

росов, який буде проводити спеціалізована компанія - переможець тендера на виконання даного виду робіт. С урахуванням накопленого досвіду, до такої компанії будуть пред'явлені наступні вимоги: науково обґрунтована методика проведення дослідження (обґрунтування кількості та складу опитуваних); опитувальник повинен охоплювати різні аспекти перебування туристів (в тому числі запити, мотивації, зауваження та пропозиції щодо організації обслуговування та ін.); дослідження повинні проводитися круглодобово, з акцентом на літній сезон; дослідження повинні охоплювати всі курортні зони Криму, а також ті регіони в Україні та за її межами, з яких спостерігається найбільший потік відпочиваючих; звіт по проведенню дослідження повинен містити не тільки отримані дані, а й їх аналіз та трактування. Крім цього, результати досліджень повинні бути оформлені та представлені в уніфікованому вигляді, в відповідності з загальноприйнятими міжнародними вимогами. Це дозволить проводити постійний моніторинг стану попиту на кримський турпродукт, наявності та сильних сторін конкурентних Криму місць відпочинку, а також надавати отримані результати зацікавленим сторонам (наприклад, потенційним інвесторам, Міністерству курортів та туризму для прийняття організаційних рішень; різними підприємствами, пов'язаними з туризмом та ін.).

Для дослідження пропонується організувати (створити) групу фахівців - експертів по різних аспектах туристичної та господарської діяльності підприємства, які будуть в ній працювати на залученій основі. Експерти на основі свого досвіду, кваліфікації та професіоналізму зможуть дати об'єктивну оцінку якості надаваних туристичних послуг того чи іншого підприємства.

Система показників оцінки економічного стану (або конкурентоспроможності) підприємства, з допомогою якої експерти висунуть своє висновок про стан та перспективи покращення діяльності підприємства, крім типових коефіцієнтів фінансово-господарського аналізу та стандартних галузевих по формі ТУР-1, повинна містити і спеціальні. До останніх можна віднести такі, як наявність власної території (площа всього, в тому числі під будівлями, вільна, зайнята зеленими насадженнями, кущами, деревами); рівень забруднення навколишнього середовища (пляж, територія, повітря); наявність/відсутність власного водопостачання, стоянки; справні телевізори, сучасна мебель; власні засоби розваги відпочиваючих; власний транспорт (наявність, ступінь комфортності); кількість персоналу на 1 відпочиваючого, якісна оцінка персоналу, власна кухня та якість приготування їжі та ін.

Систематизація оцінки реальної привабливості надаваних послуг кримськими турпідприємствами забезпечить методикою та розрахунковим інструментарієм самооцінку та порівняльний конкурентний аналіз, буде сприяти правильному вибору цільового ринку, а цілеспрямоване вдосконалення діяльності та її забезпечення дозволить збільшити ефективність діяльності підприємств, а також задоволеність відпочинку туристів.

Істочники та література

1. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризмі: Учеб. посібник/Під загальною ред. З.М. Горбулевої. – Мн.: «Економікпресс», 1998. – 400с.

Бондар О.П.

ДО ПИТАННЯ ПРО СУТНІСТЬ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУ

Постановка проблеми й зв'язок з науковими програмами. Важливе місце у задоволенні виникаючих потреб населення й у підвищенні його життєвого рівня займає споживчий кредит. Уточненню кола відносин, що стосуються споживчого кредиту, та визначенні його межі присвячена дана стаття. Робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри банківської справи КЕІ КНЕУ.

Мета дослідження. Уточнення окремих теоретичних положень споживчого кредиту шляхом групування існуючих поглядів відносно його сутності та розробки власного визначення.

Зміст статті. Необхідно відзначити, що комплексне і різнобічне дослідження споживчого кредиту у вітчизняній економічній літературі в основному припадає на 70–80-і роки, що пояснюється зростаючими обсягами надання споживчих кредитів у цей період.

