



УДК 339.922

Корнівська В.О., канд. екон. наук
старший науковий співробітник Інституту економіки
та прогнозування НАН України

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ МІНІМІЗАЦІЇ РИНКОВОЇ АСИМЕТРІЇ¹

Представлено особливості інституціоналізації українського фінансового ринку в контексті високого рівня ринкової асиметрії у зв'язку з недостатнім рівнем загальної фінансової культури. Охарактеризовано світовий досвід підвищення фінансової культури населення; обґрунтовано шляхи подолання ринкової асиметрії соціально-інституційного простору українського фінансового ринку.

Ключові слова: фінансова культура, ринкова асиметрія, інформаційна асиметрія, операційна асиметрія.

Досвід функціонування світових фінансових ринків свідчить про наріжну роль загальної фінансової культури, фінансової освіти та фінансової обізнаності населення для забезпечення стабільності та ефективного функціонування фінансово-банківських систем. Незважаючи на те, що в провідних країнах світу фінансова культура є органічною частиною системи неформальних інститутів, активне розгортання кризових тенденцій показало її недостатній рівень в умовах підвищення ринкової асиметрії.

У країнах з несталою фінансово-інституційною структурою відсутність фінансової культури в умовах високої інформаційної асиметрії веде, з одного боку, до зростання банківського опортунізму та непрофесійного ставлення банківських установ до своїх клієнтів, надвисокої вартості банківських послуг та гальмування інвестиційних процесів; а з іншого – укорінює стратегічно-ризиковий соціально-інституційний простір, де розрахунок ризиків операцій завжди буде недостатньо ефективним у зв'язку з невизначеністю трендів нерациональної споживчої поведінки. Тому в сучасних умовах актуалізується необхідність формування загальної фінансової культури як органічної складової українського соціально-інституційного простору.

Поведінка середнього українського споживача фінансових послуг є несамостійною, залежною, з опорою на традиційно вузький простір довіри, частіше нерациональною в умовах постійно відтвореної ринкової інформаційної та операційної асиметрії. Особливо ця асиметрія посилюється у зв'язку з істотно викривленими уявленнями пересічного споживача про фінансові послуги не тільки через брак відповідної інформації, а й через надлишок рекламної інформації, що дезорієнтує при виборі необхідної послуги та контрагента (важливо, що надлишок інформації при наданні фінансових послуг вважається таким само небажаним, як і її брак, та чітко регулюється в західній банківській практиці як один із компонентів інформаційної асиметрії).

¹ Публікація за фінансової підтримки НАН України проекту "Перспективи та ризики економічної динаміки і взаємодії Росії та України в кризовий та посткризовий період" № 06-06-10-У; 10-06-90407 (Р) у рамках спільного конкурсу НАН України – РФФД.



Інформаційна та операційна ринкова асиметрія на фінансовому ринку України виникли як результат трансформаційного характеру економіки, в якій фінансовий ринок виник не для забезпечення паритетного, ефективного перерозподілу інвестиційних ресурсів від операторів з профіцитом бюджету до операторів з дефіцитом бюджету, як це відбувалося в процесі розвитку західних фінансових ринків, а у зв'язку з необхідністю забезпечення внутрішніх розрахунково-інвестиційних потоків учасників фінансово-промислових груп з метою підтримки інформаційної та операційної рівноваги й ліквідності всередині групи та підтримки інформаційної й операційної асиметрії в зовнішньому просторі груп. Класичні фінансові посередники створюються для подолання ринкової асиметрії і формування рівноправного відкритого простору взаємодії, тоді як в українському варіанті фінансові посередники були необхідні для підтримки закритості внутрішнього операційного простору ФПГ, а ринкова асиметрія при взаємодії із зовнішнім простором підтримувалась та вкорінювалась.

