

УДК 005:336.7

М.Г. Жигас

*Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

К ВОПРОСУ О ФИНАНСОВОМ MARKETPLACE

АННОТАЦИЯ. Вопросы развития финансовых технологий, цифровой трансформации и цифрового неравенства в Российской Федерации относятся к важнейшему блоку проблем, требующих решения и оценки их влияния на развитие и конкурентоспособность финансовых организаций, развитие экономики регионов и национальной экономики в целом.

Цифровизация как процесс является трендом, определяющим направления развития реального сектора экономики, а также финансового сектора современной экономики. Доверию и расширению сторон сделки на финансовом рынке, а также повышению безопасности способствует использование такого инструмента как проект «Маркетплейс». Анализ научных подходов ученых, практических и аналитических материалов, при всем их многообразии, подтверждают необходимость дальнейшего исследования и более глубокого изучения вопросов развития финансовых технологий, включая развитие и использование финансовых платформ.

В статье рассматриваются различные подходы к пониманию того, что называют финансовым маркетплейсом, дается авторское определение данного понятия; затрагиваются вопросы, касающиеся имеющихся и возможных проблем, связанных с реализацией инициированного Банком России проекта «Маркетплейс», преодоления цифрового неравенства и развития конкурентной среды в финансовой сфере.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Маркетплейс, финансовый маркетплейс, финансовая платформа, финансовая сделка, финансовая грамотность, цифровое неравенство, банковская экосистема, система быстрых платежей.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 2 февраля 2021 г.; дата принятия к печати 21 июня 2021 г.; дата онлайн-размещения 13 июля 2021 г.

M.G. Zhigas

*Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation*

TO THE QUESTION OF THE FINANCIAL MARKETPLACE

ABSTRACT. Currently, the development of financial technologies, digital transformation and digital inequality in the Russian Federation are among the most important issues that require solution and assessment of their impact on the development and competitiveness of financial organizations, the development of the regional economy and the national economy as a whole. Analysis of scientific approaches, practical and analytical materials, with all their diversity, confirm the insufficiency and need for further research of the development of financial technologies, including the development and use of financial platforms.

The article discusses various approaches to understanding what is called a financial or banking marketplace. The author provides his definition of this concept. The study examined the existing and possible issues associated with the implementation of the «Marketplace» project initiated by the Bank of Russia, that would help overcome the digital inequality and develop a competitive environment in the financial sector.

KEYWORDS. Financial marketplace, financial platform, financial transaction, financial literacy, digital inequality, banking ecosystem, fast payment system.

ARTICLE INFO. Received February 2, 2021; accepted June 21, 2021; available online July 13, 2021.

© Жигас М.Г., 2021

Финансовый сектор является наиболее ярким представителем эры цифровой экономики, а понятия «цифровые технологии» и «финансовый сектор экономики», как отмечают М.А. Эскиндаров, В.В. Масленников, О.В. Масленников [1, с. 24–25], неразрывно дополняют друг друга и встроены в национальную экономику. Быстрорастущие технологии и сервисы, по мнению С.В. Шипова, коренным образом меняют всю структуру национального производства товаров и оказания услуг [2, с. 15–17].

Современный образ поколения «потребителя», рост и ускорение транзакций, цифровизация финансовых процессов повлекла за собой реструктуризацию рынка финансовых услуг, а повсеместное развитие интернета расширило онлайн-взаимодействие между потребителями и продавцами финансовых услуг за счет скорости, простоты и удобства обслуживания [3].

Ускоренная диджитализация и широкие возможности онлайн-коммуникаций, безусловно создали предпосылки и базу для развития нового формата продаж, клиентских отношений через интеграцию *финансовых экосистем и цифровых маркетплейсов*. Стоит согласиться с авторами П.А. Самиев, В.Р. Закирова, Д.В. Швандар [там же], что «преимущества экосистем проявляются в сквозном характере предоставления финансовых услуг..., а формирование финансовой экосистемы стимулирует развитие долгосрочных отношений банков с другими поставщиками финансовых услуг через взаимодействие со страховыми, инвестиционными компаниями».

«Финансовые технологии» (далее финтех) как понятие и как содержание получило уже достаточно широкое токование и распространение в современной зарубежной и российской экономической литературе [4–14].

