

СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ РОЛІ БАНКІНГУ
ЯК "ЕФОРУ РИНКОВОГО ГОСПОДАРСТВА"

Розглянено авторський підхід щодо визначення ролі банків у механізмі фінансування процесу відтворення за умов інформаційної революції. Узагальнено наукові погляди на значимість сучасного процесу банківського обслуговування завдяки використанню фінансового продукту - платіжної картки.

Ключові слова: платіжна картка, банківське обслуговування, потреби, фінансовий продукт, електронні гроші.

Постановка проблеми. У ринковій економіці заощадження організовані, як реальна власність громадян, що можуть і повинні виступати ресурсом для розширеного відтворення, тобто трансформуватися у фінансові активи. Власне виведення заощаджень з "бездіяльного стану" і трансформація їх банками у кредит, залучає перші в інвестиційний оборот, за допомогою якого здійснюється фінансування відтворення, що сприяє розвитку суспільства. Проте такий механізм обов'язково передбачає повернення кредиту після завершення цього господарського процесу і, як результат, - виникає відновлення вартості грошових коштів, які були запозичені у населення. Зрозуміло, такий підхід має макроекономічний сенс.

Розглянемо переваги (в тому числі й матеріальні здобутки), які отримує споживач, що користується депозитними послугами комерційного банку:

- певний накопичувальний процес, метою якого є забезпечення збереження коштів, що призначені для задоволення майбутніх потреб. Як підтвердження цього, на думку класика економічної теорії Й. Шумпетера, реально існуючі фактори, що спонукають населення до заощадження, є "прагнення людей застрахуватися від нещасних випадків, їх вік і, мабуть, ірраціональні мотиви" [1, с. 166];

- отримання додаткового доходу, який може бути використаний для задоволення як поточних, так і майбутніх потреб. Знов ж таки наведемо цитату Й. Шумпетера "... той факт, що є можливість забезпечити собі постійний дохід від деякої суми грошей, є стимулом до здійснення такого виду заощаджень", у цьому ракурсі власників тимчасово вивільнених сум грошей, приваблює саме "перспективи отримати відсоток" [1, с. 366-367];

- підвищується рівень поточного добробуту, та рівень майбутнього споживання не тільки одного індивідуума, його сім'ї, але й країни в цілому.

Отже, "...заощадження.... забезпечують

додатковий приплив "купівельної сили" на грошовий ринок" [1, с. 367]. У цьому ракурсі, за визначенням Й. Шумпетера, банкір - "ефор ринкового господарства", "... виробник товару..., оскільки нині всі накопичення і заощадження зазвичай зосереджуються в його руках і сукупна пропозиція купівельної сили - вже існуючої або тієї, яку ще тільки належить створити, - також концентрується у нього, то він наче замінює приватного капіталіста або позбавляє його дієздатності. Цим він сам перетворюється на капіталіста" [1, с. 169].

Перші два чинники притаманні так званій індивідуальній (нано рівень) та сімейній заощаджувальній поведінці споживача (мікро рівень), що стосується останнього, то він сприяє розвитку не тільки певного регіону (мезорівень), але й всього суспільства взагалі (макрорівень). Отже, ключовими факторами депозитного продукту для клієнта банку є не тільки збереження й повернення грошових коштів та отримання додаткового доходу, але й задоволення потреб завдяки отриманню останнього, що породжуються зростанням добробуту та призводять до іншого рівня майбутнього споживання. Такі чинники можна об'єднаними у перший рівень щодо значення організованих заощаджень населення. Зрозуміло, що вказаний підхід класичний і притаманний розвитку ринкової економіки. Проте завдяки тому, що за останні три десятиліття на фінансовий ринок упроваджено різноманітні інноваційні інструменти та технології, які саме й забезпечують банківський процес обслуговування, дане твердження потребує певного вдосконалення в контексті розгляду впливу чинників інформаційної революції на цей механізм, а саме: виокремлення ключових факторів депозитного продукту для клієнтів у другий рівень щодо значимості організованих заощаджень населення (на прикладі платіжної картки, емітованої банком для обслуговування заробітного проекту). Отже, до другого рівня значимості організованих заощаджень населення доцільно віднести певні сервісні пропозиції,

