

Economics and Management Ekonomika ir vadyba

ELEKTRONINIŲ MEDIJŲ SPRENDIMŲ TAIKYMAS FINTECH SEKTORIUJE

Kristina RETKUTĖ*, Vida DAVIDAVIČIENĖ

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Vilnius, Lietuva

Gauta 2019 m. kovo 3 d.; priimta 2019 m. kovo 25 d.

Santrauka. Straipsnyje analizuojamos FINTECH ir elektroninių medijų sąsajos. Apžvelgiamos pagrindinės FINTECH ir elektroninių medijų veiklos sritys ir jų skirstymas. Nagrinėjama elektroninių medijų įtaka FINTECH naudotojams. Nagrinėjamas elektroninių medijų poveikis FINTECH veiklai ir naudotojui. Aiškinamas ryšys tarp elektroninių medijų ir FINTECH naudotojų. Lyginamas FINTECH sektoriaus ir e. medijų naudojimas įvairiose srityse, remiantis atlyginimu, amžiumi, taip pat pagal šiuos kriterijus analizuojamos elektroninės medijos, atliekama lyginamoji analizė.

Reikšminiai žodžiai: FINTECH, elektroninės medijos, FINTECH verslai, FINTECH naudotojai, e. medijų naudotojai, e. medijų sprendimai.

Įvadas

Esant didelei technologinei pažangai visame pasaulyje, FINTECH įmonės yra svarbios ir būtinos, nes pritraukia nemažai užsienio investicijų, padedančių gerinti ekonominę situaciją šalyje, taip pat skatina bankus imtis veiksmų paslaugoms tobulinti. Šiuolaikinis finansinių paslaugų naudotojas išsiskiria tuo, kad ieško naujai, alternatyviai teikiamų finansinių paslaugų, kurias šiuo metu gali suteikti FINTECH įmonės, aktyviai pradedančios savo veiklą.

Naudotojų įpročių kaita smarkiai susijusi su modernių technologijų atėjimu į rinką. Finansinių technologijų rinkoje šiuo metu yra siūlomi įvairūs nauji finansiniai produktai, kurie, iš vienos pusės, gali palengvinti ar supaprastinti naudotojo asmeninių finansų tvarkymą, tačiau, iš kitos pusės, gali padaryti naudotojams finansinius nuostolius, kuriuos iš dalies jie galėtų patirti dėl FINTECH žinomumo stokos. Atitinkamai todėl darbe tiriama FINTECH žinomumas tarp Lietuvos Respublikos piliečių. Gauti tyrimo rezultatai gali būti panaudoti FINTECH priežiūros institucijų tam, kad būtų kokybiškiau įvertinta finansinių paslaugų naudotojų įpročių kaita, gebėjimas suprasti FINTECH siūlomas naujoves ir naudotojų prisitaikymą prie jų.

FINTECH egzistavimas yra glaudžiai susijęs su elektroninių medijų vadyba. FINTECH verslai yra inovatyvūs, tad sprendžiant rinkodaros ir komunikacijos klausimus, dažnai yra priimami inovatyvūs sprendimai – reklama socialiniuose tinkluose, aktyvus ryšio palaikymas su klientu

virtualioje erdvėje, elektroninėmis medijomis paremta vieša ir tiesioginė komunikacija su klientu.

Darbo problema – literatūros stoka tiriant e. medijų taikymą ir įtaką FINTECH sektoriui.

Darbo tikslas – išanalizuoti mokslinę literatūrą siekiant identifikuoti elektroninių medijų taikymo FINTECH sektoriuje iššūkius, galimybes ir mokslinių tyrimų kryptis.

Darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti e. medijų ir FINTECH sampratą ir rūšis.
2. Išanalizuoti elektroninių medijų poveikį FINTECH sektoriaus plėtrai.
3. Identifikuoti e. medijų daromą įtaką FINTECH verslams ir naudotojams.

1. FINTECH ir e. medijų teoriniai aspektai

1.1. FINTECH ir e. medijų samprata

FINTECH yra naujas reiškinys, todėl sąvokų nėra daug. Pasaulio mokslininkų, tarptautinių organizacijų ir institucijų įžvalgos FINTECH sampratos klausimu yra toliau nagrinėjamos šiame darbe, siekiant išsiaiškinti dabartinę finansinių technologijų veikimo esmę.

Europos bankininkystės institucija (toliau – EBA) finansinių technologijų sąvoką apibrėžia taip: „FINTECH – tai technologijų įgalinimas finansų sektoriuje, kurios galėtų lemti naujų verslo modelių taikymą, procesus ar produktus, turinčius reikšmingą poveikį finansų rinkoms

*Autorius susirašinėti. El. paštas kristina.retkute@stud.vgtu.lt

ir institucijoms bei finansinėms paslaugoms teikti“ (European Banking Authority, 2017). Europos Komisija (toliau – EK) FINTECH apibūdina kaip technologijų teikiamas naujoves finansinių paslaugų srityje, neatsižvelgiant į paslaugų teikėjo pobūdį ar dydį (EIOPA, 2017). Tarp tautinė vertybinių popierių komisijų organizacija (toliau – IOSCO) FINTECH sąvoką apibrėžia taip: „Finansinių technologijų ar „FINTECH“ sąvoka yra skirta apibūdinti įvairovę inovatyvių verslo modelių ir naujų technologijų, kurios turi potencialą pakeisti finansinio aptarnavimo industriją“ (IOSCO, 2017).