Финтех является новой финансовой отраслью, которая применяет технологии для улучшения банковской деятельности» [4], по мнению П. Шуффель.

Коллектив авторов монографии «Парадигмы цифровой экономики» [5], отмечают, что в «условиях цифровой трансформации необходима более динамичная государственная политика, и финтех здесь может стать хорошим полигоном для поиска новых форм регулирования, прежде всего, связанных с привлечением бизнес-сообщества». Они выделяют девять основных типов бизнес-моделей финтеха: платежи и переводы; управление активами; краудфандинг; взаимное кредитование; операции с ценными бумагами; онлайн-банкинг; онлайн-бухгалтерия; страховые сервисы; криптовалюты и другие применения технологии блокчейна [там же].

Понятие «финансовые технологии» определены Базельским комитетом по банковскому надзору как «порожденные технологиями финансовые инновации, приводящие к созданию новых бизнес-моделей, приложений, процессов или продуктов, которые впоследствии скажутся на финансовых рынках, институтах или производстве финансовых услуг»¹.

В монографии «Современные тенденции в финансовой сфере» коллектив авторов большое внимание уделяет современным финансовым технологиям, исследуя их влияние с различных точек зрения и в разных сферах финансовой деятельности [6]. Затронут данный вопрос учеными Ю.М. Березкиным, М.Е. Горчаковой [7].

По мнению М.А. Акимова и других ученых-аналитиков имеет место мировой тренд быстрорастущего рынка финансовых технологий, где Россия занимает третье место в мире [8, с. 9].

Таким образом, финтех открывает новые способы хранения, заимствования, инвестирования финансовых средств, платежей и покупок, а также обеспечения безопасности.

¹ Sound Practices: Implications of Fintech Developments for Banks and Bank Supervisors : Consultative Document / Basel Committee on Banking Supervision // BIS. 2017. URL: <https://www.bis.org/bcb/publ/d415.pdf>.

Развитие высокотехнологичных финансовых услуг основано на использовании *экосистемы финтеха*, в рамках которой широкое развитие в мировой практике получил маркетплейс. Основные преимущества *экосистем* проявляются в «сквозном характере» предоставления финансовых услуг, а также повышении уровня лояльности клиентов, перспективах распространения на страховую и социальный рынок. Формирование финансовой экосистемы способствует стимулированию развития долгосрочных отношений комбанков с другими поставщиками финансовых услуг через взаимодействие со страховыми, инвестиционными компаниями [3].

Рассмотрим понятия «маркетплейс» и «финансовый маркетплейс». Маркетплейс (marketplace) является торговой онлайн-площадкой (системой) дистанционной розничной дистрибуции финансовых продуктов и услуг, а также регистрации финансовых сделок [9]. На ней собирается и систематизируется информация о товарах и услугах разных организаций, зарегистрированных в системе и предоставляющая такую информацию по запросу покупателя в структурированном виде пригодном для сравнения, выбора и осуществления покупки выбранного товара или услуги.

Финансовый маркетплейс (или финансовый супермаркет) является той платформой, где осуществляется сравнение или предоставление всех доступных финансовых операций для потребителя, а именно возможность открытия вкладов, получения займов, покупки ценных бумаг, перевода средств. Каждый из участников рынка имеет возможность предоставлять свои услуги в рамках деятельности платформы [10].

После принятия Федерального закона от 20.07.2020 г. № 211-ФЗ² Банком России совместно с ПАО «Московская Биржа ММВБ-РТС» в конце 2020 г. был запущен Проект «Маркетплейс». Следует отметить, что Банк России достаточно последователен в своих стремлениях стать высокотехнологичным *мегарегулятором*, поскольку на протяжении последних лет активно инициирует и внедряет проекты, опровергая скептические прогнозы по поводу их жизнеспособности в части технологических решений и инноваций.

Потребность в ускорении обработки информационных потоков и финансовой информации подтверждает утверждение о том, что самым дорогим ресурсом становится время. Физические и юридические лица желают получать продукты и услуги, включая финансовые, что называется «походя», «за чашкой кофе», «не вставая с дивана», «в перерыве между ...». Соответственно, остро возникла необходимость в разработке и внедрении таких технологических решений, которые бы позволили, без значимых усилий, а главное — времени на поиск, удовлетворять потребности в финансовых продуктах и услугах, предоставив при этом наилучший выбор. Стоит отметить, что не только и не столько данную цель преследовал Банк России, презентуя в конце 2017 г. свой проект «Маркетплейс» на форуме инновационных финансовых технологий Finopolis. Цель внедрения гораздо объемнее и масштабнее.

