

В.Л. Плєскач

Кандидат технічних наук, доцент

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ НА ЕЛЕКТРОННОМУ РИНКУ

Становлення національного ринку фінансових послуг у даний час відбувається разом з розвитком глобальних фінансових ринків, посиленням інтенсивності фінансових потоків за рахунок бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), поширення мережі Інтернет, а відтак, створення систем електронного бізнесу. Підтримка фінансових операцій у мережі Інтернет є однією із сфер застосування електронного бізнесу.

До електронних фінансових послуг належать: 1) Інтернет-банкінг – система надання банківських віддалених послуг клієнтам, що забезпечує можливість здійснення стандартних банківських операцій через Інтернет; 2) Інтернет-трейдинг – надання фінансовими інститутами можливості ефективного оперування рахунками і цінними паперами на фінансових ринках через Інтернет; 3) Інтернет-страхування – забезпечення процесу оформлення, оплати і придбання страхових полісів та отримання страхових премій за допомогою Інтернет.

Електронна банківська діяльність

Основою для електронного банкінгу (*e*-банкінг) стала технологія віддаленого банківського обслуговування.

До банківських дистанційних послуг відносять такі види *e*-банкінгу: телефонний банкінг; комп'ютерний банкінг; Інтернет-банкінг; відео-банкінг; мобільний банкінг; цифровий телевізійний банкінг. Часто в економічній теорії дані терміни використовуються як взаємозамінні, проте це неправильно. Об'єднує ці терміни те, що всі вони являють особливу сферу відносин між банком та клієнтом – отримання банківських послуг на відстані. Проте всі ці терміни відрізняються один від одного тим, що використовуються на різних сегментах фінансових ринків і потребують від банків використання різних ІКТ та обладнання доступу до банківської інформації.

Телефонний банкінг – це банківська послуга, що дає змогу клієнту керувати своїм рахунком за допомогою використання можливостей телефонів. Цей різновид віддаленого банкінгу з'явився на початку 80-х рр. ХХ ст. та швидко набув значного розповсюдження завдяки:

- високому попиту банківських послуг з боку корпоративних клієнтів та фізичних осіб;
- поширеності та доступності телефонних терміналів.

Перевагами телефонного банкінгу є: доступність та простота використання. Його недоліки полягають в обмеженому наборі пропонованих банківських операцій та відсутності візуального інформаційного моніторингу.

Наступний етап розвитку дистанційного банківського обслуговування — комп'ютерний банкінг (PC banking), який виник у другій половині 80-х рр. минулого століття. Комп'ютерний банкінг — це банківська послуга, що дає змогу клієнту керувати своїм рахунком за допомогою поєднання персонального комп'ютера з банківською мережею. При такій формі банкінгу клієнту надається спеціальне програмне забезпечення для роботи зі своїм рахунком.

До переваг даної форми дистанційного банкінгу відносять: широкий спектр пропонованих банківських операцій, візуальна наочність прийнятих рішень. До недоліків комп'ютерного банкінгу можна віднести: необхідність виділеної лінії зв'язку для підключення до мережі банку, а також необхідність в спеціальному програмному забезпеченні.

На початку 90-х рр. ХХ ст. з'явилася ще одна форма дистанційного банківського обслуговування — відеобанкінг. Відеобанкінг — це банківська послуга з наданням віддаленого доступу до банківських операцій за допомогою інтерактивного спілкування клієнта і персоналу банку (відеоконференції). Цей вид дистанційного банківського обслуговування є технологічно найскладнішою системою. Зазвичай для відеобанкінгу використовуються пристрої, що називаються мультимедійними кіосками (multimedia kiosks) чи спеціально призначені для таких цілей банкомати (automated teller machines). Суттєвою перевагою даної форми дистанційного банкінгу є можливість проведення широкого спектра банківських операцій в режимі он-лайн. Серйозним недоліком відеобанкінгу є те, що його послугами можна користуватися лише в спеціально обладнаних місцях.

Цифровий телевізійний банкінг — це банківська послуга з надання віддаленого доступу до банківських операцій з використанням телевізора, перетвореного за допомогою спеціальної комп'ютерної приставки і цифрових каналів зв'язку в мультимедійний телекомунікаційний центр.

Інтернет-банкінг — це банківська послуга з надання віддаленого доступу до банківських операцій шляхом використання ІКТ. Мобільний банкінг — це банківська послуга з надання віддаленого доступу до банківських операцій за допомогою мобільного телефону через протокол обміну даними в Інтернет.