Pasaulio mokslininkų, išradėjų ir FINTECH srities atstovų įžvalgos dėl FINTECH kaip įmonės sampratos taip pat yra būtinos siekiant atskleisti FINTECH egzistavimo esmę ir atsiradimo svarbą.

Lenny Sanicola (Sanicola, 2017) teigia, jog FINTECH įmonės – tai įmonės, kurios skatina naujas technologijas, kad sukurtų naujas ir geresnes finansines paslaugas naudotojams ir įmonėms. Tai apima visų rūšių įmones, kurios gali vykdyti asmeninių finansų valdymą, draudimą, mokėjimus, turto valdymą ir kt. Pasak Jens Much (Münch, 2016): „FINTECH kaip sąvoka dažniausiai suvokiama kaip technologijų startuolių segmentas, kuris suskaidytas į mobiliuosius mokėjimus, pinigų pervedimus, paskolas, mokesčius ir turto valdymą“. Finansų startuoliai – tai įstaigos, kurios siūlo automatizuotą konsultaciją, bekontaktinius mokėjimus ir kitus produktus, kurie galėtų duoti didelę naudą visuomenei, įskaitant mažesnes kainas ir didesnes galimybes (Van Loo, 2018).

Finansų ministerijos išleistame dokumente „Pasiūlymai Lietuvos Respublikos Vyriausybei dėl finansinių technologijų (FINTECH) industrijos plėtros Lietuvoje“ teigiama, jog FINTECH sąvoka atsirado jungiantis finansinių paslaugų teikiamo ir inovacinių technologijų sektoriams (Lietuvos finansų ministerija, 2017). Šie sektoriai pradėjo jungtis dėl spartaus elektroninių technologijų vystymosi ir naudotojų siekio paprasčiau naudotis finansais. Atsižvelgiant į tai darytina išvada, kad pagrindinis FINTECH siekis yra suteikti lengvai prieinamas paslaugas naudotojams supaprastinus naudojimąsi naujomis technologijomis. Todėl visi finansiniai sprendimai pamažu perkeliama į virtualią erdvę.

Darbo autorės manymu, FINTECH samprata yra suvokiama kaip visos inovacijos ar inovacijų pagrindu sukurtos įstaigos, kurios siekia palengvinti naudotojui naudotis finansinių paslaugų sektoriumi. Finansinėms technologijoms priskiriamos ne tik inovacinės įstaigos, tačiau ir inovacinės finansų priemonės, kurias gali naudoti ne tik FINTECH įmonės, tačiau ir standartinės finansų įstaigos, tokios kaip bankai. FINTECH priemonės – tai finansų sektoriaus inovacijos, kurios veikia virtualioje erdvėje. Šiomis priemonėmis gali naudotis bet kuris rinkos dalyvis, kuris siekia pagerinti savo siūlomų paslaugų kokybę. FINTECH įmonė – tai įmonė, naudojanti finansines inovacijas ir kaip juridinis asmuo veikianti virtualioje erdvėje.

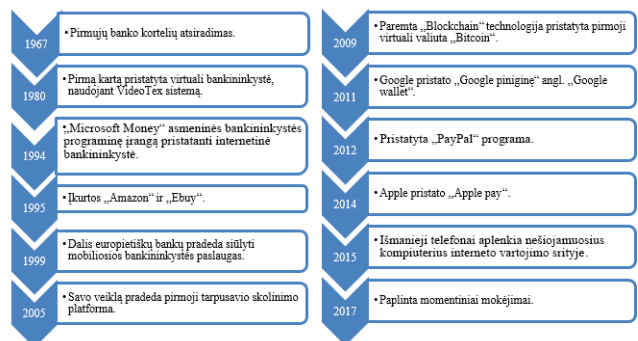
Anot Desai (2015), FINTECH ištakos pastebimos praėjusio amžiaus šeštajame dešimtmetyje, kai atsirado pir-

mosios kredito kortelės, kurias naudodami žmonės galėjo saugoti savo lėšas ne grynųjų pinigų pavidalu, o septintajame dešimtmetyje atsirado bankomatai ir jie padėjo naudotojams sutaupyti laiko bei išvengti eilių banko kasose. Aštuntajame dešimtmetyje atsirado elektroninės akcijų biržos, kuriose makleriai galėjo investuoti virtualiai, devintajame dešimtmetyje daugėjo bankų, augo kompiuterių ir didžiųjų duomenų (angl. *big data*) sritys. Praėjusio amžiaus dešimtajame dešimtmetyje klestėjo interneto ir elektroninės komercijos verslo modeliai (1 paveikslas).

Knygos apie finansines technologijas „The FINTECH book“ autoriai Susanne Christi ir Janos Barberis (Christi ir Barberis, 2016) teigia, kad didelę įtaką sparčiam finansinių technologijų išplitimui turėjo 2008 m. ekonominė krizė. Krizės metu stipriai susilpnėjo žmonių pasitikėjimas standartinių bankų veikla. Buvo manoma, kad dėl ekonominės krizės buvo kalti bankų priimti sprendimai. Tuo pat metu atsirado arba savo brandą pasiekė naujosios technologijos (pvz., blokų grandinių technologija, dirbtinis intelektas, alternatyvūs mokėjimai ir kt.), kurios lėmė konkurencingas kainas ir paslaugų kokybę rinkoje, taip pat prie šio reiškinio prisidėjo išmaniųjų telefonų paplitimas, kuris sukūrė sąlygas diegti naujas technologijas ir paversti jas lengvai pasiekiamomis naudotojams.