На вивчення даної проблеми були спрямовані праці В.С. Захарова [1], Ю.С. Крупнова [2], Г.К. Махарадзе [3], С.Н. Ні [4], В.А. Черненко [5] і ряду інших авторів. Особливо слід зазначити дослідження українських економістів М.Д. Алексієнка і В.А. Ольшанського [6], які здійснили глибокий аналіз існуючих точок зору про зміст споживчого кредиту й обґрунтували власне бачення його сутності.

На наш погляд, при визначенні сутності споживчого кредиту необхідно виходити з наступних основних положень:

- По-перше, споживчий кредит виступає однією з форм кредиту. Тому його визначення має включати всі необхідні загальні для форм кредиту як економічної категорії характеристики.
- По-друге, у визначенні споживчого кредиту повинна чітко відобразитися структура кредиту. Структура є тим, що залишається стійким і незмінним у кредиті і включає його суб'єкти в особах кредитора і позичальника, а також об'єкт передачі — позичену вартість. Тому визначення сутності споживчого кредиту повинне містити усі типи кредиторів і позичальників, які є сторонами у цьому кредиті, а також усі форми позиченої вартості.
- По-третє, пізнання сутності споживчого кредиту припускає розкриття його основи, що представляє собою найбільш глибоку частину сутності споживчого кредиту, те, чим вона визначається і чим вона

виділяється як форма економічної категорії "кредит". Основа споживчого кредиту знаходить своє відображення через цільову спрямованість кредиту. Адже сама назва "споживчий" походить від слів "споживання", "споживач", тобто даний кредит спрямований на особисте споживання.

Зроблений нижче аналіз існуючих у літературі підходів до визначення сутності споживчого кредиту дозволив нам здійснити їхню класифікацію в залежності від цільової спрямованості кредиту. За даним критерієм виділені чотири підходи до основи споживчого кредиту (рис.1).

Перший підхід щодо змісту споживчого кредиту відображають погляди М.Г. Антонова і М.А. Песселя – авторів книги "Грошовий обіг, кредит та банки": "Споживчий кредит. Він виступає у виді позичкових коштів, наданих банками, підприємствами чи державою населенню. Основні види банківського кредиту – продаж товарів із розстрочкою платежу, позички на кооперативне житлове, індивідуальне будівництво, на господарське обзаведення, розвиток фермерства, на операції ломбардів" [7, с. 37]. З даного висловлення випливає, що всі кредити, надані населенню, носять характер споживчих. Але кредити на розвиток фермерства, підприємницьку діяльність приватним підприємцям спрямовані не на задоволення споживчих потреб населення, а виробничих. Джерелом погашення даних кредитів будуть виступати доходи, одержані від їхнього використання. Також не можна погодитись з цими авторами й щодо складу суб'єктів кредитних відносин. Адже, крім банків і підприємств, кредитором можуть виступати кредитні установи небанківського типу і населення, причому останній вид кредитних відносин під час нерозвиненості банківського споживчого кредитування одержує значне поширення.

