

DOI 10.46320/2077-7639-2025-01-134-153-160

Риски и перспективы развития экосистем российскими банками

Соколова Е.Ю.

Одной из задач, которую преследуют банки, строя экосистемы – это увеличение клиентской базы, соответственно, с позиции маркетинга экосистема должна повышать узнаваемость бренда, позитивно сказываться на росте продаж банковских/экосистемных продуктов и как следствие росте прибыли банка. Однако формирование банковских экосистем в Российской Федерации несет в себе потенциальные угрозы, которые могут повлиять на финансовую устойчивость, конкурентные позиции предприятий и защиту интересов потребителей. Для экономики в целом экосистемы несут определенные риски, поскольку экосистемы могут выступать платформой для иностранных компаний для захвата российских рынков, также экосистемы могут брать на себя роль “регулятора” на рынке, устанавливать правила и барьеры для участников. Тем не менее, банковские экосистемы в России выступают мощным драйвером развития банковского сектора за счет стимулирования цифровизации банковских и экосистемных услуг. Развитие цифровых платформ, мобильных приложений и интернет-банкинга повышает удобство использования банковских услуг для клиентов, а также приводит к снижению затрат на обслуживание клиентской базы и повышению лояльности к банку. В этой связи перспективы развития банковских экосистем в России представляются оптимистичными. Можно ожидать, что банковские экосистемы в России продолжат развиваться в направлении цифровизации, адаптации к изменениям рынка и создания более удобных для клиентов и конкурентных для бизнеса условий. Это приведет к дальнейшему увеличению объема инвестиций и торгового потенциала экономики, а также к повышению конкурентоспособности российского банковского сектора на мировом рынке.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Соколова Е.Ю. Риски и перспективы развития экосистем российскими банками // Дискуссия. – 2025. – Вып. 134. – С. 153–160.

ГОСТ 7.1-2003

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Банковские экосистемы, прибыль банка, риски экосистем, киберриски, регулирование экосистем, монополизация, омниканальность, супер-сервисы.

Risks and prospects of ecosystem development by Russian banks

Sokolova E.Y.

One of the tasks that banks pursue when building ecosystems is to increase the customer base, respectively, from a marketing perspective, the ecosystem should increase brand awareness, positively affect the growth of sales of banking / ecosystem products and, as a result, the growth of the bank's profits. The formation of banking ecosystems in the Russian Federation carries potential threats that can affect financial stability, competitive positions of enterprises and consumer protection. Ecosystems carry certain risks for the economy as a whole, since ecosystems can act as a platform for foreign companies to capture Russian markets, and ecosystems can also take on the role of a "regulator" in the market, setting rules and barriers for participants. Nevertheless, the banking ecosystems in Russia act as a powerful driver for the development of the banking sector by stimulating the digitalization of banking and ecosystem services. The development of digital platforms, mobile applications and Internet banking increases the convenience of using banking services for customers, as well as leads to lower maintenance costs for the customer base and increased loyalty to the bank. In this regard, the prospects for the development of banking ecosystems in Russia seem optimistic. It can be expected that the banking ecosystems in Russia will continue to evolve towards digitalization, adapting to market changes and creating more customer-friendly and competitive business conditions. This will lead to a further increase in the volume of investments and the trade potential of the economy, as well as to an increase in the competitiveness of the Russian banking sector in the global market.

FOR CITATION

Sokolova E.Y. Risks and prospects of ecosystem development by Russian banks. *Diskussiya [Discussion]*, 134, 153–160.

APA

KEYWORDS

Banking ecosystems, bank profit, ecosystem risks, cyber risks, ecosystem regulation, monopolization, omnichannel, super services.

Строя экосистемы, банки преследуют различные цели, и одной из них является увеличение клиентской базы. Соответственно, с позиции маркетинга экосистема должна повышать узнаваемость бренда, позитивно сказываться на росте продаж банковских/экосистемных продуктов и как следствие росте прибыли банка. Однако формирование банковских экосистем в Российской Федерации несет в себе потенциальные угрозы, которые могут повлиять на финансовую устойчивость, конкурентные позиции предприятий и защиту интересов потребителей [1]. Для экономики в целом экосистемы несут определенные риски, поскольку экосистемы могут выступать платформой для иностранных компаний для захвата российских рынков, также экосистемы могут брать на себя роль “регулятора” на рынке, устанавливать правила и барьеры для участников. Тем не менее, банковские экосистемы в России выступают мощным драйвером развития банковского сектора за счет стимулирования цифровизации банковских и экосистемных услуг [2]. Рассмотрим особенности формирования экосистем на примере двух банков, активно развивающих цифровые сервисы и выстраивая с их помощью свои экосистемы.