У широкому розумінні Інтернет-банкінг — це технологія дистанційного банківського обслуговування, що дає змогу клієнту отримувати банківські послуги за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

У вузькому сенсі Інтернет-банкінг — особливий вид банківської діяльності кредитно-фінансових організацій, що здійснюють діяльність на основі виданої в установленому законом порядку спеціальної ліцензії НБУ з метою надання клієнту (фізичній або юридичній особі) віддаленого управління банківськими рахунками та здійснення фінансових операцій (порядок такого правового регулювання національним законодавством не сформовано).

Розвиток системи е-банкінгу на Заході став продовженням розвитку технології home-banking. Перші системи, що давали змогу керувати рахунком через Інтернет, з'явилися у 1995 р. У цьому ж році відкрився перший віртуальний банк. 18 жовтня 1995 р. було створено американський банк Security First Network Bank (www.sfnb.com), який не мав жодного фізичного офісу для роботи з клієнтами.

У Європі перший віртуальний банк Advance Bank (www.advancebank.com) (дочірна структура Дрезденської банківської групи) з'явився у 1996 р.

Важливим показником розвитку даного ринку є кількість банків, що розвивають фінансові послуги в Інтернет. На сьогодні майже всі провідні банки США, які входять до так званої групи "top 100", надають послуги з Інтернет-банкінгу. За прогнозами eMarketer, до 2006 р. кількість клієнтів, що працюють з банком через Інтернет, становитиме 18,3 млн осіб.

Американські банки надають найбільшу кількість послуг порівняно з європейськими установами, однак сама послуга інтернет-банкінгу у приватному секторі є найпопулярнішою саме в Європі. Так, за даними Datamonitor, у 2002 р. 25,8 % населення Швеції цікавилася послугою он-лайн-банкінгу, тоді як в США ця цифра становила всього 6,5 %.

Як видно з рис. 1, найменшою популярністю фінансові послуги через Інтернет користуються у Франції. За даними Datamonitor, у 2002 р. в Європі послугами Інтернет-банкінгу послуговувалося близько 7 млн клієнтів, що становить майже 3 % від загального числа клієнтів європейських банків. Очікується, що у 2006 р. операції через Інтернет проводитимуть 22 млн клієнтів (більше 7 % від загальної кількості).

Системи електронного банкінгу можна поділити на такі типи:

- 1) "Клієнт-Банк" забезпечує підготовку та обмін банківськими документами між клієнтом і банком;
- 2) "Інтернет-Банк" організовує взаємодію клієнта з банком через Інтернет;
- 3) мобільний банкінг здійснює взаємодію клієнта з банком за допомогою мобільних пристроїв передачі даних.

