

3. *Васюренко О. В.* Банківський менеджмент. — К.: Видавничий центр «Академія», 2001. — С. 320.

4. *Петрук О. М.* Банківська справа: Навч. посібник / За ред. Ф. Ф. Бутинця. — К.: Кондор, 2004. — С. 461.

5. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7 грудня 2000 р. № 2121-III: із змінами та доповненнями за станом на 2 червня 2005 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2001. — № 5—6. — С. 30.

6. *Благуи І. С., Левандівський О. Т.* Закордонний досвід інвестиційної діяльності банків і можливості його використання в Україні // Проблеми науки. — 2002. — № 10. — С. 24.

7. *Луців Б. Л.* Інвестиційний банківський портфель. — К.: Лібра, 2002. — С. 170.

Стаття надійшла до редакції 27.11.2006

УДК 336.7

Н. В. Савчук, канд. екон. наук, доц.,
С. О. Прісняк, аспірант
міжнародних фінансів
КНЕУ імені Вадима Гетьмана

ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ

У статті розглядаються питання розвитку ринку кредитування фізичних осіб в Україні.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ринок банківських послуг, кредити, бюро кредитних історій, скоринг, відсоткові ставки.

Протягом останніх років більшість вітчизняних банків звертають значну увагу на розвиток послуг для приватних осіб. Особливо яскраво це твердження доводять банки з іноземним капіталом. Обслуговування фізичних осіб є прибутковим видом діяльності, значним є потенціал росту ринку. Більшість банків, зберігаючи універсальність, все більше орієнтуються на надання послуг приватним клієнтам.

На сучасному етапі становлення ринку для банків важливим є не лише отримання прибутку від своїх операцій, але і розробка і вдосконалення технологій роботи з приватними клієнтами. Населення в Україні протягом довгого періоду часу активно не кори-

стувалось послугами фінансових установ. Сьогодні відбуваються помітні зміни, які пов'язані з тим, що фінансові послуги стають більш доступними, в свідомості формується звичка до користування послугами та продуктами банків та інших фінансових установ. Проявом таких тенденцій є випереджаюче збільшення обсягів кредитів, наданих фізичним особам за останні роки, що проілюстровано в наведеній нижче таблиці.

В цьому контексті для банків важливим є створення позитивного іміджу серед клієнтів. Якісне задоволення потреб клієнтів формує лояльність до банку, робить клієнта постійним. Кожна відмова (обґрунтована чи необґрунтована) може створити стійкий негативний імідж фінансової установи у клієнта. Банки, в свою чергу, найбільше зацікавлені в якості кредитного портфелю, зменшенні ризиків неповернення боргів.

Таблиця 1

ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ

Показники	01.01.2003	01.01.2004	01.01.2005	01.01.2006	01.09.2006
	Активи (млн грн)				
Кредитний портфель	46736	73442	97197	156385	215469
Кредити, надані суб'єктам господарювання	38189	57957	72875	109020	138020
Кредити, надані фізичним особам	3255	8879	14599	33156	57540
Частка кредитів, наданих фізичним особам (%)	6,96	12,09	15,02	21,20	26,70
Зобов'язання банків (млн грн)					
Кошти суб'єктів господарювання	19703	27967	40128	61214	68801
Кошти фізичних осіб	19092	32113	41207	72542	89003

* Складено та розраховано за даними Національного банку України [4].

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою (США, країн Європейського Союзу та Японії) свідчить про велику глибину охоплення населення послугами фінансових установ. В розвинених країнах світу протягом останніх 10 років суттєво зросла заборгованість домогосподарств як в абсолютних показниках, так і в співвідношенні між їх боргами та доходами. Відповідно зростає співвідношення між витратами на обслуговування та пога-

шення боргу та річними доходами домогосподарств. В США цей показник протягом останніх 5 років становить 13 %. В країнах Європейського союзу витрати на сплату відсотків по кредитах домогосподарств складають приблизно 6 % річних доходів, в Японії — 4 % [7].

Таблиця 2

**ВІДНОШЕННЯ ЗАБОРГОВАНІСТЬ/РІЧНИЙ
ДОХІД ДОМОГОСПОДАРСТВ (%)**

	1995	2000	2005
Країни з ліберальною моделлю економіки	108	128	157
Країни з соціально-орієнтованою ринковою економікою	75	82	100

* Складено і розраховано за даними Міжнародного валютного фонду [4].