Проведем анализ и дадим оценку на основе аккумуляции точек зрения ученых и практиков и имеющейся аналитической информации, размещенной как на официальных сайтах Банка России, Московской биржи, так и на сайтах других участников проекта «Маркетплейс», в том числе потенциальных, а также материалов Finopolis и других форумов, связанных с инновациями. Для понимания сущности процессов важно оценить какую цель преследует Банк России, внедряя этот проект, и насколько предлагаемый сервис будет востребован потребителя-

² О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы : Федер. закон от 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007200033>.

ми, а также какие задачи будут решены. Авторы затронут вопросы, касающиеся имеющихся и возможных проблем, связанных с реализацией конкретно данного проекта, преодоления цифрового неравенства и развития конкурентной среды в финансовой сфере.

Банк России трактует понятие маркетплейс как «онлайн-сервис, позволяющий гражданам приобретать финансовые продукты от разных организаций на одной платформе в круглосуточном режиме»³.

В результате проведения критико-аналитического обзора определения понятия «маркетплейс в финансовой сфере» в различных источниках информации стоит отметить, что можно встретиться со словосочетаниями «банковский маркетплейс» и «финансовый маркетплейс». В частности, когда упоминаются сервисы по поиску и сравнению предлагаемых на платформах banki.ru и sravni.ru различных банковских продуктов, финансовых сервисов и услуг, как то: вклады, кредиты, ипотеки, страховые услуги, рейтинги существующих на финансовом рынке предложений и т.п., являющиеся, по существу, информационными витринами, предлагающими после выбора финансового продукта перейти по ссылке на сайт поставщика этого продукта. Здесь и далее в статье под «маркетплейсом» будем понимать «финансовый маркетплейс», где инициатором запуска проекта является Банк России.

В одном из гайдов Тинькофф-журнала (Т—Ж) также встречается понятие «маркетплейса ЦБ»: «электронная дистанционная система продвижения финансовых продуктов и услуг и регистрации финансовых сделок»⁴. Стоит сразу уточнить, что такого понятия как «маркетплейс Банка России» или «маркетплейс ЦБ» не существует. Это подтверждается тем, что Банк России сразу обозначил позицию по этому вопросу, а именно, по заявлению директора Департамента развития финансовых рынков Банка России Е.В. Чайковской «Банк России не инвестирует деньги в проект, это не платформа ЦБ. Это платформы, которые создаются рынком».

По мнению практикующих специалистов ПАО «„Ак Барс“ Банк» под «маркетплейсом» понимается «система, объединяющая на одной платформе финансовые продукты и услуги большого количества финансовых институтов»⁵. Дополнительно, данное определение детализируется целью проекта: «организация системы дистанционной розничной дистрибуции финансовых продуктов и регистрации финансовых транзакций, способствующих формированию безопасной среды для финансовых сделок, а также повышение доступности финансовых услуг».

По мнению А. Ереминой «маркетплейс» — это система, объединяющая в себе платформы для осуществления финансовых сделок (будут отвечать за расчеты и идентификацию клиентов, а также за учет сделок, проведенных на маркетплейсе, в регистраторе финансовых транзакций); витрины для сбора и представления информации о финансовых продуктах; ботов-консультантов для подбора продуктов конечным потребителям — физическим лицам [11].

В аналитическом портале banki.ru можно встретить определение, в котором под «маркетплейсом» понимается «экосистема, электронная платформа-супермаркет, на которой пользователи могут получать услуги банков, страховщиков и других финансовых организаций дистанционно, независимо от своего местона-

³ Маркетплейс: Развитие финансовых технологий // Центральный банк Российской Федерации. URL: http://www.cbr.ru/fintech/market_place/.

⁴ Что такое маркетплейс ЦБ. Как работает и зачем нужен // Тинькофф-журнал (Т—Ж). URL: <https://journal.tinkoff.ru/guide/cb-marketplace/>.

