

**К.С. Вархоляк, Львівський банківський інститут НБУ**

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ ТОВАРІВ ТРИВАЛОГО КОРИСТУВАННЯ ЧЕРЕЗ АГЕНТСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВ**

Банк, діяльність якого зорієнтована на широку співпрацю з клієнтами, гнучку систему роботи з ними та на різні способи залучення їхніх надлишкових коштів, матиме більший рівень конкурентноздатності, а відтак прибутковості і ліквідності. Кредитування при цьому відіграє одну з основних ролей.

Розвиток співпраці банків з клієнтами під час кредитування через агентську діяльність (комерційне посередництво) у допомозі в оформленні кредиту на купівлю товару з повноцінною консультацією та знанням справи є актуальним на сучасному фінансовому ринку, оскільки значно спрощує і пришвидшує сам процес одержання кредиту, а відтак підвищує рівень конкурентоспроможності банків.

Зі зростанням кількості банків і кредитних пропозицій, потенційний позичальник губиться в потоці цієї інформації. У результаті цього з'являються посередники, які пропонують клієнтам свою допомогу при збиранні та оформленні документів.

Отже, кредитний агент (фізична або юридична особа) є комерційним посередником, який надає послуги в консультуванні та оформленні пакета документів для одержання кредиту фізичній особі на купівлю товарів тривалого користування.

Підписання агентського договору між агентом та банком стає початком одержання повноважень та обов'язків кредитним агентом.

Залежно від статусу кредитного агента процедури співпраці *кредитного агента-юридичної особи* (на прикладі дилера по продажу автомобілів) та *кредитного агента-фізичної особи* (на прикладі фірми по торгівлі комп'ютерами) дещо відрізняються, однак схема залишається незмінною. Крім того, тут є можливість для розвитку і вдосконалення діяльності кредитного агента, оскільки кредитний агент може виступати поручителем клієнта і подавати самостійно пакет необхідних документів, що передбачається в договорі.

У випадку агентської діяльності отримуємо поєднання інтересів трьох сторін, які залучені до кредитування і є суб'єктами кредитних відносин: клієнт магазину (потенційний позичальник банку), банк (кредитна установа) і магазин як місце, де відбувається акт купівлі-продажу в кредит.

Переваги кредитування через комерційного посередника (кредитного агента) для банку, позичальника та фірми виявляються у більш широких можливостях.

Цей бізнес вже давно існує у розвинутих країнах Заходу, таких як Польща, Німеччина, а також Росія. За такою схемою кредитування

працюють російські банки: “Русский стандарт”, АКБ “Авангард”, ВАТ “Петровский НБ”, “Дельта-Кредит”, Іпотечний банк та інші.

Такий варіант посередництва починає розповсюджуватись і на території України, оскільки розвиток банківської системи і підвищення конкурентних позицій вимагає від банку залучення нових можливих засобів для зацікавлення клієнтів. Через даний вид комерційного посередництва з торгівельними фірмами співпрацюють такі банки: “Кредобанк” (Колишній АТ “Кредитбанк “Україна”), банк “Надра”, однак активний розвиток вимагає доопрацювання і оптимізації схем співпраці.

Значним кроком впровадження в Україні схеми дистанційного кредитування було б програмне інноваційне забезпечення, яке б дозволяло організувати швидке одержання відповіді з банку про рішення по кредиту через скорингову систему.

Даний вид споживчого кредитування фізичних осіб є перспективним напрямком розвитку роздрібного ринку банківських послуг і слугує ефективним методом конкурентоспроможності на банківському ринку.