Elektroninių medijų samprata yra įvairi. Svarbu pabrėžti, kad e. medijų terminas glaudžiai siejamas su naujųjų medijų terminu. Naujųjų medijų sąvoka siejama su tokiomis technologinėmis savybėmis kaip elektroninis informacijos kaupimas ir globali aprėptis, kurios, nors naujos tuo metu, dabar daugumai žmonių yra visiškai įprastas dalykas. Nuo to laiko naujųjų medijų terminas vartotas vis dažniau (Peters, 2009). B. Petersas siūlo du naujųjų medijų apibrėžimus, apimančius šį nuolatinės kaitos aspektą.

Pagal pirmąjį apibrėžimą naujosios medijos gali būti suprantamos kaip atsirandančios komunikacijos ir informacijos technologijos, esančios svarstymo ir nesvarumo etape. Šiuo apibrėžimu pabrėžiama, kad konkrečios medijos iš nežinomybės ir neaiškumo būsenos pereina išradimo, inovacijos, akivaizdumo ir sunykimo etapus – naujųjų medijų terminu įvardijami pirmieji iš jų.



1 paveikslas. FINTECH evoliucija (sudaryta autorės, pagal FinTech Infographics: The Evolution of FinTech, 2016)
Figure 1. The evolution of Fintech (created by author, based on FinTech Infographics: The Evolution of FinTech, 2016)

Pagal antrąjį apibrėžimą naujosios medijos yra neaiškios ir jų kol kas neįmanoma apibrėžti. Tai yra neaiškūs objektai, neaiškios jiems taikytinos sąvokos, ne iki galo suprastas jų naudojimas, tikslas ir poveikis. Svarbu, kad toks neaiškumas gali būti taikomas ne tik atsirandančioms pačioms naujosioms technologijoms, bet ir kasdienėms masinės komunikacijos priemonėms, kurių naudojimas tampa neaiškus dėl kai kurių kitų technologijų įtakos (Peters, 2009).

Nepaisant naujųjų medijų termino neapibrėžtumo, jis gana neproblemiškai ir labai plačiai vartojamas. M. Listeris ir kt. nurodo tris jo paplitimo priežastis. Pirma, naujosios medijos yra susijusios su platesnio masto istoriniais pokyčiais; antra, naujumo sąvoka kelia teigiamų ideologinių konotacijų; trečia, tai yra naudingas ir gana platus terminas, leidžiantis išvengti naujųjų medijų sąvokos siaurinimo iki techninių terminų (Lister, Dovey, Grant ir Kelly, 2009).

E. medijų samprata plačiąja prasme yra suvokiama kaip visos komunikacijos ir rinkodaros priemonės, kurios veikia virtualioje erdvėje, taip pat elektroninės prekybos ir kitas su žinių sklaida susijusias priemones, ir kt.

1.2. FINTECH ir e. medijų klasifikavimas

Šiame darbe FINTECH veikla yra skirstoma į 5 veiklos sritis – mokėjimų, draudimo, planavimo, kredito ir investavimo (2 paveikslas). FINTECH veiklos sritys kartu sukuria inovatyvią sistemą, palengvinančią naudojamą kasdieninėmis finansų paslaugomis (Lloyd, Gulamhuseinwala ir Hatch, 2016).

Toliau kiekviena FINTECH veiklos sritis išnagrinėta išsamiau:

1. Valiutų konvertavimas ir mokėjimai – mokėjimų srityje nuo XXI a. pradžios sparčiai daugėja būdų alternatyviai atsiskaityti. Alternatyvūs atsiskaitymai – tai atsiskaitymai išvengiant kontakto su banku, t. y. naudojantis kitų mokėjimo paslaugų teikėjų paslaugomis. Naudojantis finansinėmis technologijomis, mokėjimai gali būti pigesni, greitesni ir patogesni. Mokėjimų srityje ypač populiarėja el. pinigų įstaigų atsiskaitymai ir valiutos konvertavimas (Revolut, TransferGo, PaySera).

2. Finansų planavimas – šioje srityje FINTECH apibrėžiamas kaip asmeninių finansų planavimas, finansų apskaita ir valdymas. Planavimo sritis FINTECH yra

susijusi su naudotojo saviugda, norint išmokti efektyviai reguliuoti savo finansus (Bales, Sohn ir Setlur, 2011). Šiuo metu egzistuoja daug informacinių technologijų platformų („Spending“, „Wally – smart personal finance“, „Finance“ ir kt.), kurios leidžia naudotojui nuolat valdyti savo finansus ir išvengti neapgalvotų išlaidų.

3. Investavimas – čia FINTECH pasireiškia kaip virtualus investavimas į įvairias finansines priemones. Viena iš priemonių, kuri palengvina virtualų investavimą, yra virtualus patarėjas – robotas (angl. *robo-advice*), kuris gali sukurti investicinį portfelį, atsižvelgdamas į naudotojo reikalavimus. Investavimas FINTECH pasireiškia ir per virtualias investavimo platformas („Forex“, „Plus500“ ir kt.), dėl kurių galima investuoti naudojantis išmaniaisiais telefonais ar kompiuteriais. Tai palengvina kliento investavimą, nes, prieš investuodamas, jis gali sekti norimo objekto kainas, pamatyti tendencijas bei priimti sprendimą vieno mygtuko paspaudimu. Virtualios investavimo platformos pakeitė investavimą akcijų biržose ir paskatino daugiau rinkos dalyvių įsitraukti į investavimą, nes šis būdas yra lengvesnis ir patogesnis, taip pat nereikalauja investuotojo vykti į fizinę vietą.

