

Специфика финансовой услуги

© 2011 А.В. Лазарев, В.Е. Павлович
Международный институт рынка, г. Самара
E-mail: vit-pavlovich@yandex.ru

В статье рассмотрены подходы к структуризации финансовой услуги на основе структуры финансов как специфических экономических отношений. Выявлены предпочтения потребителей по услуге приема платежей.

Ключевые слова: финансы, финансовая услуга, предпочтения потребителей, прием платежей.

Толкование термина “финансовая услуга”, приводимое во многих литературных источниках, проанализированных авторами, базируется на его определении, данном федеральным законом от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ “О защите конкуренции на рынке финансовых услуг”: “*Деятельность, связанная с привлечением и использованием денежных средств юридических и физических лиц. В целях настоящего Федерального закона в качестве финансовых услуг рассматриваются осуществление банковских операций и сделок, предоставление страховых услуг и услуг на рынке ценных бумаг, заключение договоров финансовой аренды (лизинга) и договоров по доверительному управлению денежными средствами или ценными бумагами, а также иные услуги финансового характера*”¹.

В данном случае законодатель сделал оговорку “в целях настоящего Федерального закона” при перечислении тех операций, которые в законе отнесены к финансовым услугам. Также заметим, что в этом законе содержится неполное деление понятия: при перечислении операций, относимых к финансовым услугам (см. выше), используется конструкция “а также иные услуги финансового характера”, что позволяет заинтересованным лицам произвольно причислять или не причислять те или иные услуги к финансовым.

А.Н. Зубец определяет финансовую услугу как *услугу по содействию юридическим и физическим лицам в операциях, связанных с формированием и обращением денежных фондов*².

И.Г. Шакуров считает, что “комплекс (система) финансовых услуг - важнейшая *часть сферы услуг, обслуживающая денежные отношения хозяйствующих субъектов* (курсив наш. - А.Л., В.П.) по распределению и перераспределению совокупного общественного продукта с целью организации расчетов, хранения сбережений, их превращения в инвестиции, перелива средств в наиболее эффективные производства (отрасли) и региональные точки роста, подготовки, сопровождения и обеспечения окупаемости инвестицион-

ных проектов”³, относя, таким образом, к финансовым *услугам по обслуживанию денежных отношений хозяйствующих субъектов*.

Из трех приведенных определений наиболее соответствует подходам отечественной финансовой научной школы определение А.Н. Зубца, так как оно использует основной признак финансов, выделяемый теоретиками, - образование фондов денежных средств. Это определение и будет использовано нами в данной работе.

Потребность в финансовых услугах возникает у хозяйствующего субъекта (государства, организации, домохозяйства, отдельного человека) вследствие неравномерности поступления денежных средств на различных этапах жизненного цикла. Для достижения сбалансированности экономический субъект использует финансы.

Рассмотрим структуру финансов, которая может быть представлена в виде следующей базовой модели (рис. 1). Из нее следует, что для возникновения финансов необходимо наличие как минимум двух экономических субъектов и объекта, по поводу которого эти отношения и формируются. В данном случае мы исходим из того, что финансы - особый тип отношений между хозяйствующими субъектами. Особенность в том, что эти отношения выстраиваются по поводу образования фондов денежных средств (ФДС)⁴. Также следует учесть, что финансы носят временный характер, имеют момент возникновения $t_{во}$, момент прекращения $t_{но}$ и, естественно, длительность $t = t_{но} - t_{во}$. На рис. 2 это представлено как существование финансов от момента возникновения у экономического субъекта обязательств и до момента исполнения данным субъектом своих обязательств, и финансы имеют, таким образом, длительность, равную

$$t = t_{но} - t_{во}$$

Однако мы считаем, что данное представление носит достаточно абстрактный характер и оно должно быть конкретизировано с учетом существенных особенностей финансов через методологическую категорию “отношения”, в соответствии с которой отношения между субъектами могут



Рис. 1. Модель сущности финансов

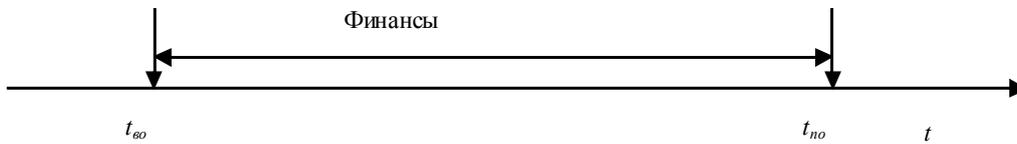


Рис. 2. Длительность финансов: t_{00} - момент возникновения обязательств; t_{20} - момент погашения (исполнения) обязательств

быть декомпозированы через совокупность различных типов связей, описывающих специфику этих отношений⁵.

