

В.І. Вербицька¹, В.М. Бредіхін²

¹Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Україна

²Харківський національний університет будівництва та архітектури, Україна

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ КРЕДИТУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ УКРАЇНИ

У статті розглянуті сучасний стан та тенденції розвитку механізмів ринкового кредитування, як банківськими установами так і мікро-фінансовими організаціями (МФО). Проаналізовані засоби залучення клієнтів для отримання кредитів. Досліджено міжнародний досвід установ для підвищення конкурентоспроможності кредиту. Окреслено ряд завдань для забезпечення прав і законних інтересів позичальників в сфері споживчого кредитування. Викладено основи побудови ієрархічної системи роботи з кредитними заявками.

Ключові слова: кредитування, банківські установи, макрофінансові організації, позичальник, грошовий ринок, прибутковість, відсотки.

Постановка проблеми

Кожна людина в будь який час потребує певної кількості грошових ресурсів, які в змозі забезпечити її нагальні потреби. З давніх давен, відчуваючи нестачу будь-якого виду ресурсу, людство вдавалось до процесів займу, віддаючи по скінченню потреби всю суму займу або з надлишком, компенсуючи витрати кредиторам. Часи змінились, процеси займу отримали назву кредиту, кредити стали вельми розповсюдженим явищем, знайшовши безліч видів та форм, але принципи кредитування лишились незмінними – банківські та небанківські установи кредитують державу, підприємства всіх форм власності та населення на певних умовах, під заставу або без неї, з виплатою винагороди (процентний відсоток) за користування грошовими засобами.

Отже, економічний розвиток держави не лише припускає, але й потребує розвитку механізмів ринкового кредитування, здатних не тільки забезпечувати кредитним (банківським та небанківським) установам отримання прибутку, але й забезпечити стабільне зростання економіки. Внаслідок цього кредитний ринок постає перед потребою з'ясування запитів споживачів (або клієнтів) задля створення таких умов кредитування, які б задовольнили потреби та гарантували отримання прибутку кредитним організаціям та установам.

Слід зазначити, що, крім банківських установ, послуги кредитування надають також численні мікрофінансові організації (МФО). Незважаючи на посилення правил їх роботи та кількість законодавчо-нормативних документів, кількість

МФО, які активно працюють в Україні, досить значна. З огляду на особливості надання подібними компаніями позичок, їх нерідко називають мікрокредитами або мікропозиками. Це пояснюється тим, що в більшості випадків мова йде про невеликі суми готівкою або на картку, що видаються на короткий термін. Більшість МФО видають нецільові позики і не контролюють фактор цільового призначення. Іншою важливою особливістю роботи МФО є вкрай висока процентна ставка по наданих ними позиках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналізу кредитної діяльності установ присвячені наукові дослідження та праці багатьох вчених та практиків. Так, вагомий внесок в розкриття цієї теми зробили С. Подік, О. Васюренко, В. Міщенко, А. Мороз, С. Реверчук, М. Савлук, М. Новосельцева, Т. Павленко, О. Лаврушин, О. Солодка та інші науковці. Огляд наведених та інших публікацій свідчить, що їх автори досліджують кредитні стратегії банку, вказуючи до конкретно, які саме ці стратегії, але ні слова не містять, що саме конкретно становить саму суть такої кредитної стратегії, крім лише загальних цілей кредитування та головної мети – прибутковості. Крім того, автори звертають увагу на необхідність розробки конкурентних стратегій банку (О. Дзюблук, А. Єпіфанов, С. Козьменко, В. Міщенко та ін.), досліджують проблеми розроблення та вибору стратегій (А. Алавердов, З. Шершньова, С. Обнорська, А. Градов, С. Хофер, І. Ніконова та ін.).

Наявність такої кількості досліджень та опублікованих наукових розробок свідчать про

існування маси проблем та напрямків вдосконалення діяльності банківських організацій. Але, незважаючи на таку значну їх кількість, багато дослідників також відмічають і різну спрямованість проведених досліджень, і відсутність єдиного підходу до визначення напрямків вдосконалення їх конкурентоспроможності, і невідповідність обраних стратегій реальній ситуації, що склалась в Україні [1].

Мета статті

Метою даної статті є теоретичні дослідження та практичне обґрунтування рекомендацій для підприємств банківської та небанківської сфер, які здійснюють кредитну діяльність в сучасних мовах України.

