

спостерігається зміна пріоритетів, пов'язана із теперішньою ситуацією в країні. Значна частина українців знизили свої витрати та надали переваги першочерговим потребам (харчі, житло та т.п.). Тому важливо змінити підхід до споживачьких досліджень. Надаючи перевагу «глибшим» дослідженням

Попри це, дослідження та історія показує нам зворотнє. Роланд С. Вейл спостерігав за 200 компаніями під час рецесії 1923 року. Він повідомив, що компанії, які продовжували рекламувати під час кризи, на 20% випередили те, що було до рецесії. З іншого боку, компанії, які скоротили обсяги маркетингу, все ще перебували в період рецесії та на 7% відставали від рівня 1920 року[3]. Дана тенденція впродовж великого відрізка історії дає зрозуміти, що це важлива складова.

Отже, завдяки досвіду споживача, підприємець може створити хорошу базу, що дозволить функціонувати під час рецесивного періоду. При збільшенні довіри під час скорочення споживачьких можливостей, більшість людей будуть надавати перевагу довіреним і впізнаваним брендом, або тим, які залишили їм позитивний споживчий досвід. Саме тому важливо брати до уваги розвиток маркетингової сторони підприємства у сучасних реаліях.

Перелік використаних джерел:

1. Закриття ФОПів в Україні зросло на 54%, а компаній - на 15%
URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2024/07/4/716199/>
2. A Study on Digital Marketing and its Impact on Revenue Generation
URL: <https://ijrpr.com/uploads/V5ISSUE5/IJRPR28528.pdf>
3. Вплив маркетингу на прибуток у період рецесії
URL: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2020/09/24/marketing-during-recession>

УДК 336.7

Перепелиця Андрій

студент групи ПФМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Крупка Андрій

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя м. Тернопіль, Україна

Andriy Perepelytsya

Student of the group PFm-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University Ternopil

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Andrii Krupka

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

СПОЖИВЧЕ КРЕДИТУВАННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

CONSUMER LENDING IN UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR

Споживче кредитування є одним із найпоширеніших видів кредиту в економічно розвинених країнах, оскільки воно не лише задовольняє споживчі потреби населення, але й стимулює економічне зростання, підвищуючи попит на товари та послуги. Це сприяє зростанню податкових надходжень до державного бюджету, що позитивно позначається на економічному розвитку країни.

Збільшення обсягів споживчого кредитування також поліпшує співвідношення обсягу банківських кредитів для фізичних осіб до ВВП, що наближає країну до рівня розвинених економік. Банки, у свою чергу, мають змогу не лише підвищувати ефективність своєї діяльності, але й покращувати політику обслуговування фізичних осіб, що сприятливо позначається на фінансових результатах їхньої роботи. Водночас, у контексті війни в Україні, споживче кредитування зазнало значного впливу, зокрема через економічну нестабільність, зростання ризиків неповернення кредитів та зменшення платоспроможності населення, що змушує банки переглядати умови кредитування і впроваджувати нові стратегії для мінімізації ризиків у воєнних умовах.

В науковій літературі під терміном «споживче кредитування» розуміють грошові кошти, що надаються споживачу (позичальнику) на придбання товарів (робіт, послуг) для задоволення потреб, не пов'язаних із підприємницькою, незалежною професійною діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника [1]; кошти, які надаються фізичним особам на купівлю споживчих товарів і послуг [2]; кредит, який надається фізичним та юридичним особам на споживчі цілі, коли останні опосередковано надають кошти працівникам

свої організації у вигляді централізованого придбання для них квартир, дач, земельних ділянок [3]; це відносини економічної власності між кредитором і споживачем щодо отримання кредиторами за надані кошти в тимчасове користування фізичним особам [4].