4. Skolinimas / skolinimasis – šioje srityje FINTECH pasireiškia kaip skolinimo / skolinimosi platforma tarp investuotojo ir skolininko nedalyvaujant bankui. Toks skolinimas yra skirstomas į du tipus:

- Tarpusavio skolinimas
- Sutelktinis finansavimas.

Anot Michael Klafft (Klafft, 2009), tarpusavio skolinimas – tai skolinimasis internetinėje platformoje, kurioje skolintojai pateikia prašymus dėl paskolų internetu ir privatūs skolintojai siūlo finansavimą. Tai platforma, kuri suburia investuotojus ir skolininkus į vieną virtualią erdvę, o pati platforma veikia kaip tarpininkas. Platformos yra naudingos skolininkams, kuriems standartiniai bankai ar greitieji kreditai negali išduoti paskolos, arba naudotojams, kurie negali pasiskolinti bankuose, bet nori skolintis pigiau, nei tai siūlo greitieji kreditai.

Sutelktinis finansavimas yra projekto arba įmonės finansavimas internetinėje platformoje, siekiant įgyvendinti verslo projektą (Schwienbacher ir Larralde, 2010). Skolindamas investuotojas gali įsigyti kreditoriaus reikalavimo teises. Skolinimas vyksta virtualioje erdvėje ir veikia

Valiutos konvertavimas ir mokėjimai	Finansų planavimas	Investavimas	Skolinimas/ skolinimasis	Draudimas
<ul style="list-style-type: none"> • Valiutos konvertavimas, mobilieji mokėjimai, momentiniai mokėjimai, virtualios kredito ir debeto kortelės, atsiskaitymo programėlės. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asmeninių finansų valdymas, pensijos planavimas, mokesčiai, virtualus finansų planavimas ir kt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investavimas internetu, investavimo programėlės, investavimo robotai patarėjai (angl. robo-advice) ir kt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tarpusavio skolinimas, sutelktinis finansavimas, virtualios skolinimo / skolinimosi platformos ir kt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Virtualios draudimo sutartys, draudimasis internetu, draudimo programėlės ir kt.

2 paveikslas. FINTECH veiklos sričių skirstymas (sudaryta autorės pagal EY FinTech Adoption Index, 2017)
Figure 2. Fintech business areas (created by author, based on EY FinTech Adoption Index, 2017)

panašiu principu kaip tarpusavio skolinimas. Skirtumas, jog investuotojas investuoja į verslo projektą ar esamą verslą ir jo plėtrą kaip į fizinį ar juridinį asmenį. Skolininkas pritrauktą kapitalą gali naudoti verslo steigimo, plėtos, profesiniais tikslais, tačiau kapitalas negali būti naudojamas asmeniniam vartojimui.

5. Draudimas – šioje srityje FINTECH pasireiškia per virtualias draudimo sutartis, virtualų konsultavimą, virtualų tarpininkavimą. Kaip ir kitose srityse, draudimo srityje yra naudojamos išmaniosios technologijos siekiant supaprastinti draudimosi procesą. Lietuvoje nėra FINTECH draudimo įmonių, tačiau egzistuoja virtualių draudimo tarpininkų, kurie teikia FINTECH paslaugas ir sudaro galimybes sudaryti virtualias draudimo sutartis, taip pat yra funkcija, kurią taikydamas naudotojas gali rinktis iš kelių draudimų, lyginti jų kainas bei teikiamų paslaugų spektrą.

Naujosios medijos yra apibrėžiamos įvairiai. M. Listeris ir kt. (Lister et al., 2009) naująsias medijas siūlo apibrėžti pagal pokyčių sritis:

Naujos tekstinės (plačiąja prasme) patirtys – naujos žanrinės ir tekstinės formos, pramogos, medijų vartojimo modeliai (kompiuteriniai žaidimai, simuliacijos, specialiųjų efektų kinas).

Nauji pasaulio pavaizdavimo būdai – medijos, kurios teikia naujas vaizdavimo galimybes ir patirtis: panardinančios (angl. *immersive*) virtualios aplinkos, per ekraną veikiančios interaktyvios įvairialypės terpės.

Nauji santykiai tarp subjektų (naudotojų) ir medijų technologijų – nauji vaizdų ir komunikacijos priemonių naudojimo būdai, naujos reikšmės, suteikiamos medijų technologijoms.

Naujos ikūnijimo, tapatybės ir bendruomeniškumo patirtys – laiko, erdvės ir vietos asmeninio bei socialinio suvokimo pokyčiai, keičiantys tai, kaip suprantame save ir savo vietą pasaulyje.

Naujos fizinio kūno ir technologijų santykio koncepcijos – iššūkiams priimtai skirčiai tarp žmogiško ir dirbtinio, gamtos ir technologijos, kūno ir (medijos kaip) protezų, realaus ir virtualaus.

Nauji organizavimo ir gamybos modeliai – medijų kultūros, pramonės, ekonomikos, prieigos, nuosavybės, kontrolės ir reguliavimo pokyčiai, persigrupavimai ir integracija.

2. E. medijų poveikis FINTECH sektoriaus plėtrai

E. medijų poveikį FINTECH plėtrai tinkamai atspindi statistika. E. medijų populiarumas ir naudojimas verslo plėtrai Lietuvoje yra akivaizdus – dauguma verslų reklamuojasi socialiniuose tinkluose, taip pat verslai plečia savo veiklą ir steigiami tiek fiziniu, tiek elektroniniu pavidalu. Finansinių technologijų industrija šiuo metu Lietuvoje įgauna pagreitį. Lietuvos bankui ir LR finansų ministerijai išsikėlus tikslą tapti finansinių technologijų centru Baltijos ir Šiaurės regione, vykdomi veiksmai tampa efektyvūs ir matomi tiek klientams, tiek naujai besisteigiančioms finansų sektoriaus įmonėms (Lietuvos finansų ministerija, 2017). 2017 m. buvo suteiktos 32 naujos licencijos FINTECH įmonėms, iš kurių 20 yra EPI, 5 mokėjimų įstaigos, 7 tarpusavio skolinimo ir sutelktinio finansavimo įmonės. 2016 m. licencijų FINTECH įmonėms buvo suteikta kone per pus mažiau, t. y. 17 vnt. Šiuo metu Lietuvoje veikia 117 FINTECH įmonių (Invest Lithuania, 2018).

