

3. Рынок страхования СМР и ответственности по госконтрактам // Бюллетень Эксперт РА. – М., 2010. – 56 с.
4. Паштова Л. Г. Риск-менеджмент на предприятии / Л. Г. Паштова // Справочник экономиста. – 2003. – № 5. – С. 9.
5. Марцынковский Д. А. Руководство к интеграции систем менеджмента / Д. А. Марцынковский, А. В. Владимирцев, О. А. Марцынковский. – СПб. : Береста; Ассоциация по сертификации «Русский Регистр», 2008.

Чернышов С., Плаксин В.И.

УДК 336.71

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УКРАИНЕ

В развитых странах широко развита программа потребительского кредитования, которое направлена на удовлетворение спроса на товары массового потребления. Украина молодое государство на пути становления рыночной экономики и соответственно потребительское кредитование начало развиваться относительно недавно. Потребительское кредитование непосредственно влияет на финансовое благополучие граждан и устойчивое положение банковской системы страны, а поэтому эта проблематика является крайне **актуальной**.

Многие исследователи рассматривали проблемы потребительского кредитования в Украине: Меркулов В., Конник А., Лисицина А., Коваль Д. В., Жукова Т.В., Петухова Е.С., Жмайло Н. А., Зайцева Е.С., Кордуняну Е.В. и другие.

Цель работы состоит в обосновании проблем потребительского кредитования в Украине и перспективах их разрешения.

Развитие товарно-денежных отношений в обществе привело к появлению новой формы кредитования – потребительского кредита, потребность в котором является достаточно острой. Лаврушин О. определяет его, как кредит, который предоставляется физическим лицам на потребительские цели. Данная форма кредита не направлена на создание новой стоимости, целью кредитования является удовлетворение нужд заемщика.[1] Другой аспект выделяет Ковалева А. Она рассматривает потребительский кредит не как самостоятельную форму кредитования, а как соединение коммерческого кредита (продажа товаров с отсрочкой платежа) и банковского (ссуды на потребительские цели). Национальный банк Украины в памятке заемщика банка по потребительскому кредиту от 10.11.2008 р., № 40-511/4640-15577 определяет его как кредит, предоставляемый потребителю на приобретение продукции для личных потребностей, которые непосредственно не связаны с предпринимательской деятельностью или выполнением обязанностей наемного работника. В данном определении объектом потребительского кредита является продукция.[3]

В научной литературе под продукцией понимают изделия промышленного предприятия, которые завершены производством, соответствуют государственным стандартам или техническим условиям, приняты ОТК, снабжены документами, удостоверяющими качество, и предназначены для реализации на сторону.

Однако потребительский кредит имеет более широкий спектр применения, чем промышленная продукция.[4] Жмайло М.А. считает, что целесообразно расширить понятие объекта потребительского кредитования и в связи с этим он предлагает использовать категорию “блага”. Благо – это все то, что включает в себе определенный положительный смысл, предмет, явление, продукт труда, удовлетворяющий определенную человеческую потребность и отвечающий интересам, целям, устремлениям людей. В экономической литературе есть и другие определения блага. А. Маршалл, например, под благом понимал все желаемые нами вещи или вещи, удовлетворяющие человеческие потребности. В этом определении блага ограничиваются лишь вещами и предметами, но с развитием товарно-денежных отношений особое место среди благ, необходимых человеку, занимают услуги. Услуги – это целесообразная деятельность человека, результат которой имеет полезный эффект, удовлетворяющий какие-либо потребности человека.[5]

В методическом плане считаем целесообразным использовать системный подход в потребительском кредитовании, который предопределяет рассмотрение в совокупности всех социально-экономических отношений в механизме потребительского кредитования с оценкой синергетического эффекта. Согласно нашей концепции мы считаем правомерным оценивать эффективность благ потребительского кредитования с помощью функции полезности данного объекта управления.

Жмайло М.А. предлагает изменить понятие “продукция” на “блага и услуги”. В этом случае определение потребительского кредита НБУ будет более точным, чем приведенные в учебной литературе. В этой связи предлагается раскрыть сущность тех личных потребностей, на удовлетворение которых выдается потребительский кредит:

- покупка товаров длительного пользования;
- покупка транспортных средств, расходы на их техническое оснащение и хранение (гаражи);
- покупка жилища, расходы на ремонт жилища (установка и реконструкция стен, потолков, крыш, окон, дверей, балконных конструкций, систем отопления и т.п.); при покупке недвижимого имущества в кредит оно выступает и как объект кредитования, и как залог (ипотека), поэтому целесообразно данное

направление классифицировать как “ипотечное кредитование”. однако необходимо отметить, что ипотечным является любой кредит, где предусмотрен залог;

- оплата различного рода услуг (туристических, медицинских, образовательных и др.);
- оплата торжественных мероприятий (свадеб, юбилеев), банкетов и т.д.[6]

