

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ВАЖЕЛІ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

С.В. Міщенко, Українська академія банківської справи

Однією з характерних особливостей ринку фінансових послуг є необхідність постійної націленості фінансових інститутів на розширення різноманітності своїх послуг, забезпечення привабливості своїм пропозиціям та своєчасне реагування на запити користувачів. Така поведінка фінансових установ на ринку фінансових послуг цілком зрозуміла і пояснюється логікою конкурентної боротьби за клієнта – не лише корпоративного, а й з числа приватних осіб. І знову стратегія перемоги базується на впровадженні нових високотехнологічних інструментів для надання фінансових послуг широкому загалу.

Саме завдяки сучасним технологіям учасники фінансового ринку нині можуть виконувати операції такими способами, які ще зовсім недавно могли описуватися лише у фантастичній літературі. Наприклад, для того щоб торгувати акціями, зовсім не обов'язково безпосередньо бути присутнім на біржі. І для розміщення грошей на депозит, оплати телефонного рахунка, комунальних або інших послуг клієнту не завжди треба йти в банк. Те ж саме можна сказати й про страхове обслуговування, медичні, юридичні чи інформаційні послуги, бронювання місць у готелях, санаторіях і пансіонатах, купівлю квитків тощо. Тепер все це можна зробити, не виходячи з офісу чи квартири, – банки, інші фінансові установи та провайдери різноманітних послуг пропонують використати для цього сучасні високотехнологічні інструменти.

Згідно з результатами досліджень багатьох провідних консалтингових компаній у третьому тисячолітті значення ефективних фінансових взаємовідносин між клієнтами неухильно зростатиме. Тому, якщо у світі з'являться нові технології, що дозволяють підвищити цю ефективність, фінансові інститути прагнуть їх впровадити і надати в розпорядження своїх клієнтів. Саме потреби корпоративних і мільйонів індивідуальних клієнтів, головним чином, визначили мережу Інтернет одним із пріоритетних каналів надання сучасних фінансових послуг різноманітними фінансовими інститутами. Закономірним результатом став бурхливий розвиток фінансових Інтернет-послуг – одного з найпривабливіших та перспективних напрямків електронного бізнесу (е-бізнесу).

Для проведення аналізу цього сегменту е-бізнесу потрібно визначитися з самим поняттям “фінансові Інтернет-послуги”. Інтуїтивного визначення фінансових Інтернет-послуг як таких, які надаються через мережу Інтернет, буде замало. Адже таке визначення не розкриває головної суті цих послуг. Тому спочатку потрібно визначитись із критерієм віднесення будь-якої послуги до розряду Інтернет-послуг. Під Інтернет-послугою, як правило, розуміють тільки таку послугу, основна частина процесу надання якої відбувається в режимі реального часу (онлайн) з широким використанням

основних можливостей та відмінних особливостей мережі як комунікаційного середовища нового покоління. Головна особливість мережі Інтернет полягає у можливості одночасного забезпечення інформаційної взаємодії провайдера послуги з великою кількістю клієнтів. При цьому функціональні характеристики послуги визначаються рівнем використання прикладною системою таких властивостей мережі як забезпечення доступності інформації незалежно від місцезнаходження клієнта та часу доби, глобальність та персоналізованість послуг, можливість оперативного прийняття рішень в процесі взаємодії між системою та користувачами тощо. Тобто чим більше у споживача можливостей по оперативному управлінню своїми ресурсами, тим вищий рівень послуги та перспективи її широкого впровадження.

Розглядаючи фінансові послуги як категорію е-бізнесу, як правило, розрізняють сферу фінансового забезпечення електронної комерції в Інтернет та електронні фінансові послуги у мережі. Під фінансовим забезпеченням е-комерції розуміють створення та впровадження спеціалізованих платіжних систем та інструментів для забезпечення оплати товарів та послуг при їх купівлі споживачами через Інтернет. Нині така оплата найчастіше здійснюється за допомогою платіжних карток, як правило, міжнародних платіжних систем (при цьому майже 70 % цих карток – кредитні). Також використовуються дебетові картки, електронні гаманці, поштові перекази та розрахунки готівкою при отриманні товарів та послуг.

В питаннях класифікації фінансових Інтернет-послуг існує кілька підходів, які відрізняються, в основному, ступенем деталізації послуг. Так, аналітики McKinsey & Company розділяють управління капіталовкладеннями, банкінг, страхування, персональні фінансові послуги (в т.ч. мобільний банкінг), торгівлю цінними паперами, управління капіталами, стратегічне управління. Andersen Consulting у своїх дослідженнях шляхів ефективного розвитку Інтернет-послуг у 150 провідних фінансових організаціях світу дотримується трохи іншої класифікації.

Як бачимо, лише на деяких ринках фінансових послуг лідерами залишаються традиційні та відомі у цих сферах компанії. Зрозуміло, що така ситуація їх не влаштовує і вони прагнуть виправити становище. Для цього використовуються різні стратегії. Одні компанії створюють свої системи, а інші покращують свої позиції на ринку шляхом купівлі технологічних компаній та терміновими інвестиціями розширюють їх можливості. Наприклад, протягом минулого року iOwn.com був придбаний CitiMortgage, LoansDirect – E*Trade, а InsWeb придбавав QuickenInsurance. Дослідження Andersen Consulting засвідчило, що найбільш ефективні стратегії засновані на комбінації традиційних і віртуальних компаній та забезпечені системи багатоканального продажу універсальних послуг клієнтам. Крім того, аналітики вважають, що нині надання фінансових послуг у мережі, крім зменшення витрат фінансових компаній, може бути більш вагомим інструментом для збереження клієнтів, ніж для їх залучення.

Прогнозується, що великі перспективи мають фінансові послуги з надання споживчих кредитів та позик. Вважається, що програми автоматичного кредитування прискорять процес забезпечення кредиту і видачі позики, а також зроблять його більш прозорим. Після того як клієнт направить свою форму-заявку на отримання позики система автоматизованого підтвердження кредитної організації протягом декількох хвилин прийме рішення щодо кредитування і сформує рівень відсотка за користування позикою. Під час виконання цієї процедури клієнт матиме можливість за допомогою електронної пошти і захищеного мережевого з'єднання дізнатися, на якій стадії знаходиться його форма-заявка. Але, як свідчать результати досліджень, для розвитку послуг з онлайн-кредитування ще потрібен деякий час. Так, дослідники компанії TowerGroup вважають, що такі послуги дозволять зробити з рядових користувачів Інтернет, які часто заходять в мережу тільки для пошуку інформації або перегляду курсів валют, повноцінних покупців кредитних послуг, які матимуть можливість в Інтернет-системі заповнити форму-заявку і отримати позику. Ключовими чинниками ринкового визнання і розвитку таких послуг будуть інформаційна підтримка користувачів в режимі інтерактивного діалогу з програмою кредитування та ефективні програми для автоматичного прийняття рішень про видачу позик і про відсотки за його використання. Як свідчать результати дослідження TowerGroup, фінансові організації протягом наступних чотирьох років можуть чекати стійкого зростання, в першу чергу, іпотечного онлайн-кредитування. Згідно з дослідженнями обсяги іпотечного онлайн-кредитування в США за останні чотири роки зростали невисокими темпами і в 2000 р. становили 13 млрд. дол., в 2001 р. приріст склав 3 %, а в 2002 р. TowerGroup прогнозує їх збільшення ще на 4,35 %. Враховуючи стійке зростання кількості людей, які використовують форми онлайн-заявок на купівлю житла та постійне розширення спектру доступних кредитних онлайн-інструментів, TowerGroup прогнозує, що обсяги кредитів, виданих в режимі онлайн, зростуть з 45 млрд. у 2001 р. до 180 млрд. дол. у 2005 р.

Найбільш поширені в розвинутих країнах електронні фінансові Інтернет-послуги досить часто об'єднують у наступні класи:

- Інтернет-банкінг (Е-банкінг, І-банкінг) – надання банками клієнтам можливостей електронного управління своїми рахунками через Інтернет;
- Інтернет-трейдинг (Е-трейдинг, І-трейдинг) – надання фінансовими інститутами клієнтам можливості ефективного оперування своїми коштами та цінними паперами на глобальних валютних і фондових ринках завдяки можливостям Інтернет;
- Інтернет-страхування (Е-страхування, І-страхування) – забезпечення процесу оформлення, оплати та придбання страхових полісів і отримання страхових премій з використанням Інтернет.

