

А.О. Бондаренко, аспірант
Сумського національного аграрного університету

МІКРОФІНАНСУВАННЯ: ПОШУК НОВИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА ТРАДИЦІЙНИХ ФІНАНСОВИХ РИНКАХ

Сьогодні більшість комерційних банків усвідомлюють проблему зростаючої конкуренції на традиційних роздрібних ринках, яка частковою є причиною зменшення маржі. Це змушує банки, які оперують категоріями майбутнього, досліджувати нові потенційні ринки, вихід на які може призвести до збільшення кількості клієнтів при збереженні достатньої прибутковості. При цьому багато банків у боротьбі за клієнта все більше орієнтуються на операції, які характеризуються підвищеним рівнем ризику.

Під тиском постійного зростання конкуренції все більше комерційних банків, які прагнуть розширити свою клієнтську базу, починають цікавитися ринком мікрофінансування, а деякі навіть активно працюють над інтеграцією на даний ринок, оскільки очікують стабільного прибутку та можливостей для росту. В Україні існує досить розвинений ринок роздрібних фінансових послуг, проте на даний момент значна частина потенційних клієнтів даного ринку залишається поза межами фінансової системи. Клієнти, які проживають у віддалених регіонах або мають невисокі доходи, сьогодні не розглядаються українськими банками як потенційна ринкова ніша. Дана група клієнтів традиційно пов'язується з високими транзакційними витратами та додатковими ризиками. Водночас у багатьох країнах фінансові посередники вже досить довгий час працюють на даному ринку, знайшовши способи рентабельного обслуговування даної групи клієнтів. За словами редактора "The Banker" Стефена Таймвелла, "...банкіри тільки-но почали усвідомлювати, що малозабезпечені клієнти мають такі ж потреби, як і всі інші люди, і що надання їм можливостей допомогти самим собі є не лише ефективним, але і може відкрити світові фінансові ринки для абсолютно нових клієнтів та активів". Світова практика показує, що комерційні банки стають новими діючими особами у мікрофінансуванні і їх важливість як учасників даного ринку постійно зростає.

Комерційні банки можуть бути досить конкурентоспроможними на ринку мікрофінансування, оскільки порівняно з існуючими мікрофінансовими організаціями, банки мають потенційні конкурентні переваги у багатьох сферах. Це зокрема бренди, які добре визнаються споживачами, широкий спектр фінансових продуктів та послуг, наявність інфраструктури, доступ до капіталу тощо. Однак варто пам'ятати, що обслуговування клієнтів з низькими доходами вимагає досить серйозної підготовки з боку фінансової установи, а саме: адаптації продуктів, інфраструктури, процесу обслуговування, тренування персоналу, значних капітальних витрат, зміни стратегії ризик-менеджменту тощо. Поверхнева адаптація, скоріше за все, не дасть бажаного результату навіть при тому, що термін окупності досить тривалий.

Найбільш конкурентними на ринку мікрофінансування є фінансові установи, які мають розвинену інфраструктуру і доступ до фінансових та людських ресурсів. Банки, маючи кращу ресурсну базу, можуть здійснити експансію на ринок мікрофінансування відносно недорого. Це пояснюється тим фактом, що комерційні банки у всьому світі починають відігравати важливу роль на багатьох ринках мікрофінансових послуг. Тому, якщо комерційні банки стануть серйозними “гравцями” на мікрофінансовому ринку, вони складуть істотну конкуренцію традиційним мікрофінансовим організаціям.

Розвиток мікрофінансування та покращення доступу до фінансових послуг став би логічним етапом розвитку українського ринку фінансових послуг. В умовах конкурентної боротьби українським банкам варто звернути увагу на комерційні можливості мікрофінансування. Очевидно, що успіх виходу на ринок мікрофінансування залежить від наявності каналів збуту послуг, які стануть доступними для більш широкого кола клієнтів та створять можливості для обробки трансакцій з незначними витратами.

Сьогодні багато фінансових установ широко використовують у мікрофінансуванні технологічні канали “прямих банківських послуг” з низькими затратами. Вони дозволяють обслуговувати трансакцію за ціною, що становить 1/5 вартості роботи касира в банку. Використання сучасних фінансових технологій як каналу для надання фінансових послуг може скоротити трансакційні витрати до такого рівня, що формальні фінансові посередники зможуть рентабельно обслуговувати навіть населення з невисоким рівнем доходів, яке проживає у віддалених регіонах.

Не можна гарантувати того, що використання технологічних каналів фінансовими посередниками в Україні виявиться достатньо прибутковим, оскільки на даний момент відсутні будь-які дослідження щодо прибутковості заміщення банківських відділень мобільними телефонами або терміналами. Скоріше за все, використання технологій стане прибутковим лише за наявності критичної маси клієнтів, при наданні широкого спектру послуг. Однак очевидним є те, що розвиток технологічних каналів фінансового обслуговування стане невід’ємним атрибутом розвитку фінансових систем і сприятиме покращенню доступу до фінансових послуг для більшої кількості клієнтів. Варто також розуміти, що успіх виходу банків на ринок мікрофінансування не гарантований. Багато банків намагалися працювати на даному ринку, проте це не принесло їм успіху, оскільки вони не розуміли цього ринку.

Єдиного рецепту щодо ефективної інтеграції на ринок мікрофінансування не існує. У кожного банку своя бізнес-мета, своє конкурентне та регуляторне середовище. Банки використовують різноманітні підходи до вибору моменту виходу на цей ринок. Однак очевидно, що фінансовий посередник, який виходить на ринок мікрофінансування, повинен знати особливості функціонування цього ринку та специфіку поведінки даної групи клієнтів. Тому, якщо банк приймає рішення про інтеграцію на ринок мікрофінансування, він повинен розглядати цей напрямок своєї діяльності

як новий бізнес та провести відповідну підготовку, щоб адаптувати інфраструктуру і продукти до потреб даної групи клієнтів, а також провести аналіз ринку.