



Перспективи діяльності фінансових супермаркетів в Україні

Ольга Олегівна Коць,
доцент кафедри фінансів
Національного університету «Львівська політехніка»,
кандидат економічних наук, доцент

Ірина Ігорівна Скробач,
студентка кафедри фінансів
Національного університету «Львівська політехніка»

Анотація. Розглянуто сутність поняття «фінансовий супермаркет». Висвітлено теоретичні засади взаємодії фінансових посередників, можливості їхньої інтеграції в межах фінансового супермаркету. Проаналізовано сучасний стан банківської страхової і фінансової діяльності в Україні. Узагальнено причини і передумови формування фінансових супермаркетів в Україні.

Ключові слова: фінансові посередники, фінансовий супермаркет, передумови формування.

Постановка проблеми. У ХХ столітті у світі активно відбувалися процеси злиття і поглинання фінансових організацій, що зумовило появу різноманітних фінансових союзів та об'єднань, зокрема об'єднань банків і страхових компаній. Саме в той час з'явилися і фінансові супермаркети [10, с. 4].

Український фінансовий ринок постійно зазнає якісних і кількісних змін, що полягає в ускладненні його структури і посиленні конкуренції між фінансовими установами. Фінансовий ринок України перебуває у стадії гострої конкурентної боротьби як з боку українських, так і іноземних фінансових установ. Поширення інтеграційних тенденцій, що виражаються в розмиванні організаційних меж, створенні корпоративних структур, призвели до розвитку нових форм функціонування фінансового капіталу та можливості створення таких фінансових структур, як фінансові супермаркети [11, с. 69].

За кордоном фінансові супермаркети існують уже давно. У США вони з'явилися ще на початку 20-х рр. ХХ століття. Найбільш поширені вони у Франції, Великобританії, Іспанії, Португалії, Італії, Бельгії, а також Швейцарії. Банківське страхування різних форм розвивається також у країнах Латинської Америки й Азії, зокрема в Японії і Південній Кореї [14].

На думку Б. І. Пшика, одним із шляхів адаптації зарубіжного досвіду до української специфіки фінансово-кредитних відносин варто шукати через надання посередницьких послуг у рамках фінансових супермаркетів [15, с. 61].

Саме тому все більшої актуальності набувають питання створення і функціонування фінансових супермаркетів на фінансового ринку України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перші фінансові супермаркети в Україні виникли лише на початку ХХІ століття і досі не набули поширення, що пояснюється низькою поінформованістю клієнтів і невеликими потребами в комплексних продуктах [5, с. 211]. В Україні ініціаторами створення фінансових супермаркетів, здебільшого, є банки, які мають найбільшу довіру в населення і створюють їхню мережу за

рахунок власних ресурсів на базі своїх відділень. Однак ініціатором створення фінансових супермаркетів може бути і страхова компанія [19, с. 22].

Теоретичні засади створення та організації діяльності фінансових супермаркетів розглядають у своїх працях С. К. Реверчук [16], Ю. В. Скрипарь [17], І. В. Фурман [19], С. І. Кубів [10] та ін. О. А. Землячова розкриває економічні та правові засади створення фінансових супермаркетів банківським і страховим бізнесом [4]. Дослідженню питань розвитку банківського сектору на основі створення фінансових супермаркетів присвячено праці Л. Г. Кльоби [7], який також пропонує організаційну схему фінансового супермаркету та теоретичні засади управління процесом створення і продажу пакетів послуг для комплексного обслуговування клієнтів фінансового супермаркету [6]. Як перспективний напрям дистрибуції фінансових послуг фінансових супермаркет розглядають у своїх працях В. Г. Костогриз і М. Е. Люзник [8]. Механізм взаємодії банків і страхових компаній через створення фінансового супермаркету описує Н. В. Ткаченко [18].

Проте серед науковців не виділено єдиного підходу до трактування категорії «фінансовий супермаркет», не розроблено єдиної концепції організації його діяльності, не наведено чіткої систематизації тих факторів, виникнення яких мало б стимулювати утворення фінансових супермаркетів на фінансовому ринку України.

