

**Снідко Є. А.,**  
*здобувач вищої освіти обліково-фінансового факультету,  
Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна*

## **СУЧАСНИЙ СТАН МІКРОКРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ**

В умовах сьогодення дедалі частіше виникають відносини мікрокредитування. Більша кількість населення України вже знає про існування такої послуги та активно її використовує.

Дослідженню питань організації мікрокредитування приділяли увагу закордонні науковці, як А. Шпинова, М. Юнус, А. Белов, В. Заболоцька, Є. Оломська. Серед вітчизняних науковців, котрі розглядають особливості мікрокредитування, слід відмітити: М. Ведмідь [1], Н. Кривень [2], З. Варналія, О. Барановського та ін.

Мікрофінансовими організаціями називаються компанії, котрі видають кредити на невеликий термін, а кредитні кошти що видаються – «мікрозайми», «швидкі позики». Великий прихід нових компаній у цю сферу фінансової діяльності зумовлений зростаючим попитом на послуги мікрокредитування, внаслідок чого постійно зростає конкуренція, призводячи до підвищення якості послуг та поступового зниження відсоткових ставок за кредитами, що надають фінансові компанії.

В Україні відсутній контроль розміру максимальної річної ставки (APR) на відміну від багатьох інших країн світу. Тому фінансові компанії мають за мету та керуються моделлю прибутковості при встановленні процентної ставки за користування кредитом [4].

У період коли сервіс мікрозаймів формувався в Україні, основними конкурентами таких організацій були комерційні банки та ломбарди. Але з часом вони почали витісняти традиційних гравців з даного ринку позик до 10 тис. грн включно.

Установи мікрокредитування мають ряд суттєвих переваг порівняно з банківськими установами, серед яких: швидкість прийняття рішень; високі шанси отримання кредиту; графік роботи та зручне погашення кредиту [4].

Якщо детально порівнювати ломбард з мікрофінансовими організаціями, то останні вигідно відрізняються відсутністю потреби закладати майно, ризиків у разі прострочення платежу.

Головним показником успішності компанії даного ринку є кількість повторних клієнтів, що впливає на стабільність і прибутковість компанії. Основні методи, що використовують організації для утримання та залучення клієнтів наведено на рис 1.

Співвідношення заявок і виданих кредитів – показник, який свідчить про ефективність роботи компанії на ринку мікрокредитування. Звичайно, даний показник набагато більший, ніж у банківських установах. Але він не досягає позначки 100 %. Щоб показник позитивних рішень щодо видачі кредиту

постійно підвищувався, потрібно удосконалювати систему оцінки ризиків з видачі кредиту.

Програма лояльності	<ul style="list-style-type: none"><li>• для повторного клієнта знижується процентна ставка. Тобто чим більше кредитів візьме клієнт - тим більшу отримає знижку на наступну позику</li></ul>
Програма «Приведи друга»	<ul style="list-style-type: none"><li>• якщо клієнт запросить іншу людину отримати в цій компанії кредит, то він отримає винагороду. Як правило винагорода становить 25-100 грн за кожного нового клієнта</li></ul>
Швидкість прийняття рішення по кредиту	<ul style="list-style-type: none"><li>• багато компаній заявляють про те, що кредит можна отримати «за 5 хвилин», але це не завжди так. По-перше, за цей час кредит може отримати клієнт, що був раніше зареєстрований в цій системі. А для нового клієнта від 15 до 30 хвилин в середньому займає оформлення заявки. По-друге, на швидкість оформлення може впливати і людський фактор.</li></ul>

### Рисунок 1 – Методи залучення та утримання клієнтів

Джерело: побудовано з використанням даних [4]

На хвилі популярності мікрокредитування, очікується поява великої кількості компаній у цій сфері. Але не всі здатні закріпитися і тримати стабільний курс на розвиток, адже ринок має свою специфіку, особливо в умовах такої конкуренції [4].

Подальшого розгляду потребують питання факторів впливу, що стримують розвиток мікрокредитування в Україні. Умовно вони діляться на дві групи: проблеми, які перешкоджають суб'єктам малого і середнього бізнесу та проблеми, які перешкоджають банківським установам.

#### Список використаних джерел:

1. Ведмідь М. Мікрокредитування в Україні. Проблеми формування і розвитку фінансово-кредитної системи України: зб. наук. статей. Х.: НБУ ХБІ УАБС, 2004. С.43–46.
2. Кривень Н. Економічна сутність мікрокредитування. *Економіка і регіон*. 2009. № 4. С. 209–212.
3. Сіренко Н., Мельник О. Бюджетно-податкове стимулювання інноваційного розвитку аграрного сектора економіки. URL:[http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ\\_2013\\_4\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2013_4_9) (дата звернення 29.10.2020).
4. Сайт компанії Sos credit. URL: <https://soscredit.ua/uk/blogpage/kredit-onlajn-oglyad-rinku-mikropozik-v-ukrayini> (дата звернення: 29.10.2020).

Науковий керівник: **Мікуляк К. А.**, асистент кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування,  
Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна