

УДК 336.71
Ніколаєва А.М., к.е.н., доцент
Іщук Л.І., к.е.н., доцент
Луцький національний технічний університет

РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У публікації розглянуто особливості функціонування інтегрованих фінансово-кредитних інститутів на світовому та вітчизняному фінансовому ринку. Виділено основні проблеми створення та функціонування вітчизняних фінансових супермаркетів. Визначено стратегії конкурентної взаємодії банківських і небанківських фінансових посередників. Обґрунтовано роль держави у підтримці розвитку інтегрованого фінансово-кредитного бізнесу в умовах фінансової глобалізації.

Ключові слова: фінансово-кредитний бізнес, фінансова глобалізація, фінансовий ринок, комерційний банк, страхова компанія, фінансовий супермаркет.

Nikolaeva A., Ishchuk L.

FINANCIAL AND CREDIT BUSINESS DEVELOPMENT IN THE FINANCIAL GLOBALIZATION

The article presents the characteristics of modern financial and credit business in financial globalization. International experience of integrated financial institutions creating is generalized. Particular attention is paid to the features of functioning integrated financial and credit institutions in the global and domestic financial market. Goals and motives of integrated financial and credit business creation in the form of financial supermarkets are defined. Types of financial supermarkets that exist in practice are characterized. Examples of financial supermarkets activities in Ukraine are given. The main problems faced by Ukrainian integrated financial intermediaries are identified as a result of the experience analysis of the formation and operation of national financial supermarkets. Strategies of competitive interaction of bank and non-bank financial intermediaries are defined. The main trends are defined and the role of the state in supporting the development of integrated financial and credit business in financial globalization is soundly.

Key words: financial and credit business, financial globalization, financial market, commercial bank, insurance company, financial supermarket.

Николаева А.Н., Ищук Л.И.

РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В публикации рассмотрены особенности функционирования интегрированных финансово-кредитных институтов на мировом и отечественном финансовом рынке. Выделены основные проблемы создания и функционирования отечественных финансовых супермаркетов. Определены стратегии конкурентного взаимодействия банковских и небанковских финансовых посредников. Обоснована роль государства в поддержке развития интегрированного финансово-кредитного бизнеса в условиях финансовой глобализации.

Ключевые слова: финансово-кредитный бизнес, финансовая глобализация, финансовый рынок, коммерческий банк, страховая компания, финансовый супермаркет.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Розвиток сучасного фінансового ринку супроводжується динамічними інтеграційними процесами. В умовах фінансової глобалізації посилюються інтеграційні процеси між фінансово-кредитними та страховими інститутами, на глобальному ринку фінансових послуг розвиваються банкострахові групи і фінансові корпорації. Найважливішими характеристиками сучасного фінансово-кредитного бізнесу в умовах фінансової глобалізації стали: зростання організаційно-фінансового, економічного, інформаційного та регулятивного капіталів; дерегулювання, посилення конкуренції, зростання ризиків, фінансові інновації, реінжиніринг. У результаті глобалізації фінансових ринків банки, страхові компанії, фінансові корпорації стикаються з додатковими ризиками, пов'язаними не лише із зміною кон'юнктури ринків та лібералізацією фінансового законодавства, але й розширенням форм, інструментів фінансової взаємодії.

В наш час в Україні на ринку фінансових послуг склалася саме така ситуація, коли великі страхові компанії та банки розширюють частку своєї присутності на ринку, забезпечуючи споживачів фінансовими продуктами на основі використання загальних каналів збуту. Це дозволяє інтегрованим операторам фінансового ринку забезпечити собі конкурентні переваги. Клієнтам фінансових бізнес-груп надається інвестиційне, страхове, кредитне, лізингове і консалтингове обслуговування на основі використання взаємодоповнюючих інноваційних фінансових технологій, що забезпечує повний спектр послуг у поєднанні з максимальною надійністю проведених операцій.

