УДК 336.713:005.3

Онищенко Юлія Ігорівна
к. е. н, доцент кафедри банківської справи,
Одеський національний економічний університет (Україна)

МІСІЯ БАНКУ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ЙОГО БІЗНЕС-МОДЕЛІ

JEL classification: *G200; G210; L210; L250*

В 2010 р. було розроблено та затверджено глобальну реформу світового банківського сектору – пропозиції Базельського комітету з банківського нагляду щодо нових банківських стандартів капіталу та ліквідності («Базель ІІІ»). Саме в Базель ІІІ вперше використовується термін

«бізнес-модель банку», при цьому варто підкреслити, що сутність даного терміну не розкривається, але використовується в основі регулятивних заходів. Відтак, банки мають чітко визначати свою бізнес-модель, яка є основою банківського нагляду. Однак, незважаючи на високу популярність терміну «бізнес-модель банку», питання щодо сутності цього поняття залишається відкритим, що й обумовлює актуальність даного дослідження.

Критичний аналіз економічних публікацій із зазначеної тематики дозволив дійти висновку, що у наукових дослідженнях також відсутнє єдине визначення поняття «бізнес-модель банків». Окремі аспекти формування бізнес-моделей банків висвітлено здебільшого в роботах таких зарубіжних вчених, як Р. Аяді та Д. Ллевеллин, та працях таких вітчизняних вчених, як: Г. Бортніков, Д. Гриджук, А. Деркаченко, О. Заруцька, О. Литвинюк, Т. Павлова, Г. Панасенко, А. Синюк, А. Стадник, Ю. Худолій. Варто відмітити, що в теоретичних дослідженнях зазначених науковців розглядаються окремі аспекти еволюції видів бізнес-моделей банків, які спираються на визначення терміну «бізнес-модель», не враховуючи специфіку банку та банківської діяльності. Отже, основою для вивчення та визначення дефініції «бізнес-модель банку» є формування чіткої системи поглядів до поняття «бізнес-модель».

Дослідження еволюції теоретичних підходів щодо визначення поняття «бізнес-модель» показало, що у період 1998-2001 рр. даний термін пов'язувався з описом діяльності фірми з метою впровадження в її діяльності новітніх технологій, які виникли внаслідок розвитку Інтернету. Подальший аналіз економічної думки щодо трактування поняття «бізнес-модель» дає змогу виділити три підходи до розуміння сутності даної категорії: структурно-логічний, системний та стратегічний.

Підкреслимо, що більшість авторів дотримуються структурно-логічного підходу: бізнес-модель визначається як концептуальний інструмент (схема), що дозволяє описати логіку створення та отримання цінності (вартості) на фірмі. В рамках даного підходу бізнес-модель використовують як абстрактне поняття, що загалом характеризує спосіб створення, продажу та доставки цінності клієнтам. Бізнес-моделі ж визначаються «як опис, який пояснює як компанія працює». Так, О. Остервальдер, І. Піньє та К. Туччі (2005), які вважаються засновниками теорії бізнес-моделі фірми, надають наступне визначення: бізнес-модель – це концептуальний інструмент, який містить набір елементів і їх взаємозв'язків, та дозволяє відобразити бізнес-логіку конкретної фірми [1].

Системний підхід базується на визначенні бізнес-моделі як системи, що проявляється у компонентах та пов'язаних з ними процесах та відносинах. Опис концепції на основі системного підходу передбачає наявність знань щодо елементів бізнесу, їх взаємозв'язках, функціях, процесах у системі й людях, що діють в ній. Так, Е. Тікканен та Ю.-П. Каллунки (2005) запропонували визначати бізнес-модель фірми як систему, що проявляється в компонентах і пов'язаних з ними матеріалах і когнітивних аспектах [2].

Стратегічний підхід зазнав найменшого поширення та передбачає, що формування бізнес-моделі пов'язано із стратегією фірми та є її відображенням, таке бачення засновано на тому, що головна мета і стратегії, і бізнес-моделі – формування більш конкурентних позицій компанії на ринку і, відповідно, отримання великих доходів. Так, Р. Касадесус-Масанелл та Дж. Рікарт (2010) підкреслюють, що бізнес-модель – це відображення реалізованої стратегії фірми [3].