Виклад основного матеріалу дослідження

Оскільки кредитна політика посідає в діяльності банківських установ значне місце, ефективна кредитна діяльність є головною умовою її успіху та прибутковості. Сьогодні кредитна діяльність будь-якого комерційного банку є частиною філософії банківського бізнесу, в межах якої визначається внутрішня банківська процедура надання кредиту, документообіг, моніторинг кредитного портфеля, робота з проблемними кредитами, визначення ставок проценту по кредитам. Саме їй належить роль охоплення найважливіших елементів та принципів організації кредитної роботи, визначення пріоритетних напрямків кредитування і переліку кредитів, що ні в якому не входять у кредитний портфель.

Все перелічене, звичайно ж, для споживачів (клієнтів) в першу чергу пов'язано з об'єктом кредитування, тобто з тим, під придбання чого має надаватись кредит або позика. Отже, зазвичай відповідно до об'єктів кредиту розрізняють: кредит під товарно-матеріальні цінності, кредит під виробничі витрати, кредит під сезонні витрати, кредит під касовий розрив. Найбільш поширеним, звичайно, є кредит під товарно-матеріальні цінності. Він забезпечує економію власних коштів і дозволяє розвивати виробництво і розширювати обсяг реалізації товарів і послуг. Кредит під виробничі витрати обумовлений необхідністю забезпечення своєчасності платежів і розрахунків, пов'язаних з підготовкою, освоєнням і організацією виробництва товарів, робіт, послуг, з використанням природної сировини, з обслуговуванням виробничого процесу і т.д. Кредит під сезонні витрати застосовується в сезонних галузях виробництва, наприклад, лісозаготівля, річкові перевезення, в сільському господарстві для проведення посівних і збиральних робіт. Кредит під касовий розрив використовується в тому випадку, якщо надходження коштів і оплата

за товари, роботи, послуги не збігаються за часом, що зумовлено особливостями платіжної системи і термінами платежів [2].

Не слід також забувати й про лізинг. Він є окремим видом кредитування, який нерідко називають фінансовою орендою. Позичальник отримує від лізингодавця необхідне йому обладнання, транспортний засіб або нерухомість, експлуатуючи і поступово розраховуючись за нього. До здійснення останнього платежу об'єкт лізингу є власністю кредитора, а після виплати повної суми договору фінансової оренди - переходить до позичальника.

Найбільша частка на ринку кредитування належить споживчим позикам, класичним позикам для фізичних осіб, коли позикові кошти беруться з метою розтрати на різні життєві потреби. Сюди відносяться всілякі витрати, які не мають комерційного підґрунтя. Продуктивний кредит надається лише суб'єктам підприємницької діяльності. Він означає отримання позики на купівлю товару для перепродажу та підвищення виробничих потужностей. Погашення його відбувається за допомогою доходу, отриманого від реалізації зазначених капіталовкладень.

Банки часто вимагають від споживача звіту щодо цільового використання позикових коштів. Такі позики називаються цільовими. Термін погашення також безпосередньо впливає на розмір загальної переплати позики. Чим більшим є термін і число періодів (днів, місяців, років), тим більша вартість послуги. За терміном погашення можна розділити кредитування на 3 категорії: короткострокові (термін погашення до 1 року), середньострокові (1-3 роки) та довгострокові (від 3 років). Звичайно, споживачам кредиту бажано вибирати короткострокові кредити на помірні суми, ретельно зважуючи всі ризики і можливості сімейного бюджету.

Все кредити діляться на процентні і безпроцентні (розстрочка). Класичну розстрочку сьогодні знайти складно, проте, невеликі суми, що надаються МФО на карту, найчастіше мають відсоток в діапазоні 1-3%, що означає символічну переплату. Більш суттєві позики в будь-якому випадку будуть коштувати дорожче.

Ануїтет (помісячна оплата рівними платежами) є найбільш поширеною в Україні. Даний метод вигідний фінансовим установам, оскільки ставка залишається незмінною до самого останнього платежу. Набагато рідше використовується класична схема погашення, при якій відсоток нараховується на залишок тіла кредиту. Це вигідно позичальникові рішення, оскільки сума платежу щомісяця зменшується. Такий підхід, наприклад,

практикується в компанії FinX, яка видає кредит на карту банку.