Однак рівень технологічної та інформаційно-фінансової інтеграції національних фінансових корпорацій, банків, страхових та лізингових компаній, аналіз інституційного механізму і стратегії розвитку фінансових інститутів показує, що стратегія їх конкурентної взаємодії тільки складається, виявляючи суперечності системного характеру. Економічне середовище, що постійно змінюється, привносить у діяльність фінансово-кредитних інститутів нові аспекти та проблеми, вирішення яких багато в чому залежить від рівня їх стійкості. Тому забезпечення стійкості національних фінансових інститутів - це не тільки атрибут політики їх виживання, а й стратегія розвитку на перспективу в умовах високої невизначеності фінансової глобалізації. У зв'язку з цим актуальним стає розроблення ефективних методів управління фінансово-кредитною системою в умовах мінливого глобального організаційно-економічного середовища, пошук стратегій розвитку інтегрованого фінансово-кредитного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблемам розвитку процесів інтеграції фінансово-кредитних установ на ринку фінансових послуг присвячено багато праць вітчизняних та іноземних дослідників. В західній економічній науці підходи до дослідження фінансових корпорацій та їх конкурентних стратегій в умовах фінансової глобалізації на основі концепції економічної синергетики представлені в роботах Белла Д., Ван ден Берга Л., Вервеіра К., Деніелса Джона Д., Кастельса М., Краснера С., Кірцнера І., Лестера К., Омаї К., Сороса Дж., Стопфорда Дж., Тоффлера О., Хелда Д., Хірста П.

У російській економічній літературі стратегії взаємодії економічних агентів і фінансових корпорацій, банків і страхових компаній на основі зміни інституційного середовища представлені в працях Авдашевої С., Власенкової Ю., Делягіна М., Козлова А., Куцурі Г., Федотової М. Про зростання наукового інтересу серед українських дослідників до проблеми функціонування інтегрованих фінансових посередників у вигляді фінансових супермаркетів чи фінансових конгломератів свідчить поява значної частини публікацій, присвячених цим питанням, зокрема праці Єрмошенко А., Клапківа Ю., Кльоби Л., Кремень В., Реверчука С., Тринчука В., Школьник І. та інших. Віддаючи належне цим та іншим вченим, слід підкреслити, що їхні праці присвячені переважно окремим теоретичним і методологічним аспектам функціонування інтегрованих фінансових інститутів. Недостатньо уваги, на наш погляд, приділено питанням розвитку фінансово-кредитного бізнесу в мовах фінансової глобалізації та розробці стратегій конкурентної взаємодії фінансово-кредитних установ на фінансовому ринку, ролі держави у підтримці розвитку вітчизняних фінансових супермаркетів.

Цілі статті. Метою статті є дослідження особливостей розвитку інтегрованих фінансово-кредитних установ у світі та в Україні в умовах фінансової глобалізації; визначення стратегій конкурентної взаємодії банківських і небанківських фінансових посередників; обґрунтування посилення впливу держави на інтеграційні процеси на фінансовому ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Традиційно вітчизняна фінансова система будувалася навколо банків, які є основними акумуляторами фінансових ресурсів і джерелами позикових коштів для інших економічних агентів. Однак у міру розвитку української економіки все більш важливу роль починають грати небанківські фінансові інститути, перш за все, страхові компанії, недержавні пенсійні фонди, компанії з управління активами різних фондів.

Як показує дослідження, роль небанківських фінансових інститутів, фінансових холдингів неминує зростатиме на ринку фінансово-кредитних послуг за реалізації моделі „фінансових супермаркетів”, де клієнт може отримати не лише банківські послуги, а й страхові, а також послуги з управління активами на фондовому ринку. Однак поки ще

далеко не всі кредитні установи виходять на ринок з такими пропозиціями: деякі як і раніше концентруються на суто банківських операціях, інші ж використовують небанківські структури тільки для себе і своїх засновників.