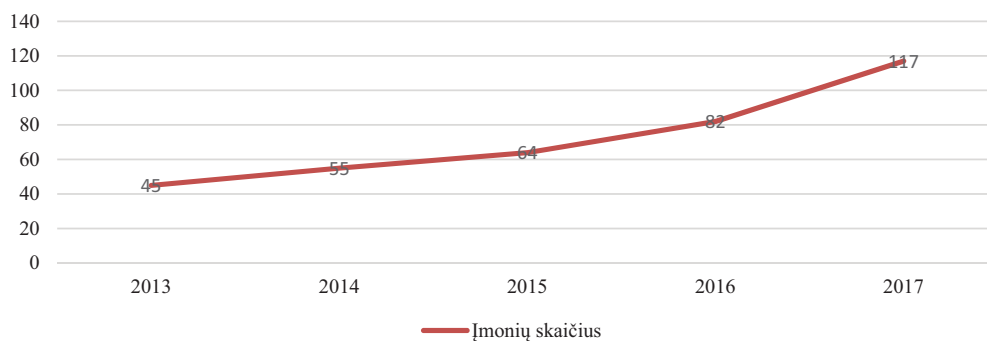
Šiuo metu Lietuvoje yra sukurta daugiau nei 1850 aukštą pridėtinę vertę turinčių darbo vietų. FINTECH įmonės įdarbina vis daugiau darbuotojų. Iš visų šalyje veikiančių FINTECH įmonių 11 % yra įdarbinusios 50–249 darbuotojus, 5 % – 20–49 darbuotojus, 18 % – 10–19 darbuotojų, 26 % – 5–9 darbuotojus ir 40 % įmonių yra įdarbinę 1–4 darbuotojus (Invest Lithuania, 2018). 3 paveiksle matomas socialinių tinklų naudotojų skaičiaus augimas (Statista, 2017). Didelę svarbą FINTECH plėtrai turi ir ypatingos sąlygos Lietuvoje kurti elektroninį verslą, nes Lietuvos gyventojai yra technologiškai pažangūs ir Lietuvos sostinės Vilniaus interneto sklaida yra pripažinta viena didžiausių pasaulyje.

3 paveikslėlyje galima matyti FINTECH įmonių augimą Lietuvoje (Invest Lithuania, 2018).

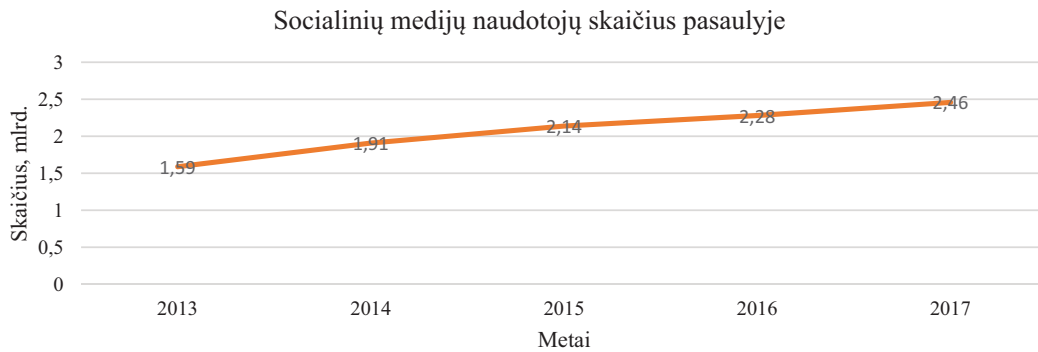
4 paveiksle matomas socialinių tinklų naudotojų augimas 2013–2017 metais. Palyginus ir išanalizavus duomenis bei taikant koreliacijos metodą galima daryti išvadas apie socialinių tinklų ir elektroninių medijų vienos iš didžiausių sričių sąsajas.

Apskaičiavus koreliacijos koeficientą nustatyta, kad FINTECH įmonių augimo ir socialinių medijų naudotojų skaičius pasaulyje stipriai koreliuoja – gautas koreliacijos koeficientas 0,908097.

FINTECH įmonių augimas Lietuvoje



3 paveikslas. FINTECH įmonių skaičiaus augimas Lietuvoje (sudaryta autorės pagal FINTECH report Lithuania, 2017)
Figure 3. Fintech businesses growth in Lithuania (created by author, based on FINTECH report Lithuania, 2017)



4 paveikslas. Socialinių medijų naudotojų skaičius pasaulyje (sudaryta autorės pagal „Statista“ duomenis)
Figure 4. Social media users in the world (created by author, based on “Statista”)

Remiantis darbe pateiktais statistiniais duomenimis ir koreliacijos koeficientu darytina išvada, kad daugėjant socialinių ir kitų interneto naudojimo priemonių didėja ir galimybės verslui. Kadangi FINTECH sektoriaus veikimas yra paremtas virtualios erdvės išnaudojimu verslo tikslams, tai įrodo neatsiejamą elektroninių medijų poveikį tokio tipo verslams steigti, nes didelė tikimybė, jog technologiškai pažangūs naudotojai naudojami ne vienu interneto kanalu.