⁵ Финансовую экосистему «Маркетплейс», разрабатываемую Центральным Банком при участии Ак Барс Банка, представили широкой публике // ПАО «Ак Барс» Банк. URL: <https://www.akbars.ru/news/finansovuyu-ekosistemu-marketpleys-predstavili-shirokoy-publike/>.

хождения и формата 24/7»⁶. В этом определении «маркетплейс» уже не просто онлайн-сервис, а экосистема, электронная платформа, где финансовые продукты могут приобретать не только граждане, а также и юридические лица. Стоит отметить, что пока пользователями финансового маркетплейса⁷ (потребителями финансовых услуг [1, ст. 2, п. 1, пп. 5]) могут быть только физические лица. Для подключения юридических лиц и реализовать отношения B2B, необходимо сделать еще целый ряд шагов, включая внесение изменений в законодательные акты Российской Федерации.

Таким образом, используя научные публикации и мнения практиков, презентационные материалы, размещенные на официальном сайте Банка России, а также информацию с различных научно-практических форумов цифровизации, можно дать следующее уточненное авторское определение понятию «финансовый маркетплейс» применительно к национальным финансовым институтам. «Финансовый маркетплейс» — это основанная на принципах беспроводных технологий круглосуточно функционирующая информационная среда для дистанционного совершения финансовых сделок между потребителями финансовых услуг и финансовыми организациями с использованием финансовых платформ в соответствии с договорами об оказании услуг операторами финансовых платформ.

Далее, проанализируем алгоритм работы «финансового маркетплейса»⁸.

1. Клиент — потребитель финансовой услуги (пока это физическое лицо), желая совершить финансовую сделку⁹ с помощью мобильного устройства¹⁰ (важно, чтобы при этом была возможность идентифицировать клиента с помощью устройства) заходит (необходим доступ в интернет) на сайт-агрегатор (пока это [сравни.ru](http://sравни.ru) и banki.ru).

2. На сайте-агрегаторе клиент, самостоятельно, либо с помощью специализированных алгоритмизированных консультантов (ботов) выбирает интересующий его финансовый продукт или продукты (вклад, кредит, ипотека, паи ПИФ, ОСАГО, облигации и т.д.) среди предложений различных финансовых организаций и эмитентов, размещенных на финансовых платформах¹¹ и имеющих логотип Регистратора финансовых транзакций «РФТ» [1, ст. 2, п. 1, пп. 8] — репозитария, осуществляющего регистрацию сделок на «финансовом маркетплейсе».

3. Клиент проходит идентификацию на финансовой платформе посредством своих биометрических данных (голос и лицо) в Единой биометрической системе (ЕБС) или Единой системе идентификации и аутентификации (ЕСИА) с обязательной предварительной регистрацией на Госуслугах и подтверждает условия договора по сделке (сделкам). Сделка регистрируется в РФТ, где хранится юридически значимая информация по совершенным на платформах сделкам, о чем клиент получает соответствующее уведомление. Впоследствии, через портал Госуслуги, клиент может получить доступ к информации обо всех совершенных им сделках.

⁶ Вместо встречи. Как будет устроен маркетплейс финансовых услуг на Банки.ру // Банки.ру. URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10929509>.

⁷ О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы : Федер. закон от 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007200033>.

⁸ Проект «Маркетплейс» : презентация // Центральный банк Российской Федерации. URL: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/87254/mp_status_20200709.pdf.

⁹ Согласно Федеральному закону от 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ под финансовыми сделками понимаются сделки по предоставлению банковских услуг, страховых услуг, услуг на рынке ценных бумаг, сделки с финансовыми инструментами и иные сделки, предусмотренные правилами финансовой платформы [1, ст. 2, п. 1, пп. 7].

¹⁰ Ноутбук, планшетный компьютер, смартфон или стационарный компьютер.

¹¹ На начало 2021 года представлены операторами: ПАО Московская биржа, АО ВТБ регистратор, АО «Специализированный депозитарий «ИНФИНИТУМ»; ожидается платформа Дом-РФ.

Таким образом, от начала и до завершения процесса покупки финансовых продуктов клиент все время будет находиться в одной дружественной ему среде (принцип «одного окна»), по крайней мере для клиента это выглядит именно так (в чем и проявляется «бесшовность» предлагаемой технологии).