Фінансовий супермаркет (англ. financial supermarket) - це об'єднання (юридичне, маркетингове або просто територіальне) банку з іншим професійним учасником фінансового ринку (страховою, інвестиційною, брокерською, ріелторською, лізинговою, консалтинговою компаніями тощо), а також нотаріальною конторою, авіаагентством, туроператором тощо. Клієнтові при цьому, крім власне банківських послуг, пропонуються „супутні” операції небанківського характеру, посередницькі або юридичні послуги. В теорії і практиці зустрічаються поняття фінансових конгломератів і фінансових супермаркетів. Ці поняття ми вважатимемо ідентичними і такими, що відображають сутність інтегрованого фінансового посередника.

Аналіз наукових досліджень, пов'язаних з визначенням умов і чинників розвитку інтегрованих фінансових посередників в Україні та світі [1-7], показав, що у наш час створення фінансових супермаркетів (фінансових конгломератів) - з одного боку, тенденція в світовій економіці, з іншого боку, - це глобальна стратегія міжнародних фінансових посередників, орієнтована на клієнта, що дозволяє їм залишатися конкурентоздатними. Перші фінансові супермаркети з'явилися в Європі в 70-80-і роки минулого століття, в США і Японії - в кінці 1990-х років на базі об'єднання банківської і страхової діяльності. Це злиття в Європі отримало назву Bancassurance - надання страхових продуктів через банки. Сьогодні фінансові супермаркети найбільш розвинені в країнах Бенілюксу, Південній Європі, США, Японії. Спроби створення таких альянсів в найбільш консервативній Північній Європі не призвели до позитивного результату [1].

У світовій практиці виділяють два підходи до створення фінансових супермаркетів: традиційний підхід - „магазин під одним дахом”; інноваційний підхід - комбінація спеціалізованих фінансових посередників (клієнти бажають купувати самий кращий продукт або послугу у лідерів ринку, розділення центрів прибутку) [6].

Узагальнення міжнародного досвіду створення інтегрованих фінансових структур дозволяє виділити такі основні світові моделі надання єдиного фінансового сервісу [7]:

1. Дистриб'юторський договір або стратегічний альянс. Банк виконує агентські функції, виступає як канал продажів стандартизованих страхових та/або інвестиційних продуктів, наприклад, La Poste і CNP (France), Commerzbank & Generali (Germany), Legal & General / Barclays / Alliance & Leicester (UK).

2. Спільне підприємство = банк + страхова компанія або інвестиційна компанія. Виникнення афілійованих банку страхових або інвестиційних компаній (загальні акціонери). Для банку розробляються спеціальні страхові або інвестиційні продукти. Наприклад, Postbank & HDI Versicherung (Germany), Delta Lloyd & ABN AMRO (Netherlands) і т.п.

3. M&A модель. Банк повністю або частково володіє страховою або інвестиційною компанією: Lloyds придбала Abbey Life & Scottish Life (UK), злиття Citibank з Travellers Group (Citigroup, USA), AXA придбала Banque Directe (France) тощо.

4. Greenfield - банк засновує нову страхову компанію. Прикладами виступають CS Life (Credit Suisse), Swiss Life (UBS), Barclays Life (Barclays), DB Vita (Deutsche Bank, Italy).

5. Створення фінансового супермаркету, що пропонує одночасно різні фінансові послуги під єдиним брендом. Наприклад, Citi (Citigroup, USA), Harris (USA), Commerce Bank (USA), US Bank (USA), Bank Atlantic (USA), Washington Mutual (USA).

До мотивів створення інтегрованого фінансово-кредитного бізнесу у вигляді фінансових супермаркетів можна віднести наступні чинники: прагнення отримати синергетичний ефект від об'єднання кращих складових сторін бізнесу, що входять до супермаркету; обмін клієнтськими базами і підвищення якості обслуговування клієнтів; фінансова економія, обумовлена масштабами діяльності; мінімізація витрат з маркетингу і реклами. В результаті об'єднана структура володіє більшим ступенем надійності та іміджу, що дуже важливе для фінансових організацій. Фінансовий супермаркет - це модель клієнтоорієнтованого бізнесу, що є єдиним інтегрованим каналом доступу споживачів до фінансових послуг.