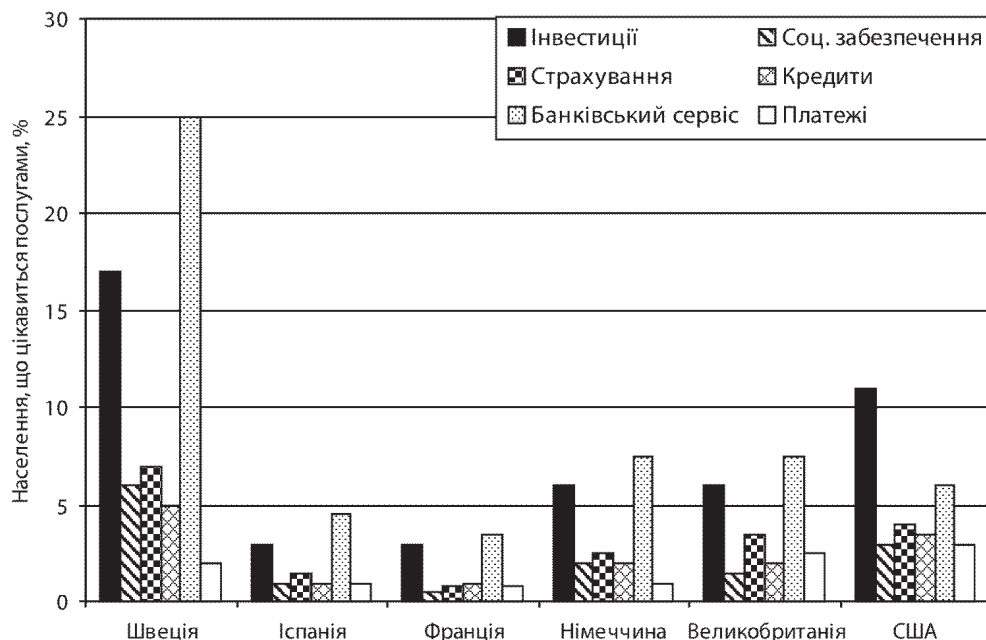


Рис. 1. Зацікавленість фінансовими послугами в країнах Європи та США

Існує два недоліки системи “Інтернет-Банк”. По-перше, вона внутрішньо-банківська, тому можливість провести будь-яку операцію з рахунком надається лише в робочий час банку. По-друге, система не забезпечує повної секретності, під час обробки платіжних документів діє правило “двох рук”. На сьогодні в банківській системі України вже побудована інфраструктура центрів сертифікації відкритих ключів. Всі банки, які працюють з консолідованим кореспондентським рахунком і використанням внутрішньої платіжної системи, мають власні центри сертифікації ключів.

Щодо функціональності послуг можна виокремити такі системи віддаленого банківського обслуговування:

- віддалений моніторинг рахунків (“пасивний” напрям) надає клієнту можливість одержувати інформацію щодо рахунків в банку, але не дає змоги ними управляти;
- віддалене керування рахунками (транзакційний рівень, активний напрям), що передбачає значні вкладення у сферу безпеки;
- комплексне банківське обслуговування включає: керування рахунками — поточним, депозитним, картковим; кредитування; страхування; конверсійні операції; Інтернет-трейдинг; багатоканальний доступ до керування рахунком і повідомлень про його стан (телефон, комп’ютерний банкінг, Інтернет, WAP, SMS, e-mail); можливість замовлення і блокування банківської пластикової картки; система ведення персональних фінансів.

У зв’язку із зростанням доступності віддаленого банківського обслуговування ринок банківських послуг стає все більш схожим на ринки товарів масового виробництва, на ньому відкриваються нові можливості реалізації економії за рахунок обсягів обслуговування. З’являються нові сфери застосування банківського капіталу, що збільшує збут наукоємних банківських послуг.

Сформовано декілька моделей банківського бізнесу в режимі он-лайн:

- Інтернет-підрозділ традиційного банку, який доповнює мережу філіалів;
- Інтернет-банк — самостійна юридична особа з власною торговельною маркою;
- віртуальний банк — аналог інтернет-банку, організований небанківською компанією (найчастіше страховою або технологічною);
- електронний фінансовий супермаркет.

Найбільш поширені перші дві моделі, причому інтернет-підрозділ зазвичай використовується для операцій на внутрішньому фінансовому ринку, а інтернет-банк — для виходу на міжнародний ринок (наприклад, на ринки країн, що розвиваються), оскільки саме він забезпечує необхідну для зарубіжної діяльності гнучкість у використанні фінансових інструментів, встановленні тарифів при відборі клієнтів.

Важливими критеріями вибору банку обслуговування виступає його надійність і стійкість, гнучкість тарифної політики, обсяг і якість додаткових послуг, що надаються, зокрема інтернет-послуг. Електронний банкінг в Україні лише зароджується і є досить перспективним сектором ринку

фінансових електронних послуг. Разом з тим необхідно розв'язати такі проблеми щодо просування інформаційних послуг у сфері е-банкінгу, зокрема: відсутність нормативно-правової бази; низька інформаційна культура; недовіра населення до надання такого виду послуг; недосконалість програмно-технічної бази; незначна кількість користувачів Інтернету тощо.

Інтернет-трейдинг

Інтернет-трейдинг – це надання клієнтам фінансовим інститутом можливості ефективного оперування своїми коштами на фінансових ринках за допомогою ІКТ. Цей вид послуги дає можливість клієнту за допомогою інвестиційного посередника (банку або брокерської компанії) здійснювати купівлю/продаж на фінансових ринках через Інтернет.

У вузькому розумінні Інтернет-трейдинг – це особливий вид трейдерської діяльності фінансових організацій, яка здійснюється на основі виданої в установленому законом порядку спеціальної ліцензії НБУ щодо надання клієнту (фізичній або юридичній особі) права віддаленого ефективного оперування своїми коштами та здійснення фінансових операцій (порядок такого правового регулювання національним законодавством не вписано).

Електронні брокерські системи полегшують доступ на фінансові ринки середнім і малим банкам, забезпечуючи оперативний аналіз операцій на фінансових ринках, швидке оцінювання можливих прибутків і ризиків на різних сегментах ринку. Найбільш відомі реалізації електронних торгових брокерських систем – системи моделі Alternative Trading Systems (TradePoint, Instinet, NexTrade, Island, REDI, Market XT тощо).