Сбербанк и Газпромбанк – два крупных технологичных банка с преимущественно государственным участием, которые используют различные подходы к построению своих экосистем. Сбербанк заинтересован в построении экосистемы по открытой модели для привлечения максимального числа пользователей, в то же время Газпромбанк ориентирован на участников Группы Газпром и фокусируется на сервисах, направленных на участников группы.

Экосистема Сбербанка значительно больше по количеству действующих в ней сервисов и продуктов, чем экосистема Газпромбанка. Паритет наблюдается только в сфере финансовых сервисов и программ лояльности, в сферах электронной коммерции; транспорта и навигации; IT-продуктов и телеком; образования, медиа и науки; B2B-сервисов в экосистеме Сбербанка есть весомое преимущество по количеству реализованных проектов, а в сферах недвижимости; лайфстайл и развлечений; здоровья у Сбербанка полностью отсутствует конкуренция со стороны Газпромбанка, поскольку в этих сферах экосистема Газпромбанка не имеет экосистемных сервисов и продуктов.

В обеих экосистемах есть идентичные продукты и сервисы, которые на сегодня можно

назвать базовыми, поскольку как правило они реализованы практически во всех крупных банковских экосистемах:

- Программа лояльности (СберСпасибо, Газпромбанк Travel) [3], [4];
- Банковская подписка (СберПрайм, Газпромбанк Привилегии (Стандарт, Плюс, Премиум)) [5], [6];
- Платежный сервис (SberPay, GazpromPay) [7], [8];
- Сервис для инвестирования (СберИнвестиции, Газпромбанк Инвестиции) [9];
- Мобильный оператор (СберМобайл, Газпромбанк Мобайл) [10], [11];
- Сервис для идентификации (SberID, Газпром ID);
- Информационный ресурс для бизнеса (СберПро, Газпромбанк Про Финансы);
- Платформа для ведения бизнеса (СберБизнес, ГПБ Бизнес-Онлайн).

Одной из задач, которую преследуют банки строя экосистемы, – это увеличение клиентской базы, соответственно, с позиции маркетинга экосистема должна повышать узнаваемость бренда, позитивно сказываться на росте продаж банковских/экосистемных продуктов и как следствие росте прибыли банка. Показатели популярности экосистемы/банка мы можем оценивать по росту числа запросов на сервисы и продукты экосистемы/банка в поисковике Яндекс с помощью сервиса WordStat¹. А для определения влияния роста популярности экосистемы на прибыль банка воспользуемся коэффициентом корреляции Пирсона:

$$\rho_{X,Y} = \frac{\text{cov}(X, Y)}{\sigma_X \sigma_Y}$$

Проанализируем влияние роста популярности экосистемных сервисов и продуктов Сбера на узнаваемость бренда банка сопоставив число запросов экосистемы и банка в поисковике Яндекс, при этом запросы на экосистему в поисковике Яндекс примем как сумму запросов по наиболее популярным сервисам экосистемы: СберПрайм, СберМобайл, СберЗвук, СберСпасибо и СберМаркет. Коэффициент корреляции между запросами экосистемы Сбер и банка составляет 0,96, что свидетельствует о пропорциональном росте популярности экосистемы с банком, другими словами, экосистема развивается гармонично и вероятнее

¹ Сервис для получения статистики поисковых запросов в Яндексе “WordStat”. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 23.12.2024).

всего способствует росту интереса клиентов/потенциальных клиентов к банку.

Для оценки влияния роста популярности экосистемных сервисов и продуктов Газпромбанка на узнаваемость бренда банка, запросы экосистемы будем учитывать как сумму запросов в поисковике Яндекс по следующим сервисам: Газпром Бонус, ГПБ Мобайл, GazpromPay и GorodPay. Коэффициент корреляции между запросами экосистемы Газпромбанка и банка составляет 0,53 – это означает, что экосистема не оказывает значительного влияния на повышение популярности банка. В целом, это объясняется тем, что банк реализует экосистемные продукты и сервисы по закрытой модели, которая не способствует привлечению большого числа новых пользователей в экосистему/клиентов в банк, кроме того, сами сервисы экосистемы на данный момент не обладают большим числом запросов в поисковике Яндекс.