На підставі наведених даних можна зазначити, що в світі спостерігається тенденція зростання заборгованості домогосподарств, збільшення витрат на погашення та обслуговування боргів домогосподарств.

Розрахунок аналогічних показників в Україні ускладнюється відсутністю достовірних даних про реальні доходи населення. Можна впевнено засвідчити і про аналогічні тенденції в Україні. На кінець 2006 року очікується збільшення обсягів кредитів, наданих фізичним особам до 75 млрд грн. Актуальними стають проблеми прогнозування подальшого розвитку процесів кредитування фізичних осіб, обсягів ринку. Банки активно залучають довгострокові зовнішні позики для подальшого нарощування обсягів кредитів.

Активними учасниками ринку кредитування фізичних осіб в Україні є банки з іноземним капіталом. Станом на 01.07.2006 року частка кредитів, наданих фізичним особам чотирма найбільшими банками з іноземним капіталом («АВАЛЬ» (Райффайзенбанк Аваль), Укрсиббанк, Укрсоцбанк, ОТП Банк (Райффайзенбанк Україна)) становила 40,1 % ¹ загального обсягу кредитів, наданих фізичним особам. Частка вищезазначених чотирьох банків в загальному обсязі наданих кредитів становила 24,7 %. В структурі кредитного портфелю Укрсоцбанку частка кредитів, наданих фізичним особам становила 50,6 %, в інших трьох бан-

¹ Розраховано за даними НБУ: Вісник НБУ № 9, 2006.

ках 40,5—43 %. Частка іпотечних кредитів в портфелях цих банків складає не менше 10 % від загального обсягу наданих кредитів, що відповідає зарубіжній банківській практиці.

Деякі роки тому існували очікування суттєвого зниження відсоткових ставок за кредитами, що пов'язували з приходом на вітчизняний ринок банків з іноземним капіталом. Такі очікування не справдились, тому що радикального зменшення ставок не відбулось і не очікується. Станом на 01.07.2006 року середньозважена ставка по кредитам, наданим фізичним особам становила 15,3 %, в національній валюті — 19,2 %, в дол. США — 12,9 %, в Євро — 11,2 %. В 2006 році спостерігалось незначне підвищення вартості кредитів[5].

Деякі банки пропонують ризиковані кредити (з нульовим першим внеском), що створює ризик неповернення, особливо це стосується іпотечних кредитів.

Перелік послуг, що надають банки приватним клієнтам у розвинених країнах є широким і не обмежується кредитуванням. Для вітчизняного ринку найбільш популярними є кредити. Кредити, що надаються фізичним особам, умовно можна поділити на три групи: іпотечні, кредити на купівлю авто, споживчі кредити. Іпотечні кредити та кредити на купівлю авто є відповідно довгостроковими та середньостроковими і надаються, переважно, в іноземній валюті, що посилює тенденцію «доларизації» економіки. Всі ці напрями кредитування активно розвивають більшість банків, як великі так середні і малі, хоча найбільшу частку ринку мають саме найбільші банки. Деякі фінансові установи при видачі кредитів всіх трьох категорій активно використовують нові, для українського ринку, технології. Поширеними стали різноманітні системи автоматизованого прийняття рішень при кредитуванні із застосуванням системи рейтингів (скоринг).

Автоматизовані технології дають можливість швидко визначити платоспроможність позичальника, оцінити ризики, визначити суму майбутнього кредиту та усунути так званий «людський фактор» при прийнятті рішень. Дуже важливо не лише оцінити платоспроможність позичальника, але і виявити недисциплінованих позичальників. Найчастіше до застосування таких технологій вдаються банки з іноземним капіталом. Мова йде про використання вже відпрацьованих на інших ринках продуктів і технологій, адаптація таких технологій проводиться рідко.