Споживче кредитування має кілька основних ознак, які визначають його характер і відмінності від інших видів кредитування. Розглянемо кожну з них детально [5]:

1. Короткий термін кредитування. Споживчі кредити зазвичай надаються на короткі строки, що відрізняє їх від іпотечних чи бізнес-кредитів, які мають довготривалий характер.

2. Соціальний характер. Споживчі кредити часто мають соціальний характер, оскільки спрямовані на задоволення життєвих потреб фізичних осіб.

3. Специфічні умови надання. Споживчі кредити мають спеціальні умови надання, зокрема відносно невеликі суми, порівняно з іншими видами кредитів, спрощені процедури оцінки кредитоспроможності позичальників, а також можливість оформлення кредиту без застави.

4. Кредитування фізичних осіб. Споживче кредитування орієнтоване на фізичних осіб, які використовують позики для задоволення власних споживчих потреб. Це відрізняє споживче кредитування від кредитів для бізнесу, які спрямовані на комерційні цілі.

5. Кредитором є банківська установа. Більшість споживчих кредитів надають банки, які мають відповідні ліцензії і ресурси для здійснення кредитування. Хоча існують також небанківські фінансові установи, які можуть надавати споживчі кредити, банки залишаються основними гравцями завдяки стабільній фінансовій базі, прозорим умовам і широкому спектру послуг.

В цілому, споживче кредитування - це надання кредитів фізичним особам з метою покриття їхніх поточних споживчих потреб. Воно дозволяє споживачам послуг отримати доступ до необхідних товарів і послуг, навіть якщо вони не мають достатньої кількості коштів на момент покупки.

Споживче кредитування є важливою частиною фінансової системи, оскільки сприяє зростанню споживчого попиту, покращенню життєвих умов населення та стимулюванню економіки. Основні риси споживчого кредитування включають короткий термін погашення, соціальний характер, спеціальні умови, орієнтацію на фізичних осіб, участь банківських установ як кредиторів, і цільове призначення для покриття споживчих потреб.

Сучасна практика кредитування в Україні свідчить про те, що споживчі кредити користуються великою популярністю серед населення. Протягом останніх років частка кредиту такого типу в Україні становила, в середньому, одну п'яту загального кредитного портфеля банківських установ, хоча за останні три роки вона дещо збільшилася [6].

Однак, війна, безперечно, зробила свій вплив на загальні тренди розвитку, зокрема, зменшивши обсяги кредитування на кілька кварталів підряд. З початком повномасштабного вторгнення відбулося значне зниження попиту населення на кредити й, відтак, простежувалися зміни основних характеристик кредиту. Таким чином, спостерігалось зменшення загального рівня відсоткових ставок за кредитами (до 22,1% у середині 2023 року). Однак, відновлення активності діяльності банківських установ та відновлення кредитування в другій половині 2023 року привело й до поступового повернення ставок до довоєнного рівня [6].

Особливо важливою характеристикою споживчого кредиту, як і будь якого кредиту загалом, є його поверненість. Однак, в сучасних умовах банки стикаються з проблемою неналежного дотримання даної умови надання кредиту (принципу кредитування). Основні проблеми, пов'язані з ризиковістю кредитного портфеля споживчого кредитування, включають:

- кредитний ризик, тобто ризик неповернення кредиту позичальниками, який зростає через відсутність стабільних доходів у деяких споживачів. Особливо це стосується короткострокових кредитів без забезпечення;

- ризик недостатньої оцінки платоспроможності. Через спрощені умови оформлення споживчих кредитів оцінка платоспроможності може бути недостатньо точною, що підвищує ймовірність видачі кредитів неплатоспроможним клієнтам, що збільшує ризик невиконання;

- ризик концентрації. Якщо значна частина кредитів видана певним категоріям клієнтів (наприклад, працівникам одного сектору економіки), банк може зіткнутися з труднощами, якщо цей сектор зазнає кризових явищ, що підвищує ризик одночасного невиконання зобов'язань великою кількістю клієнтів;

- макроекономічний ризик. Споживчі кредити можуть стати більш ризиковими у випадку економічного спаду, зростання інфляції чи безробіття, що впливає на платоспроможність позичальників;

- операційний ризик. Пов'язаний із можливими помилками в обробці кредитів, шахрайством або неправильною роботою систем, що також може призвести до збитків. Недосконалі процеси контролю можуть підвищити ризик неправомірних видач кредитів;

- ризик процентної ставки. У випадку зростання процентних ставок позичальники можуть втратити здатність обслуговувати кредити через зростання виплат, що підвищує ризик дефолтів, що також може вплинути на фінансові показники банку.