Далее оценим влияние роста популярности продуктов в экосистеме Сбер на чистую прибыль банка. Коэффициент корреляции Пирсона составляет 0,37 между запросами на экосистему Сбера в Яндекс и чистой прибылью банка, что сигнализирует об отсутствии значительного влияния экосистемы на прибыль СберБанка.

Проведем аналогичный анализ для установления влияния экосистемы Газпромбанка на чистую прибыль банка. Коэффициент корреляции Пирсона между запросами на экосистему Газпромбанка в Яндекс и чистой прибылью банка составляет 0,72, это дает основание предположить, что экосистема Газпромбанка пока не влияет на чистую прибыль банка.

Анализ динамики роста популярности экосистемных сервисов и продуктов (по запросам в Яндекс) и динамикой чистой прибыли банков показывает, что на данный момент Сбер и Газпромбанк не имеют значительного влияния развития экосистем на финансовый результат банковского бизнеса (PPP 0,37 и 0,72 соответственно), это может быть связано также с тем, что экосистемы требуют значительного влияния финансовых средств при этом показывая прибыль в долгосрочной перспективе, то есть, прибыль от реализации экосистем может оказаться на прибыль банка положительный эффект в будущем. Тем не менее, формирование банковских экосистем в Российской Федерации несет в себе потенциальные угрозы, которые могут повлиять на финансовую устойчивость, конкурентные позиции предприятий и защиту интересов потребителей. Министерство экономического

развития России определяет следующие опасности в контексте развития данных экосистем [12]:

- Злоупотребления в отношениях с клиентами;
- Вынужденный выбор товаров и услуг;
- Отсутствие ответственности за качество предоставляемых продуктов и услуг;
- Нарушения прав потребителей;
- Недобросовестные конкурентные практики, требующие переосмыслиния в рамках развития экосистем и платформ;
- Киберриски, технологические опасности и угрозы конфиденциальности данных клиентов;
- Уменьшение конкурентоспособности национальной экономики из-за особенностей трансграничного развития экосистем и платформ.

Центральный банк Российской Федерации также выражает озабоченность по поводу рисков, связанных с возникновением доминирующих экосистем, способных к монополизации рынков [13]. К таким рискам относятся [14]:

- Для физических лиц в качестве клиентов экосистем;
- Для лиц, не участвующих в экосистемах;
- Для поставщиков, являющихся частью экосистем и предоставляющих услуги или товары;
- Для поставщиков, не интегрированных в экосистемы;
- Для экономики в целом;
- В отношении монополизации технологических инноваций.

Аналитики ЦБ РФ видят основной риск для потребителей в том, что экосистема может формировать поведение пользователей, которое будет направлено на получение услуг без осуществления дополнительного поиска и сравнения предложений на рынке, в связи с этим потребители могут получать услуги не самого лучшего качества, поскольку не сравнивают услугу в экосистеме с предложениями конкурентов. Такую “привязку” пользователей к экосистеме осуществляют сервисы подписок. Кроме того, персонализированные предложения могут стимулировать пользователей экосистемы совершать покупки, которые для них могут быть не нужны, то есть, навязывать приобретение товаров и услуг. В конечном итоге это может привести к снижению качества товаров и услуг на рынках, которые вовлечены в экосистемы, что затронет не только пользователей экосистем, но и потребителей, которые находятся вне контура экосистем.

Для поставщиков услуг риски участия в экосистемах обуславливаются потерей прямого кон-

такта с потребителем, также поставщики могут попадать в чрезмерную зависимость от экосистемы и получать менее выгодные условия участия в экосистеме по сравнению с аффилированными с экосистемой поставщиками. Поставщики, которые не вступают в экосистему, рискуют потерять часть маржинальности в следствии перетока клиентов и изменения поведенческих моделей совершения покупок товаров и услуг у потребителей.