В межах внутрішньої діяльності банку головними факторами класифікації кредитів вважають міру прибутковості, цільове призначення, термін погашення та тип плати. Лише перераховані критерії повинні визначати вибір споживача послуги, адже кожен фактор впливає на вартість кредитної послуги, вигідність і зручність її отримання [3].

Замислившись на тему даного дослідження, ми вважали, що вибрана тематика викликана незначними для забезпечення підприємницького сектору та фізичних осіб обсягами кредитування з одного боку, недостатнім рівнем прибутковості кредитних організацій з іншого боку, і витікаючих звідси потреб вдосконалення організації цього процесу, але, стикнувшись з аналітичними даними українських сайтів, помітили зовсім іншу картину. Згідно даних [4], за перші 8 місяців поточного, 2019 року, українськими банківськими установами отримано 44,3 млрд. грн. чистого прибутку, що у 3,2 рази більше того ж періоду минулого року (13,7 млрд. грн.). В цілому доходи платоспроможних вітчизняних банків в 2019 збільшилися на 28,5% (до 165 млрд. грн.). Витрати також зросли на 5,2% (до 120,7 млрд. грн.). Причинами збільшення прибутку банків є:

- збільшення чистого процентного доходу банків на 18%
- збільшення чистого комісійного доходу банків на 15%
- позитивний підсумок за переоцінкою та внаслідок операцій купівлі-продажу, низькі обсяги відрахувань банківських резервів.

В цілому кредитування населення розвивається дуже динамічно, а сформовані передумови його подальшого вдосконалення створюють умови для ефективної банківської діяльності в цій сфері. Разом з тим, наявність негативних тенденцій і чинників, що впливають на стабільність і стійкість банківської системи роблять необхідним дослідження і постійний моніторинг стану споживчого кредитування на предмет виявлення потенційних проблем.

В межах описуваного дослідження ми здійснили опит 1000 осіб, звернувшись до них з різними запитаннями, що стосувались сутності, видів та умов отримання кредитів в сучасних умовах. Перше запитання мало на меті з'ясування обізнаності населення щодо того, під які цілі банківські установи можуть видавати кредитні засоби. Результати дослідження опитування виявили наступне. В якості предмету кредитування респонденти називали такі:

- житло, нерухомість – 99 %;

- автомобілі – 98 %;
- розвиток бізнесу, виробниче устаткування, обладнання – 72 %;
- освіта – 53 %;
- меблі – 21 %;
- побутова та інформаційна техніка – 45 %
- одяг – 14 %;
- прикраси – 7 %;
- лікування – 15 %;
- подорожі – 64 %;
- весілля – 11 %;
- ремонт житла – 3 %.

Водночас дослідження ринку можливих предметів кредитування у банках світу свідчить про значно ширше коло об'єктів кредиту. Серед них, крім перелічених вище, такі як народження дитини (Велика Британія, Голландія), облаштування домашнього робочого місця для підприємців, оплата рахунків ЖКГ (Німеччина, США); інвестиційні цілі, поповнення оборотних засобів (Росія, країни Європи).

З усього вищевказаного напрашується висновок, що задля розширення клієнтського ринку кредитних установ потрібне не тільки розширення кола надаваних під кредит предметів, а й найбільша розповсюдженість інформації та просування цих послуг на ринок. Крім того, з огляду на те, що в межах даної проблеми кредит виступає в ролі товару, слід більш ґрунтовно аналізувати не тільки потреби в його різновидах, а й працювати над збільшенням конкурентоспроможності кредиту.

Здійснений аналіз засобів залучення клієнтів до отримання кредитів дозволив виявити наступні заходи, які активно використовуються кредитними установами в усьому світі [5-6]:

1. застосування кредитного рейтингу позичальника;
2. постійне оновлення клієнтської бази різними засобами;
3. створення власних сайтів з використанням інтернет-банкінгу в процесі кредитування;
4. встановлення низки кредитних пільг : особливих кредитних програм, емісія різнорівневих карток, низькі відсотки, підвищення рівня максимальної суми по грошовій позиції, відсутність початкового внеску, лояльність банку, гнучкість в прийнятті рішень, перетворення частини покупки в бали, лотереї та дорогі подарунки (планшети, смартфони, квартири, подорожі, гроші), благодійні акції, безкоштовні презенти та т.ін.;
5. застосування лідогенерації (це є контрольований процес, що дає можливість збирати особисті дані потенційних клієнтів зацікавленим фінансовим організаціям);
6. стимулюючі акції надання кредитів, кобрендинг (симбіоз банку та торгової організації);

7. значне скорочення часу, що витрачається на розгляд поданої кредитної заявки;

8. урізання пакету необхідних для отримання кредиту документів (деякі кредитні компанії готові видати кредит лише за паспортом).