По нашему мнению, пока еще рано давать оценку внедрению проекта «Маркетплейс» как состоявшегося, востребованного и широко распространенного инструмента для осуществления финансовых сделок. Кроме того, не представляется возможным оценить многогранность эффекта запуска «финансового маркетплейса» (сейчас можно объявлять об этом лишь декларативно).

Рассмотрим что дает «финансовый маркетплейс» для потребителей (физлиц) и финансовых организаций. Так, для потребителей финансовых услуг это финансовая доступность, которая должна будет включать в себя:

- географическую доступность (ограничения будут связаны лишь с возможностями дистанционного доступа к «финансовому маркетплейсу»);
- расширение финансовой продуктовой линейки за счет предложений финансовых институтов всей страны, а не отдельно взятого региона или представительства отдельно взятой финансовой организации;
- круглосуточный доступ к финансовым услугам;
- ментальную доступность.

Для финансовых организаций (бизнеса) это:

- расширение географического присутствия (в данном случае ограничением будет лишь соответствующее ограничение географической доступности клиента);
- увеличение клиентской базы с одновременным снижением издержек, связанных с привлечением клиентов, а также снижение стоимости обслуживания клиентов (в том числе за счет уменьшения количества офисов продаж).

Таким образом, создана и запущена в эксплуатацию цифровая среда, призванная повысить конкуренцию между финансовыми организациями за потребителя их услуг и в определенной степени убрать ценовую дискриминацию географически удаленных от финансовых центров потребителей финансовых услуг, возникшую из-за ограниченности выбора предоставляемых услуг, в том числе в связи с отсутствием конкуренции между финансовыми организациями, приводящей к монополизации оказываемых ими услуг.

Так, по мнению, первого заместителя Председателя Банка России С.А. Швецова, «В качестве эффекта мы ожидаем не только выравнивания ставок по вкладам граждан с одинаковыми параметрами, но и повышения взаимозависимости ставок по разным инструментам финансового рынка с одинаковыми потребительскими свойствами»¹²

Отметим, что еще имеют место факторы, которые подталкивают Банк России активно влиять на развитие национального финансового рынка путем создания и внедрения различных инноваций на основе цифровых технологий. Запуск Системы быстрых платежей и «финансового маркетплейса» являются своего рода ответом мегарегулятора на стремление крупных финансовых организаций, в частности ряда кредитных организаций, создавать собственные банковские, да и небанковские экосистемы. В рамках своих экосистем, не предоставляя доступа к продуктам других финансовых организаций, крупные банки осуществляют захват клиентов путем предложения различных, в том числе нетрадиционных для банков продуктов и сервисов. Потребители их услуг становятся заложниками экосистем, так как создается обманчивое впечатление, будто они получают все,

¹² Мосбиржа запустила маркетплейс финансовых услуг для физлиц «Финуслуги» // finanz.ru. URL: <https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/mosbirzha-zapustila-marketpleys-finansovykh-uslug-dlya-fizlic-finuslugi-1029682812>.

что им «необходимо для жизни» (банковское, информационное, страховое и даже социальное обслуживание, покупка продовольственных и непродовольственных товаров и услуг, организация развлечений, спорт, туризм и т.д.), являясь клиентами банка, а по сути, не представляя, что происходит «снаружи» экосистемы, в которую их «заманили». В вопросе создания экосистем не отстают от банков и компании-гиганты, так называемые бигтехи (как правило, IT), такие как, например, «Яндекс», стремящиеся прийти на традиционно банковскую территорию, что в свою очередь вызывает ответную реакцию со стороны банков (конкуренция и/или сотрудничество).