Для экономики в целом экосистемы несут определенные риски, поскольку экосистемы могут выступать платформой для иностранных компаний для захвата российских рынков, также экосистемы могут брать на себя роль “регулятора” на рынке, устанавливать правила и барьеры для участников. Внутри экосистем может устанавливаться собственная платежная единица для ее участников. В совокупности эти факторы могут приводить к монополизации рынка с известными негативными последствиями для потребителей.

В направлении ИТ-технологий экосистемы могут приобретать компании-разработчиков программного обеспечения и монополизировать отдельные технологии, что приведет к технологическому отставанию конкурентов. Необходимо отметить, что сосредоточение больших объемов информации о пользователях экосистем повышает риски при возникновении утечек данных.

В связи с этим ЦБ активно занимается формированием регуляторной среды, способной учитывать данные риски, а также разрабатывает рекомендации и стратегии, направленные на обеспечение стабильного и безопасного развития банковских экосистем в стране.

На данный момент банковские экосистемы не имеют специального регулирования, регулирование осуществляется общими законодательными актами [15]:

- Федеральный закон от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности»;
- Федеральный закон от 27.06.2011 №161-ФЗ «О национальной платежной системе»;
- Федеральный закон от 31.07.2020 №295-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 02.08.2019 №259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»;

- Федеральный закон от 20.07.2020 №211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы»;
- Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- Закон РФ от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Федеральный закон от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Федеральный закон от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных»;
- Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»;
- Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ;
- Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 №146-ФЗ;
- Федеральный закон от 27.11.2018 №422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход».

Отсутствие специализированного регулирования банковских экосистем также является риском, поскольку в некоторой степени дает возможность экосистемам самим определять нормы и правила игры на рынке.

Таким образом, в экономике сейчас существуют следующие основные группы рисков, связанных с банковскими экосистемами:

1. Риски монополизации рынков;
2. Риски нарушении прав и интересов потребителей;
3. Риски, связанные с ИТ-технологиями и сохранностью пользовательских данных;
4. Риски недостаточности государственного регулирования.

Банковские экосистемы в России выступают мощным драйвером развития банковского сектора за счет стимулирования цифровизации банковских и экосистемных услуг. Развитие цифровых платформ, мобильных приложений и интернет-банкинга повышает удобство использования банковских услуг для клиентов, а также приводит к снижению затрат на обслуживание клиентской базы и повышению лояльности к банку. В этой связи перспективы развития банковских экосистем в России представляются оптимистичными.

Можно выделить несколько основных направлений, в которых могут продолжить развиваться банковские экосистемы в России в ближайшем будущем:

- Повышение уровня цифровизации экосистемных продуктов;
- Расширение экосистем: интеграции с социальными сетями и государственными учреждениями, выход на новые рынки;
- Развитие омниканальности между сервисами, появление супер-сервисов;
- Улучшение клиентского опыта, развитие специализированных сервисов, направленных на создание социальных общностей.

Банки продолжат стремиться повышать уровень цифровизации своих сервисов, с одной стороны, дистанционный доступ к услугам позволяет охватить больше пользователей, с другой стороны, снижает затраты за счет отсутствие расходов на физическое обслуживание клиента. Для банков такие проекты обладают понятной ценностью, поскольку финансовый результат от их реализации довольно легко оцифровать. Кроме того, высокий уровень цифровизации является конкурентным преимуществом для экосистемы, который позволяет эффективнее вовлекать новых пользователей и удерживать существующую клиентскую базу.

Банковские экосистемы будут больше интегрированы с социальными сетями и государственными сервисами. Первые позволяют повышать уровень вовлеченности в экосистему, т.е. пользователю не нужно открывать банковское приложение или экосистемный сервис, все можно сделать, не выходя из социальной сети, стать клиентом банка можно напрямую из социальной сети, вторые также обеспечивают значительный рост клиентской базы, например, платежные сервисы банков уже интегрированы с Федеральной налоговой службой, а внутри банковских приложений доступно оплатить налоги и штрафы. Также экосистемы продолжат реализовывать сервисы на новых рынках – это вполне очевидная стратегия для привлечения новых пользователей.