Застосування скорингу при прийнятті рішень по видачі позик вимагає існування інфраструктури ринку. Для ефективної роботи таких технологій необхідна наявність таких елементів інфра-

структури ринку послуг як бюро кредитних історій (БКІ), а також спеціалізованих установ по роботі з недобросовісними позичальниками, так званих колектингових агенцій. Існування БКІ дозволяє банкам перевіряти достовірність інформації, що подає позичальник, виявити і попередити випадки шахрайства, знизити ризики неповернення кредитів. Вартість позик для споживача повинна зменшуватись за рахунок вищезгаданих переваг. В Україні вже створено 3 БКІ, найбільше з них створено Приватбанком. Правові та організаційні моменти роботи БКІ можуть бути темою окремих досліджень. Хоча БКІ вже діють в Україні досі на законодавчому рівні не врегульовано питання роботи цих інституцій. Бюро кредитних історій працюють на ринку без належної регламентації їх роботи, без правил, що регулюють їх діяльність. Для БКІ притаманні як певні переваги, так і недоліки. Діяльність БКІ з однієї сторони полегшує отримання кредитів, а з іншої сторони створює загрози для позичальників. Діяльність БКІ спрямована на систематизацію та архівацію інформації про позичальників, що носить особистий характер, а саме інформації про майновий стан, доходи та джерела доходів, місце роботи, проживання, сімейний стан та інше. Збирання і використання такої інформації відбувається без згоди особи, і на нашу думку є ризикованим з погляду збереження конфіденційності. За умови відсутності розвинених БКІ банки вимушені застосовувати власні джерела конфіденційної інформації про позичальників, а саме бази даних ДПА України, МВС, та інших державних органів, що є протизаконним, хоча, нажаль, і посідає певне місце в вітчизняній практиці.

Іншою проблемою, що ускладнює застосування класичних західних технологій в Україні є тіньовий характер доходів значної частини громадян, мова йде про тіньову заробітну плату, перекази з-за кордону та ін. джерела. Такі доходи важко виміряти та оцінити ризики, саме тому, на нашу думку, необхідна адаптація до вітчизняних умов застосування спрощених підходів, зрозумілих для більшості позичальників.

В розвинених країнах напрямок мікрокредитування, споживчих кредитів для банків є затратною і є сферою діяльності спеціалізованих фінансових установ, наприклад, кредитних союзів, для яких цей напрям діяльності є основним. Мікрокредитування зараз в Україні є дуже прибутковим видом діяльності, саме тому банки не поспішають залишити цей ринок. Відсоткові ставки за споживчими кредитами, на відміну від інших видів кредитів, є дуже високими і становлять 36—60 %, а інколи і вище (мається на

увазі вартість кредиту для позичальника — відсоткова ставка та комісійні платежі). Такі високі ціни на кредити частково можуть бути пояснені високою собівартістю видачі та обслуговування таких кредитів, ризиком неповернення. Закладається висока ймовірність неповернення позик (20 %), таким чином ризики неповернення позик перекладаються на добросовісних позичальників. Банки не надають клієнтам вичерпної інформації про вартість кредитів, яка складається з відсоткової ставки, плати за оформлення кредиту, різноманітних комісійних платежів. В таких умовах позичальнику достатньо складно оцінити вартість послуг. Можемо впевнено стверджувати, що на ринку мікrokредитування відсутня цінова конкуренція, реальний розмір відсоткових ставок не декларується, і є необґрунтовано високим. При купівлі товарів в кредит споживач, як правило, не має можливості вибору фінансової установи, так як продавець фактично нав'язує обраний ним банк чи небанківську фінансову установу. Ринок зростає і насичується і, відповідно, буде мати місце цінова конкуренція. Виграють ті учасники ринку хто запропонує зрозумілі умови та помірковані ціни, високу якість обслуговування.

Кредитування фізичних осіб відбувається також за допомогою пластикових карток. Вітчизняні банки емітували близько двох мільйонів кредитних карток. Такий механізм доступний для осіб, що мають стабільні доходи, і, як правило, отримують заробітну плату за допомогою платіжних карток цього ж банку. Вартість таких кредитів є різною і коливається в залежності від банку, надійності клієнта. Найбільш високою є ставка 0,1 % на день. Банки також стягують плату за обслуговування рахунку, яка на нашу думку є дещо завищеною.

На нашу думку універсальний характер більшості банків повинен поєднуватись з високим ступенем спеціалізації. Утримати позиції на всіх ринках буде важко. Іпотечне кредитування та автокредитування є саме тими напрямками, на яких слід зосередити основну увагу, саме цей сегмент ринку є найбільш конкурентним. На ринку іпотечних кредитів помітне домінування банків з іноземним капіталом. Банки, що активно працюють на ринку іпотечного кредитування створюють окремі структурні підрозділи (іпотечні центри) з метою більш якісного та професійного надання послуг. За умов подальшого росту попиту на споживчі кредити небанківські фінансові установи мають шанс зайняти значну частку ринку, витіснивши з нього банки.

