

ЭВМ и другим современным оборудованием, об издании учебников и учебных пособий, о состоянии и обновлении материальной базы учебных заведений всех типов, наконец, о степени материальной обеспеченности, социальном статусе и качестве педагогического персонала.

Для измерения роли науки в создании и росте интеллектуального потенциала предлагается использовать два индекса.

Первый индекс (SSS – scientific staff share) – удельный вес персонала, занятого в сфере науки и научного обслуживания, в общей численности занятого (экономически активного) населения. Поскольку же эффективность работы этого персонала зависит от материального обеспечения науки (в том числе и оплаты труда работников), то этот показатель следует определенным образом сочетать со вторым (SE – scientific expenses) – удельным весом затрат на науку в структуре ВВП. В случае, если финансирование науки осуществляется главным образом государством, в этих же целях может быть использован показатель доли затрат на науку в государственном бюджете.

Таким образом, показатель IP рассчитывается по следующей формуле:

$$IP = k_1 \cdot \frac{TEL + SEL + EE}{3} + k_2 \cdot \frac{SSS + SE}{2}. \quad (1)$$

Предлагаемая методика расчета IP весьма далека от совершенства, так как, в частности, в ней не учитывается степень использования сложившегося научного потенциала. Но измерение эффективности затрат на науку представляется самостоятельной, чрезвычайно сложной проблемой, которая выходит за рамки поставленной цели научного исследования.

СТАН ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РИНКУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Процал Ю.В.

*Науковий керівник: Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В країнах з розвинутою ринковою економікою споживчий кредит, як зручна і вигідна форма обслуговування населення, відіграє велику роль в економіці, а тому він активно регулюється з боку держави.

Споживче кредитування стало одним з пріоритетних напрямів роздрібного бізнесу, оскільки його основою є короткі гроші і диверсифікація ризиків неповернень за рахунок розподілу маленьких кредитів на велику кількість позичальників.

У економіко-правовому визначенні споживчим кредитом є продукт, пов'язаний із задоволенням споживчих потреб населення, джерелом повернення якого є доходи населення, основними ресурсами виступають зосереджені в банках внески населення, а метою надання є отримання прибутку [1].

«Споживчий кредит» – це грошові кошти в національній валюті, які надаються комерційними банками та фінансовими установами, діючими згідно з чинним законодавством України, які отримали ліцензію Національного банку України чи Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України на проведення кредитних операцій банківськими та небанківськими фінансовими установами, громадянам України на невиробничі потреби під процент у тимчасове користування на умовах забезпечення, повернення, строковості, платності та цільової спрямованості.

Конкуренція на українському ринку споживчого кредитування вимушує банки знижувати ставки по кредитах, збільшувати їх терміни і спрощувати процедуру видачі. Проте, не дивлячись на великі перспективи ринку, банкіри відзначають, що можливості конкуренції за рахунок зниження процентних ставок практично вичерпані. Пріоритетними методами залучення клієнтів в найближчому майбутньому стануть поліпшення якості обслуговування і додаткові сервіси.

Крім того, ринок споживчого кредитування характеризується низкою проблем, серед яких: наявність та зростання простроченої заборгованості позичальників; недосконалі методи оцінки платоспроможності позичальників (зокрема, скорінг-системи); високі процентні ставки за користування позиками; відсутність єдиного Бюро кредитних історій та ін.

У числі найважливіших чинників, стримуючих розвиток українського ринку споживчих кредитів на сьогодні відмічають:

- наявність переважно короткострокової структури банківських пасивів, що не дозволяє розвивати довгострокове кредитування фізичних осіб і не стимулює спокій і постійність як клієнтів, так і кредитних організацій в участі в даних операціях;

- наявність так званих «білих», «сірих» і «чорних» доходів фізичних осіб - потенційних позичальників, що не дозволяє, з одного боку, кредитним організаціям з повною упевненістю судити про реальний фінансовий стан потенційних клієнтів, а з іншого боку – самим фізичним особам повною мірою задовольняти потреби, що є у них;

- досить високий рівень процентних ставок, вживаних кредитними організаціями, що робить свідомо не вигідним використання споживчих кредитом потенційними клієнтами з середнім достатком.

Для підвищення ефективності споживчого кредитування в Україні, слід вирішити наступні завдання:

- використовувати комплексні методики оцінки кредитоспроможності позичальника - фізичної особи (це знизить привабливість деяких кредитних програм, проте зменшить кредитний ризик);

- створити та забезпечити функціонування загальнодержавного бюро кредитних історій;

- банкам сформувати резерви у необхідних обсягах для покриття ризиків проблемної заборгованості;

- використовувати заставу, як найефективніший вид забезпечення і спосіб мінімізації кредитного ризику;

- приділяти достатньо уваги питанням попередньої оцінки майна, що приймається у заставу, для чого необхідно розглядати можливість створення спеціальних відділів та налагодження співробітництва зі спеціалізованими товариствами з оцінки майна та агентствами нерухомості.

Література:

1. Быстров С.А. Точная модель потребительского кредита / С.А. Быстров, А.И. Полищук // Финансы и кредит. – 2009. – № 5. – С. 21-24.

ПІДТРИМКА МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Семенов А.А.

*Науковий керівник: Кушнір Т.Б., к.е.н., професор
Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Україна, як пострадянська держава, являла собою специфічний простір для розвитку молодіжного підприємництва. Полягало це у заангажованості молодих людей, які наперекір своїм амбіціям довгий час після розпаду Союзу не могли оговтатися та зрозуміти, у якому напрямку можливо розвивати свою справу в Україні, яку сферу обрати, як це запровадити на ринок і що таке взагалі малий бізнес.

Це мало свій відбиток і на економіці Харківської області, де бізнес-сегмент був представлений переважно чоловіками старшого віку з традиційних для регіону сфер зайнятості, не схильних до впровадження на ринок нових ідей, товарів, послуг, стартапів і т.п. Цьому у великій мірі сприяла і відсутність Інтернету, як джерела інформації та інструменту ведення бізнесу. А також корупція, яка як системна проблема, і сьогодні заважає розвиткові економіки.

Із появою та динамічним розвитком Інтернету в Україні ситуація кардинально змінилася: стала доступною велика кількість інформації, з'явилась можливість ведення бізнесу виключно через Інтернет, – це і стало головною передумовою стрімкого розвитку малого та середнього бізнесу в Україні, в тому числі на ринку праці молоді.

Та невелика кількість провідних бізнесменів, які контролюють більшу частину підприємств, із появою Інтернету вже не можуть впливати на тенденцію до поширення споживчого ринку.

За останні роки стрімкий розвиток електронних технологій призвів до таких змін, як активізація молодих підприємців, стрімка диференціація ринку, збільшення конкуренції майже у всіх існуючих сферах, зменшення впливу «підприємців із 90-х» та створення такого простору для початку та розвитку своєї справи у будь-якій ніші, що це стало можливим навіть для дитини.