Для ефективної роботи фінансових супермаркетів на фінансовому ринку України необхідним є чітке визначення, які саме об'єднання вважаються фінансовими супермаркетами, а які – банківськими групами, обґрунтування доцільності створення фінансових супермаркетів на основі виявлення перспектив їхньої діяльності та переваг від інтеграції кількох фінансових посередників.

Постановка цілей. Метою написання статті є визначення та окреслення перспектив розвитку діяльності фінансових супермаркетів в Україні. Основними завданнями написання статті є: 1) систематизувати



наявні і запропонувати авторське трактування категорії «фінансовий супермаркет»; 2) систематизувати і розмежувати економічні категорії «банківська група» та «фінансовий супермаркет»; 3) проаналізувати сучасний стан фінансового сектору економіки України і

виявити наявність перспектив створення в ньому фінансових супермаркетів.

Виклад основного матеріалу. Узагальнену інформацію щодо визначення категорії «фінансовий супермаркет» ученими-економістами подано в *табл. 1*.

Таблиця 1

Визначення сутності категорії «фінансовий супермаркет» ученими-економістами

Автор	Визначення
Духовний А. [2, с. 17]	Фінансовий супермаркет – це організаційно-економічний механізм взаємодії банківських, страхових й інших кредитно-фінансових установ, які перебувають на етапі кооперації і співробітництва. Фінансовий супермаркет – це модель клієнто-орієнтованого бізнесу, який є єдиним інтегрованим каналом доступу клієнтів до фінансових послуг.
Енциклопедія «Вікіпедія» [3]	Фінансовий супермаркет – це система, що об'єднує людей для полегшення проведення операцій, серед яких купівля / продаж цінних паперів (у рівній мірі товарів, зобов'язань), предметів ужитку (наприклад, цінних металів і сільськогосподарських товарів) та інших операцій з метою зниження плати за послуги, що надаються в межах іншого ринку.
Кльоба Л. [6, с. 104]	Фінансовий супермаркет – це концепція інноваційного перспективного розвитку діяльності банку, згідно з якою клієнт повинен не тільки задовольнити в банку потреби в банківському обслуговуванні, але й отримати ширший спектр послуг, зокрема послуги страхових, консалтингових, інвестиційних, лізингових, маркетингових, аудиторських, юридичних, брокерських, ріелтерських та інших компаній.
Кремень В. [9]	Фінансовий супермаркет – особливий вид фінансового посередництва, який створюється в 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.
Кубів С. [10]	Фінансовий супермаркет – це установа, яка пропонує клієнтам в одному і тому ж місці під одним брендом широкий спектр фінансових послуг – банківських, страхових, інвестиційних, лізингових, факторингових, аудиторських, ріелтерських, консалтингових тощо.
Макаренко Е. [12, с. 13]	Фінансовий супермаркет – це форма організації банківсько-страхових об'єднань чи груп на основі інтеграційних процесів між двома фінансовими інституціями з метою комплексного обслуговування клієнтів.
Медведева І., Смірнова Ю. [13]	Фінансовий супермаркет – це 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).
Реверчук С. [16]	Фінансовий супермаркет – це об'єднання професійних учасників фінансового ринку для надання клієнтам різноманітних послуг.
Скрипарь Ю. [17]	Фінансовий супермаркет – це об'єднання (юридичне, маркетингове чи просто територіальне) банку з іншими професійними учасниками фінансового ринку (страховою, інвестиційною, брокерською, лізинговою, консалтинговою компаніями тощо), яке здатне запропонувати не окремий продукт чи послугу, а комплексне вирішення проблем, що відповідають специфіці бізнесу клієнта або складним запитанням приватних осіб.