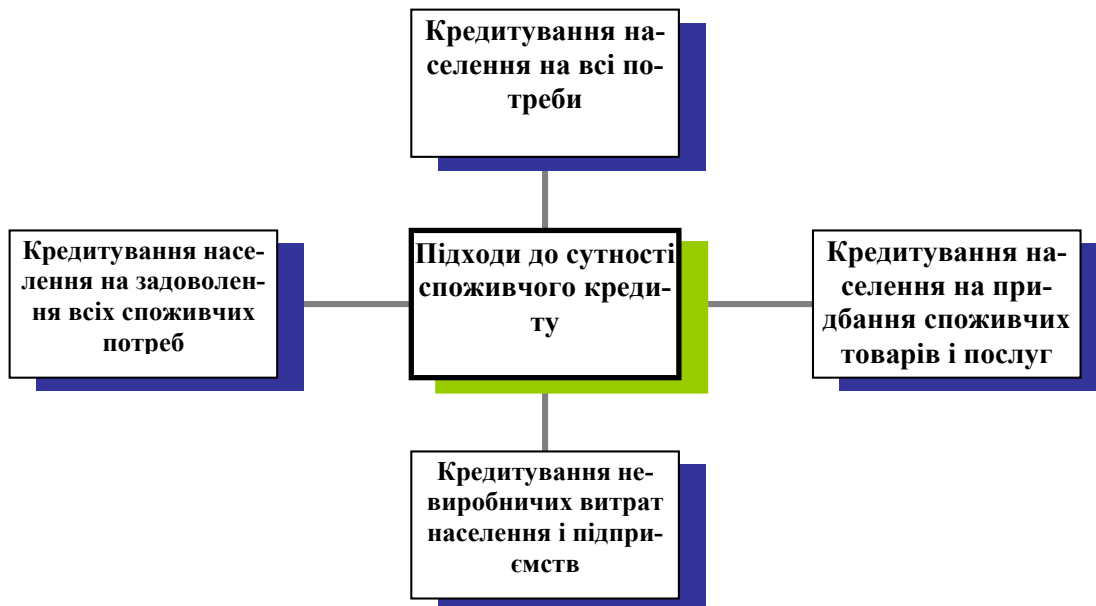


Рис. 1. Підходи до сутності споживчого кредиту в залежності від його цільової спрямованості.

Також у даному трактуванні існує ряд положень, які звужують сутність кредиту взагалі і його споживчої форми, зокрема. Адже не тільки позичкові кошти можуть надаватися в кредит, але й власні кошти кредитора. Помилково, на наш погляд, характеризувати кредит тільки як надання коштів, тому що воно закономірно сполучено зі зворотним рухом позиченої вартості. Надання кредиту може провадитися тільки заради використання споживчих властивостей об'єкта, що позичається, і його наступного повернення до вихідної точки.

На думку В.М. Саутенкова: "Кредит, що надається громадянам, носить характер споживчого, тому що служить засобом задоволення споживчих потреб населення" [8, с. 15]. У даному визначенні автором застосований логічний принцип від загального до частки, але в той же час має особливість – кредитування громадян. Це визначення має недоліки, зумовлені тим, що не всі кредити громадянам служать задоволенню їх споживчих потреб.

Другий підхід до сутності споживчого кредиту акцентує увагу на використанні позичкових коштів для придбання споживчих товарів і послуг. Ця точка зору одержала поширення й в Україні. Так, у "Фінансовому словнику" дається наступне визначення: "Кредит споживчий – кредит, що надається банком фізичній особі для придбання предметів особистого споживання, переважно тривалого користування (транспортних засобів, меблів, теле- та радіоапаратури)" [9, с. 184]. Ми не можемо погодитися з даним визначенням ось чому. У ньому знайшли відображення не всі різновиди споживчого кредиту, а тільки один банківський. Та й представлений тільки одним видом – кредитом на придбання предметів особистого споживання. Комерційними банками, крім зазначеної мети, споживчі кредити можуть надаватися і на поточні потреби, на витрати капітального характеру (купівлю, будівництво, ремонт житла і т.д.) і багато інших цілей.

В.Т. Сусіденко вважає, що "головною відмінною рисою споживчого кредиту є цільова форма кредиту-

вання фізичних осіб. Необхідно зазначити, що споживчий кредит може виступати у двох формах: у формі кредиту покупцеві товару з боку торговельного підприємства у вигляді відстрочки платежу або у формі кредиту на покупку товару, який надається банком " [8, с. 52].

Хоч тут трохи й розширені сутнісні межі споживчого кредиту, але автору не вдається охопити усі існуючі види даного кредиту.