На практиці існують три типи фінансових супермаркетів. Перший тип передбачає створення холдингу, що об'єднує кілька дочірніх компаній, які пропонують як банківські, так і страхові послуги під однією торговельною маркою. Такі структури створюються великими корпораціями. За другого типу (вільного, ринкового) банк і страхова компанія укладають між собою партнерський договір про спільний агентський продаж своїх послуг. Третій тип -

брокерський, за якого посередницькі організації-брокери збирають інформацію про всі фінансові послуги й підшукують для клієнта, який звернувся до них, оптимальний для нього варіант.

На сьогодні в Україні більш розвинені перші два типи супермаркетів, а третій залишається на початковій стадії розвитку [5]. Досвід роботи фінансових супермаркетів свідчить, що найчастіше подібні багатогольові структури виникають на базі двох суб'єктів – банку та страхової компанії, причому головну роль у цьому тандемі відведено банку. Така співпраця, на думку експертів, вигідна обом сторонам: вона дозволяє розробляти нові фінансові продукти „на стику” банківських і страхових послуг (різноманітні споживчі кредити, карткові продукти) і залучати нових клієнтів як для банку, так і для страхової компанії.

В Україні фінансові супермаркети з'явилися відносно недавно. Спочатку широкий спектр фінансових послуг почали надавати великі банки з розгалуженою кількістю відділень. На теперішній час у боротьбі за клієнта на відкриття фінансових супермаркетів зважуються і невеликі фінансові установи. Зокрема „Укрсоцбанк” має в своєму підпорядкуванні понад тридцять центрів фінансових послуг, відкрили їх „Брокбізнесбанк”, „Кредитпромбанк”, „VABank”, банк „Українська фінансова група” та багато інших [5].

Так, прикладом фінансового супермаркету в Україні є ПАТ „Брокбізнесбанк”, де в одному приміщенні надаються не тільки всі види банківських, але й не пов'язані з банківською діяльністю послуги: юридичні, нотаріальні, аудиторські, консалтингові, страхові, туристичні, операцій з нерухомістю, продаж і бронювання квитків та ін. Зокрема, приватним особам пропонуються депозитні внески із страховим захистом, грошові перекази Western Union, обслуговування пластикових карток Visa і MasterCard International, обслуговування чеків, цілодобова робота банкомату.

В іншому банку „Українська фінансова група” також працює фінансовий супермаркет. Тут, крім банківських, реалізується спектр фінансових, страхових, консалтингових, юридичних послуг, грошові перекази через системи Western Union, „Анелік”, „Юністрім”, „Швидкі гроші”, PrivatMoney та ін. В Укрсиббанку відкрито торговий центр BNP Paribas для фінансування міжнародних торговельних операцій своїх клієнтів. Послугами центру у першу чергу користуються підприємства, що займаються зовнішньоторговельними операціями. При цьому на клієнта виставляється кредитний ліміт, яким він зможе скористатися як в Україні, так і за кордоном.

Посередником на фінансовому ринку України та партнером провідних банків, страхових і юридичних компаній, автосалонів України виступає також фінансовий супермаркет „Мега Поліс”. Систему bancassurance розвиває й ОТП Банк. Його програма передбачає укладання співробітником банку договорів страхування від імені АСК „Інго-Україна”, СК „ВЕСКО” і СК Allianz, а саме: договір страхування нерухомого майна, яке є заставою в банку; договір фінансового позичальника від нещасного випадку; договір страхування транспортних засобів, які є заставою в банку, за програмою КАСКО .

Найпростішим шляхом під час організації фінансового супермаркету пішов VAB Банк, створивши власну компанію „VAB-Страхування”. Компанія пропонує приватним клієнтам всі види страхування майна, автомобілів (у тому числі „автоцивілка”), а також страхування життя й здоров'я. Основними напрямками співробітництва банкірів і страховиків залишається іпотека та автокредити. Адже іпотечне та автомобільне кредитування вимагає страхування нерухомості або автомобіля, під які беруть кредит [5].