гнучкість продуктів, можливість конверсії продуктів в інші, тощо.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Проблематика вивчення механізму фінансування процесу відтворення та ролі банків у цьому процесі є предметом розгляду як класичних, так і сучасних наукових досліджень. У цьому контексті актуальним постає питання значимості банківського процесу обслуговування під дією інформаційної революції, в тому числі зміни мотивів задоволення потреб споживачів щодо банківських продуктів. Саме до останніх досліджень, у яких розглянено комплексний банківський продукт - платіжна картка, належать праці таких вчених як Баринькиної Н.П. [2], Боднара А.Ю. [3], Васильєва Д.Ю. [7], Вишнякової С.С. [8], Резника І.А. [4], Шишова С.М. [5], тощо. Проте, незважаючи на значну кількість наукових розробок у зазначеній галузі, по-перше, чітко не визначена ієрархія мотивів задоволення потреб споживачів - клієнтів банку у цьому продукті; по-друге, в дослідженнях виокремлено лише посередницька функція банків у забезпеченні обслуговування платіжного обороту між виробником та споживачем завдяки використанню фінансового продукту - платіжної картки.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення наукових поглядів щодо значимості сучасного процесу банківського обслуговування завдяки використанню фінансового продукту - платіжної картки як в ракурсі мотивів задоволення потреб населення у організованих заощадженнях, так і в ракурсі визначення ролі банків у процесі фінансування відтворення за умовами впливу інформаційної революції.

Виклад основного матеріалу дослідження: Застосовуючи теорію мотивації А. Маслоу, який висловив припущення, що людська поведінка визначається широким спектром потреб, організовані банківські заощадження можна віднести до задоволення так званих первинних потреб, тобто потреб у безпеці збереження свого майбутнього. Отже, використовуючи зазначений вище дворівневий підхід щодо визначення значимості організованих банківських заощаджень, останні належать саме до першого рівня. Щодо другого рівня, які забезпечують певний комфорт сервісних пропозицій і тим призводять до реалізації функцій самовираження людини (для прикладу, використання банківського VIP обслуговування), то вони за класифікацією А. Маслоу належать до так званих вторинних потреб. Проте завдяки впливу ІТ-технологій на сучасний рівень банківського обслуговування населення первинні потреби щодо безпеки збереження коштів і тим забезпечення свого майбутнього в

деякій мірі торкаються й задоволення вторинних потреб, таких як самоповага, самовираження, належність певному колу, в нашому випадку - до кола клієнтів банку, тощо. Упродовж цього, буде доречним використання моделі Н. Кано щодо класифікації товарів, які повинні задовольнити три основні потреби споживача: очікувані (expected), бажані (desired), захоплюючі (exited). Розглянемо детальніше.

У ракурсі ліпшого задоволення первинних потреб щодо безпеки банківських заощаджень, як показує практика, існуючий формат роздрібного продуктового ряду може бути заснований на принципі пакетування. У цьому контексті банківський продуктивний ряд постає як певний набір послуг, операцій та продуктів, які можуть максимально задовольнити клієнтський попит. Проте такий набір за допомогою певних технологій може бути поєднаний за принципом пакетування в одному продукті, що спроможний виконувати безліч функцій інших. Отже, принцип пакетування передбачає таке банківське обслуговування, коли цілий комплекс банківських продуктів, послуг і операцій, пропонується клієнту за певним тарифним планом. Класичним прикладом такого поєднання є платіжна картка, як інструмент обслуговування клієнта. Для прикладу, платіжна картка, що емітована за зарплатним проектом, забезпечує функцію звичайного платіжного інструменту, проте із можливістю як заощаджувати кошти з отримання певних відсотків на незнижувальний залишок, так і з можливістю надання кредиту овердрафт, а також проведення безготівкових розрахунків, у тому числі із застосування різноманітних банківських партнерських програм із торговельними мережами, тощо. Тобто цей гібридний фінансовий інструмент не тільки поєднує в собі функції платіжного, розрахункового інструмента, а також депозитного й кредитного рахунків, тобто задовольняє так звані первинні потреби, але слугує реалізатором додаткового споживання небанківських послуг, які призводять до певного рівня самовираження людини, тобто вже задовольняють й вторинні потреби банківських клієнтів. Доведемо дане судження.