В докладе Банка России для общественных консультаций «Подходы Банка России к развитию конкуренции на финансовом рынке» (25.11.2019) отмечается: «Такие компании в рамках своих экосистем задают собственные правила работы, замыкают граждан в периметре своих экосистем, тем самым заменяя собой государственные институты и оказывая существенное влияние на экономические показатели. Таким образом, происходит монополизация не только финансового рынка, но и других отраслей экономики финансовыми организациями»¹³. В соответствии со статьей 56 Федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»¹⁴ Банк России не может вмешиваться в оперативную деятельность кредитных организаций и, соответственно, должен решать вышеуказанные проблемы рыночными способами, а именно через развитие конкуренции. Кроме того, отметим, что с 2020 г. у Банка России появилась обязанность во взаимодействии с Правительством Российской Федерации разрабатывать и проводить политику по обеспечению доступности финансовых услуг для населения и субъектов малого и среднего предпринимательства. Этому способствуют активный вывод на финансовый рынок таких продуктов как «финансовый маркетплейс» и РФТ, СБП и возможность оплаты за продукты и услуги по QR-коду, предоставление возможности отработки инноваций в регулятивной «песочнице» и блокчейн-платформа для выпуска и оборота цифровых прав, а также удаленная идентификация и работа над цифровым профилем физического и юридического лица, проектом «цифрового рубля», инициативы по соответствующим законопроектам.

Таким образом, отметим, что крупномасштабный инновационный проект «Маркетплейс» стартовал. Однако, по нашему мнению, пока нельзя дать объективную оценку готовности предполагаемых участников «финансового маркетплейса» — потребителей финансовых услуг и предоставляющих эти услуги финансовых организаций к его использованию, а также готовности имеющейся инфраструктуры, в том числе решения вопросов цифрового неравенства.

В качестве барьеров, препятствующих развитию финтеха, следует отметить следующие: низкий уровень финансовой грамотности населения; цифровое неравенство и отсутствие развитой инфраструктуры за пределами крупных городов; низкий уровень доверия населения к финансовым технологиям; рост киберугроз; недостаточно оперативное совершенствование нормативно-правового регулирования в области финансовых технологий.

Анализ данных EY Global Fintech Adoption Index за 2019 г. по готовности граждан перейти на электронное финансовое обслуживание показывает, что Россия занимает третье место в мире по доле финтех пользователей среди граждан

¹³ Подходы Банка России к развитию конкуренции на финансовом рынке : доклад для общественных консультаций // Центральный банк Российской Федерации. Москва, 2019. URL: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/90556/Consultation_Paper_191125.pdf.

¹⁴ О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) : Федер. закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102077052>.

страны, подключенных к интернету, — 82 %. Более активными являются граждане Китая и Индии, доля финтех пользователей в которых составляет 87 %. Развитые западные экономики представлены в этом списке весьма скромно: Соединенное Королевство Великобритании занимает 10 место (71 %), Германия — 17 (64 %), США — 24 (46 %), Франция — 26 (35 %) ¹⁵.

Рассматривать этот показатель как «хороший» или «плохой» не стоит, однако для нашей экономики он говорит о том, что «финансовый маркетплейс», при определенных условиях, может быть востребован со стороны потребителей финансовых услуг в России. С другой стороны, следует отметить, что при очень высоком уровне проникновения цифрового банкинга в России (свыше 45 % клиентов банков пользуются мобильным или интернет-банкингом, свыше 40 % населения совершают покупки или платежи онлайн), и учитывая, что с момента запуска Системы быстрых платежей в январе 2019 г. прошло уже два года, о существовании этого сервиса не слышали более трети владельцев банковских карт. Опять же, на уровень информированности населения и скорость проникновения в жизнь цифровых технологий могут влиять и непредсказуемые факторы. Так, пандемия SARS-CoV-2 (COVID-19) произвела бум в развитии и использовании цифровых технологий, в том числе резко изменилась статистика переводов через СБП, на которую в 2020 г. пришлось более трети от всех переводов, совершенных физическими лицами. В условиях самоизоляции люди смогли оценить удобство мгновенных переводов: число операций в СБП, по данным Банка России, с начала 2020 г. выросло в 14 раз, а их объем — в 12 раз.

Рассмотрим готовность различных поколений граждан (с точки зрения теории поколений) к использованию электронного финансового обслуживания. Бэби-бумеры и поколение X в России, как правило, имеют какие-то относительно свободные денежные средства и могли бы их эффективно использовать, но многие из них не доверяют современным цифровым технологиям из-за неумения, непонимания и, соответственно, боязни с ними работать (недостаток финграмотности). Поколение Y, в большинстве своем, владеет современными цифровыми технологиями и знает об их возможностях (это, пожалуй, на текущий момент основной потребитель финансовых продуктов, готовый полностью перейти на «цифровые рельсы»). При этом стоит отметить, что часть испытывает недостаток в денежных средствах, так как базовые потребности еще не удовлетворены и интересы лежат, в основном, в области кредитных продуктов, а часть по духу ближе к поколению X, чем к Z. Поколение Z «с пеленок» знает, как обращаться с мобильными устройствами, но своих средств практически не имеет, с жизненными трудностями еще не столкнулось и искренне не понимает, зачем им какой-то там финансовый план и финансовые продукты. В маркетплейсах типа AliExpress или OZON для них имеются «интересные штучки», а «финансовый маркетплейс» — зачем он?