Аналіз досвіду становлення та функціонування вітчизняних фінансових супермаркетів дає можливість виділити основні проблеми, з якими стикаються українські інтегровані фінансові посередники:

1. По-перше, це проблеми фінансового характеру, пов'язані з відмовою фінансових установ від жорстких критеріїв відбору потенційних позичальників та швидким прийняттям необдуманих рішень щодо видачі кредитів, зокрема і на велику суму. Наслідком такої стратегії стало стрімке зростання частки непогашених кредитів в портфелях супермаркетів, а також збільшення суми страхових виплат. Яскравим прикладом цього служить необдумана політика перехресного продажу банку Citigroup, який одним з перших став асоціюватися в свідомості людей з поняттям „фінансовий супермаркет”. Вирішити такі проблеми вітчизняним фінансовим супермаркетам дозволять скорингові системи оцінки, над розробкою і удосконаленням яких українським банкам потрібно багато працювати.

2. По-друге, це проблеми технологічного характеру, які нерідко стають на заваді розвитку інституту фінансового супермаркету. Швидке надання фінансових послуг потребує досконалих

технологічних рішень, які, у свою чергу, коштують дуже дорого. Усі технологічні процеси у фінансовому супермаркеті мають розроблятися з акцентом на cross selling (перехресний продаж) і обов'язковому навчанні персоналу.

3. Проблеми, пов'язані з недосконалістю документообігу, що перетворюють банк на бюрократичну контору. Здійснення операцій українськими банками, як правило, супроводжується складанням декількох документів, які повинні підписати різні відповідальні особи. Такий підхід уповільнює здійснення фінансових операцій, спричиняє збільшення кількості операціоністів банку, що суперечить ідеї фінансового супермаркету. Фінустанови США і країн Західної Європи з такою проблемою практично не знайомі.

4. Кадрові проблеми. Успішність кожної фінустанови залежить не тільки від розміру її капіталу, наявності розробленої стратегії, кількості філій чи особливостей продуктового асортименту, а й від уміння продавати специфічний банківський продукт. Саме тому успішний банківський працівник повинен бути не просто хорошим економістом чи бухгалтером, а людиною, здатною знаходити з кожним клієнтом спільну мову. Ось чому особистими менеджерами VIP-клієнтів банків часто призначають людей не лише з економічною освітою, а й з досвідом роботи психологом, педагогом чи навіть журналістом. На жаль, сьогодні українські ВНЗ не готують подібних фахівців. А це призводить до дефіциту висококласних банківських продавців.

5. Стримують розвиток фінансових супермаркетів також проблеми психологічного характеру. Українці поки що не сприймають банк в ролі фінансового радника і помічника. У співвітчизників поки немає розуміння того, що в банках можуть запропонувати повний спектр фінансових послуг (окрім депозитно-кредитних операцій та прийому комунальних платежів), звідси і попит на такий продуктивний ряд не високий. Почасти в цьому винні самі банкіри, які здебільшого пропонують стандартний набір послуг, що не завжди відповідають вимогам часу.

6. Проблеми правового поля, обумовлені тим, що сьогодні всі види фінансових посередників підпорядковуються різним регулюючим органам: банки – Національному банку України, страхові компанії, недержавні пенсійні фонди, лізингові фірми та інші небанківські структури – Національній комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг; компанії з управління активами – Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку. Досить часто різночитання по одному і тому ж питанню розвитку фінансових посередників не дозволяє створювати спільну послугу, створює труднощі при оподаткуванні, відповідно, перешкоджає інтеграції банків і небанківських фінансових посередників.

Подолання зазначених проблем потребує неабияких зусиль, адже необхідно по-новому подивитися на суть банківських послуг, а значить, перейти на вищий рівень фінансової культури.