По-перше, конкретизацію категорії "банківська платіжна картка" в контексті розмежування дефініцій "платіжний інструмент" і "фінансовий продукт" досліджено російським дослідником Н.П. Баринькиною, яка зазначила, що платіжна картка, яка вважається в науковій літературі платіжним інструментом, на ринку, який ще фінансово досить не розвинений, виступає окремим фінансовим продуктом [2, с. 10]. Її судження стосується дослідження процесу еволюційної трансформації фінансового продукту,

під впливом набуття певного стандартного набору характеристик, у фінансовий інструмент. Враховуючи основні особливості розвитку IT-технологій щодо банківського обслуговування населення, а саме загальнодоступність і розгалужену мережу програмно-технічних комплексів самообслуговування, платіжні картки, які емітовані банками, набувають масового характеру використання. Проте конкурентне середовище, в якому працюють банки, вимагає від останніх постійного вдосконалення та пропонування новітніх характеристик запропонованих продуктів, тобто, визначити певний стандартний їх набір, який притаманний усім, без винятку, платіжним інструментам, стає проблематичним. Отже, банківська платіжна картка виступає фінансовим продуктом, а враховуючи й те, що функціональні особливості даного продукту мають розширений характер, дає нам усі підстави вважати даний продукт комплексним, який можна віднести до пакетованого, для певного клієнта, набору продуктового ряду. Використовуючи подібні позиції різноманітних науковців [3; 4] щодо значення так званого електронного банкінгу в сучасному банківському обслуговуванні фізичних осіб, що полягають у підвищеному рівні значимості для клієнтів електронних технологій, відокремимо переваги банківського продуктового ряду із застосуванням електронних грошей порівняно із традиційним:

- найбільш зручний для клієнта;
- можливість банку через різні телекомунікаційні мережі залучати більшу кількість клієнтів;
- можливість банку пропонування та надання продуктів в цілодобовому режимі;
- можливість банку оперативно змінювати продуктивний ряд;
- можливість клієнта порівняти асортимент послуг, запропонований у продуктовому ряді із аналогами банків конкурентів з метою вибору оптимального варіанта в режимі реального часу.

По-друге, на думку С.М. Шишова "банківська карта, як фінансовий продукт, несе в собі риси і функціональність практично всіх роздрібних послуг, що дозволяє реалізувати на її основі концепцію комплексного обслуговування приватного клієнта в межах стратегії сумісного продажу" [5, с. 3]. Суть його позиції виглядає у тому, що банківська карта, як технологічна платформа, охоплює всі напрями комплексного банківського обслуговування. Аналізуючи таку низку поєднань комплексності послуг за одним банківським продуктом (у нашому прикладі - зарплатна платіжна картка), можна визначити основні можливості сучасної банківської картки (із

магнітною смугою, мультивалютним рахунком та вбудованою мікросхемою (чипом)) завдяки використанню систем дистанційного обслуговування та програмно-технічних комплексів самообслуговування:

- активація і блокування платіжної картки;
- запит залишку та міні-виписки по картковому рахунку;
- перекази грошових коштів між власними рахунками, відкритими в одному банку;
- оплата комунальних платежів за умов укладання банком, який є емітентом платіжної картки, договору з одержувачем коштів;
- інформація про залишок на депозитному рахунку, а також про дату його закриття та суму нарахованих відсотків;
- повідомлення про залишок по кредитному рахунку, дату та суму чергового щомісячного платежу тощо;
- додаткова ключова інформація про ідентифікацію клієнта, що надає можливість проводити різноманітні криптографічні операції. Для прикладу, з'являється можливість зберігати певну інформацію про страховий поліс та дані послуги по ньому (в галузі охорони здоров'я), а також обліковувати інформацію про накопичувальні бонусні знижки і таке інше.

Отже, використовуючи класичну модель Н. Кано [6], даний комплексний фінансовий продукт - зарплатна платіжна картка задовольняє: очікувані (expected) потреби, тобто потреби в отриманні готівки; бажані (desired) потреби, завдяки економії часу для проведення безготівкових платежів (для прикладу, комунальних); захоплюючі (exited), тобто ті, які не були очікувані, проте стали привабливими (attractive) характеристиками товару (для прикладу, використовуючи різноманітні програми лояльності банку, клієнт стає споживачем певних спеціальних пропозицій, стимулюючих та бонусних програм небанківських організацій). Отже, як масовий фінансовий продукт, банківська платіжна картка має за мету задоволення очікуваних та бажаних потреб, тобто вона задовольняє первинні потреби клієнта, в першу чергу, потреби у безпеці збереження коштів, а як індивідуальний фінансовий продукт, залежно від запропонованих банком партнерських програм із небанківськими організаціями, вона задовольняє вторинні потреби клієнта, які полягають у самовираженні, тобто в певній належності до визначеного кола споживачів.