3. FINTECH ir e. medijų sąsajos bei tyrimų analizė

FINTECH ir e. medijos turi tiriamąjį ryšį, nes FINTECH verslai savo paslaugas dažniausiai reklamuoja socialinėse medijose arba interneto tinkle. Tyrime bus apžvelgiamos FINTECH ir e. medijų sąsajos vertinant socialinių medijų ir atskirų FINTECH sričių naudotojų ypatybes. Taip bus išsiaiškinta, kokia yra technologinio imlumo bei socialinių medijų ir interneto reklamos daroma įtaka FINTECH verslams. Šiuo atveju analizuojamas autorės atliktas tyrimas ir socialinių medijų bei interneto naudotojų statistikos sąryšis arba, kitaip tariant, FINTECH naudotojų ir e. medijų priklausomybė. Autorės tyrimui atlikti panaudota apklausa. Socialinių medijų duomenims buvo parinktas mokslinis tyrimas, kurio duomenimis buvo remtasi. Auto-

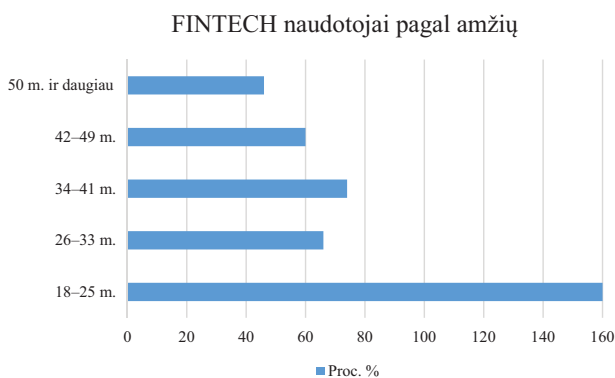
rės apklausoje dalyvavo 406 asmenys, iš jų 198 vyrai ir 208 moterys. Apklausoje respondentai pagal amžių pasiskirstė taip, kaip pateikta 5 paveiksle.

Remiantis pasirinktu tyrimu apie socialinių medijų naudotojus (Perrin, 2015) nustatyta, kad daugiausiai socialinėmis medijomis naudojasi jauno amžiaus asmenys. Tyrime buvo analizuojama, kiek kokio amžiaus asmenų naudojami socialiniais tinklais.

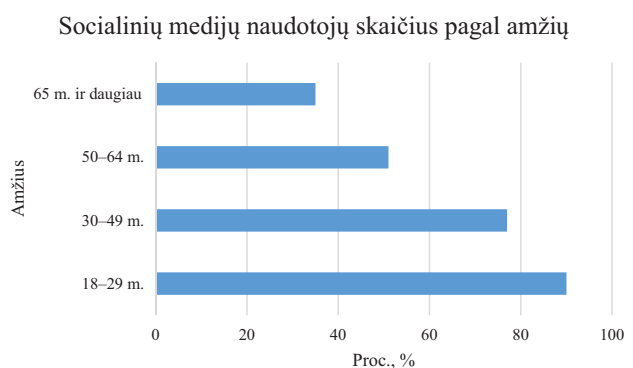
Remiantis pasirinktu straipsniu matoma sąsaja, kad tiek FINTECH, tiek e. medijomis labiausiai naudojami jaunuoliai nuo 18 iki 29 metų. Šioje amžiaus kategorijoje socialiniais tinklais naudojasi net 92 procentai visuomenės. Remiantis tyrimu, pastebėta, kad kuo vyresnio amžiaus respondentai, tuo mažiau jie naudojami socialiniais tinklais.

Toliau darbe bus apžvelgiamos socialinių medijų naudojimosi ir FINTECH naudojimosi sąsajos. Socialinėmis medijomis daugiausia naudojami asmenys, turintys aukštąjį išsilavinimą, tokia pat tendencija pastebima ir FINTECH mokėjimų srityje (7 paveikslas).

FINTECH naudotojai daugiausia yra jaunuoliai, tad dauguma jų dar yra studentai. Pagal pasirinktą tyrimą socialinių medijų demografijai išsiaiškinti nustatyta, kad socialinėmis medijomis daugiausia naudojami aukštąjį išsilavinimą turintys asmenys. Išanalizavus FINTECH ir soc. medijų naudotojus pagal išsilavinimą, nustatyta 0,617281

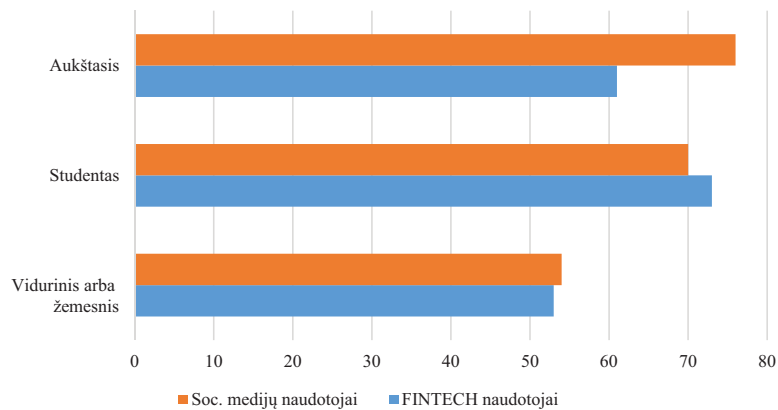


5 paveikslas. Pasiskirstymas pagal amžių (sudaryta autorės pagal apklausos duomenis)
Figure 5. Fintech users by the age (created by author, based on survey metadata)