Финансы как особый вид отношений между экономическими (хозяйствующими) субъектами могут быть представлены через совокупность следующих связей (рис. 3).

Порождающая финансы связь содержит в себе в качестве элементов следующие связи:

- 1) связь передачи экономическим субъектом А экономическому субъекту Б каких-либо экономических благ;
- 2) информационную связь $i_{0'}$, обеспечивающую субъект А информацией об экономическом

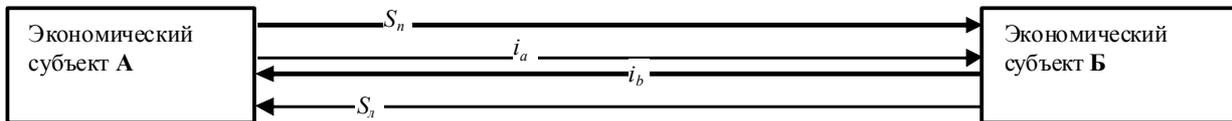


Рис. 3. Декомпозиция финансов как совокупности связей между экономическими субъектами

Для возникновения финансов как отношений необходимо:

- 1) наличие порождающей данный вид отношений связи S_n (в результате чего у субъекта Б возникает определение обязательства перед субъектом А);
- 2) наличие информационных связей i_a, i_b , задача которых - снабжение экономических субъектов информацией друг о друге в течение срока действия финансов;

субъекте Б и принятии решения о его платежеспособности;

- 3) передача субъектом Б субъекту А финансового инструмента, обеспечивающего экономическому субъекту А право требования от экономического субъекта Б денежных средств.

Ликвидирующая связь может быть структурирована следующим образом (рис. 5).

Ликвидирующая финансы связь содержит в себе в качестве элементов следующие связи:

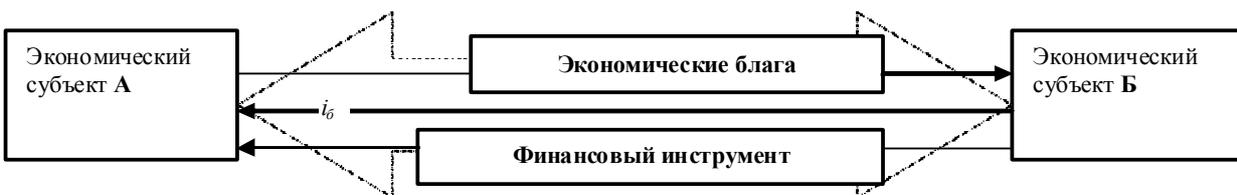


Рис. 4. Структура порождающей связи

- 3) наличие связи S_p , которая ликвидирует существующие между субъектами отношения.

Структура ликвидирующей связи раскрывается следующим образом (рис. 4).

- 1) связь передачи экономическим субъектам Б экономическому субъекту А денежных средств;

- 2) информационную связь i'_a , подтверждающую получение денежных средств экономи-



Рис. 5. Структура ликвидирующей связи

ческим субъектом А и удостоверяющую выполнение экономическим субъектом Б обязательств перед субъектом А.

Включив в отношения двух хозяйствующих субъектов государство, которое как императивный экономический субъект организует и поддерживает финансовый механизм, т.е. систему установленных государством форм, видов и методов организации финансовых отношений, получим следующую схему (рис. 6). Обязательства

Исходя из рассмотренной структуры финансов как комплекса, можно сделать вывод, что финансы образуются одним структурным элементом – финансовым инструментом и двумя инфраструктурными элементами: платежным и информационным каналами.