Повертаючись до нашого проведеного опитування, останнє його запитання стосувалося тих самих заходів зручності та привабливості для споживачів. Опитування показало, що найбільш частіше наші респонденти називають:

- мінімальний процентний відсоток плати за користування кредитними засобами;

- легкість процедури отримання грошових коштів;

- мінімальна застава;

- відсоток за кредит має бути співставним з вартістю товару (досить часто трапляється, що виплачувані відсотки виявляються більшими, ніж вартість кредитного товару);

- висока заробітна платня кредитованої фізичної особи;

- виданий кредит обов'язково повинен стимулювати отримати наступний. Серед таких пільгових умов пропонували зниження кожного наступного відсотка по банківським кредитам, надання пільг щодо строків повернення коштів та врахування форс-мажорних обставин.

В той самий час суттєвими проблемами у сфері нормативного законодавства щодо умов кредитування фахівці вважають неоднозначність істотних умов договору споживчого кредиту (позики); можливість поступки права вимоги третім особам; питання захисту прав позичальників як найбільш слабкої сторони [7].

Таким чином, для забезпечення прав і законних інтересів позичальників в сфері споживчого кредитування необхідно вирішити ряд завдань:

- підвищити у населення рівень інформованості, правової культури, фінансової грамотності;

- підвищити професійний рівень та якості правової культури співробітників кредитних організацій;

- розвинути форми і методи державного контролю за дотриманням банківського законодавства, закону про захист прав споживачів.

Між позичальниками і банком слід дотримуватися стратегії надання клієнту, який опинився в скрутному становищі, додаткових коштів для виходу з ситуації, що склалася [8]. Більшість банків (як зарубіжних, так і українських) в даних випадках намагаються мінімізувати свої збитки, використовуючи будь-які можливості (наприклад, шляхом дострокової реалізації застави на ринку і повернення повної вартості кредиту). Однак подібна політика комерційного банку може

привести до поступового погіршення фінансового стану позичальника, в кінцевому підсумку до його банкрутства. В даному випадку кредитор загрожує як прямий фінансовий збиток (в більшості випадків повернути повну суму кредиту та сплати процентів так і не вдається), так і непрямий - банк втрачає клієнта на ринку кредитних операцій, так само можливе погіршення репутації комерційного банку на ринку. Дана ситуація може бути допустима в стосунках з випадковим позичальником, коли продовження співпраці в подальшому не розглядається, але в стосунках з постійним клієнтом необхідно знаходити інші шляхи вирішення.

Наступна рекомендація зводиться до необхідності введення диференційованих процентних ставок за споживчими кредитами. Також для позичальників, які опинились в форс-мажорних скрутних обставинах, повинні бути розроблені спеціальні технології подолання ситуації, що склалася, що передбачають:

- строкову аудиторську перевірку фінансового стану позичальника, а так само ефективності його маркетингової, виробничої та кадрової служби;

- знаходження шляхів виходу з несприятливої ситуації, в тому числі - за допомогою обслуговуючого банку;

- інформаційна, організаційна та фінансова підтримка позичальника, яка полягає в збільшенні «портфеля замовлень» за рахунок залучення особистих зв'язків банку, оптимізацію податкових виплат, додаткову видачу стабілізаційного кредиту, реструктуризацію позики і процентних платежів і інше.