Недостаточное информирование граждан о финансовых продуктах и услугах и способах их использования, недостаточное, а порой и полное отсутствие в образовательных программах школ, колледжей и неэкономических институтов тем, направленных на повышение уровня финансовой грамотности, «некорректная» реклама финансовых продуктов и услуг, либо ее отсутствие, иногда недостаток времени или инфантильность (пренебрежение) граждан в вопросах финансовой грамотности, зависимость скорости внедрения инноваций в финтехе от случайностей подтверждают часто встречающийся парадоксальный тезис о том, что «при высоком уровне проникновения финтеха в России имеет место низкий уровень финансовой грамотности ее населения». Если финансовые организации уже давно

¹⁵ Global Fintech Adoption Index // EY. URL: https://www.ey.com/en_gl/ey-global-fintech-adoption-index.

осознали необходимость противодействия киберугрозам — у всех российских банков имеется соответствующая статья расходов, а более половины из них в 2017–2018 гг. значительно увеличили свой бюджет на обеспечение информационной безопасности, то низкий уровень финансовой грамотности граждан способствует расцвету финансового мошенничества в цифровой среде, что порождает дополнительное недоверие людей к цифровым финансовым технологиям.

Стоит согласиться с мнением экспертов и аналитиков, что средние значения, показывающие достаточно высокий уровень проникновения финансовых услуг не отражают реальное состояние телекоммуникационной и банковской инфраструктуры и не высвечивают проблемы, с которыми сталкиваются жители труднодоступных и малонаселенных пунктов в условиях низкой пропускной способности или отсутствия не только мобильной, но вообще какой-либо связи, в которых кредитные и другие финансовые организации, естественно, не торопятся открывать даже допфилисы, не говоря уже об отделениях. Так, по данным ряда исследований, проведенных Банком России в 2020 г. на территории Сибирского федерального округа, в 35 % населенных пунктов полностью отсутствует доступ к интернету, а в 22 % населенных пунктов отсутствует доступ к беспроводному мобильному интернету (3G/4G). Цифровое неравенство, порожденное существующим экономическим и социальным разрывом между крупными городами и поселениями оказывает порой катастрофическое влияние на финансовую доступность и, как следствие, на экономическую и связанную с ней производственную активность населения в районах с неразвитой телекоммуникационной инфраструктурой. Здесь важно отметить, что наличие на территориях населенных пунктов доступа к беспроводному мобильному интернету (3G/4G) создает для банков благоприятные условия для развития дистанционного банковского обслуживания, продвижения банковских услуг и повышения доступности финансовых услуг для населения.

Вопросы развития финансовых технологий в России и цифровой трансформации будут решаться, в том числе, и в рамках реализации Национальной программы «Цифровая экономика», при этом предполагается плотное взаимодействие органов исполнительной власти с ПАО Ростелеком и операторами сотовой связи по предоставлению стабильного доступа к интернету, взаимодействие банковского и предпринимательского сообществ, проведение мероприятий по повышению финансовой грамотности различных групп населения.

В завершении необходимо отметить, что финансовые организации находятся на начальном этапе вхождения в проект «Маркетплейс». На этом этапе «финансовый маркетплейс», скорее всего, будет востребован и интересен финансовым организациям, не имеющим разветвленной филиальной сети, поскольку позволит им без значительных финансовых вложений мгновенно расширить свое географическое присутствие и увеличить клиентскую базу. Все это даст им возможность в какой-то мере конкурировать с организациями-гигантами, которые вероятно не будут заинтересованы в быстром присоединении к «финансовому маркетплейсу», особенно это касается финансовых организаций, которые инвестировали немалые средства в создание и развитие собственных экосистем, надеясь какое-то время удерживать своих клиентов.