Останні думки спираються на трактування споживчого кредиту економістами більшості економічно розвинених країн, що споживчими називають лише позички, надані на придбання споживчих товарів чи оплату послуг. Кредити ж на купівлю, будівництво і ремонт житла, іпотечні кредити ними до споживчих не відносяться. На думку західних економістів, відносно довгостроковий характер, значні розміри і певна виробнича спрямованість даних кредитів, викликає необхідність їхнього відокремлення й окремим балансовим рядком у звітності комерційних банків. Такий підхід, на наше переконання, не точно відображає поняття "споживчий кредит", оскільки використання позичкових коштів за цими кредитами спрямоване на цілі споживання і не ставить своєю метою одержання додаткового доходу.

На наш погляд, у порівнянні з наведеними нижче трактуваннями, найбільш повне і вдале визначення споживчого кредиту було дано М.Д. Алексієнком і В.А. Ольшанським, відповідно до якого даний кредит "виражає сукупність економічних відносин між соціалістичними підприємствами, організаціями і населенням, а також між самим населенням із приводу надання громадянам для цілей особистого споживання вартості (у грошовій, товарній чи натуральній формі) у тимчасове користування на умовах зворотності і зі сплатою процента" [6, с. 124]. У ньому чітко показані суб'єкти кредитних відносин, виділені форми позиченої вартості, відображена сутнісна основа споживчого кредиту. Разом з тим, сплата відсотка хоч і стає невід'ємним правилом сучасної системи кредитування, але не є обов'язковим. Можна привести безліч прикладів безпроцентних позичок – це кредити друзям, родичам, кредити підприємств своїм працівникам на невідкладні цілі і т.д. Тому сплата відсотка є не сутнісною ознакою кредиту, а принципом (основним правилом) кредитування.

У цьому визначенні, як і в попередніх, позичальником при споживчому кредиті виступає тільки населення. Чи так це?

Допомогу в одержанні відповіді на це питання нам зробить четвертий підхід до сутності споживчого кредиту.

На думку Ю.С. Крупнова до споживчого відноситься кредит, який "наданий банками у грошовій формі господарським суб'єктам і населенню на різного роду витрати невиробничого характеру" [2, с. 54]. Дане трактування не претендує на визначення споживчого кредиту, але в ньому виділені його нові сутнісні риси. По-перше, позичальниками можуть виступати не тільки населення, але і суб'єкти господарювання: підприємства і громадські організації. По-друге, метою надання кредиту є покриття витрат невиробничого характеру. До виробничих витрат автор відносить "витрати, пов'язані із здійсненням індивідуальної трудової діяльності, розвитком колективного садівництва й городництва, веденням особистого підсобного господарства" [2, с. 54]. На наш погляд, частину названих витрат (розвиток садівництва й городництва, ведення особистого підсобного господарства) носить більше споживчий, ніж виробничий характер. Адже продукти праці, отримані в результаті зроблених витрат, будуть спрямовуватися на особисте споживання. Джерелом погашення даного виду кредитів будуть також поточні доходи громадян, а не доходи, одержувані від зроблених вкладень.

Помилково також вважати об'єктом споживчого кредиту населенню тільки основні фонди домашнього господарства, оскільки його об'єктом можуть виступати поточні потреби, послуги, які пов'язані з лікуванням, навчанням і т.д.

Цих же підходів до змісту споживчого кредиту дотримуються й О.І. Лаврушин [10, с. 185] та І.М. Лазепка, котрий у підручнику "Гроші та кредит" визначив споживчий кредит як "кредит, який надається юридичним чи фізичним особам на споживчі потреби" [11, с. 412].

На наш погляд, варто погодитися з думками Ю.С. Крупнова, О.І. Лаврушина й І.М. Лазепки про те, що споживчий кредит може надаватися не тільки населенню для задоволення споживчих потреб, але і підприємствам для цілей непродуктивного характеру, що не створюють нової вартості. Тому джерелом погашення даних кредитів будуть доходи підприємств не від використання кредиту, а від виробничої чи іншої діяльності.