На нашу думку, для забезпечення ефективного розвитку фінансово-кредитного бізнесу в умовах фінансової глобалізації фінансові та кредитні установи повинні розвивати такі стратегії конкурентної взаємодії:

1. Стратегія маркетингу для стандартних фінансових послуг на наявних ринках з метою збільшення частки або обсягу ринку. Ця стратегія повинна передбачати збільшення обсягу консалтингових послуг у структурі продажів та споживання, залучення клієнтів шляхом впровадження нових технологій обслуговування, інтеграцію клієнтів за допомогою нових фінансових технологій у систему бонусного обслуговування та інформаційного супроводу ризиків.

2. Освоєння нових ринків за допомогою мережевих технологій організаційно - фінансової моделі інтеграції існуючих клієнтів у систему фінансово-кредитного та страхового обслуговування на основі інформаційного менеджменту. Суть стратегії полягає у формуванні стійкої позиції на нових ринках (інтернаціоналізація та глобалізація); формуванні нових клієнтських баз для розсування сегменту фінансових і страхових послуг.

3. Розвиток мережевих продуктів - продаж нових мережевих продуктів на старих ринках з метою збільшення частки ринку, розробки нових ринкових ніш, закріплення клієнтів. Така стратегія передбачає створення інноваційних мережевих продуктів та консалтингових послуг з високою часткою інноваційної, страхової та фінансової складової для нових клієнтів.

4. Диверсифікація ризиків, трансформація ринкових технологій, перехід в нову сферу діяльності з метою підвищити параметри взаємодії з клієнтською базою на основі розширення переліку фінансових послуг. Для такої стратегії характерним є формування інтегрованих бізнес-груп, страхових пулів, фінансових корпорацій; нові фінансові інструменти і складні

фінансові послуги з високою часткою керуючого консалтингу; управління ризиками на основі використання фінансових інструментів і перестраховальних компаній.

Визначення макроекономічної політики в умовах фінансової глобалізації має ґрунтуватися на теорії раціональних очікувань і теорії ігор, які припускають, що фінансові інститути та економічні агенти приймають рішення, максимізуючи свою вигоду і використовують усю доступну їм інформацію. Протягом останнього часу одним з основних векторів розвитку в Україні став курс на посилення впливу держави у так званих стратегічних секторах економіки, що виявляється в посиленні уваги до фінансово-кредитних і страхових інститутів.

У роботі фінансового сектора держава в умовах глобалізації фінансових відносин найбільшою мірою має забезпечувати вплив на соціальні аспекти розвитку фінансових інститутів - доступ населення до банківських та страхових послуг, якість і доступність банківських продуктів для громадян, в першу чергу іпотечних і освітніх кредитів. Для досягнення цих цілей державі необхідно підтримати національні фінансові інститути, забезпечуючи формування конкурентних стратегій на національному та глобальному ринку фінансових послуг.

Розвиток процесів інтеграції на фінансовому ринку уповільнює недостатній рівень прозорості українського національного фінансового бізнесу і його активів, що робить неможливою оцінку реальної ринкової вартості банків, страхових компаній, банкострахових груп, фінансових корпорацій і служить перешкодою для залучення прямих, особливо іноземних інвестицій. У цьому плані український фінансовий ринок, особливо ринок страхових послуг, який відчуває потребу в капіталі і нових технологіях, поступається іншим галузям національної економіки. Взаємодія фінансового бізнесу і влади повинна стати основою позитивної стратегії взаємовідносин держави з національним і транснаціональним фінансовим бізнесом, спрямованою на консолідацію фінансового сектора. Еволюція моделей державного регулювання показує, що йде пошук оптимального співвідношення господарських свобод та державного регулювання, йде перерозподіл відповідальності між державним і приватним секторами. Сучасна конкурентна боротьба банків і страхових компаній в умовах відкриття ринку означає втягування національних фінансових операторів в змагання з транснаціональним фінансовим капіталом, фактично перетворюється на боротьбу мережевих корпоративних стратегій з незалежними операторами національних ринків.