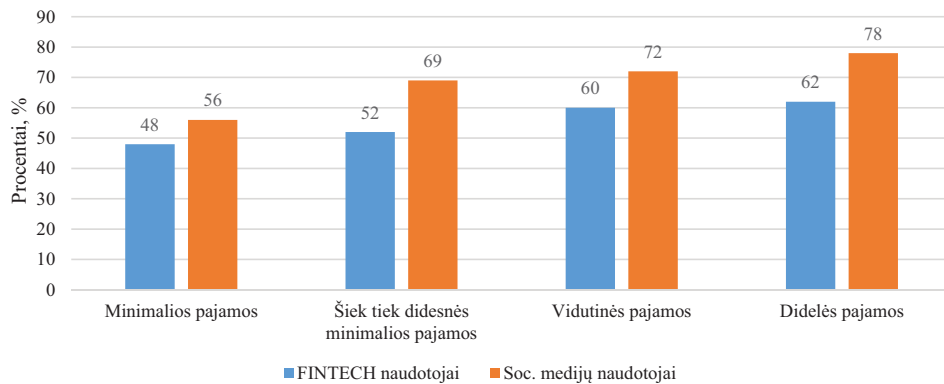
6 paveikslas. Socialinių medijų naudotojų pasiskirstymas pagal amžių (sudaryta autorės pagal Perrin, 2015)
Figure 6. Social media users by the age (created by author, based on Perrin, 2015)

FINTECH ir socialinių tinklų naudotojai pagal išsilavinimą



7 paveikslas. Socialinių medijų ir FINTECH naudotojų priklausomybė nuo išsilavinimo (sudaryta autorės pagal apklausos duomenis ir Perrin, 2015)
Figure 7. Social media and Fintech users dependence on oppression (created by author, based on survey metadata and Perrin, 2015)

FINTECH ir soc. medijų naudotojai pagal pajamas



8 paveikslas. FINTECH ir soc. medijų priklausomybė nuo uždirbamo atlyginimo (sudaryta autorės pagal apklausos duomenis ir Perrin, 2015)
Figure 8. Fintech and social media dependence on salary (created by author, based on survey metadata and Perrin, 2015)

koreliacija, pagal šį rodiklį galima teigti, kad rodikliai vidutiniškai koreliuoja.

Taip pat nustatytos sąsajos tarp FINTECH mokėjimo įstaigų naudotojų ir gaunamų pajamų (8 paveikslas).

Remiantis pasirinkto tyrimo duomenimis, socialinių medijų naudojimas taip pat susijęs su gaunamų pajamų dydžiu. Apskaičiavus koreliacijos koeficientą gautas rezultatas 0,920648554. Pagal rezultatą galima teigti, kad rodikliai stipriai koreliuoja.

Palyginus elektroninių medijų vieną plačiausių sričių bei šiai sričiai pasirinktą tyrimą ir FINTECH naudotojų naudojimo tyrimą, galima daryti išvadą, kad elektroninės medijos bei viena populiariausių reklamos platformų – socialinės medijos – turi priklausomybę. FINTECH verslai veikia internetiniu principu, todėl FINTECH paslaugos yra orientuotos į techniškai pažangų bei virtualioms paslaugoms ir funkcijoms imlų naudotoją, todėl FINTECH reklamavimo ir egzistavimo esmė slypi interneto tinkle vykdomoje reklamoje bei internete skelbiamuose pranešimuose.

Išvados

FINTECH kaip reiškinys yra suvokiamas plačiai, tačiau dėl šio reiškinio naujumo susiduriama su mokslinės literatūros stoka šioje srityje. Vis dėlto darytinos visuotinės išvados, kad FINTECH – tai finansinių priemonių visuma, leidžianti naudotojui tvarkyti savo asmeninius finansus virtualioje erdvėje. FINTECH įmonė – tai įmonė, kuri neturi fizinių aptarnavimo skyrių ir aptarnauja klientus naudodama informacines technologijas. FINTECH priemonės – tai standartinių finansinių įmonių naudojamos priemonės, perkeltos į virtualią erdvę.

Finansinių paslaugų naudotojams kainos atžvilgiu patrauklesnės yra FINTECH įmonės, nes daugelis jų taiko nedidelius kliento mokesčius arba iš vis jų netaiko. FINTECH įmonės dažnai būna tarptautinės, todėl jų naudotojams patogiau naudotis jų paslaugomis ir išvykus į kitą šalį. Be kita ko, FINTECH mokėjimų įstaigos diegia inovatyvias ir patrauklias vartojimo funkcijas, tokias kaip

nemokamas pinigų išgryninimas, nemokamos europinės perlaidos ir kt.

Išsiaiškinta, kad naujosios medijos vis dar nėra tiksliai apibrėžiamos. Elektroninės medijos labiausiai tapatinamos su rinkodara interneto tinkle, su masinėmis informacijos sklaidimo priemonėmis. Manoma, kad medijų poveikis yra didelis, nes šiuolaikiniame pasaulyje didžioji dalis žmonės pasiekiančios informacijos gaunama per masines medijos ir informacijos sklaidos priemones.

Atlikus išsamią literatūros šaltinių analizę ir atlikus koreliaciją pastebima, kad elektroninių medijų naudotojų didėjimas ir FINTECH naudotojų augimas turi ryšį bei stipriai koreliuoja.