У сучасному господарстві кредит надається не просто у формі грошей, а у формі грошей як капіталу. А це обумовлює їхнє використання позичальником з метою одержання прибутку. Тому кредит підприємству на невиробничі цілі вступає в протиріччя з його змістом і кредит з фактора економічного росту перетворюється в інструмент загострення диспропорцій у розвитку економіки.

Незважаючи на вищезазначену негативну сторону і незначні обсяги, кредит, наданий підприємствам на цілі споживання, все ж такі має місце. Тому при визначенні сутності споживчого кредиту цей його різновид потрібно враховувати.

У той же час, на наш погляд, цілий ряд факторів викликає сумнів у доцільності віднесення кредитів, що надаються підприємствам на невиробничі цілі, до розряду споживчих.

По-перше, це істотне розходження організації кредитного процесу комерційними банками при кредитуванні населення і підприємств на невиробничі витрати. Це і відмінність у джерелах погашення кредитів, методиках оцінки кредитоспроможності, формах контролю за використанням і погашенням кредиту і т.д.

По-друге, система бухгалтерського обліку в комерційних банках не виділяє окремим рядком кредити підприємствам на невиробничі витрати.

По-третє, необхідно враховувати історичні традиції в підходах до сутності споживчого кредиту, які до

позичальників відносять тільки населення.

Виходячи, зі сказаного вище, ми вважаємо за доцільне виділяти споживчий кредит у широкому і вузькому сенсі.

Важливе місце у дослідженні сутності споживчого кредиту займають структура кредиту і характер кредитних відносин між кредитором і позичальником із приводу позиченої вартості.

Можна виділити п'ять типів кредитних відносин, у яких населення виступає позичальником коштів на цілі особистого споживання: 1) держава – банк – населення; 2) кредитний інститут (банк) – населення; 3) банк – підприємство (організація) – населення; 4) підприємство (організація) – населення; 5) населення – населення.

Перший тип кредитних відносин характеризує ті відносини, за яких держава, використовуючи як посередника банківські установи, надає кредит населенню за рахунок коштів державного чи місцевого бюджетів. У такий спосіб населення одержує пільгові кредити на будівництво і придбання житла, навчання у вищих закладах освіти і т.д.

Другий тип кредитних відносин стосується тих відносин, у яких кредитування громадян здійснюється банком у непрямому порядку, тобто через посередника. Посередником можуть бути торгові підприємства, що здійснюють продаж товарів з відстрочкою платежу, а комерційні банки, у свою чергу, купують у них зобов'язання споживачів. Цей вид кредиту одержав дуже широке поширення в економічно розвинених країнах. У ряді випадків банки кредитують підприємства (організації), а ті у свою чергу надають кредити своїм працівникам. Цей вид кредиту в даний час мало розповсюджений, хоч у Радянському Союзі мав широке застосування. У даному типі кредитних відносин позичена вартість виступає у товарній формі.

Третій тип кредитних відносин представлений відносинами, що виникають безпосередньо між підприємством (організацією), що виступає в ролі кредитора, і населенням, що є позичальником. В основному ці відносини представлені кредитами, наданими безпосередньо підприємством населенню при реалізації своїх товарів чи послуг. Найбільш яскравим прикладом є надання в кредит населенню телефонно-телеграфних і комунально-побутових послуг відповідними підприємствами й організаціями. У ряді випадків підприємства (організації) прямо видають кредити своїм працівникам. Зазвичай, такі кредити надаються на невідкладні потреби і без сплати відсотка. Позичена вартість виступає як у товарній (при продажі товарів у кредит), так і у грошовій формі (при кредитуванні підприємствами своїх працівників).

При четвертому типі кредитних відносин кредиторами споживчих потреб населення виступають різні кредитні інститути: комерційні банки, ломбарди, будівельні товариства, кредитні спілки. Основну нішу тут займають комерційні банки, що надають кредит населенню на поліпшення житлових умов, будівництво садових будинків, гаражів, господарське обзаведення, купівлю споживчих товарів і послуг, а також на задоволення інших споживчих потреб.