Список использованной литературы

1. Эскиндаров М.А. Цифровая экономика: риски и шансы для Российской Федерации / М.А. Эскиндаров, В.В. Масленников, О.В. Масленников // Основные тренды развития цифровой экономики в финансовой сфере. Правовые аспекты регулирования и практического применения / под ред. А.Г. Аксакова. — Москва, 2019. — С. 23–35.

2. Шипов С.В. Экспериментальные правовые режимы в условиях цифровой экономики / С.В. Шипов // Основные тренды развития цифровой экономики в финансовой сфере. Правовые аспекты регулирования и практического применения / под ред. А.Г. Аксакова. — Москва, 2019. — С. 15–22.

3. Самиев П.А. Экосистемы и маркетплейсы: обзор рынка финансовых услуг / П.А. Самиев, В.Р. Закирова, Д.В. Швандар. — DOI 10.31107/2075-1990-2020-5-86-98 // Финансовый журнал. — 2020. — Т.12, № 5. — С. 86–98.

4. Schueffel P. Taming the Beast : A Scientific Definition of Fintech / P. Schueffel // Journal of Innovation Management. — 2016. — Vol. 4, no. 4. — P. 32–54.

5. Парадигмы цифровой экономики: технологии искусственного интеллекта в финансах и финтехе : монография / под ред. М.А. Эскиндарова, В.И. Соловьева. — Москва : Когито-Центр, 2019. — 326 с.

6. Современные тенденции в финансовой сфере / под ред. М.Г. Жигас. — Иркутск : Изд. дом БГУ, 2021. — 458 с.

7. Горчакова М.Е. Инновации финансовых технологий на рынке мобильных платежей / М.Е. Горчакова, Ю.М. Березкин. — DOI 10.17150/2411-6262.2020.11(4).10 // Baikal Research Journal. — 2020. — Т. 11, № 4. — URL: <http://brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=24229>.

8. Акимов М.А. Цифровая экономика-мир сделок без посредников / М.А. Акимов // Основные тренды развития цифровой экономики в финансовой сфере. Правовые аспекты регулирования и практического применения / под ред. А.Г. Аксакова. — Москва, 2019. — С. 7–14.

9. Ракитина И.С. Роль проекта «Маркетплейс» в развитии финансового рынка / И.С. Ракитина // Центральны научный вестник. — 2018. — Т. 3, № 23S (64S). — С. 23.

10. Батюк Б.В. Финансовый маркетплейс как инструмент цифрового перехода в экономике Российской Федерации / Б.В. Батюк // Ученые записки Российской академии предпринимательства. — 2019. — Т. 18, № 4. — С. 29–36.

11. Еремина А. ЦБ запустит «магазин на диване» финансовых продуктов до конца года / А. Еремина // Ведомости. — 2018. — 14 марта. — URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/03/14/753505-tsb-zapustit-magazin-na-divane>.

12. Филиппов Д.И. О влиянии финансовых технологий на развитие финансового рынка / Д.И. Филиппов // Российское предпринимательство. — 2018. — Т. 19, № 5. — С. 1437–1464.

13. Иващенко Д.А. Особенности цифровизации финансового рынка / Д.А. Иващенко. — DOI 10.24412/2411-0450-2021-2-1-80-82 // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2021. — Т. 2-1 (72). — С. 80–82.

14. Карева О.Н. Тенденции и закономерности развития финансовых технологий / О.Н. Карева, А.О. Карева // Вестник Российского университета кооперации. — 2018. — № 3 (33). — С. 34–37.

Информация об авторе

Жигас Маргарита Герутисовна — доктор экономических наук, профессор, директор Института управления и финансов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: gigasmh@bgu.ru.

Author

Margarita G. Zhigas — D.Sc. in Economics, Professor, Director, Institute of Management and Finance, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: gigasmh@bgu.ru.

Для цитирования

Жигас М.Г. К вопросу о финансовом marketplace / М.Г. Жигас. — DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(2).4 // Baikal Research Journal. — 2021. — Т. 12, № 2.

For Citation

Zhigas M.G. To the Question of the Financial Marketplace. *Baikal Research Journal*, 2021, vol. 12, no. 2. DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(2).4. (In Russian).