

Развитие финансовых технологий в России

Ковалевич Ирина Валериевна
Студентка 2-го курса магистратуры
направления подготовки «Менеджмент»,
программы «Финансовый менеджмент и рынок капиталов»,
ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы развития финансовых маркетплейсов в России. Представлены преимущества и недостатки использования таких платформ. Проанализирован опыт развития финансовых маркетплейсов зарубежных стран.

Ключевые слова: финансовый маркетплейс, цифровизация, платформа, финансовые инструменты, фондовый рынок.

DEVELOPMENT OF FINANCIAL TECHNOLOGIES IN RUSSIA

Kovalevich Irina Valerievna
2nd year student of the master's degree program «Management»,
program «Financial management and capital market»,
Financial University under the Government of the Russian Federation

Abstract. The article discusses the prospects for the development of financial marketplaces in Russia. The advantages and disadvantages of using such platforms are presented. The experience of development of financial marketplaces in foreign countries is analyzed.

Keywords: financial marketplace, digitalization, platform, financial instruments, stock market.

Перспективы развития финансового сектора неразрывно связаны с развитием инновационных технологий в нашей стране. Так, главными целями и задачами развития инновационных технологий в финансовом секторе выступают: поддержка инноваций; обеспечение доступности финансовых продуктов и услуг для потребителей и бизнеса, что в дальнейшем будет способствовать устойчивому развитию и повышению конкурентоспособности.

В современных экономических условиях на финансовом рынке Российской Федерации наблюдается ряд тенденций, которые формируют предпосылки инновационного развития финансового сектора в нашей стране, в числе которых:

- снижение маржинальности услуг, предоставляемых банками;
- стремление участников рынка к созданию экосистем;
- ослабление монополии банков на оказание традиционных услуг;
- стремление участников финансового сектора к сотрудничеству со стартапами.

В рамках развития финансовых технологий в мировой практике широкое развитие получил маркетплейс, представляющий собой торговую площадку продажи и покупки товаров. Подобные торговые площадки начали приобретать популярность в развитых странах с 2014 года.

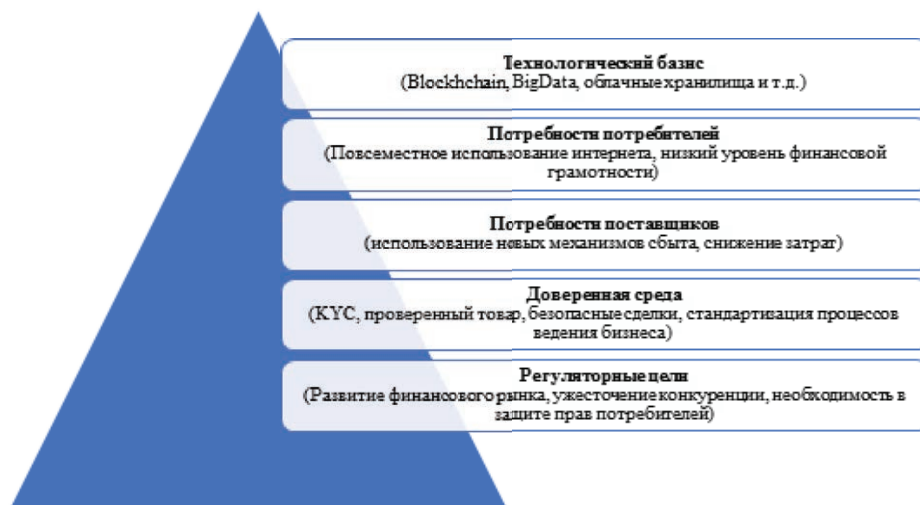
Создание онлайн-маркетплейса выступает реакцией рынка на потребности потребителей, которые имеют свободные денежные средства для вложения, при этом обладают потребностью получать полную и достоверную информацию в короткие сроки.

В рамках реализации Основных направлений развития финансовых технологий на период 2018–2020 гг. Центральным банком Российской Федерации при участии рынка в декабре 2017 г. запущен проект «Маркетплейс». Целью указанного проекта выступает организация дистанционной системы розничной торговли финансовыми услугами и продуктами, а также регистрация финансовых операций. Платформа-маркетплейс представляет собой новый электронный канал реализации финансовых продуктов, который базируется на принципах надежности, безопасности, удобства для потребителей в постоянно работающем режиме.