Ідея доцільності створення мегарегулятора (інтегрованого нагляду за фінансовим ринком) українського фінансового ринку активно обговорюється. Мегарегулятор повинен буде контролювати і регулювати три основні категорії фінансових посередників - банки, страхові компанії та професійних учасників ринку цінних паперів. Причинами створення ефективного державного нагляду є: універсалізація фінансового ринку, ускладнення фінансових продуктів і послуг (кредитні деривативи, сек'юритизація традиційних форм кредиту (іпотека, кредитні картки тощо), комбіновані фінансові продукти на стику банківської, інвестиційної та страхової діяльності); поява фінансових супермаркетів (в результаті появи інтегрованих фінансових посередників спеціалізовані органи нагляду не в змозі оцінити сукупні ризики фінансового супермаркету в цілому); економія коштів держбюджету за рахунок економії на масштабі діяльності. Міжнародний досвід показує, що мегарегулювання - широко поширена модель організації фінансових ринків, яка діє більш, ніж в 40 країнах світу.

Висновки. Таким чином, процеси глобалізації, що відбуваються останнім часом на вітчизняному фінансовому ринку свідчать про те, що і банківські і небанківські установи усвідомили переваги взаємного бізнесу і готові до консолідації капіталу.

Основними цілями створення інтегрованих фінансових посередників (фінансового супермаркету) є: зростання прибутку; зниження ризиків, зменшення витрат; збільшення частки ринку і продажів; підтримка репутації у клієнтів; формування позитивного іміджу компаній-партнерів проекту.

Під час створення та функціонування фінансових супермаркетів в Україні фінансові посередники зазнають ряд фінансових, технологічних, кадрових, правових та психологічних проблем.

Напрями розвитку інтегрованого фінансово-кредитного бізнесу в умовах фінансової глобалізації передбачають проведення реформи системи регулювання на фінансовому ринку, консолідацію організаційного капіталу, створення необхідних передумов для формування конкурентних інститутів фінансової індустрії, нових інструментів фінансового ринку, скорочення регулятивних бар'єрів для виходу українських компаній на ринок капіталу,

зниження інвестиційного ризику з урахуванням інституційних форм, механізмів реалізації фінансово-кредитних контрактів, реінжинірингових технологій управління кредитними ризиками регулятивного та економічного капіталу, що досягається шляхом розвитку інституційного проектування, збільшення частки консалтингових послуг, а також формуванням фінансових супермаркетів, які надають повний комплекс фінансових послуг, пов'язаних з реалізацією фінансових продуктів, що актуалізує формування національних фінансових холдингів.

Список використаних джерел:

1. Власенкова Ю.Б. Возможности развития финансовых супермаркетов в России: международный опыт и российская практика / Ю.Б. Власенкова // Финансы и кредит.– 2007.– №20. – С. 33–41.
2. Кльоба Л.Г. Фінансовий супермаркет - інноваційна модель розвитку комерційного банку / Л.Г. Кльоба // Проблеми економіки та управління: [зб. наук. праць] / відповід. редактор Й.М. Петрович. - Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012. – С. 103-110 с. - (Вісник / Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Національний університет „Львівська політехніка”, № 725).
3. Кремень В.М. Виникнення і особливості діяльності фінансових конгломератів на світовому фінансовому ринку / В.М. Кремень // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5 (95). – С. 32-38.
4. Реверчук С. Фінансовий супермаркет – перспективна форма розвитку ринку фінансових послуг / С. Реверчук // КредоІнвест. – 2006. – № 10. – С. 16 – 17.
5. Фінансові супермаркети пропонують достатньо послуг клієнтам [Електронний ресурс] / Простобанк консалтинг // Режим електронного доступу до офіційного сайту: http://www.prostobank.com/uk/publikatsiyi/statti/finansovi_supermarketi_proponuyut_dostatno_poslug_klientam.
6. Delpale Ph. Financial Supermarkets Models: One-Stop Shopping vs. Pure Players Combination. What's the best approach to meet customer needs? – 2006.
7. Van den Berghе, Verweire K. Performance consequences of financial conglomeration with an empirical analysis in Belgium and The Netherlands. –1999. – p. 22.

Рецензент: д.е.н., професор Ліпич Л.Г.