Узагальнюючи наведені в *табл. 1* визначення досліджуваної категорії, вважаємо за доцільне в подальших дослідженнях під фінансовим супермаркетом розуміти об'єднання фінансових посередників з метою комплексного задоволення потреб своїх клієнтів у фінансових послугах та отримання прибутку.

В українському законодавстві чітко визначено поняття банківської групи, під якою розуміється група юридичних осіб, які мають спільного контролера, що складається: а) з материнського банку і його українських та іноземних дочірніх та / або асоційованих компаній, які є фінансовими установами; б) з двох або більше фінансових установ, у якій банківська діяльність є переважною [1].

Учасниками банківської групи можуть бути банки, інші фінансові установи, банківські холдингові компанії, компанії з надання допоміжних послуг, які мають спільного контролера.

Тобто банківська група – це різновид фінансового супермаркету, що створений на основі банку і основною діяльністю якого є банківська. Проте за умови формування фінансового супермаркету на основі страхової, лізингової компанії або будь-якого іншого

фінансового посередника він не набуватиме статусу банківської групи, навіть якщо серед його учасників і будуть банки. Адже в цьому разі банківська діяльність для фінансового супермаркету переважатиме.

Відповідно, хоч в Україні на поточний момент часу фінансові супермаркети і створюють у формі банківських гру, проте це не є єдиним способом організації їхньої діяльності. З метою розвитку фінансового ринку України та удосконалення діяльності фінансових посередників, що на ньому працюють, доцільно заохочувати створення фінансових супермаркетів і на основі інших фінансових посередників, крім банків.

Головною причиною розвитку фінансового супермаркету є значне загострення конкуренції на фінансовому ринку, а метою – необхідність збільшення прибутковості фінансових установ шляхом максимізації задоволення потреб роздрібних клієнтів [19, с. 22].

Важливими ідеями створення фінансового супермаркету є вільний вибір і можливість самообслуговування. Найбільш ефективний для цього спосіб – пропонувати персональні послуги не лише через мережу звичайних філій, а й через сучасні канали продажу фінансових продуктів (спеціалізовані банківські центри



обробки замовлень, центри мобільного телефонного зв'язку тощо). Цю ідею можливо якісно реалізувати шляхом запровадження електронних фінансових послуг через супермаркет фінансових інтернет-послуг, що дозволить охопити більшу частину реальних і потенційних клієнтів, забезпечити мобільність і значно скоротити витрати коштів на створення електронного фінансового супермаркету порівняно з відкриттям стаціонарного [11, с. 72].

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.

Інформацію про кількість банків і кількість підприємств, що займаються фінансовою та страховою діяльністю, подано в табл. 2.

Таблиця 2

Інформація про кількість банків і кількість підприємств, що займаються фінансовою та страховою діяльністю в Україні

Показники	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013
Кількість підприємств за видом економічної діяльності «Фінансова і страхова діяльність», з них:	5 703	5 594	4 972
великі підприємства	8	8	11
середні підприємства	441	453	500
малі підприємства	5 254	5 133	4 461
Кількість банків, з них:	176	176	176
група I	17	17	15
група II	19	22	20
група III	22	21	25
група IV	117	115	116

Примітка. Сформовано на основі даних: <http://www.ukrstat.gov.ua>; http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807.

Як бачимо, кількість банків в Україні є стабільною величиною впродовж 2010–2012 рр., що передусім свідчить про стабільність банківського сектору і можливість працювати в ньому з метою одержання прибутку. Кількість підприємств, що займаються фінансовою і страховою діяльністю, за 2010–2012 рр. зменшилася із 5 703 до 4 972 одиниць (на 12,8%). Проте така динаміка визначалася виключно кількістю малих підприємств, що поодинокі не мають вагомого впливу на фінансовий сектор економіки України. Що ж до великих підприємств, що їхня кількість збільшилася з восьми до 11-ти, а середніх – із 441-го до 500, що є позитивним для фінансового сектору і свідчить про його укрупнення та розвиток. Динаміка кількості суб'єктів господарювання, що здійснюють той чи інший вид діяльності, не завжди адекватно відображає стан розвитку відповідної сфери діяльності. Адже підприємства, які не витримали конкуренції, закри-

ваються, великі підприємства часто викуповують менших за розмірами конкурентів задля зміцнення своїх позицій на певних сегментах ринку тощо. Тому більш адекватно відповісти на питання про тенденції розвитку банківського та фінансово-страхового секторів України можна на основі аналізування динаміки величини сукупних активів досліджуваних суб'єктів господарювання (табл. 3 і рис. 1).