Ми також рекомендуємо широке застосування скорингу. Скоринг – це статистична модель, що дозволяє на основі ряду параметрів, які характеризують потенційного позичальника, прийняти автоматичне рішення про надання йому кредиту на певних умовах. Справа в тому, що у роздрібному бізнесі (не тільки в банківському секторі) проблеми управління витратами і оптимізації загального рівня витрат, як правило, стають першочерговими. Завдання скорингу - економія витрат у процесі обробки кредитних заявок. Платоспроможність позичальника оцінюється за багатьма параметрами. У статистичних моделях ці параметри часто мають нелінійні залежності. Не можна прийняти рішення про суму кредиту, що видається, виходячи тільки з розміру заробітної плати та інших доходів позичальника. Оцінюючи його доходи, важливо брати до уваги цілий комплекс сукупних факторів, в число яких входять і освіта позичальника, і його кваліфікація, і стаж роботи за профілем діяльності. Вік, інформація про його роботодавця, стабільність і

адаптованість до можливого працевлаштування - все це впливає на якість платоспроможності позичальника. Серйозну роль відіграє і інформація про кредитну історію позичальника, виходячи з якої, можна зробити висновок про стан його платіжної дисципліни і сумлінності у виконанні власних зобов'язань. При цьому серйозного значення має і термін кредиту, так як від нього залежить, на яку тимчасову перспективу робиться прогноз платоспроможності позичальника. У короткостроковій перспективі будувати прогноз набагато простіше. Залежно від терміну будуть відрізнятися і параметри, які використовуються для прийняття рішення. При кредитуванні строком на 3-5 років (наприклад, за автокредитом) банк буде оцінювати поточну ситуацію з доходом позичальника і інформацію про його роботодавця. А при іпотечному кредитуванні, терміни якого значно більші, загальний професійний стаж клієнта буде підданий більш ретельному аналізу.

Необхідно так само поліпшити організаційні аспекти кредитування фізичних осіб:

- розміщувати рекламу за видами кредитів в міському транспорті, на розтяжках, рекламних щитах, і т.д.;

- удосконалювати наявні програми кредитування фізичних осіб;

- почати комплексну роботу по стандартизації і контролю сервісного обслуговування клієнтів. Кожен клієнт банку повинен мати можливість заповнити анкету і висловити свою думку про якість послуг і рівень сервісу. Інтереси клієнта повинні враховуватися максимально;

- необхідно впроваджувати нові форми роботи з клієнтами, засновані на поєднанні стандартних технологій і індивідуальним підходом до кожного клієнта.

Дуже важливо звернути увагу клієнтів банку на те, як вчасно заплатити по кредиту, якщо крайній термін платежу випадає на вихідний день або на свята. Як показує практика, за дуже багатьох кредитних договорів виникає прострочена заборгованість саме в період свят: клієнти не піклуються про те, щоб заплатити наперед. Коротка розмова про погашення кредиту буде корисна і з такої причини: переважна більшість клієнтів платить в останні дні погашення платежу. Страхування кредитів не може бути обов'язковим, оскільки це порушує права споживача і суперечить чинному в нашій країні законодавству. Клієнти можуть укласти страховий договір або відмовитися від нього. Інша справа, що розмір процентної ставки для незастрахованого кредиту майже завжди є вищою, оскільки банк повинен враховувати ризик втрати клієнтом платоспроможності. Але те, що в деяких випадках це фактично ключовий момент

видачі кредиту, констатують і аналітики. Тому ми згодні з пропозицією побудови ієрархічної системи роботи з кредитними заявками, що спрямована на мінімізацію кредитного ризику і підвищення темпів зростання кредитного портфеля.

На нульовому рівні знаходяться клієнти банку, які отримують заробітну плату, стипендії на банківські рахунки банку. Відповідно, дана категорія клієнтів повинна користуватися більш пільговими умовами обслуговування в порівнянні з іншими банками, щоб не перейти в банк-конкурент і не скористатися його послугами.

Перший рівень формуватимуть кредитні заявки, за якими приходить позитивне рішення після першої подачі документів на андеррайтинг (клієнти, які раніше не користувалися послугами даного банку).

Другий рівень становитимуть позики, позитивне рішення по кредитним заявкам яких приймається після вторинного розгляду з використанням додаткових методів зниження кредитного ризику, таких як, наприклад, прийняття додаткового забезпечення (заставу, поручительство, гарантії). Забезпечення повинно задовольняти відповідним вимогам банку. Якщо приходить позитивне рішення по клієнту, відбувається видача позики, якщо відмова - потрібно переходити на третій рівень.