Отже, класичний висновок Й. Шумпетера, який вважав, що банкінг, як ефор ринкового господарства, зосереджуючи накопичення та заощадження, створює "сукупну пропозицію купівельної сили", тобто стає основним ініціатором

виробництва продукту, в певній мірі "перетворюється на капіталіста", знаходить своє відображення і в тому, що банкінг, як ефор вже інформаційного суспільства, зосереджуючи грошові накопичення та заощадження за допомогою використання електронних грошей, не тільки не позбавлений дієздатності щодо створення "сукупної пропозиції купівельної сили", але, як буфер накопичення, збереження та поширення інформації, є виробником певного інформаційного продукту, створює "сукупну пропозицію в обміні інформацією", що сприяє розширенню "сукупної пропозиції купівельної сили". Доведемо дане припущення.

Характеризуючи платіжну картку, що емітована банком, як особливий фінансовий продукт, не можна не зупинитися на особливостях електронних грошей. Д.Ю. Васильєв визначає "електронні гроші, як форму вартості, яка виникла на основі кредитних грошей, що представлена грошовими коштами на електронних носіях, та обслуговує платіжний оборот в інформаційному суспільстві" [7, с. 6]. Тобто, з одного боку вони постають певним "фінансовим продуктом, який може бути як передплаченим, так і реалізуватися споживачеві в кредит, подібно до більшості інших економічних благ" [7, с. 6], а з іншого, обслуговуючи платіжний оборот інформаційного суспільства, слугують чинником певних змін щодо розвитку грошової системи, яка здатна "організувати грошові потоки відповідно до зростаючих потреб в обміні інформацією" [7, с. 3]. Отже, значення електронних грошей і їх використання в сучасному господарському обороті полягає в наступному: електронні розрахунки переважають в структурі платежів (де-факто), тобто в суто фінансовій галузі, так як існують ще певні обмеження використання їх у всіх галузях економіки, проте вони не заперечують існування готівкових грошей, які є основою грошової системи країни (де-юре). Упродовж цього, електронні гроші існують як в банківській системі, так і поза нею, проте в будь-якому випадку повинен дотримуватися принцип: кожна одиниця готівкових грошей повинна бути заміщена електронними грошима. Доречним є те, що грошова природа електронних грошей передбачає, що банк виступає як посередник, який надає певний сервіс за певними продуктами, послугами, операціями. Доведемо це твердження. Як засіб платежу, банківська платіжна картка, має природу суто грошову, оскільки банк виступає як грошовий емітент, проте банки в більшості випадків є агентами міжнародних платіжних систем, тоді їм належить лише посередницька функція обслуговування платіжного обороту. Розвитком даного твердження є думка С.С. Вишнякової, яка вважає, що електронні продукти,

не є особливим видом, вони просто слугують доповненням до традиційних. Тобто "...за своєю природою електронні послуги транснаціональні, а інформаційно-комунікаційні технології розв'язують проблеми, пов'язані з невідповідним географічним положенням економічних суб'єктів у сфері послуг" [8, с. 11]. Отже, вони є елементом організації банківського обслуговування, заснованої на інформаційно-комунікаційних технологіях. У цьому ракурсі банки виконують лише функцію посередника між виробником та споживачем. Проте, на думку цього ж автора, існує так звана "вимушена колективність" користувачів електронних послуг [8, с.12], до мережі якої приєднані банки, що і вимагає від останніх пристосовувати свою продуктову політику до вимог аудиторії споживачів, яка постійно розширюється. Тобто банки стають виробниками, зберігачами та поширювачами певного інформаційного продукту. Проте банки, ставлячи за мету зростання споживання банківських послуг, стають не тільки виробником і зберігачем певного інформаційного продукту, але й у деякій мірі монополістом щодо його споживання, поширюючи інформацію серед членів певної мережі і тим диктуючи виробнику товару, який є партнером банку та членом цієї мережі, умови щодо його реалізації, тим же спонукають зростання споживання вже не фінансових продуктів.