Таким чином, бізнес-модель – це не простий опис діяльності фірми, а повне відображення її діяльності, що дозволяє побачити всі можливості її розвитку з метою створення можливих конкурентних переваг на визначеному ринку. Вважаємо, що ці підходи при формуванні бізнес-моделі можуть доповнювати друг друга та відображати рівні формування бізнес-моделі фірми. При цьому в основі формування бізнес-моделі є структурно-логічний підхід, який потребує від менеджерів чіткого визначення логіки створення та отримання цінності. Після визначення основних компонентів бізнес-моделі необхідно провести їх системний аналіз, що дозволить встановити характер взаємозв'язку, а саме відносини та процеси між ними, всередині фірми. І останнім етапом формування бізнес-моделі є зіставлення сформованої бізнес-моделі із стратегією фірми, тобто врахування впливу зовнішніх факторів щодо поліпшення її конкурентної позиції на ринку.

Зазначимо, що аналіз теоретичних підходів щодо визначення дефініції «бізнес-модель банку» дозволив дійти висновку, що дослідники здебільшого при визначенні та формуванні бізнес-моделі банку використовують структурно-логічний підхід – визначають основні поняття і об'єкти, що становлять зміст банківського бізнесу [4; 5]. Відтак, у випадку, коли бізнес-модель банку – це основа банківського регулювання та нагляду, вона стає інструментом щодо визначення

існуючих бізнес-моделей в банківській системі, з подальшою можливістю оцінки їх ризикованості та прибутковості. Проте, при формуванні бізнес-моделі безпосередньо банком, вона буде визначатися його місією, оскільки саме в ній окреслені основні напрями діяльності банку.

Так, для банків першочерговим є розуміння глобальних тенденцій розвитку економіки та визначення їх ролі (місії) в цьому процесі. Місія – це те, що визначає банк та відрізняє його від конкурентів. Саме місія відображає основні принципи функціонування банку, його роль у економічному розвитку країни з врахуванням багатосторонніх взаємовідносин з іншими суб'єктами економіки. На основі сформованої місії розробляється концепція розвитку банку – загальний, комплексний та систематизований опис майбутнього стану банку на основі врахування внутрішніх та зовнішніх чинників і сама місія банку слугує відправною точкою для розробки та формування його бізнес-моделі.

В умовах розвитку цифрової економіки відбувається прискорення бізнес-процесів на фінансовому ринку, що вимагає пошуку нових інструментів стратегічного управління та планування, одним з яких і може виступати «бізнес-модель банку» у випадку її чіткої формалізації на законодавчому рівні, що потребує розробки інструкції щодо порядку формування та відображення бізнес-моделі банку. При цьому, варто підкреслити, що так як бізнес-модель є основою створення та отримання цінності банком, то вона є унікальною для кожного банку, оскільки у випадку схожості бізнес-моделей у конкурентів, діяльність банку на ринку банківських послуг припиняє приносити прибуток, тому саме реалізація місії банку у розробленій бізнес-моделі дозволить досягти найбільшої ефективності діяльності банку на ринку банківських послуг.

Література

1. Osterwalder, A. (2004). *The business model ontology – a proposition in a design science approach.* PhD thesis. University of Lausanne. Retrieved from: http://www.hec.unil.ch/aosterwa/PhD/Osterwalder_PhD_BM_Ontology.pdf (access date: 09.04.2021).
2. Lamberg, J-A., Tikkanen, H., Kallunki, J-P., & Parvinen, P. (2005). *Managerial cognition, action and the business model of the firm. Management Decision, Vol. 43*(6), pp. 789–809.
3. Smith, W. K., Binns, A., & Tushman, M. L. 2010. *Complex business models: Managing strategic paradoxes simultaneously.* Long Range Planning, Vol. 43, pp. 448–461.
4. Pagliari, S. et al. (2012). *Future risks and fragilities for financial stability.* Ed. by D. T. Llewellyn & R. Reid. SUERF Studies, No. 2012/3. The European Money and Finance Forum, Vienna. 80 p.
5. Ayadi, R., Ferri, G., Pesic, V. (2016). *Regulatory arbitrage in EU banking: do business models matter?* Retrieved from: https://bbmresearch.org/wp-content/uploads/2019/06/regulatory-arbitrage-eu-banking-do-business-models-matter-ayadi-ferri-pesic.pdf (access date: 09.04.2021).