Доцільність виділення фінансових послуг в окремий сегмент ринку зумовлена не лише тим, що для надання будь-якої з них використовується один і той самий канал їх доставки, але, в першу чергу, тим, що всі вони орієнтовані на задоволення суміжних потреб клієнтів. Фінансові Інтернет-

послуги не лише надають фінансовим установам нову можливість розширення своєї присутності на фінансових ринках, а й створюють нову модель поведінки споживачів цих послуг. Клієнт, який користується такими послугами, так само відрізняється від традиційного клієнта, як самі Інтернет-послуги від звичних послуг в офісах фінансових установ. Але нині, коли Інтернет і е-бізнес перестали бути новинками, споживачі фінансових послуг очікують значного розширення видів таких послуг та підвищення рівня інформаційного обслуговування клієнтів. Тому найбільш привабливі системи фінансового обслуговування в мережі Інтернет працюють за принципами інформаційних вузлів, які пропонують комплексні послуги своїм клієнтам. Досить часто такий вузол агрегує в собі пропозиції багатьох фінансових компаній.

Очевидно, що у розвинутих країнах ринок фінансових Інтернет-послуг практично вже відбувся. Лідерство поділили між собою Америка і Європа – американці частіше і активніше користуються брокерськими послугами, а європейці – банківськими. На черзі – впровадження новітньої технології мобільних фінансів на основі поєднання можливостей стільникових систем зв'язку та Інтернет, яка стрімко завойовує популярність у всьому світі. Вже зараз серед європейців послугами мобільного банкінгу (м-банкінг) користуються близько 14 % клієнтів онлайн-фінансових послуг (в т.ч. у Скандинавії – 48 %, Великобританії – 22 %, Німеччині – 13 %). За прогнозами компанії Datamonitor, у 2005 р. лише в Європі нараховуватиметься 27,1 млн. користувачів м-банкінгу. За оцінками Durlacher Research, частка мобільних банківських сервісів становитиме 20-21 % в загальному обсязі ринку мобільних цифрових послуг, а витрати банків на розвиток інфраструктури м-банкінгу зростуть з 43 млн. у 2000 р. до 344 млн. дол. у 2004 р. Серед всесвітньо-відомих банків, що вже надають мобільні сервіси, – Barclays, Citigroup, Deutsche Bank, Dresdner Bank і Merita Nordbanken. За оцінками, частка цифрових фінансових послуг в загальному обсязі прибутків Інтернет-бізнесу складає 20-25 %. Це досить стійкий показник для стабільних країн з розвинутими банківською та інвестиційною системами та мережевою або мобільною інфраструктурами.

Отже, Інтернет, як інформаційно-транспортна технологія, вже забезпечив доступність фінансових продуктів і послуг для більшого числа клієнтів, усунувши географічні та часові бар'єри для їх надання. На розширеному ринку банки та інші фінансові організації отримали можливість збільшити клієнтську базу та пропозицію своїх продуктів і послуг. Фактично, Інтернет диктує нові методи, правила та традиції дистанційного обслуговування клієнтів фінансовими організаціями. При аналізі тенденцій розвитку світової економіки провідні західні експерти єдині у думці, що застосування Інтернет-технологій у фінансовій сфері значно розширить спектр фінансових послуг та корінним чином змінить звичну модель ділових взаємовідносин з клієнтами, зробивши їх більш динамічними, а все це, загалом, дозволить підвищити ефективність функціонування фінансових інститутів.

Для гармонійного розвитку Інтернет-систем фінансового обслуговування юридичних і приватних осіб потрібно вирішити цілу низку різноманітних теоретичних та прикладних проблем, дійти до згоди в багатьох питаннях організації та ведення бізнесу. До найважливіших проблем, безперечно, належать технологічні питання (в т.ч. створення загальноприйнятої системи стандартизації та сертифікації технічних засобів і програмного забезпечення, розвиток систем захисту платіжних трансакцій тощо). Цілу низку питань зосереджено в такій комплексній проблемі, якою є створення “електронних” грошей та забезпечення їх ефективного функціонування на глобальних і національних ринках. Великої уваги заслуговують соціально-економічні та етичні аспекти, нормативно-методологічне та правове забезпечення проведення фінансових операцій у мережі Інтернет.

Міщенко, С.В. Організаційно-економічні важелі розвитку ринку фінансових послуг [Текст] / С.В. Міщенко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. – Суми: УАБС НБУ, 2005.– Т.6.– С. 270-275.