

**Н.А. Мостовенко, канд. екон. наук, доц.,
Луцький національний технічний університет**

ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ

Розвиток сфери споживчого кредитування, зростання обсягів якого спостерігається останнім часом, спричинив виникнення низки специфічних проблем, а саме: зростання проблемної заборгованості у кредитному портфелі банків, “перенасичення кредитом” національного господарства. Відносна простота й доступність кредитів для населення збільшують обсяг платоспроможного попиту, що позначається на зростанні цін. Ілюстрацією до цієї проблеми може бути іпотечна криза у США, коли іпотечні кредити видавалися під 3-4 %, а зростання цін на нерухомість відбувалося на 15-20 %, що в умовах різкого зниження попиту призвело до кризи на фінансових ринках, адже обсяг іпотечного фінансування сягнув 75 % ВВП країни. Певною мірою проблеми ринку споживчого кредитування були “ініційовані” безпосередньо банками: для довгострокових кредитів залучалися короткострокові ресурси, карткові споживчі кредити нав’язувалися через SMS-повідомлення та ін.

Однак різка відмова від споживчого кредитування може призвести до зменшення зростання окремих складових споживчого ринку. Тому мета дослідження – виявити можливості та напрями трансформації ринку споживчого кредитування, зокрема банківського.

За оприлюдненими даними вимоги за кредитами, наданими фізичним особам, протягом першого кварталу 2008 р. зросли на 14,5 %, тоді як за аналогічний період 2007 р. – на 13,8 %. В абсолютному вираженні приріст заборгованості фізичних осіб склав 22,6 млрд. грн., а суб’єктів господарювання – 31,6 млрд. грн. В підсумку за рахунок споживчих кредитів було забезпечено 41,6 % приросту кредитних вкладень в економіку. Якщо загальний приріст вимог банків за короткостроковими кредитами у першому кварталі 2008 р. на 77,4 % відбувся за рахунок зростання заборгованості за кредитами, наданими суб’єктам господарювання, то заборгованість за довгостроковими кредитами на 50,6 % збільшувалася через зростання заборгованості за довгостроковими кредитами, наданими фізичним особам переважно в іноземній валюті. Отже, зростання обсягів кредитування на тривалий термін було спрямоване на забезпечення особистих потреб населення, ніж на інвестиційні потреби суб’єктів господарювання.

На нашу думку, перспективи трансформації та подальшого розвитку ринку споживчого кредитування полягатимуть у чіткому його сегментуванні на ніші: експрес-кредитування; автокредитування та іпотека; карткові кредитні продукти. Найбільш оптимальним для банків є автокредитування та іпотека завдяки забезпеченню заставою, а також кредитування за допомогою карток, що, як правило, доповнює інші карткові продукти,

наприклад, зарплатні, та ґрунтується на детальній інформації щодо доходів клієнта. Інший напрям розвитку – це створення “нішових” кредитних програм для вузьких цільових груп споживачів – людей у відпустці, студентів, пенсіонерів. Концентрація зусиль на вузько визначеній споживчій аудиторії дозволить банкам посилити конкурентні позиції, зменшити відсоток неповернень. І в підсумку запропонувати більш вигідні кредитні ставки. Позичальник, котрий отримує кредит на поточні потреби, не завжди оцінює свої можливості. Існує загроза “уявної” платоспроможності – придбати річ не для задоволення конкретної невідкладної потреби, а скоріше для самого процесу купівлі.

Ринок споживчого кредитування загалом потребує не адміністративного втручання й заборон, а формування відповідної інституційної системи, яка включає не лише фінансово-кредитні установи, що надають кредити, а й структури, спроможні професійно перевіряти потенційних клієнтів (бюро кредитних історій) чи займатися поверненням боргів (колекторські фірми).