Таблиця 3

Сукупні активи суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності

Вид економічної діяльності	Обсяг активів станом на 01.01, млн грн				
	2009	2010	2011	2012	2013
Фінансова і страхова діяльність	178 436,6	199 014,7	332 618,5	339 730,4	420 809,7
Банківська діяльність	926 086	880 302	942 088	1 054 280	1 127 192

Примітка. Сформовано на основі даних: <http://www.ukrstat.gov.ua>; http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807.

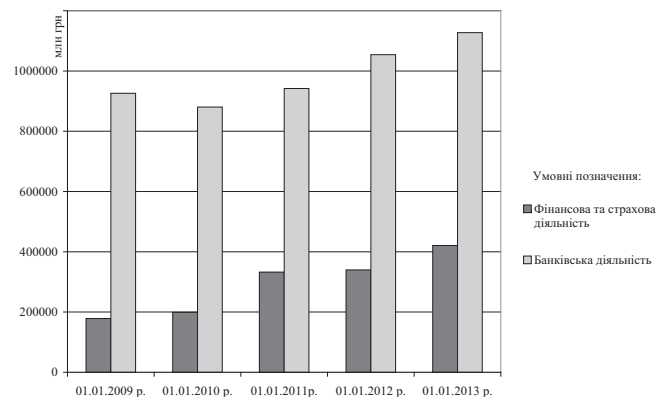


Рис. 1. Динаміка обсягів активів суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності

Примітка. Сформовано на основі даних: <http://www.ukrstat.gov.ua>; http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807.

З рис. 1 бачимо, що обсяг активів упродовж 2010–2012 рр. зростав як для суб'єктів господарювання фінансової і страхової діяльності, так і для суб'єктів господарювання банківської діяльності. Приріст обсягу активів суб'єктів господарювання фінансової та страхової діяльності з 01.01.2010 до 01.01.2013 становив 221 795 млн грн, або 111,45%, тобто їхні активи зросли у 2,11 раза. Водночас обсяг активів банківського сектору продемонстрував приріст за аналогічний період на рівні 246 890 млн грн, або 28,04%, тобто його активи зросли в 1,28 раза. На основі виконаного аналізування динаміки обсягів активів досліджуваних суб'єктів господарювання можемо стверджувати, що фінансова і страхова діяльність в Україні впродовж 2010–2012 рр. активно розвивалася і сегмент ринку, який вона охоплює, з року в рік збільшується. Банківська діяльність теж має тенденцію до нарощення обсягів, проте темпи її зростання значно повільніші, ніж у фінансової та страхової діяльності.



Ефективність використання сформованих активів досліджуваними суб'єктами господарювання подано в табл. 4 і на рис. 2.

Таблиця 4

Показники використання сформованих активів досліджуваними суб'єктами господарювання за видами економічної діяльності

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Фінансова і страхова діяльність					
Чистий прибуток, млн грн	4 281,6	1 794,0	11 145,0	7 916,9	10 769,4
Середньорічна вартість активів, млн грн	154 922,5	188 725,7	265 816,6	336 174,5	380 270,1
Рентабельність активів, %	2,76	0,95	4,19	2,35	2,83
Банківська діяльність					
Чистий прибуток, млн грн	7 304	-38 450	-13 027	-7 708	4 899
Середньорічна вартість активів, млн грн	762 741	903 194	911 195	998 184	1 090 736
Рентабельність активів, %	0,96	-4,26	-1,43	-0,77	0,45

Примітка. Розраховано на основі даних: <http://www.ukrstat.gov.ua>; http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807.