Такая платформа способна обеспечить удобный поиск и предоставление актуальных финансовых продуктов и услуг всем жителям нашей страны, в том числе с использованием чатов и ботов. Разрабатываемый маркетплейс будет предусматривать консолидацию информации по предложениям участников финансовой экосистемы, исследование потребностей и персонализацию предложений для потребителей [1].

Предпосылки появления подобных платформ наглядно представлены на рис. 1.

Рис. 1. Предпосылки появления финансовых маркетплейсов



Функционирование финансового маркетплейса можно описать следующим образом: с помощью витрин-агрегаторов потребитель узнаёт информацию о широкой линейке финансовых продуктов, которые в дальнейшем он может приобрести. Таким образом, витрины-агрегаторы связывают между собой продавца и покупателя. В системе предусмотрено использование удаленной идентификации, что обеспечит безопасное дистанционное приобретение финансовых продуктов. Кроме того, в системе будет отражаться хронология осуществления финансовых транзакций в режиме «единого окна» [4].

Продуктовый ассортимент включает: государственные и корпоративные облигации; ПАИ; банковские вклады; ипотечные кредиты.

Инфраструктурная система включает в себя следующие элементы:

- электронные платформы (площадка, на которой осуществляется взаимодействие финансовых организаций и их клиентов. Основная задача – автоматизация сотрудничества с целью обеспечения наиболее удобного совершения финансовых транзакций);
- поставщики финансовых услуг и продуктов (банки страховые компании, эмитенты корпоративных/государственных облигаций);
- регистратор финансовых транзакций (содержание реестра с юридически значимой информацией по сделкам, совершенным на платформе);
- витрины-агрегаторы (интернет-ресурсы, посредством которых клиент получает возможность изучить информацию о финансовом продукте с помощью систематизации и визуализации его характеристик);
- боты (автоматизированные консультанты по продуктам, необходимые для предоставления информации клиенту, а также обеспечивающие заключение и исполнение сделок) [3].

Следует отметить, что создание такого финансового маркетплейса принесет ряд преимуществ для каждого элемента инфраструктурной системы, что отражено на рис. 2.

Рис. 2. Преимущества финансового маркетплейса для каждого элемента инфраструктурной системы [1].



Следует рассмотреть, успешный зарубежный опыт в области развития финансовых маркетплейсов.

Таблица 1. Зарубежный опыт использования маркетплейсов.

Наименование	Сфера	Принцип работы
Opendoor	Недвижимость	Обеспечивает взаимодействие покупателей и продавцов жилья, а также арендодателей и арендаторов
Lending Club	Кредитование	Заемщики обладают потребностью в займах, в свою очередь, частные лица или компании имеют возможность предоставить такие займы
Fundbox	Факторинг	Предоставляют платежи своим клиентам, обеспечивая ликвидность малых предприятий в ситуации такой потребности
CircleUp	Инвестирование	Синхронизирует частные потребительские компании с лицами, готовыми инвестировать

Успешное развитие разнообразных зарубежных маркетплейсов демонстрирует высокие перспективы повсеместного применения подобных технологий в российской практике [2].

В свою очередь, нельзя не сказать о возможных проблемах, которые могут появиться в процессе начала функционирования такого маркетплейса. При первоначальном использовании необходимо помнить о ряде возможных недоработок системы, что в дальнейшем может приводить к ряду ошибок. Остается непонятным вопрос об идентификации клиентов, которые уже имеют брокерские и индивидуальные инвестиционные счета.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование финансовых маркетплейсов представляет собой инструмент развития финансового рынка в эпоху цифровой экономики. Данный инструмент может способствовать совершенствованию финансовых учреждений, что обеспечит доступность и повсеместное использование финансовых услуг.

Список литературы

1. <https://cbr.ru/>
2. Батюк Б.В. Финансовый маркетплейс как инструмент цифрового перехода экономики Российской Федерации. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2019. Т. 18. № 4. С. 29–36.
3. Ракитина И.С. Роль проекта «Маркетплейс» в развитии финансового рынка. Центральный научный вестник. 2018. Т. № 23S (64S). С. 23.
4. Сеидова М.Р. Маркетплейс как фактор создания национальной экосистемы электронной торговли. В сборнике: экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика. сборник статей V Международной научно-практической конференции. 2019. С. 124–127.
5. Соловей Ю.А., Быканова Н.И. «Маркетплейс» – локомотив роста электронной коммерции банковских продуктов. Вектор экономики. 2019. № 10 (40). С. 39.