Усі зазначені ризики становлять серйозну загрозу стабільності та прибутковості банків, які займаються споживчим кредитуванням, вимагаючи ефективного управління та дієвих механізмів контролю для мінімізації потенційних втрат. У зв'язку з цим постає необхідність подальших наукових досліджень, спрямованих на

вдосконалення підходів до ідентифікації, оцінки та управління ризиками у сфері споживчого кредитування, що дозволить забезпечити сталий розвиток фінансової системи.

Перелік використаних джерел:

1. Кульчицька Є. В. Споживче кредитування і його вплив на фінанси домогосподарств: збірник. Київ: КНЕУ, 2019. 722 с.
2. Добрик Л. Споживчий банківський кредит в Україні: ресурсне забезпечення та ефективність. *Економічний аналіз*. 2011. Вип. 8. С. 369–372.
3. Гаврилко Т. О. Споживче кредитування в Україні. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського: *Економіка і управління*. 2019. Том 30(69). С. 110–115.
4. Алескерова Ю. В., Дзюбенко А. Д. Особливості розвитку споживчого кредитування в Україні. *Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»*. ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій». Одеса. 2018. № 27(2). С. 87–92.
5. Кучер Н.О., Юрчишина Л.В. Теоретичні основи та оцінка споживчого кредитування в банках України. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2022. №14. т.2. С.226-231.
6. Моташко Т.П., Перхайло С.П. Банківське споживче кредитування в Україні в умовах війни: сучасні тренди та ризики контрагентів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. №6. С. 176-185.

УДК 330.3

Петрик Анастасія

студентка групи ПФМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Тимошик Наталія

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Anastasiia Petryk

Student of the group PFm-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Nataliia Tymoshyk

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ

FINANCIAL LEASING AS AN EFFECTIVE FORM OF SMALL BUSINESS SUPPORT

Розвиток економіки України та її інтеграція до таких міжнародних організацій, як Світова організація торгівлі (СОТ), Європейський Союз (ЄС) і НАТО, висуває вкрай важливе питання про конкурентоспроможність національної промисловості, сільського господарства і підприємницького сектору. Ця проблема набуває особливої значущості в умовах фінансової кризи, коли фінансування процесу оновлення основних засобів фактично зупинилося через недостатній прибуток підприємств та значне зниження обсягів виробництва, а зношеність основних фондів досягає критичного рівня в 75%.

Питання залучення інвестиційних ресурсів кожне підприємство вирішує по-своєму. Зазвичай, звертаються до кредитування чи оренди основних засобів. Проте, у ситуації світової фінансової кризи, коли доступ до таких засобів майже відсутній, вільні кошти стають дефіцитом, а надавати кредити під заставу майна банкам стає не вигідно, тим паче на тлі масового неповернення кредитів, починається пошук альтернативних варіантів інвестування. Світова практика доводить, що саме лізингові операції є найбільш доцільним і мобільним методом фінансування, а отже можуть сприяти збереженню ліквідності більшості підприємств, а також їхньому подальшому розвитку. Саме тому лізингові операції розглядаються як новий вид фінансування. Цьому сприяють загальні тенденції економічного розвитку та вигоди, що притаманні лізингу, зокрема:

– зменшений обсяг ліквідних засобів у зв'язку із труднощами, що постійно виникають на грошовому ринку;