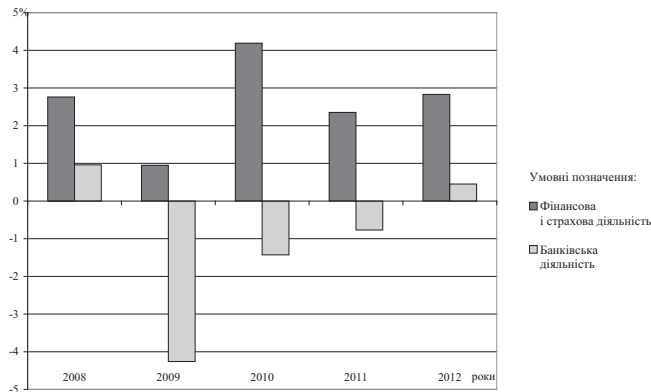


Рис. 2. Динаміка показників рентабельності активів суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності

Примітка. Сформовано на основі даних: <http://www.ukrstat.gov.ua>; http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807

З рис. 2 бачимо, що рентабельність активів банку, а також рентабельність фінансової та страхової діяльності характеризуються нестійким характером і протягом п'яти років мають тенденцію як до зростання, так і спаду. Рентабельність активів банку станом на 2008 рік становила 0,96%, 2012-го – 0,45%. І виключно в цих двох роках маємо додатні значення рентабельності активів для банків. Тобто в докризовий рік, а також у період, коли вдалося подолати наслідки світової фінансової кризи. У 2009–2011 рр. бачимо від'ємні значення рентабельності активів банків, що свідчить про неефективне використання ними сформованих ресурсів. Водночас для страхової і фінансової діяльності показник рентабельності активів упродовж

усього аналізованого періоду набував додатних значень: 2008 року становив 2,76%, а 2012-го зріс до 2,83% (на 0,07%), а впродовж 2008–2010 рр. цей показник коливався в межах від 0,95 до 4,19%. Тобто бачимо, що фінансова і страхова діяльність не лише розвивалися, а й ефективно використовували належні їм активи, що додатково підтверджує наявність можливостей до формування фінансових супермаркетів не лише на основі банків, а й на основі інших фінансових посередників, що займаються в Україні страховою і фінансовою діяльністю.

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 [4].

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 їхні ресурси і забезпечити більш ефективне їхнє використання (на основі ефекту синергії) з одночасним підвищенням рівня задоволення потреб суспільства в послугах фінансового характеру.

Висновки. Отже, в Україні існують реальні перспективи створення та ефективного функціонування фінансових супермаркетів, а підтримка і розвиток їхньої діяльності сприятиме розвитку та вдосконаленню діяльності фінансового ринку України. Це додатково підтверджують результати аналізування основних показників діяльності фінансових посередників, що працюють на фінансовому ринку України. Відповідно нами було виявлено існування можливості використання наявного потенціалу страхового і фінансового секторів шляхом об'єднання відповідних суб'єктів господарювання у фінансові супермаркети. Не виключено є можливість приєднання до них і банків, проте, зважаючи на ефективність їхньої діяльності, можемо стверджувати, що недоцільно зосереджуватися на формуванні фінансових супермаркетів виключно у форматі банківської групи – для України необхідним є розвиток фінансового ринку і його учасників на основі створення фінансових супермаркетів, які не орієнтуються на банківський сектор, проте можуть залучати його учасників задля більш повного задоволення потреб населення у фінансових продуктах і послугах.