Населення України не бере участі у ринкових процесах через наднизькі показники його забезпечення комерційно-фінансовою інформацією.

Електронні страхові послуги

Інтернет-страхування – процес встановлення і підтримки договірних відносин між страхувальником і страховиком через мережу Інтернет за допомогою ІКТ. Це забезпечення процесу оформлення, оплати та придбання страхових полісів і отримання страхових премій з використанням ІКТ. Об'єктами купівлі-продажу на страховому ринку виступають досить специфічні товари – страхові послуги.

Піонером ринку страхових послуг в Інтернет є брокерська американська компанія FindMyInsurance (<http://www.findmyinsurance.com>), сайт якої був відкритий у 1994 р. Інтернет-страхування – це забезпечення процесу оформлення, оплати та придбання страхових полісів і отримання страхових премій з використанням ІКТ. Об'єктами купівлі-продажу на страховому ринку виступають досить специфічні товари – страхові послуги.

Основні споживачі ринку – юридичні та фізичні особи. Саме для них фінансові компанії розробляють різні страхові продукти, визначають програму страхування, формують попит і пропозицію на свої послуги.

Головних учасників Інтернет-страхування представлено на рис. 2.

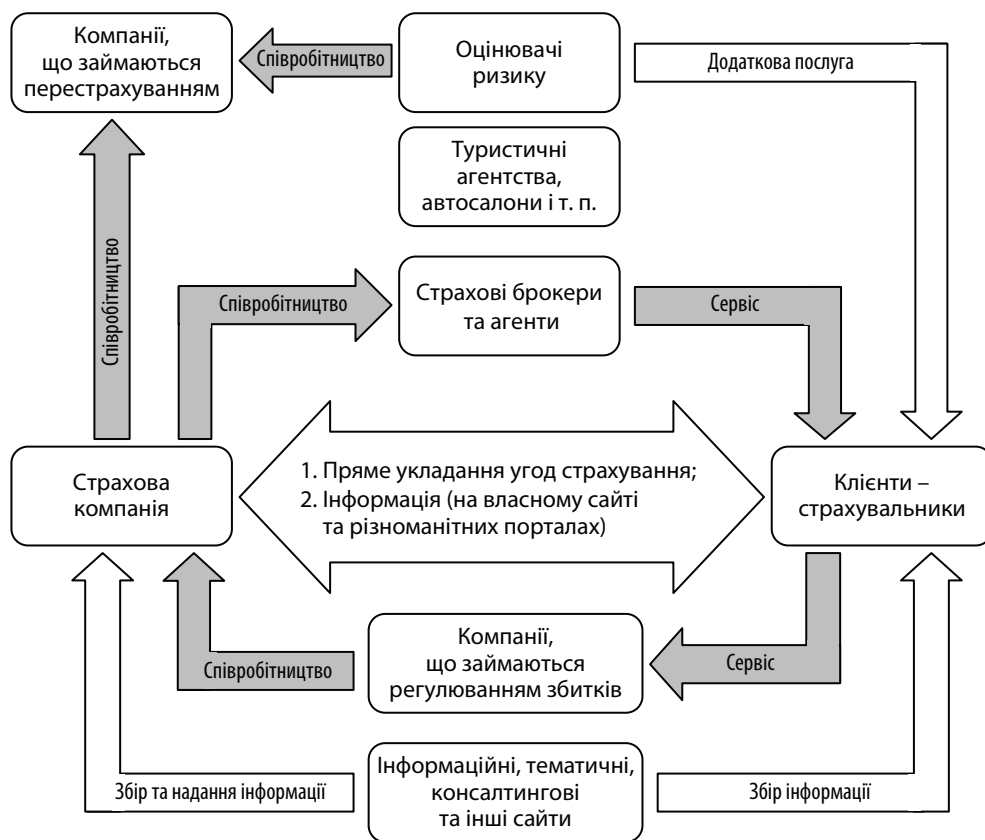


Рис. 2. Учасники Інтернет-страхування

Web-представництво страхової компанії забезпечує клієнту надання:

- інформації про послуги компанії;
- інформації про загальне і фінансове становище компанії;
- розрахунків розмірів страхової премії і визначення умов її виплати для кожного виду страхування та залежно від конкретних параметрів;
- електронних копій документів страхування та можливість їх заповнення;
- замовлення та оплати поліса страхування;
- страхового полісу, завіреного електронно-цифровим підписом через мережу Інтернет;
- можливості інформаційного обміну між сторонами у разі настання страхового випадку;
- оплати страхової премії клієнту через мережу Інтернет у разі настання страхового випадку;
- можливості інформаційного обміну між страхувальником і клієнтом у період дії договору.