Предложенная классификация основных направлений использования потребительского кредитования отражает самые необходимые сферы расходования денег для населения. Однако следует отметить, что некоторые авторы в качестве субъектов потребительского кредитования выделяют не только физических, но и юридических лиц. Лаврушин О. утверждает, что потребительский кредит могут получать не только отдельные граждане для удовлетворения своих личных потребностей, но и предприятия, не создающие, а “проедающие” созданную стоимость.[1] Приобретение материальных ценностей и оплата услуг при потребительском кредитовании осуществляется на территории Украины, то есть в отечественных торговых, медицинских, образовательных, туристических учреждениях. Однако это не означает, что выплата денежных средств за товары и услуги должна производиться исключительно в национальной валюте. Стойко О. определяет потребительский кредит как займ, который выдается только в национальной денежной единице физическим лицам-резидентам Украины на приобретение потребительских товаров длительного пользования и услуг и возвращается в рассрочку, если иное не предусмотрено условиями кредитного договора.[2]

Период 2000–2008 гг. в развитии украинского рынка банковских услуг можно назвать успешным и эффективным. Этот этап ознаменовался повышением финансовой стабильности банковской системы, привлечением в деятельность отечественной банковской системы иностранного капитала, повышением уровня конкурентоспособности отечественных банков, как на внутреннем, так и на внешнем рынках, усилением значения банковской системы для социально-экономического развития Украины.

Таблица 1. Динамика рынка потребительского кредитования в Украине [7].

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Потребительский кредит, млрд. грн	0,9	1,4	3,3	8,9	14,6	33,2	77,8	153,6	268,9	222,5	214,43
Доля потребительских кредитов в общем объеме кредитования, %	3,8	4,4	7,1	12,1	15,0	21,2	28,8	31,6	33,9	29,8	30

Как видно из вышеизложенной таблицы потребительское кредитование оказалось самым динамично развивающимся из других форм кредитов представленных банками. Потребительское кредитование уверенно за отображенный период достигло около трети от размеров кредитного портфеля банков. Но нельзя не заметить того, что достигнув в кризисный 2008 год пика в денежном объеме, потребительское кредитование к 2010 году упало на 54,5 млрд. грн. Также необходимо рассмотреть динамику процентной ставки по потребительскому кредитованию.

Структурная характеристика рынка потребительского кредитования по состоянию на 30.11.2011г. 44,9% портфеля банков Украины приходилось на займы сроком более 5 лет, 29,5% - от 1 до 5 лет и 25,6% - до 1 года.

В 2011 году средняя номинальная ставка по займам под залог недвижимости в целом уменьшалась в течение первых 9 месяцев отчетного периода – на 2,37% до 18,89% годовых по состоянию на 03.10.2011г., после чего тенденция сменилась на восходящую, и в 4 квартале значение показателя выросло на 2,16% до 21,05% годовых, таким образом, по итогам 2011 года средняя процентная ставка упала на 0,27% Минимальное и максимальное значения номинальной ставки в исследуемом периоде уменьшились на 0,5% и 2,2% до 16% и 25% годовых соответственно.

Украина занимает первое место в Европе по соотношению потребительских кредитов к ВВП - у нас этот показатель составляет 33% (Польша - 22,5%, Испания - 21%, Ирландия - 16,1%, Греция - 15%). На одного украинца приходится 800 EUR потребительского кредита, или 3,5 средней зарплаты. Для сравнения, долг каждого испанца перед банками составляет 2,8 зарплаты, британца - 1,7, россиянина - 1,2. Видимо, понимая абсурдность сложившейся ситуации, в НБУ сейчас рассматривают возможность внесения изменений в "Инструкцию о порядке регулирования банков", которыми, среди прочего, предусматривается предоставление статуса специализированного банка потребительского кредитования тем банковским учреждениям, в которых портфель потребительских кредитов, выданных физическим лицам, равен или превышает величину их уставного капитала. При этом в объеме потребительских кредитов не будут включаться ипотечные кредиты и займы, предоставленные для приобретения товаров, работ и услуг отечественного производства. Для специализированных потребительских банков планируется установить ряд повышенных требований.

Динамичное развитие потребительского кредитования в Украине привело к ряду серьезных проблем. В частности, эти проблемы связаны с применением новой схемы кредитования заемщиков – выдача кредитов клиентам без предъявления справок о доходах. В настоящее время привлекательность кредитования частных лиц для банков обуславливается применением высоких процентных ставок, которые позволяют банкам получать высокую процентную маржу за достаточно короткий срок. К вышеизложенному можно добавить, что в сложной ситуации угрозы “второй волны” кризиса необходимо более жестко ужесточить санкции как к коммерческим банкам располагающих высокой долей потребительских кредитов в своем кредитном портфеле, а также и к кредитным мошенникам. Необходимо стимулировать коммерческие банки кредитовать малый и средний, инновационные бизнесы и создать более массовые программы

мікрокредитування. Требується централізувати контроль над кредитними історіями со сторони НБУ. При цьому необхідно учитивати синергетический ефект в рассматриваемой системі на всіх уровнях управління. Тільки комплексний підхід к решению проблем потребительского рынка, как со стороны государства и коммерческих банков, так и ассоциаций потребителей смогут стабилизировать эту ситуацию.