Особливістю цього типу кредитних відносин є переважно грошова форма позиченої вартості, хоч зустрічається і товарна форма, наприклад, при кредитуванні в рамках системи будівельних заощаджень.

П'ятий тип кредитних відносин становлять відносини, що складаються між окремими громадянами з приводу їхньої участі в кредитній угоді і як кредитора, і як позичальника. Історично даний тип виник на початку розвитку кредитних відносин, коли в одних суб'єктів відчувався надлишок предметів споживання, а в інших виникла потреба у тимчасовому їхньому використанні. Кредит між приватними особами часто носить дружній характер, позичковий відсоток встановлюється у меншому розмірі, ніж при банківському кредитуванні, а у більшості випадків він зовсім не сплачується; рідко коли укладається договір позички, іноді використовується боргова розписка, однак в окремих випадках і вона не застосовується. Елемент довіри тут набуває підвищеного значення.

Є й інша сторона, коли даний кредит приймає форму лихварського. У цьому випадку позичальником сплачується підвищений відсоток за кредит, кредитор нав'язує жорсткі умови виконання позичальником взятих на себе зобов'язань.

Для цього типу кредитних відносин характерний рух позиченої вартості у всіх трьох формах: грошовій, товарній і натуральній.

Рух позиченої вартості у тій чи іншій формі присутній всім розглянутим типам кредитних відносин. Передана позичальнику у тимчасове користування вартість має особливу споживчу вартість, що дозволяє йому задовольнити назрілі потреби до того моменту, коли будуть здійснені необхідні грошові заощадження. Відсотки, що сплачуються, за користування кредитом є платою за можливість у даний час задовольнити свої потреби, які без використання кредиту могли б бути отримані тільки у майбутньому. Позичена вартість через установлені терміни й у повному обсязі повинна обов'язково повертатися кредитору. Саме її зворотність забезпечує існування кредитних відносин.

Усе зазначене вище дозволяє сформулювати сутність споживчого кредиту у вузькому сенсі, як надання державою, підприємствами, кредитними інститутами і окремими громадянами позичкової вартості (у грошовій, товарній і натуральній формі) населенню для використання її на споживчі потреби на основі повернення і, як правило, зі сплатою відсотків.

Для споживчого кредиту в широкому сенсі, окрім вище зазначених п'яти типів кредитних відносин, характерний шостий тип: банк – підприємство (організація). Цей тип кредитних відносин виявляється при кредитуванні банком не виробничих цілей підприємств (організацій), а сфери споживання. При використанні позички підприємство не ставить ціллю створити нову додаткову вартість, одержати прибуток. Сплата відсотка за користування кредитом буде провадитися за рахунок відповідних фондів економічного стимулювання підприємства. Сюди відносяться банківські кредити підприємствам на будівництво житлових будинків і об'єктів культурно-побутового й оздоровчого призначення і т.д.

Звідси випливає визначення сутності споживчого кредиту в широкому сенсі, як надання державою, підприємствами, кредитними інститутами і окремими громадянами позиченої вартості (у грошовій, товар-

ній, натуральній формах) населенню і підприємствам (організаціям) для використання на споживчі витрати на основі зворотності і, як правило, зі сплатою відсотків.

Обидва визначення споживчого кредиту не претендують, зрозуміло, на безперечність і повне вираження сутності, але, на наш погляд, вони в достатній мірі відображають їхню структуру, виділяють основу сутності і не виходять за рамки сутності кредиту як економічної категорії.

