

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВИХ СУПЕРМАРКЕТІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В. В. Костецький

Тернопільський національний економічний університет

e-mail: kvv.scales@gmail.com

Створення ефективного фінансового сектора економіки вимагає певного набору інституцій. Проблеми, з якими стикається сьогодні Україна в умовах утвердження ринкових взаємовідносин, виявили значну роль саме інституційних чинників у функціонуванні економіки. Ринкові механізми не можуть працювати ефективно в неадекватному інституційному середовищі, тому за трансформації фінансового сектора економіки України велика увага має бути приділена створенню відповідної інституційної організації.

Інституційну структуру фінансового ринку можна визначити як систему фінансових інститутів, яка регулює структуровані в часі та просторі відносини між економічними агентами, пов'язані з обміном прав власності на фінансові ресурси, а також забезпечує трансформацію якісних характеристик грошових потоків та перерозподіл фінансових ресурсів у межах економічної системи [1, с. 98]. У кожній країні з розвинутою ринковою економікою існує розгалужена мережа фінансових посередників. В Україні протягом останніх років спостерігається швидке зростання таких інституцій, на які покладається одне із важливих завдань державної інвестиційної політики – створення сприятливого середовища для нагромадження фінансових ресурсів суб'єктами економіки і забезпечення функціонування ефективного механізму їх трансформації в інвестиції. Їхня роль дедалі більше зростає, оскільки вони беруть на себе фінансові ризики підприємницької діяльності.

Реформування економічних відносин і трансформаційні процеси в економіці України активізували розвиток фінансового посередництва як неминучого процесу, що забезпечує формування ринкової економіки, її ефективність. Тому проблеми ефективного функціонування фінансових посередників є на сьогодні актуальними питаннями, які повинні знаходитися в площині наукових досліджень.

Глобалізація є всеосяжним феноменом сучасної світової економіки. Сьогодні у галузі фінансів процеси глобалізації просунулися набагато далі, ніж в інших сферах суспільного життя. Фінансова глобалізація набула ознак складного та розвинутого процесу, який: по-перше, є результатом поглиблення фінансових зв'язків країни, лібералізації цін та інвестиційних потоків, створення глобальних транснаціональних фінансових груп, а, по-друге, проявляється в інтеграції фінансових інститутів у глобальну фінансову систему, в розповсюдженні фінансових інновацій, що призводять до зміни міжнародного бізнесу, у тому числі банківського, в зростаючому впливі глобальних валютно-фінансових інститутів на відтворювальні процеси у світовому господарстві та звичайно ж у всіх національних економіках [2, с. 82]. При цьому фінансові посередники (банки,

страхові компанії, лізингові компанії та ін.) є стимуляторами або «двигунами» глобалізації завдяки сучасним новітнім інформаційним технологіям.

Еволюція розвитку фінансових посередників показує, що поступово відбувається зміна їх структури. У процесі розвитку фінансових посередників поступово змінюється їх структура – від окремих компаній до інтегрованих фінансових посередників – фінансових супермаркетів. У країнах Західної Європи, США, Японії дана ідея вже давно і досить успішно реалізується, на українському фінансовому ринку належного розвитку вона ще не отримала.

Фінансовий супермаркет ідентифікують як особливий вид фінансового посередництва, який створюється у результаті інтеграційно-конвергентних процесів з метою розширення спектра фінансових послуг шляхом розробки і реалізації спільних та інтегрованих продуктів, що дозволяє одночасно охопити різні сегменти фінансового ринку [3, с. 329]. Або як територіальне об'єднання прибуткових і стійких компаній, що є складною фінансовою структурою з надання різних послуг (банківських, страхових, інвестиційних, аудиторських, факторингових, лізингових, ріелтерських, юридичних, консультаційних, видавничих, туристичних тощо) [4, с. 194].

Ми розуміємо під фінансовим супермаркетом інтегровану форму фінансового інституту з наданням широкого набору фінансових продуктів, збалансований пакет послуг страхування, пенсійного забезпечення, банківського обслуговування, інвестування, консалтингу тощо.

Головне завдання інтегрованого фінансового посередника – завоювати прихильність клієнта шляхом комплексного надання йому банківських операцій (прийом вкладів, обмін валют, кредитування, обслуговування пластикових карт, переказ грошових коштів, сейфінг), а також небанківських фінансових послуг (розміщення коштів на фондовому ринку, паї інвестиційних фондів, різні види полісів страхування та ін.).

Фінансові супермаркети пропонують комплексний підхід до обслуговування клієнтів (максимальне збільшення обсягу перехресних продажів банківських і небанківських фінансових послуг), розвивають великі роздрібні мережі, підвищують якість обслуговування клієнтів. Взаємодія банків з небанківськими фінансовими посередниками в рамках створення фінансових супермаркетів сприяє досягненню стратегічної мети будь-якого успішного фінансового посередника – забезпечити комплексне фінансове обслуговування своїх клієнтів на високому рівні й отримати синергетичний ефект за рахунок об'єднання своїх конкурентних переваг.

Перспективи створення фінансових супермаркетів в Україні безпосередньо визначаються розвитком фінансового ринку, а саме розвитком діяльності банків та фінансових і страхових компаній, об'єднання яких і є основою створення фінансових супермаркетів. Активний розвиток цих двох суб'єктів за умови їхньої інтеграції сприятиме виникненню ефекту синергії, що забезпечить пришвидшення їхнього спільного розвитку, забезпеченню вищих і стабільних фінансових результатів їхньої спільної діяльності.

