessed: 05.09.2022).
14. Autio E. Llewellyn D., Thomas W. Innovation ecosystems: implications for innovation management. The Oxford handbook of innovation management. Oxford : Oxford Univ. Press. 2014, p. 204–228.
15. Jacobides M., Cennamo C. A. Gawer Industries, Ecosystems, Platforms, and Architectures: Rethinking our Strategy Constructs at the Aggregate Level. Working paper. *Academy of Management*. 2017. URL: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/ambpp.2015.11552symposium> (Last accessed: 05.09.2022).
16. Принцип «win-win» або як вигравати від співпраці – думки Мариновича і Шептицького. Аналітичний центр Українського католицького університету. URL: https://ac.uscu.edu.ua/win-win-strategy_sheptytsky/ (дата звернення: 05.09.2022).

References:

1. Marketplace of financial opportunities for business (2022) [Marketplace of financial opportunities for business]. Available at: <https://business.diia.gov.ua/finance> (accessed: 05.09.2022).
2. D'jakonova I., Pavlenko L., Kryklij O. (2019) Suchasnyj stan ta perspektyvy kolaboraciji bankiv ta FinTech [Current state and prospects of collaboration between banks and FinTech]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnja*, no. 1 (17), pp. 190–199.
3. Semenogh A. Ju., Cyruyk S. V. (2018) Tendenciji rozvytku Fintech posluh na svitovomu ta vitchyznjanomu rynkakh finansovykh posluh [Trends in the development of Fintech services on the world and domestic markets of financial services]. *Biznes Inform*, no. 10, pp. 327–334.
4. Ghavrylko T., Antonova R. (2020) FINTECH: zarubizhnyj dosvid ta osoblyvosti rozvytku v Ukraini [FINTECH: foreign experience and peculiarities of development in Ukraine]. *Naukovyj visnyk Uzhghorodskogo nacionalnogo universytetu*, vol. 29, pp. 17–22.
5. Rubanov P. (2021) Struktura rynku Fintech innovacij [The structure of the Fintech innovation market]. *Naukovyj visnyk Polissja*, no. 2(18), pp. 184–189.
6. Dzhuruk N. (2020) FINTECH ta komercijni banky: konkurencija ta mozhlyvosti spivrobotnytva [FINTECH and commercial banks: competition and opportunities for cooperation]. *Ekonomicznyj analiz*, vol. 30, no. 1. Available at: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1749/6565656854> (accessed: 05.09.2022).
7. Krylova O. V. (2020) Rozvytok mikrofinansovykh orghanizacij v Ukraini v umovakh FinTech transformaciji finansovogo rynku [Development of microfinance organizations in Ukraine in the conditions of FinTech transformation of the financial market]. *Biznes Inform*, no. 10, pp. 316–325.
8. Ayres R. (2004) On the lifecycle metaphor: Where ecology and economics diverge. *Ecological Economics*, no. 48, pp. 425–438.
9. Power T., Jerjian G. (2011) Ecosystem: Living the 12 principles of networked business. Pearson Education Ltd. 289 p.
10. Jacobides, M., Cennamo C., Gawer A. (2018) Towards a Theory of Ecosystems. *Strategic Management Journal*, vol. 39, pp. 2255–2276.
11. Adner R. (2006) Match your innovation strategy to your innovation ecosystem. *Harvard Business Review*, vol. 84, no. 4, pp. 98–107.
12. Iansiti M., Levien R. (2004) The Keystone Advantage: What the New Dynamics of Business Ecosystems Mean for Strategy, Innovation, and Sustainability. Boston, MA: Harvard Business School Press. 255 p.

13. Moore J. (1996) *The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems*. New York: Harper Business. Available at: <https://lib.ugent.be/catalog/rug01:000431120> (accessed: 05.09.2022).
14. Autio, E. Llewellyn D., Thomas W. (2014) Innovation ecosystems: implications for innovation management. *The Oxford handbook of innovation management*. Oxford: Oxford Univ. Press, pp. 204–228.
15. Jacobides, M., Cennamo C., A. Gawer Industries (2017) Ecosystems, Platforms, and Architectures: Rethinking our Strategy Constructs at the Aggregate Level. Working paper. *Academy of Management*. Available at: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/ambpp.2015.11552symposium> (accessed: 05.09.2022).
16. Принцип «win-win» або як vyghravaty vid spivpraci – dumky Marynovycha i Sheptyckogho (2022) [The "win-win" principle or how to benefit from cooperation – opinions of Marynovich and Sheptytskyi]. Analitichnyj centr Ukrajsjckogho katolycjckogho universytetu. Available at: https://ac.ucu.edu.ua/win-win-strategy_sheptytsky/ (accessed: 05.09.2022).