Джерела та література

1. Захаров В.С. Потребительский кредит в СССР. – М.: Финансы и статистика, 1986. – 80 с.
2. Крупнов Ю.С. Проблемы планирования долгосрочного кредита в СССР: Дис. на соискание ученой степени к.э.н. – М.: МФИ, 1987. – 211 с.
3. Махарадзе Г.К. Потребительский кредит: проблемы, перспективы развития // Известия АН Латвийской ССР. – 1989. - № 1. – С. 17-28.
4. Ни С.Н. Потребительский кредит в СССР: Автореф. дис. канд. экон. дис. – М., 1974. – 21 с.
5. Черненко В.А. Развитие потребительского кредита в России. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та экономики и финансов, 1994. – 101 с.
6. Алексеенко М.Д., Ольшанский В.А. О сущности потребительского кредита // Хозрасчет, финансы и статистика, 1991. – Вып.32. – С. 120-124.
7. Антонов Н.Г., Пессель М.А. Денежное обращение, кредит и банки. – М.: Финстатинформ, 1995. – 272 с.
8. Сусіденко В.Т. Організація і методи управління кредитною діяльністю комерційного банку. – Вінниця: Логос, 1997. – 238 с.
9. Загородній А. Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник – Львів: Вид-цтво Держ. ун. "Львівська політехніка", 1996. – 384 с.
10. Деньги, кредит и банки: Учебник / Под ред. О.И.Лаврушина. - М: Финансы и статистика, 1998. – 448 с.
11. Гроші та кредит: Підручник / М.І. Савлук, А.М. Мороз, М.Ф. Пуховкіна та ін.; За заг. ред. М.І.Савлука. – К.: КНЕУ, 2001. – 602 с.

Ванюшкин А.С.

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ ДО СОЗДАНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

Мировая практика интеграционного процесса показывает наличие проблем, тормозящих его развитие, практически по каждому интеграционному объединению. Поэтому актуальной задачей является систематизация этих проблем и разработка методов, позволяющих их выявить до формирования интеграционного объединения. Анализ источников [1, 2, 3] позволяет выделить характерные проблемы для каждого из 4-х этапов интеграции.

1. На стадии *зоны свободной торговли*.

Вызванный снижением тарифов рост внутринтеграционной торговли может быть *неравномерным* по странам, входящим в зону свободной торговли.

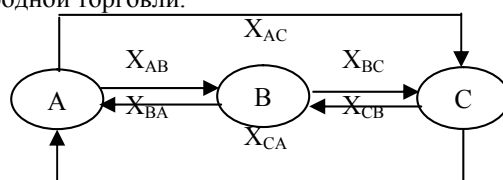


Рис. 1. Направления товарных потоков между странами, входящими в зону свободной торговли.

Например, возможен такой вариант.

До отмены внутренних тарифов: $X_{ab} \approx X_{ac} \approx X_{ba} \approx X_{bc} \approx X_{ca} \approx X_{cb}$.

После отмены внутренних тарифов: $X_{ab} > X_{ac} > X_{ba} > X_{bc} > X_{ca} > X_{cb}$.

В этом случае максимальный выигрыш у страны А, меньший – у страны В, и наименьший – у страны С. Естественно предположить, что последние 2 страны могут быть недовольны такими результатами, что не будет способствовать в конечном итоге укреплению интеграции.

2. На стадии *таможенного союза*. Введение общих внешних импортных тарифов не только снижает удельный вес торговли с другими странами, но и усиливает неравномерность торговли между странами объединения. Это становится видно на следующем примере.

Обозначим: X – экспорт; M – импорт; T_m – импортный тариф.

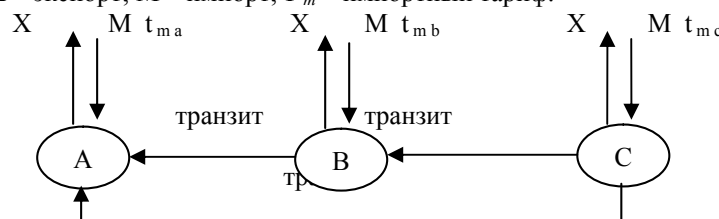


Рис. 2. Направления товарных потоков между странами до образования таможенного союза.