Увеличение количества сервисов в экосистемах приведёт к закономерному росту омниканальности, поскольку для того, чтобы пользователь мог эффективно пользоваться экосистемой, сервисы в ней должны быть связаны, в противном случае эффект от объединения сервисов в одну экосистему будет нивелироваться. Скорее всего мы увидим возникновение супер-сервисов, в данном контексте это приложения, которые объединяют в себе сразу все продукты и услуги на рынке, например, в сфере недвижимости это может быть приложение, которое одновременно позволит:

- Купить, продать и арендовать недвижимость;
- Провести оценку и проверку недвижимости;
- Сделать ремонт в квартире под ключ;
- Получить кредит на покупку недвижимости;
- Пользоваться услугами управляющей компании и домовыми сервисами;
- Получить всю необходимую информацию при разнообразном взаимодействии с недвижимостью;
- И другие.

Такие супер-сервисы могут появляться путем объединения нескольких экосистемных сервисов, действующих на одном рынке.

Конкуренция между экосистемами и другими участниками рынка будет разворачиваться в направлении клиентского опыта. Уже сейчас мы видим, что в банковских экосистемах есть продукты, которые не имеют значительных отличий от конкурентов. Для привлечения пользователей при равных характеристиках продукта нужно будет реализовывать высокий уровень сервиса, а также дополнительную выгоду. Такую выгоду пользователям могут предоставлять программы лояльности. Также перспективным может быть реализация специализированных сервисов для семей и более крупных социальных ячеек, поскольку такой подход позволяет добиться более тесной связи между группой и экосистемой по сравнению с индивидуальными пользователями.

Можно ожидать, что банковские экосистемы в России продолжат развиваться в направлении цифровизации, адаптации к изменениям рынка и создания более удобных для клиентов и конкурентных для бизнеса условий. Это приведет к дальнейшему увеличению объема инвестиций и торгового потенциала экономики, а также к повышению конкурентоспособности российского банковского сектора на мировом рынке. Однако достижение этих целей невозможно без решения ряда ключевых проблем, таких как улучшение качества и доступности банковских услуг, снижение рисков для клиентов и бизнеса, а также развитие надежной и безопасной инфраструктуры для банковского сектора. Таким образом, развитие банковских экосистем в России представляет собой возможность поддержки экономического роста и повышения инвестиционной привлекательности страны в будущем.

Список литературы

1. Болотнова, Е. А., Храмченко, А. А., Журавлева, Т. В., Денисова, Е. А. Экосистемы в банковской системе РФ: проблемы и перспективы // Естественно-гуманитарные исследования. – 2022. – № 1. – С. 75-82. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekosistemy-v-bankovskoy-sisteme-rf-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 03.12.2024).
2. Хохлова, С. В., Афанасьев, И. Ю. Банковские экосистемы в России: стартапы, продукты, услуги // В центре экономики. – 2022. – № 2. – С. 66-71. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskie-ekosistemy-v-rossii-startapy-produkty-uslugi> (дата обращения: 03.12.2024).
3. Портал программ лояльности «СберСпасибо» (экосистема ПАО Сбербанк). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spasibosberbank.ru/> (дата обращения: 22.10.2024).
4. Портал мильной программы лояльности «Газпромбанк-Travel» (экосистема Банка ГПБ (АО)). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gpctravel.ru/> (дата обращения: 20.11.2024).
5. Сервис «СберПрим» (экосистема ПАО Сбербанк). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sberbank.com/sberprime> (дата обращения: 22.10.2024).
6. Сервис «Газпромбанк Привилегии» (экосистема Банка ГПБ (АО)). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazprombank.ru/personal/privileges/> (дата обращения: 20.11.2024).
7. Платёжный сервис «SberPay» (экосистема ПАО Сбербанк). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sberbank.com/promo/sberpay> (дата обращения: 20.11.2024).
8. Платёжный сервис «Gazprom Pay» (экосистема Банка ГПБ (АО)). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazprombank.ru/personal/page/payment-service/gazprom-pay/> (дата обращения: 20.11.2024).
9. Официальный сайт ПАО Сбербанк. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sberbank.ru/ru/person/investments> (дата обращения: 12.01.205).
10. Мобильный оператор «СберМобайл» (экосистема ПАО Сбербанк). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sbermobile.ru/> (дата обращения: 20.11.2024).
11. Мобильный оператор «Газпромбанк Мобайл» (экосистема Банка ГПБ (АО)). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gpbmobile.ru/> (дата обращения: 20.11.2024).
12. Официальный сайт Минэкономразвития России, – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d31/koncepciya_gos_regulirovaniya_cifrovyyh_platform_i_ekosistem/riski_cifrovyyh_ekosistem_i_platform/?ysclid=m4q9gphoz9518464928 (дата обращения: 23.12.2024).
13. Экосистемное администрирование. // Информационное агентство «РБК». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2021/04/05/6066bbd79a79473d88391479> (дата обращения: 30.01.2025).
14. Экосистемы: подходы к регулированию // Центральный банк Российской Федерации, 2021. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (дата обращения: 30.01.2025).
15. Рзаева, И. Ф., Харламова, Е. Е. Основные компоненты и типы банковской экосистемы // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 11-3. – С. 24-27. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-komponenty-i-tipy-bankovskoy-ekosistemy> (дата обращения: 05.10.2024).