Ринок Інтернет-страхування надає менеджерам керування ризиками можливість проведення аукціонів в режимі он-лайн серед страхувальників та брокерів, що забезпечує прозорість фінансових операцій.

За даними консалтингової компанії А.Т. Kearney, продажі страхових полісів в режимі он-лайн дають змогу зекономити 10–25 % витрат страхової галузі. Такий потенціал пов'язаний зі зменшенням до 50 % часу, необхідного для пошуку страхових продуктів. Інтернет-страхування забезпечує послуги укладення договору страхування, для чого страхова компанія налагоджує інформаційний обмін з бізнес-партнерами прямого страхування (агентами, брокерами, оцінювачами) і страхувальниками та організаціями, спроможними надавати додаткові страхові послуги (турагентства, автосалони, банки тощо). Перспективним також є розвиток такого сегмента страхового ринку, як страхування електронних ризиків. Найпоширеніші види страхування електронних ризиків наведені на рис. 3.

У даний час актуальною є проблема захисту мереж компаній від вірусних і хакерських атак, тому що збитки від подібних вторгнень перевищують мільярди доларів.

За даними компанії IDC, через Інтернет у країнах Європейського Союзу у 2005 р. продавалося близько 40 % страхових полісів. Дослідження, проведене компанією Datamonitor наприкінці 2003 р. у Великобританії, показало, що клієнти обирають Інтернет-страхування через:

- можливість відстежування стану свого страхового обслуговування в режимі он-лайн;



Рис. 3. Страхувальники в Інтернеті

- низькі витрати або оптимальні ставки при он-лайн-страхуванні;
- широкий вибір страхових компаній;
- збільшення безпеки;
- можливість зміни власної фінансової ситуації в режимі он-лайн;
- гнучкість у виборі видів страхування;
- спрощення процедури страхування;
- можливість порівняння послуг всіх страховиків;
- можливість здійснення операцій без особистого підпису.

Серед причин вибору Інтернет-страхування 63 % Інтернет-страхувальників назвали зручність, 16 % – вартість і 18 % – час, необхідний для проведення послуги.

Найбільш популярним в Інтернеті є автострахування, що представляє загальний вид страхування. Страхуванням життя цікавиться вдвічі менше респондентів, ніж загальним страхуванням. Основна частина компаній, що надають послуги на ринку Інтернет-страхування в Європі, зосереджена у Великобританії. Обороти страхових послуг у цій країні становлять 10 % від загальносвітових. Уніфікація вимог у директивах ЄС зовсім не означає відмову від національних систем регулювання страхового ринку. Навпаки, національні органи страхового нагляду мають виняткове право нагляду за діючими в країні вітчизняними й іноземними страховиками, контролю їх фінансового стану тощо. Крім того, директиви ЄС – це інструмент прямого регулювання, а непряме (економічне) регулювання відбувається на рівні національних систем. Саморегулювання страхового ринку здійснюється міжнародними об'єднаннями страховиків, головне з яких розташоване в Європі. Це Європейський комітет страхування – ЕКС (Comite Europeen des Assurances, CEА), створений у 1953 р. як координаційно-консультативний центр розвитку страхування в Європі, основне завдання якого полягає у представленні інтересів страховиків країн-членів ЕКС в міжнародних організаціях. Напрямки роботи ЕКС – це сприяння формуванню страхової культури у суспільстві, організація конференцій, видавнича діяльність у сфері страхування, розвиток інформаційного забезпечення страховиків, участь у розробці міжнародних норм, захист економічних інтересів учасників національних ринків у взаємовідносинах з урядами.

З метою реалізації завдань інтеграційних процесів регулювання світового страхового ринку у 1993 р. було створено Міжнародну асоціацію органів страхового нагляду (IAIS). До неї увійшли США, європейські країни, Росія та ін. Принципи, на яких базуються нормативні і методологічні розробки IAIS, відповідають британській моделі регулювання.

У розвинених країнах соціально-економічна роль страхування досить важлива, і механізм державного регулювання страхування максимально адаптований до особливостей національного страхового ринку.

Інтернет-послуги почали надаватися також в національному бізнес-просторі. Перелік українських страхових компаній наведено в таблиці.