Третій рівень передбачає структурування кредитної заявки, у бік, сприятливий для банку, тобто скорочення терміну, зменшення суми, збільшення процентної ставки і надання додаткового забезпечення. Ця заявка також направляється на оцінку. Якщо приходить позитивне рішення - позика видається клієнту, якщо негативне рішення, йому буде остаточно відмовлено в кредиті.

Також, можна запропонувати банкам внести відповідні зміни у внутрішні регламенти, щоб скорингова програма видавала рішення не тільки видати або відмовити в позиці, але і включала категорію позичальників, з якими можна працювати далі. Вважаємо за можливе, щоб на першому рівні кредитоспроможність позичальника перевірялася за однією скоринговою програмою, на другому рівні – за двома і, аналогічно за третьою програмою.

Висновки

Управлінню та плануванню грошових потоків, що є у розпорядженні підприємств та установ, в теперішніх ринкових умовах як складовій етапу управління фінансами підприємств приділяється багато уваги в сучасному світі [9]. На означеному етапі розвитку банківської сфери важливе значення для ринкового функціонування економіки України має удосконалення процесів кредитування. Завдяки

статистичному аналізу доведено, що в останнє десятиліття якість банківського кредитного портфеля значно знизилася, в динаміці показники якості демонструють негативну тенденцію на тлі стрімкого зростання інфляції і збільшення частки проблемної заборгованості банківських позичок. Кредитна діяльність українських банків має високі ризики, не підпадає під дію ринкових законів і не відповідає світовим стандартам. З огляду на високий рівень кредитних ризиків, а також досвід європейського кредитування, доцільно підвищити ефективність програм статистичного моніторингу та контролю позичальників, а також приділити увагу процесам формування ресурсної бази, нейтралізувати підвищені ризики, розробити нові технології кредитування відповідно до європейських і світових стандартів. В цілому стан невизначеності кредитного механізму банків України вимагає переосмислення ведення банківського бізнесу в Україні, відновлення визначальної ролі банків як фінансових посередників на кредитно-грошовому ринку.

Література

1. Яструбецька, Л.С. Аналіз особливостей залучення вітчизняними підприємствами банківських кредитів [Текст] / Л.С. Яструбецька, Я.Б. Баб'як // «Young Scientist» • №12 (27) – Part 2 – december, 2015. – с. 195-198.
2. Види кредитов для физических лиц [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://the-books.biz/finansyi-kredit-dengi/vidyi-kreditov-dlya-fizicheskikh-32819.html>
3. Види кредитования в Украине. Какой кредит взять выгодней? [Електронний ресурс] / Большой Киев. – Режим доступу: <https://bigkiev.com.ua/vidy-kreditovaniya-v-ukraine-kakoj-kredit-vzyat-vygodnej/>
4. С 2018 года банки Украины увеличили прибыль в три раза [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://psm7.com /bank/s-2018-goda-banki-ukrainy-uvlichili-pribyl-v-tri-raza.html?utm_source=PaySpaceMagazine&utm_campaign=a8e2368b5e-EMAIL_CAMPAIGN_2019_09_30_07_26&utm_medium=email&utm_term=0_c42a0f1d16-a8e2368b5e-188930125
5. Как банки привлекают клиентов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://credits.ru/publications/364198/kak-banki-privlekaют-klientov>
6. Привлечение клиентов: что делают для этого банки-кредиторы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bankist.ru/article/201114/2677/>
7. Ефективність кредитної діяльності в механізмі банківського маркетингу [Текст] / О. О. Солodka // Фінанси. – 2016. – № 2. – С. 74– 76.
8. Стребков, Д. Основные типы и факторы кредитного поведения населения: современные аспекты [Текст] / Д. Стребков // Вопросы экономики. – 2014. – №1. – С. 28– 29.
9. Вербицкая, В. И. Теоретические аспекты планирования денежных потоков предприятий. [Текст] / В.И. Вербицкая // La science et la technologie à l'ère de la société de l'information: coll. de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» з avec des matériaux de la conf. scientifique et pratique internationale, Bordeaux, 3 mars, 2019. Bordeaux : OP «Plateforme scientifique européenne», 2019. - V.2. - с. 110. (с. 56-59).