References

1. Bolotnova, E. A., Khramchenko, A. A., Zhuravleva, T. V., Denisova, E. A. Ecosystems in the banking system of the Russian Federation: problems and prospects // Natural sciences and humanities research. – 2022. – № 1. – Pp. 75-82. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekosistemy-v-bankovskoy-sisteme-rf-problemy-i-perspektivy> (access date: 03.12.2024).
2. Khokhlova, S. V., Afanasyev, I. Y. Banking ecosystems in Russia: startups, products, and services // At the center of the economy. – 2022. – № 2. – Pp. 66-71. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskie-ekosistemy-v-rossii-startapy-produkty-uslugi> (access date: 12/03/2024).
3. Sberbank Loyalty Program Portal (ecosystem of Sberbank PJSC). – [Electronic resource]. – Access mode: <https://spasibosberbank.ru/> (access date: 10/22/2024).
4. Gazprombank-Travel mile loyalty program portal (ecosystem of GPB Bank (JSC)). – [Electronic resource]. – Access mode: <https://gpctravel.ru/> (access date: 11/20/2024).
5. The SberPrime service (ecosystem of Sberbank PJSC). – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.sberbank.com/sberprime> (access date: 10/22/2024).
6. Gazprombank Privileges Service (ecosystem of GPB Bank (JSC)). – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.gazprombank.ru/personal/privileges/> (access date: 11/20/2024).
7. Payment service “Cyberpay” (ecosystem of Sberbank PJSC). – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.sberbank.com/promo/sberpay> (access date: 11/20/2024).
8. Gazprom Pay payment service (ecosystem of GPB Bank (JSC)). – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.gazprombank.ru/personal/page/payment-service/gazprom-pay/> (access date: 11/20/2024).
9. Official website of Sberbank PJSC. – [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.sberbank.ru/ru/person/investments> (access date: 12.01.205).
10. The mobile operator Sberbank Mobile (the ecosystem of Sberbank PJSC). – [Electronic resource]. – Access mode: <https://sbermobile.ru/> (access date: 11/20/2024).
11. Gazprombank Mobile mobile operator (ecosystem of GPB Bank (JSC)). – [Electronic resource]. – Access mode: <https://gpbmobile.ru/> (access date: 11/20/2024).
12. The official website of the Ministry of Economic Development of Russia, –[Electronic resource]. – Access mode: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d31/koncepciya_gos_regulirovaniya_cifrovyyh_platform_i_ekosistem/riski_cifrovyyh_ekosistem_i_platform/?ysclid=m4q9gphoz9518464928 (access date: 12/23/2024).
13. Ecosystem Administration. // RBC News Agency. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.rbc.ru/newspaper/2021/04/05/6066bbd79a79473d88391479> (access date: 30.01.2025).
14. Ecosystems: approaches to regulation // Central Bank of the Russian Federation, 2021. –[Electronic resource]. – Access mode: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (access date: 30.01.2025).
15. Rzaeva, I. F., Kharlamova, E. E. The main components and types of the banking ecosystem // Economics and Business: theory and practice. – 2023. – № 11-3. – Pp. 24-27. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-komponenty-i-tipy-bankovskoy-ekosistemy> (access date: 05.10.2024).

Информация об авторе

Соколова Е.Ю., кандидат экономических наук, доцент кафедры банковского дела и монетарного регулирования Финансового факультета Финансового университета при Правительстве РФ (г. Москва, Российская Федерация).

© Соколова Е.Ю., 2025.

Information about the author

Sokolova E.Y., PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Banking and Monetary Regulation, Faculty of Finance, Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russian Federation).

© Sokolova E.Y., 2025.