Поява на українському фінансовому ринку нових учасників – фінансових супермаркетів – може покращити реальний стан справ. Основними передумовами і причинами утворення фінансових супермаркетів є:

- перенасичення фінансового ринку великою кількістю учасників і, як наслідок, гостра конкуренція між ними;
- потреба у великих обсягах фінансових ресурсів;
- прагнення розширити сферу впливу і сектор ринку;
- прагнення збільшити фінансові результати та обсяги діяльності;
- прагнення мінімізувати витрати.

Відповідно, задля забезпечення ефективного розвитку фінансового ринку України перспективним є об'єднання діяльності фінансових посередників на основі тих суб'єктів господарювання, що займаються фінансовою і страховою діяльністю, із можливим приєднанням банківських установ, у фінансові супермаркети, оскільки в цьому разі вдасться об'єднати ресурси і забезпечити більш ефективно їхнє використання з одночасним підвищенням рівня задоволення потреб суспільства у послугах фінансового характеру [5, с. 172].

Відмінними рисами фінансового супермаркету від інших фінансових інститутів мають стати: можливість створення додаткової вартості; нові стандарти обслуговування (високий рівень сервісу та індивідуальний підхід до кожного клієнта); завищені вимоги до персоналу фінансового супермаркету; впровадження новітніх фінансових продуктів.

Для того щоб фінансовий супермаркет став по-справжньому орієнтованим на клієнта, в першу чергу, необхідно домогтися, щоб його корпоративна культура була орієнтована на клієнта. Це означає: увагу до потреб клієнтів; пропозицію найбільш зручних каналів надання послуг; ефективне обслуговування; мотивування персоналу.

Ключовими факторами, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності фінансових посередників при створенні спільного проекту «Фінансовий супермаркет», є: єдиний погляд на стратегічні цілі та завдання співробітництва; більш широкий продуктовий ряд, адаптований до бажань клієнтів; ефективний процес комунікацій з клієнтами в залежності від каналу дистрибуції; зручний метод оплати страхової премії, проведення операцій з паями; оптимізація бізнес-процесів та адміністрування між банком і партнерами; ефективна маркетингова політика; невитратний спосіб розширення мережі продажів; можливість створення спільного продукту з урахуванням всіх потреб клієнта; можливість позиціонувати себе як універсальний магазин фінансових послуг для клієнта; отримання синергетичного ефекту від об'єднання збутових мереж банку і страхової або інвестиційної компанії; розробка ефективного комплексу маркетингу, розрахованого на новий клієнтський сегмент, утворений «на стику» банківських, інвестиційних та страхових послуг; зниження собівартості транзакцій між партнерами проекту, що призводить до здешевлення тарифної політики на фінансовому ринку і робить її більш гнучкою та конкурентоспроможною; наявність єдиних цілей діяльності та єдиного інформаційного простору, що веде до розширення спектру послуг; можливість

запропонувати клієнтам не тільки пов'язані продукти, створені за допомогою пакетування, а й інтегровані послуги, які володіють якостями різних продуктів, але реалізовані в одному, і враховують запити конкретних клієнтів; додаткові вигоди від об'єднаної бази даних клієнтів і каналів поширення, які роблять повністю доступною інформацію про взаємини з клієнтом для маркетингового персоналу і служби роботи з клієнтом; можливість реалізувати конкурентну перевагу від синергії учасників і портфельного підходу до надання послуг.

Таким чином, головне завдання фінансового супермаркету полягає в наданні клієнтам повного пакету високоякісних фінансових послуг і, як результат, – отриманні від цього максимального прибутку. Для створення такого об'єднання існують як економічні передумови (здешевлення послуг, що надаються кожним з учасників; залучення нових і утримання старих клієнтів за рахунок реалізації індивідуального підходу до запитів клієнтів при мінімальних витратах зусиль і часу; формування іміджу групи, яка може вирішити усі проблеми клієнта; створення якісно нових продуктів, поєднуючи позитивні характеристики цілого ряду товарів (послуг) в єдине ціле; зменшення ризику та підвищення контролю над грошовими потоками усередині групи), так і правові засади (в Україні об'єднання господарської діяльності фінансових установ і юридичних осіб, які не є фінансовими установами, але мають право надавати фінансові послуги, перспективно шляхом створення холдингу, що найбільше підходить під визначення «фінансового супермаркету» за законодавством ЄС).

Фінансові супермаркети надаючи можливість отримати фінансову підтримку новим і невеликим гравцям ринку, приведуть до деякого вирівнювання фінансового ринку, зростання обсягу фінансового ринку шляхом залучення додаткового числа клієнтів і за рахунок більш глибокого проникнення продуктів у клієнтську базу, а також підвищить власну фінансову стійкість масштабом діяльності.

Список використаних джерел

1. Зимовець В.В. Фінансове посередництво: навч. посібник / В.В. Зимовець, С.П. Зубик. – К.: КНЕУ, 2004. – 288 с.
2. Ткаченко Н.В. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток фінансових посередників / Н.В. Ткаченко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». – 2014. – Випуск 26. – С. 81-88.
3. Кремень В.М. Фінансові конгломерати в системі фінансових посередників / В.М. Кремень // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. пр. – 2009. – Т. 25. – С. 328-335.
4. Медведєва І.Б. Напрями інтеграційного розвитку банківської установи / І.Б. Медведєва, Ю.В. Смірнова // Збірник наукових праць Національного університету Державної податкової служби України. – 2009. – № 1. – С. 193-197.
5. Коць О.О. Перспективи діяльності фінансових супермаркетів в Україні / О.О. Коць, І.І. Скробач // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2014. – № 2(20). – С. 173-177.