Висновки. Банківська платіжна картка виступає фінансовим продуктом, а враховуючи й те, що функціональні особливості даного продукту мають розширений характер, дає нам всі підстави вважати даний продукт - комплексним, який можна віднести до пакетованого для певного клієнта набору продуктового ряду. Як масовий фінансовий продукт, банківська платіжна картка має за мету задоволення очікуваних та бажаних потреб, тобто вона задовольняє первинні потреби клієнта, в першу чергу, потреби у безпеці збереження коштів, а як індивідуальний фінансовий продукт, в залежності від запропонованих банком партнерських програм із не банківськими організаціями, вона задовольняє вторинні потреби клієнта, які полягають у самовираженні, тобто в певній належності до визначеного кола споживачів.

Класичний висновок Й. Шумпетера, який вважав, що банкінг, як ефор ринкового господарства, зосереджуючи накопичення та заощадження, створює "сукупну пропозицію купівельної сили", тобто стає основним ініціатором виробництва продукту, в певній мірі "перетворюється на капіталіста", знаходить своє відображення і в тому, що банкінг, як ефор уже інформаційного суспільства, зосереджуючи грошові накопичення та заощадження за

допомогою використання електронних грошей, не тільки не позбавлений дієздатності щодо створення "сукупної пропозиції купівельної сили", але, як буфер накопичення, збереження та поширення інформації, є виробником певного інформаційного продукту, створює "сукупну пропозицію в обміні інформацією", що сприяє розширенню "сукупної пропозиції купівельної сили".

Список літератури

1. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития/ Й. А. Шумпетер. - М.: Директмедиа Паблишинг, 2008, - 355 с.
2. Барынькина Н.П. Финансовые ковенанты как инновационный инструмент финансового инжиниринга в России: автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит"/ Н.П. Барынькина. - Йошкар-Ола, 2012. - 19 с.
3. Боднар А.Ю. Информационно-сервисные инструменты обслуживания клиентов как основа обеспечения конкурентоустойчивости банков: автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством; 1. Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (1.6 Сфера услуг)"; 08.00.10. "Финансы, денежное обращение и кредит" / А.Ю. Боднар. - Ростов-

на-Дону, 2012. - 26 с.

4. Резник И.А. Развитие электронных банковских услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит"/ И.А. Резник. - Спб., 2008. - 19 с.

5. Шишов С.Н. Банковские карты в системах розничных безналичных платежей в России: автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит"/ С.Н. Шишов. - Спб., 2009. - 24 с.

6. Оробинский С.С. Модель Кано: банковские продукты и потребности клиентов [Электронный ресурс]: 15 апреля 2009 года. - Режим доступа: <http://www.finanal.ru/004/model-kano-bankovskie-produkty-i-potrebnosti-klientov?>

7. Васильев Д.Ю. Банковские пластиковые карты как этап эволюции электронных денег: автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит"/ Д.Ю. Васильев. - Волгоград, 2006. - 28 с.

8. Вишнякова С.С. Формирование сферы электронных услуг в России: автореф. дис. канд. экон. наук: спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг)"/ С.С. Вишнякова. - М., 2007. - 27 с.

Аннотация

Татьяна Гордица

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РОЛИ БАНКИНГА КАК "ЭФОРА РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА"

Рассмотрен авторский подход к определению роли банков в механизме финансирования процесса воспроизводства в условиях информационной революции. Обобщены научные взгляды определения значимости современного процесса банковского обслуживания благодаря использованию финансового продукта - платежной карты.

Ключевые слова: платежная карта, банковское обслуживание, потребности, финансовый продукт, электронные деньги.

Summary

Tetyana Gorditsa

MODERN APPROACH TO DETERMINING ROLE IN BANKING AS "EPHOR MARKET ECONOMY"

The article the author's approach to the determining role of banks in financing for new production process under the influence factors of the Revolution IT. The identified a review of scientific views on the importance of modern banking, which is based on the use of a financial product - a payment card.

Keywords: payment card, banking, needs, financial products, electronic money.