Источники и литература:

1. Лаврушин О. И. Деньги, кредит, банки : учеб. / О. И. Лаврушин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 464 с.
2. Стойко О. Банківські операції : [Електронний ресурс] / О. Стойко. – Режим доступу : <http://books.efaculty.kiev.ua/bank/>
3. Кордунян Е. В. Анализ рынка потребительского кредитования в Украине : [Электронный ресурс] / Е. В. Кордунян. – Режим доступа : <http://nbuv.gov.ua/>
4. Жукова Т. В. Проблемы потребительского кредитования в условиях экономического кризиса : [Электронный ресурс] / Т. В. Жукова, В. Меркулов, А. Конник. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/>
5. Жмайло М. А. Особенности формирования рынка потребительского кредита в Украине / М. А. Жмайло // Финансы, учет, банки. – 2010. – Вып. № 1 (16).
6. Жмайло М. А. Потребительское кредитования в контексте социально-экономического развития / М. А. Жмайло // Сборник статей Донецкого национального университета. – 2010.
7. Вісник Національного банку України. – 2011. – № 12.
8. Бюлетень Національного банку України. – 2011. – № 12 (225).

Чернява Г.Л.

УДК 338.48-44(1-22)-047.48

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ, СУТНОСТІ АЛЬТЕРНАТИВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми в загальному виді. В Україні ситуація у туристичному секторі змінилася корінним чином, так як змінилася форма «туристичного продукту». Усе це сприяло з'явленню нових напрямлень у туризмі одним з яких являється сільський зелений туризм.

Реорганізація ведення сільського господарства та зменшення централізованої фінансової підтримки дали товчок до розвитку сільського зеленого туризму, який зі своїм різноманітністю форм й напрямків діяльності здобуває на цей час ключове значення для економічного виживання сільського населення.

У цей час українські вчені не мають єдиної точки зору відносно визначення поняття «сільський зелений туризм» і класифікації цього виду туризму. Невизначеність понятійного апарата заважає можливості в повному обсязі використати теоретичну базу туристичної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти сутності й альтернатив розвитку сільського зеленого туризму розглянуті в працях вітчизняних і закордонних авторів. М. Й. Рутинський Ю. В. Зінко розглядають основні види сільського туризму – екологічний туризм і сільський зелений [1 с. 17]. Значення й суть сільського зеленого туризму в Україні розглянуті в працях В. Васильєва, П. Горішевського й Н. Васильєвій [2, с. 63]. А в 2002 р. у Белграді на першому семінарі ВТО по сільському зеленому туризмі була зроблена спроба сформулювати термін «сільський туризм» [3,с.41]. Л.Робертс і Д.Хол розробили максимально спрощено визначення сільського зеленого туризму: « це туризм, що проходить у сільській місцевості» [4].

Мета й завдання дослідження. Метою даної статті є наукове обґрунтування теоретичних підходів до визначення сільського зеленого туризму і його видів, а також сутності, класифікації й альтернатив розвитку цього виду туризму.

Для реалізації поставленої мети було вирішено кілька завдань: представлена порівняльна характеристика визначень сільського зеленого туризму, розглянута класифікація типів і цілей екотуризму й представлена типологія сільських поселень, як альтернатива для ефективного розвитку сільського зеленого туризму з метою залучення туристів.

Виклад основного матеріалу. Поняття «сільський зелений туризм» існує із древніх часів. У Римській імперії серед членів патріанських родин стали популярні поїздки з Рима в сільську місцевість. Масовий інтерес до відпочинку в сільській місцевості відзначається ХІХ в. А вже в ХХ в. в урбанізованих країнах Європи саме сільський зелений туризм перетворився в одних з основних коштів «порятунку» європейців від масового впливу розвинених промислових міст. Головної рушійної силою розвитку сільського зеленого туризму є швидко зростаючий попит на рекреацію на природі, що визначається збільшенням невідповідності середовища проживання сучасної людини її фізіологічним і психологічним потребам. Збільшення попиту на сільський відпочинок росте в результаті зменшення тривалості робочого часу, збільшення кількості платних відпусток, росту рівня утворення, розвитку транспортної мережі - залізничного, автодорожнього, повітряного й морського транспорту [5].

У світовій туристичній економіці, сільський туризм визначається як туризм, що підтримує розвиток аграрних регіонів, збереження культурної спадщини й екології села, відродження місцевих традицій і продуктів. Такий вид туризму характеризується регіональною ідентифікацією й задовольняє потреби туристів у розміщенні, харчуванні, дозволі ой діяльності й інших послуг, які сприяють стійкому розвитку