Перспективи дальших досліджень. У подальших дослідженнях доцільно зосередити увагу на організаційних механізмах об'єднання фінансових посередників у фінансові супермаркети, моделях комплексного



оцінювання результатів їхньої діяльності, а також розробити методичні рекомендації щодо практичної реалізації взаємодії фінансових посередників у межах фінансового супермаркету.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» № 2121-III від 07.12.2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
2. Духовный А. Бизнес-модель «Финансовый супермаркет» / А. Духовный // Журнал «Комп&ньоН». – 2002. – № 24. – С. 17–21.
3. Енциклопедія «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/Financial_market.
4. Землячова О. А. Економічні та правові засади створення фінансових супермаркетів банківським та страховим бізнесом / О. А. Землячова // Фінанси, банки, інвестиції : науковий вісник. – 2012. – № 4. – С. 85–90.
5. Кашпрук Ю. А. Банківська інфраструктура: суть, функції та особливості розвитку / Ю. А. Кашпрук // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. пр. – 2010. – Вип. 20.4. – С. 210–215.
6. Кльоба Л. Г. Фінансовий супермаркет – інноваційна модель розвитку комерційного банку / Л. Г. Кльоба // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 725. – С. 103–110. – («Проблеми економіки та управління»).
7. Кльоба Л. Г. Фінансово-інвестиційний супермаркет – перспективний проект розвитку АТ «Кредит Банк» (Україна) / Кльоба Л. Г. // Зовнішньоекономічний кур'єр. – 2006. – № 1–2. – С. 27–28.
8. Костогриз В. Г. Фінансовий супермаркет як перспективний напрям дистрибуції фінансових послуг / В. Г. Костогриз, М. Е. Люзник // Вісник УБС НБУ. – 2010. – № 3 (9). – С. 241–245.
9. 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.
10. Кубів С. І. Всі види фінансових послуг – в основному офісі / Кубів С. І. // Кредобізнес. – 2006. – № 2. – С. 4–7.
11. Ларіонова К. Л. Управління стратегічним співробітництвом банків та страхових компаній в межах фінансового супермаркету / К. Л. Ларіонова, О. С. Чубата // Наука й економіка. – 2009. – № 3 (15). – Т. 1. – С. 69–77.
12. Макаренко Е. Основы взаимодействия банков и страховых компаний / Е. Макаренко // Финансовая газета. – 2001. – № 40. – С. 12–13.
13. Медведева І. Б. Напрями інтеграційного розвитку банківської установи / І. Б. Медведева, Ю. В. Смірнова // Збірник наукових праць Національного університету Державної податкової служби України. – 2009. – № 1. – С. 193–197.
14. Простобанк Консалтинг. Фінансові супермаркети пропонують достатньо послуг клієнтам [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.prostobank.com/uk/publikatsiyi/statti/finansovi_supermarketi_goroponuyut_dostatno_poslug_klientam.
15. Пшик Б. І. Сучасні моделі організації фінансово-кредитних відносин на фінансовому ринку / Б. І. Пшик // Фінанси, банки, інвестиції : науковий вісник. – 2013. – № 2. – С. 57–63.
16. Реверчук С. К. Фінансовий супермаркет – перспективна форма розвитку ринку фінансових послуг / С. К. Реверчук // КредоІнвест. – 2006. – № 10. – С. 16–17.
17. Скрипарь Ю. В. Фінансовий супермаркет як перевага банку в умовах конкуренції / Ю. В. Скрипарь // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – 2009. – № 13 (91). – С. 15–22.
18. Ткаченко Н. В. Актуалізація механізму взаємодії банків та страхових компаній в сучасній економіці / Н. В. Ткаченко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2013. – Вип. 1 (14). – С. 61–67.
19. Фурман І. В. Перспективи створення альянсів страхових компаній і банків в Україні / І. В. Фурман // Вісник НБУ. – 2005. – № 4. – С. 20–22.

Summary. The article deals with the essence of the concept of “financial supermarket”. Deals with the theoretical principles of the interaction of financial intermediaries, the possibility of their integration within a financial supermarket. The current state of the banking insurance and financial activities in Ukraine was analyzed. Summarizes the reasons and prerequisites for the formation of financial supermarkets in Ukraine.

Keywords: financial intermediaries, financial supermarket, prerequisites formation.