Небанківські фінансові установи в Україні мають відносно невеликий обсяг активів. Кредитні союзи знаходяться в нерівних з

банками умовах і вимушені шукати нові ринки. Значний потенціал для роботи кредитних союзів існує в сільській місцевості, де банківські установи не мають сильних позицій.

Для банків доцільніше перевести напрямок мікрокредитування в спеціалізовані установи, що можуть знаходитись у власності банку, використовувати ресурси та технології банку, в той же час мати глибоку спеціалізацію. Такий підхід дозволяє зменшити ризики, навантаження на підрозділи банків і одночасно отримувати високі доходи. Вітчизняні банки вже працюють в цьому напрямі. Так, наприклад, банк «Надра» присутній на ринку саме через спеціалізовану установу, що працює під маркою «ЄВРОКРЕДИТ», аналогічний підхід застосовує VABank та деякі інші фінансові установи. Державний експортно-імпорتنний банк «Укресімбанк» також має намір вийти на ринок кредитування фізичних осіб і проводить пошук партнерів для спільної роботи.

Поряд з масовими послугами на вітчизняному ринку очікується поява сегменту послуг та продуктів для заможних клієнтів. В розвинених країнах існують фінансові установи, що працюють виключно з клієнтами з високим рівнем доходів і пропонують різноманітні послуги та продукти. Цей вид діяльності відомий у зарубіжній практиці як «private banking». В Україні про намір працювати на ринку послуг для заможних приватних клієнтів заявляли власники новоствореного банку «Престиж». Цей сегмент ринку, на нашу думку, має значний потенціал для розвитку. Кількість заможних людей в Україні, особливо в столиці, є досить високою. Досвід країн Європейського Союзу свідчить про високу популярність цього виду послуг, великі універсальні банки виділяють напрям роботи з заможними клієнтами в окремі структурні підрозділи, або створюють спеціалізовані установи для роботи з заможними клієнтами.

Значний ефект може бути досягнений завдяки поєднанню ресурсів і можливостей банків та інших установ. Наприклад, співробітництво банків та мережі «Укрпошти» значно розширить доступ клієнтів до послуг і створить для банків великі переваги. Загальна кількість відділень зв'язку «Укрпошти» становить 46717 (у т. ч. міських — 36164, сільських — 10553), і перевищує загальну кількість відділень усіх вітчизняних банків. Прикладом такої співпраці був банк «АВАЛЬ». Досвід Німеччини та Японії свідчить про можливість створення на базі поштової мережі потужних фінансових установ. Торгові мережі та банки також мають можливість взаємовигідно співпрацювати, збільшити кількість точок продажу та завоювати позиції на ринку.

Література

1. Васильченко З. М. Комерційні банки: реструктуризація та реорганізація: Монографія. — К.: Кондор, 2004. — 528 с.
2. Казимагомедов А. А. Банковское обслуживание населения: зарубежный опыт. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 256 с.
3. Мод Дэвид. Private Banking: Элитное обслуживание частного капитала / Дэвид Мод, Филип Молино; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2003. — 338 с.
4. Вісник НБУ. — 2006. — № 10.
5. Бюллетень НБУ. — 2006. — № 10.
6. Вісник НБУ. — 2006. — № 9.
7. www.imf.org: World economic outlook 2006 (International Monetary Fund) p 114.
8. www.imf.org: Global Financial Stability Report 2006.
9. www.imf.org: Global Financial Stability Report 2006 (Statistical Appendix), p. 100—102.
10. www.bis.org: Annual Report 2006 (Bank for International Settlements).

Стаття надійшла до редакції 08.12.2006

УДК 336.225.66

О. М. Довбенко, аспірант
кафедри банківських інвестицій
КНЕУ імені Вадима Гетьмана

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ТУРИСТИЧНИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ

Проаналізовано позитивні та негативні чинники, притаманні вітчизняній системі оподаткування та запропоновано заходи, щодо удосконалення податкового стимулювання в туристичній сфері України на основі світового досвіду з метою покращення інвестиційного клімату в Україні, підвищення мобілізації та ефективності використання інвестиційних ресурсів в туристичному комплексі.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інвестування, іноземне інвестування, інвестиційний клімат, податкове стимулювання, податкові пільги, туристичний комплекс.

Туризм за останні 5 років перетворився на потужну галузь світової економіки. Україна ж використовує свої туристичні ресурси лише незначною мірою. За даними Всесвітньої туристичної орга-