Atlikus pasirinktų tyrimų lyginimą pastebėtina, kad FINTECH ir e. medijos yra susijusios savo naudojimo principu, t. y. kuo daugiau yra socialinių tinklų naudotojų, tuo daugiau naudojamosi finansinėmis technologijomis, todėl daroma išvada, kad FINTECH kaip elektroniniai verslai yra stipriai priklausomi nuo masinių komunikacijos priemonių.

Atlikus pasirinktų tyrimų analizę matyti, kad FINTECH naudotojai atitinka tuos pačius bruožus, kaip socialinių medijų naudotojai. FINTECH naudotojai analizuojamose srityse lyginti pagal tuos pačius kriterijus, kaip ir socialinių tinklų naudotojai, ir šioje analizėje matomi atitikimai. T. y. FINTECH ir e. medijų naudotojai buvo vertinami pagal amžių, ir pastebėtina, kad tiek socialinėmis medijomis, tiek FINTECH labiausiai naudojasi jauno amžiaus asmenys iki 30 m. Taip pat buvo lyginamos sąsajos tarp FINTECH ir socialinių medijų naudotojų išsilavinimo. Paaiškėjo, kad abiejų sričių naudotojai daugiausiai yra aukštąjį išsilavinimą turintys asmenys. Daugiausia FINTECH mokėjimų ir socialinių medijų naudotojų uždirba dideles pajamas.

Atlikus tyrimą galima teikti, kad FINTECH įmonės turėtų reklamuotis socialiniuose tinkluose, taip pat, kad iš dalies FINTECH naudotojai ir jų sprendimai yra veikiami socialinėse erdvėse skelbiamos informacijos.

Literatūra

- Bales, E., Sohn, T., & Setlur, V. (2011). Planning, apps, and the high-end smartphone: Exploring the landscape of modern cross-device reaccess. In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, Vol. 6696 LNCS (pp. 1-18). https://doi.org/10.1007/978-3-642-21726-5_1
- Christi, S., & Barberis, J. (2016). *The FinTech book*. Susanne Chishiti and Janos Barberis. <https://doi.org/10.1002/9781119218906>
- EIOPA. (2017). *Response to the Commission's public consultation on FinTech: A more competitive and innovative European Financial Sector*. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2017-fintech-summary-of-responses_en.pdf
- European Banking Authority. (2017). *EBA Discussion Paper on financial technology companies*, (August), 56. Retrieved from <https://doi.org/https://eba.europa.eu/documents/10180/1919160/EBA+Discussion+Paper+on+FinTech+%28EBA-DP-2017-02%29.pdf>

- Invest Lithuania. (2018). *Lithuanian Fintech Report 2017*. Retrieved from <https://investlithuania.com/wp-content/uploads/2018/02/Lithuanian-Fintech-Report-2017.pdf>
- IOSCO. (2017). 74. IOSCO Research Report on Financial Technologies (Fintech). *International Organization of Securities Commissions*, (February). Retrieved from www.world-exchanges.org/home/index.php/files/18/Studies
- Klafft, M. (2009). *Online peer-to-peer lending: a lenders' perspective*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1352352>
- Lietuvos Finansų ministerija. (2017). *Pasiūlymai Lietuvos Respublikos Vyriausybei dėl finansinių technologijų (FINTECH) industrijos plėtros Lietuvoje*. Prieiga per internetą: https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/Pasiulymai_LR_Vyriausybei_dėl_Fintech_industrijos_plėtros_Lietuvoje.pdf
- Lister, M., Dovey, J., Grant, I., & Kelly, K. (2009). New media: a critical introduction. *New Media: A Critical Introduction*. Retrieved from www.newmediaintro.com
- Lloyd, J., Gulamhuseinwala, I., & Hatch, M. (2016). EY FinTech Adoption Index. *EY Fintech, 2017*, 1-38. Retrieved from [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-adoption-index-2017/\\$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-adoption-index-2017/$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf)
- Münch, J. (2016). *What is FinTech and why does it matter to all entrepreneurs*. Retrieved from <https://www.hottopics.lt/3182/what-is-fintech-and-why-it-matters/>
- Perrin, A. (2015). *Social media usage: 2005–2015*. Pew Research Center. Retrieved from www.pewresearch.org/internet
- Peters, B. (2009). And lead us not into thinking the new is new: A bibliographic case for new media history. *New Media and Society*, 11(1-2), 13-30. <https://doi.org/10.1177/1461444808099572>
- Sanicola, L. (2017). What is FinTech? *Huffington Post*. Retrieved from https://www.huffingtonpost.com/entry/what-is-fintech_us_58a20d80e4b0cd37efcfbaa?gucounter=1
- Schwiendbacher, A., & Larralde, B. (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. SSRN, Vol. 11. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1699183>
- Statista. (2017). *Number of social media users worldwide 2010–2017*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Van Loo, R. (2018). Making innovation more competitive: The case of fintech. *UCLA Law Review*, 65(1), 232-279. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2966890&download=yes

APPLICATION OF ELECTRONIC MEDIA SOLUTIONS IN THE FINTECH SECTOR

K. Retkutė, V. Davidavičienė

Abstract

Interfaces between FINTECH and electronic media has been analyzed in the article. The main activity areas of FINTECH and the electronic media and their distribution are reviewed. The impact of electronic media on FINTECH users is analyzed in the article. The impact of electronic media on FINTECH's activities and the consumer is analyzed. Connection between electronic media and FINTECH users are compared. FINTECH sector and e-media in various fields, based on salary, age, as well as e-media are compared with the help of comparative analysis.

Keywords: FINTECH, electronic media, FINTECH companies, FINTECH users, e-media management, e-media users, e-media solutions.