

1. Статистичні дані використано із українського страхового порталу <http://forinsurer.com/news/08/10/16/17123>. 2. Концепція розвитку страхового ринку України до 2010 р. – <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=369-2005-%f0>. 3. Закон України “Про внесення змін до закону України “Про страхування” від 24.04.2007 р. № 997 V/ <http://www.rada.gov.ua>. 4. Яворська Т.Б. Страхові послуги: Навч. посібник. – К.: Знання, 2008. – 350 с.

Я.Р. Шандра,
студент.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Колісник М.К.

ДОВІРА НАСЕЛЕННЯ ДО СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ

Кожна людина стає перед фактом, де взяти кошти для придбання побутової техніки, авто чи квартири. Накопичуючись роками, цей товар буде не потрібним та застарілим на ринку технологій. Сьогодні це вже не проблема, її дуже легко вирішити за допомогою продукту, який пропонується банками, – споживчого кредиту.

Визначимо споживчий кредит як економічну категорію: це кредит, який надається тільки у національній грошовій одиниці фізичним особам – резидентам України на придбання споживчих товарів тривалого користування та послуг і який повертається в кредит, якщо інше не передбачено умовами кредитного договору [1, с. 143].

Останніми роками зростання попиту на споживчий кредит тісно пов'язане з психологічним фактором, а саме – населення почало більше довіряти банківським структурам, і ще один не менш важливий чинник – це здешевлення послуги. На кількість взятих кредитів впливає величина доходу населення: чим більше коштів отримує індивід, тим більшими стають його споживчі потреби та витрати. Ми можемо простежити за тенденцією розвитку надання кількості споживчих кредитів паралельно до отриманих доходів населення за допомогою отриманої статистичної інформації із сайту НБУ та

Державного комітету статистики, які зведені у таблицю та подані графічно на рис. 1.

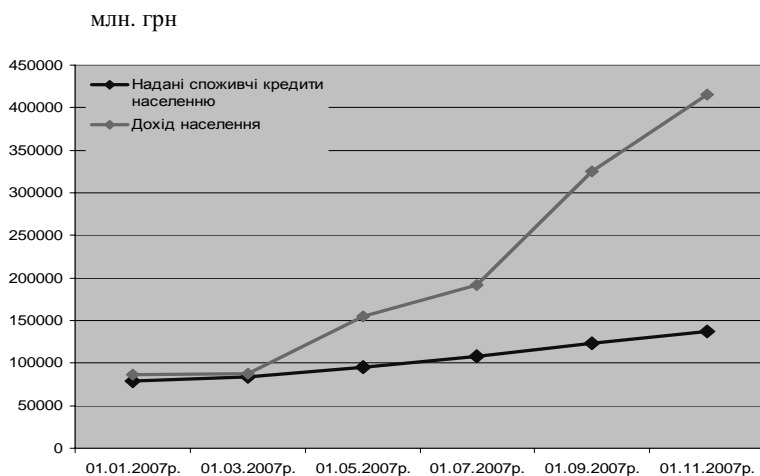


Рис. 1. Тенденція розвитку надання споживчих кредитів

Залежність виданих споживчих кредитів до отриманих доходів населення, млн. грн.

Показники	За станом на:					
	01.01.2007 р.	01.03.2007 р.	01.05.2007 р.	01.07.2007 р.	01.09.2007 р.	01.11.2007 р.
Надані споживчі кредити населенню	78543	83583	95392	107635	122963	137254
Дохід населення	85968	87400	155054	191790	325666	416188

З вищенаведених даних та графічного зображення ми спостерігаємо, що зі збільшенням доходу населення відбувається збільшення попиту на споживчий кредит. Приблизно він зріс з початку до кінця 2007 року на 75 %. Це пояснюється тим, що споживачі не хочуть відмовлятися від своїх потреб і хочуть отримати товар не колись, а прямо сьогодні. Також великий вплив на кількість взятого кредиту здійснює забезпеченість населення – здатність оплатити кредит.

Порівнюючи тенденцію розвитку величини споживчого кредиту з іншими країнами світу, ми спотерігаємо, що Україна дуже повільно розвивалась на цьому ринку, оскільки до банківської системи нашої країни в населення немає довіри. Починаючи ще з часів СРСР, коли населення втратило свої заощаджені кошти, та краху в часи розвитку незалежної України, КБ “Україна” – викликало негативне ставлення до банківських структур, а саме: недовіру.

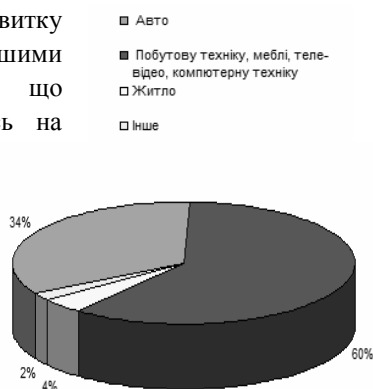


Рис. 2. Структура споживчого кредиту

В Україні споживчий кредит надається на:

1. Авто (34 % від загальної суми кредиту).
2. Побутову техніку, меблі, теле-відео-, комп'ютерну техніку та мобільний зв'язок (60 % від загальної суми кредиту).
3. Житло (4 % від загальної суми кредиту).
4. Інше (2 % від загальної суми кредиту).

Отже, споживчий кредит прискорює реалізацію товарів широкого вжитку і побутових послуг, збільшує платоспроможний попит населення, підвищує його життєвий рівень.

1. Мороз А.М. *Банківські операції*. – К.: КНЕУ, 2001. 2. <http://www.ukrstat.gov.ua>. 3. <http://www.bank.gov.ua>.