Вышеприведенный подход к декомпозиции финансов через совокупность связей дает возможность представить финансовую услугу как совокупность операций по реализации данных

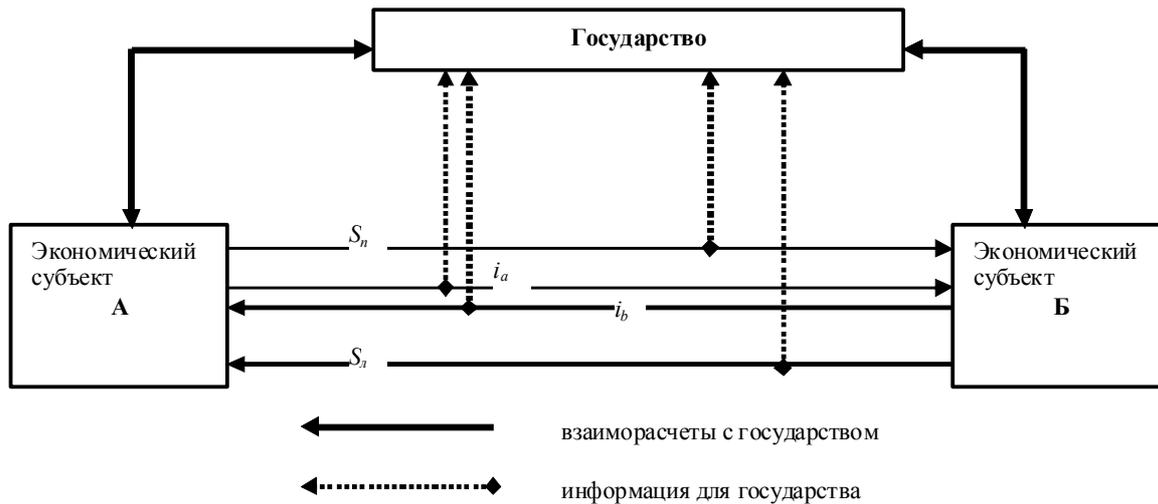


Рис. 6. Включение государства в контур финансовых отношений хозяйствующих субъектов

участников финансовых отношений перед государством (точно так же, как и государства перед ними) установлены финансовым механизмом. Изменения в состоянии хозяйствующих субъектов в течение существования между ними финансовых отношений вызывают изменения в их обязательствах перед государством.

Отсюда можно сделать выводы:

- в любой финансовой услуге государство всегда выступает в качестве косвенного потребителя;
- государство не только регулятор рынка финансовых услуг, но и тотальный потребитель, за исключением тех случаев, когда государство само оказывает финансовые услуги прочим хозяйствующим субъектам;
- финансовый механизм, используемый в рамках рассматриваемой экономической системы, оказывает определяющее влияние на ассортимент и качественные характеристики финансовых услуг;
- государственное регулирование рынка финансовых услуг можно разделить на следующие направления: задающее (по терминологии)⁶ – финансовый механизм; стимулирующее/поддерживающее – льготы, преференции, дотации, субвенции; развивающее – те же методы, что и для стимулирующего, плюс госпрограммы.

связей (например, информационная связь, платежная связь или связь, синтезирующая финансовый инструмент). Поставщики финансовых услуг могут полностью или частично, на уровне отдельных связей или даже отдельных операций, эти связи формирующих, взаимодействовать с потенциальными потребителями.

Отсюда можно сделать принципиальный вывод: **специфика финансовой услуги позволяет разбить ее представление клиенту на отдельные операции, направленные на образование связей: предоставление информации, проведение платежей и т.д. Для каждого экономического субъекта эти операции могут выполняться на договорной основе несколькими поставщиками, причем конкурирующими между собой.**

Проиллюстрируем данный вывод на примере организации платежных каналов. Для разработки методики построения платежных каналов для расчетов с клиентами – игроками рынка предлагается использовать принципы бережливого производства, согласно которым потребители хотят полного (завершенного – complete)⁷ решения своих проблем, они хотят это получить с минимальными затратами времени и сил, в том месте, где это им удобно и когда это необходимо. Заинтересованное в платежах предприятие при сопряжении своих платежных каналов с ка-

налами клиента привлекает посредников, поэтому для него актуальны следующие вопросы: коммиссионные посреднику; срок, в течение которого посредник перечисляет полученные от клиента деньги предприятию; отношение регуляторов (налоговой инспекции или ЦБ России) к используемым средствам сопряжения с платежными каналами клиента. Эффективность действия платежных каналов будет зависеть от того, как активно потребители будут ими пользоваться. Рассмотрим предпочтения экономических субъектов - физических лиц по поводу организации платежных каналов.