З огляду на процеси глобалізації ринку інформаційних послуг, у тому числі страхових, характерними для розвитку цього сегмента ринку в Україні стануть такі основні тенденції: інтеграція страхових компаній в інші сфери

Таблиця

Українські страхові компанії

Компанія	Послуги	Оплата страхового полісу	Отримання страхового полісу
АСК "ІНГО УКРАЇНА" http://www.ingo.com.ua/	<ul style="list-style-type: none"> • обов'язкове страхування цивільної відповідальності власників автотранспорту на території України; • обов'язкове страхування цивільної відповідальності власників автотранспорту за кордоном; • страхування під час подорожей. 	<ul style="list-style-type: none"> • готівкою в офісі компанії; • готівкою представнику компанії при доставці полісу; • готівковим або безготівковим банківським переказом. 	<ul style="list-style-type: none"> • в офісі компанії; • доставка клієнту представником компанії; • заовленим листом.
АСК "АСКА" http://www.aska.com.ua/	<ul style="list-style-type: none"> • поліс страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів під час поїздки за кордон (поліс "Зелена карта"); • поліс страхування відповідальності за сплату послуг під час поїздки на автомобілі (поліс автоасистанс); • поліс страхування відповідальності за сплату послуг під час поїздки за кордон. 	<ul style="list-style-type: none"> • готівкою в офісі компанії; • готівкою представнику компанії при доставці полісу; • готівковим або безготівковим банківським переказом; • за допомогою платіжної картки Першого Українського Міжнародного Банку. 	<ul style="list-style-type: none"> • в офісі компанії; • доставка клієнту представником компанії.
ЗАТ "Українська екологічна страхова компанія" http://www.ueic.com.ua/	<ul style="list-style-type: none"> • екологічне страхування; • страхування майна; • страхування ризиків, пов'язаних з експлуатацією транспортних засобів; • страхування вантажів; • страхування ризиків, пов'язаних з будівельно-монтажними роботами; • страхування від нещасних випадків; • медичне страхування; • страхування подорожюючих; • страхування фінансових (комерційних) ризиків; • страхування відповідальності. 	<ul style="list-style-type: none"> • готівковим або безготівковим банківським переказом. 	<ul style="list-style-type: none"> • в офісі компанії; • доставка кур'єром; • терміновим рекомендованим листом.

Закінчення табл.

Компанія	Послуги	Оплата страхового полісу	Отримання страхового полісу
<p>АОЗТ "АСК "АСКО-Медсервіс" http://ams.com.ua/</p>	<ul style="list-style-type: none"> • обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів; • страхування автотранспорту; • страхування квартир та майна; • страхування від нещасних випадків на виробництві та у побуті; • страхування відповідальності нотаріусів перед третіми особами; • обов'язкове страхування від нещасних випадків на транспорті; • обов'язкове страхування працівників відомчої та сільської пожежної охорони і членів добровільних пожежних команд. 	<ul style="list-style-type: none"> • готівкою в офісі компанії; • готівковим або безготівковим банківським переказом. 	<ul style="list-style-type: none"> • в офісі компанії; • поштою.

фінансових послуг; розширення набору страхових продуктів; збільшення кількості іноземних страховиків, задіяних у спільних проектах (цей сегмент ринку у нас лише зароджується і суттєво відстає від страхового ринку Росії).

Страхові корпорації у розвинених країнах вже мають Інтернет-канали реалізації своїх страхових полісів. В Україні Інтернет-страхування робить лише перші кроки. Статистично відслідкувати обсяг продаж послуг Інтернет-страхування неможливо у зв'язку з невеликою їх чисельністю. Цільова аудиторія надання цих послуг має достатній рівень добробуту, а отже, й потенційний інтерес до страхування в режимі он-лайн. Продаж страхових полісів через Інтернет на даний час є більш маркетинговим та рекламним процесом, ніж реальним каналом збуту. Головна особливість страхування в режимі он-лайн полягає в необхідності стандартизації страхових полісів, тому розвиватимуться лише певні види електронного страхування.

Як висновок можна зазначити, що можливість обслуговування споживачів через Інтернет у сферах електронного банкінгу, електронного трейдингу, електронного страхування забезпечить вихід суб'єктів електронної економічної діяльності на нові сегменти фінансових ринків, що безперечно підвищить їх конкурентоспроможність.

Література

1. Міщенко В.І., Шаповалов А.В., Юрчук Г.В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: Практик. посіб. – К.: Знання, КОО, 2003. – 278 с.
2. Пейтел Э., Пейтел П. Internet-трейдинг. – М.: Вильямс ИД, 2003. – 320 с.