References

1. Yastrubetska, L., Babiak, Y. (2015) Analysis of peculiarities of attracting bank loans by domestic enterprises. «Young Scientist», 12 (27), 2 - december, 195-198. [in Ukrainian]
2. Types of loans for individuals (n.d.) Retrieved from <https://the-books.biz/finansyi-kredit-dengi/vidyi-kreditov-dlya-fizicheskikh-32819.html> [in Ukrainian]
3. Types of credit: tion in Ukraine. Which loan is more profitable? (n.d.) Retrieved from <https://bigkiev.com.ua/vidy-kreditovaniya-v-ukraine-kakoj-kredit-vzyat-vygodnej/> [in Russian]
10. Since 2018, Ukrainian banks have increased their profits threefold (n.d.) Retrieved from https://psm7.com /bank/s-2018-goda-banki-ukrainy-uvlichili-pribyl-v-tri-raza.html?utm_source=PaySpaceMagazine&utm_campaign=a8e2368b5e-EMAIL_CAMPAIGN_2019_09_30_07_26&utm_medium=email&utm_term=0_c42a0f1d16-a8e2368b5e-188930125 [in Russian]
4. How banks attract customers. (n.d.) Retrieved from <https://credits.ru/publications/364198/kak-banki-privlekaют-klientov> [in Russian]
5. Attracting Customers: What Creditors do for it? (n.d.) Retrieved from <https://bankist.ru/article/201114/2677/> [in Russian]
6. Solodka, O. (2016) Efficiency of credit activity in the mechanism of banking marketing. Finance, 2, 74– 76. [in Ukrainian]
7. Strebkov, D. (2014) Basic types and factors of credit behavior of the population: modern aspects. Economy issues, 1, 28– 29. [in Russian]
8. Verbytska, V. I (2019) Theoretical aspects of planning cash flows of enterprises. La science et la technologie à l'ère de la société de l'information: coll. de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» з avec des matériaux de la conf. scientifique et pratique internationale, Bordeaux, 3 mars, 2019. Bordeaux : OP «Plateforme scientifique européenne», 2, 110. (56-59).

Рецензент: доктор наук з економіки та управління підприємствами, професор Л.Л. Калініченко, Харківський національний університет будівництва та архітектури, Харків, Україна.

Автор: ВЕРБИЦЬКА Вікторія Іванівна
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку, оподаткування та міжнародних економічних відносин
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
E-mail – verbytska67@gmail.com
ID ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7103-6738>

Автор: БРЕДІХІН Володимир Михайлович
кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри економіки
Харківський національний університет будівництва та архітектури
E-mail – bredixinv@gmail.com
ID ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6063-5046>

CREDIT MARKET DEVELOPMENT DIRECTIONS IN MODERN UKRAINIAN CONDITIONS

V. Verbytska¹, V. Bredikhin²

¹Kharkiv National Automobile and Highway University, Ukraine

²Kharkov National University of Construction and Architecture, Ukraine

The article is devoted to the review of the current state, problems and directions of improving the activities of banking and microfinance organizations (MFIs) in the lending market. The methods of attracting customers to obtain loans are analyzed and the international experience of banking and non-banking organizations in the field of lending to the population is investigated. It was concluded that the economic development of the state not only implies, but also requires the development of market lending mechanisms that can not only provide banking institutions with a profit, but also ensure stable economic growth. In addition, it should be noted that there is a different focus on research in this area, as well as the lack of a unified approach to determining directions for improving lending competitiveness, and the mismatch between the chosen strategies for the real situation that has developed in Ukraine.

It has been established that the largest share in the lending market belongs to consumer loans, classic loans to individuals, when borrowed funds are taken to pay for various necessities of life. At the same time, the presence of negative trends and factors affecting the stability and stability of the banking system has been identified, which makes it necessary to study and constantly monitor the status of consumer lending in order to identify potential problems. It is stated that at present, to expand the client market of credit institutions, it is necessary not only to expand the range of items provided under credit, but also to disseminate information and promote these services on the market.

The main ways to attract customers to obtain loans and events that are actively used by credit institutions around the world are identified.

The opinion of leading experts on the need to address a number of tasks to ensure the rights and legitimate interests of borrowers in the field of consumer lending is recorded. The principles of building a hierarchical system for working with loan applications are outlined.

Keywords: *lending, banking institutions, macro-financial organizations, borrower, money market, profitability, interest.*