Проведенное одним из авторов исследование по изучению спроса на оказание услуги "Приним платежей" в крупных торговых центрах города Самары было направлено на выявление мнения потенциальных клиентов о возможности оплаты коммунальных и прочих услуг в крупных торговых центрах. Кроме того, предполагалось определить частоту посещений респондентами торговых центров, а также дни недели и временные промежутки, наиболее удобные клиентам для посещения торговых центров. Для проведения исследования использован метод анкетирования. В качестве респондентов выступили жители города - 300 чел. Были получены следующие результаты.

Среди респондентов преобладают женщины - 64 %, большинство респондентов (65 %) - от 20 до 40 лет. В ходе исследования респондентам задавался вопрос, какие платежи они обычно осуществляют. Наибольшее число ответов получили такие виды платежей, как "Коммунальные платежи", "Оплата электричества" (по 93 %) и "Оплата сотовой связи" - 92 %.

Распределение долей видов платежей в общем объеме ответов таково: наибольшие доли имеют "Коммунальные платежи" (20 %) и "Оплата электричества" (20 %), наименьшие - "Оплата обучения" (8 %) и "Оплата штрафов, налогов" (7 %).

На вопрос о периодичности оплаты услуг 56 % опрошенных ответили, что оплачивают услуги один раз в месяц, 42 % - 2 раза в месяц, 2 % - делают это 2-3 раза в полгода. Реже никто из опрошенных свои счета не оплачивает. Больше половины стараются регулярно, с максимальной возможной частотой производить выплаты.

Что касается возможности оплаты услуг в крупных торговых центрах, свою готовность по этому поводу выразили 38 % респондентов. Кроме того, выяснялось, в каком именно торговом центре опрашиваемым было бы удобней оплачивать услуги. Среди "других" были названы "Караван", "Самара-М", "Опера", "Европа",

"Мегастрой", "Континент", "СтройДом", СУМ, "Пирамида".

Частота посещений респондентами торговых центров такова: 60 % опрошенных посещают торговые центры несколько раз в неделю; 26 % - раз в неделю. То есть можно говорить о том, что основная доля респондентов - 86 % - посещают крупные торговые центры, по крайней мере, раз в неделю.

Наиболее посещаемые промежутки времени - будние дни, особенно с 18.00 до 21.00, т.е. по дороге с работы домой.

Опрашиваемые положительно воспринимали идею об оплате услуг в торговых центрах, но с оговоркой, что предпочли бы не оператора, а терминал и ни в коем случае не стали бы стоять в очереди, как это часто приходится делать в отделениях Почты России или в Сбербанке. Разброс торговых центров в ответах респондентов объясняется тем, что опрос проводился в разных районах города (Самарский, Железнодорожный, Промышленный, Кировский) и люди в основном ориентировались на тот торговый центр, который был ближе к месту опроса, но это также говорит и о том, что такая услуга может быть востребована в *любом* крупном торговом центре.

Данные опроса свидетельствуют также о том, что люди доверяют терминальным платежным системам, стараются планировать платежи так, чтобы минимизировать затраты времени на проведение платежей. Платежные системы по мере развития будут отбирать клиентов у таких традиционных операторов, как Сбербанк и Почта России.

¹ О защите конкуренции на рынке финансовых услуг: федер. закон от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы "Консультант-Плюс".

² Зубец А.Н. Маркетинг на финансовых рынках. Поведение потребителей: учеб. пособие. М., 2002.

³ Шакуров И.Г. Соотношение рыночных и государственных регуляторов развития сферы услуг: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. СПб., 2009.

⁴ Фетисов В.Д. Финансы: учеб. пособие для вузов. М., 2003

⁵ Кондаков Н.И. Логический словарь-справочник. М., 1975.

⁶ Рамзаев В.М. Управление развитием некоммерческих организаций в современных экономических системах: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. М., 2006.

⁷ Гордиенко Л.А., Лазарев А.В., Павлович В.Е. Организация расчетов с клиентом на основе бережливого обеспечения / Финансовый менеджмент: сб. статей II Междунар. науч.-метод. конф. Пенза, 2008. С. 73-78.