Цілі створення українського фінансового ринку не були класичними, операційні механізми руху ліквідності та цінних паперів були обумовлені необхідністю оптимізації розрахунків з бюджетом, оподаткування, "розшивки" неплатежів. Стереотипи поведінки на українському фінансовому ринку базувалися на складних, непрозорих, непаритетних, досить асиметричних взаємовідносинах, які зумовили формування непрозорого операційного простору взаємодії. Інституціоналізація українського фінансового ринку була суперечливою, що проявилось у досить швидкому формуванні функціонального професіоналізму, необхідного для ефективної операційної активності, та практичній відсутності етичного професіоналізму, що спрямований на ліквідацію інформаційної асиметрії. Домогосподарства як об'єктивно найменш поінформована сторона взаємодії прийняли вже створені банківськими установами правила та критерії і були та лишаються пасивною стороною взаємовідносин в умовах відсутності фінансової культури та відсутності дійової системи захисту прав споживачів фінансових послуг. Операційна активність на фінансовому ринку характеризувалась і характеризується доволі низьким, на відміну від західного, рівнем довіри до банківських установ навіть у періоди стабільності.

Інформаційна та операційна асиметрія призвели до розвитку та вкорінення в українському соціально-інституційному просторі синдрому "змушеного споживача", яскравим прикладом якого було впровадження платіжних карток на українському банківському ринку шляхом реалізації зарплатних проектів. Саме з цього моменту українська банківська система отримала сигнал про можливість впровадження супутніх послуг та активного розвитку проектів обслуговування індивідуального бізнесу та домогосподарств на умовах, вигідних для банківських операторів. При цьому в докризовий період, отримуючи фінансові ресурси на міжнародних ринках, українські банки не були зацікавлені в депозитах населення та в розвитку репутаційного навантаження фінансового ринку через створення сприятливих умов по операціях з домогосподарствами та індивідуальним бізнесом. Тому навіть за стабільного фінансово-економічного стану ринок банківських послуг продовжував функціонувати в умовах постійно відтворюваної ринкової асиметрії.

Незважаючи на усвідомлення загальної непаритетності фінансових відносин, на поведінку українського споживача впливають нерациональні мотивації операційної активності, особливо щодо активного використання кредитних механізмів для поточного споживання. При цьому, як показують останні соціологічні опитування, тільки у 11% респондентів процес накопичення пов'язаний з банківськими установами, тоді як здійснюють накопичення 60%. Це підтримує нерівноважний соціально-інституційний простір у зв'язку з істотними дисбалансами між споживанням та нако-



пиченням і створює хибні орієнтири для банківських установ. Кредитна активність українського населення подана в табл. 1.

Таблиця 1

Споживче кредитування в Україні
(залишки коштів на кінець періоду, млн грн)

Період	Усього	До 1 року	Від 1 року до 5 років	Понад 5 років
2006	58453	11440	47013
2007	115032	19072	44007	51953
2008	186088	25128	61881	99080
2009	137113	19219	40584	77310
2010				
Травень	130150	19862	37118	73350
Червень	128748	19958	36184	72606
Липень	128267	20338	35578	72302
Серпень	126867	21079	34510	71278
Вересень	127337	21709	34406	71222
Жовтень	126595	22596	33816	70183
Листопад	125611	22531	33362	69718
Грудень	122942	23138	32297	67507
2011				
Січень	122950	24253	32135	66563
Лютий	123331	24686	32106	66538
Березень	122305	24897	31483	65924
Квітень	125255	25892	31976	67387
Травень	125976	26793	32376	66807

Джерело: Бюлетень НБУ [Електронний ресурс]. – 2011. – № 7. – Доступний з : <http://www.bank.gov.ua/Publication/econom/Buletten/2011/bull_07-11.pdf>.

Рівень споживчого кредитування в травні 2011 року не тільки досяг докризового (25128 млн грн), а й перевищив його (26793 млн грн), в 2010–2011 рр. зростання відбувалося найбільшими темпами. Криза не змінила психологію споживачів, поведінка яких обумовлена вірою в безкоштовність і нульові відсотки за наданими кредитами, в умовах, коли реальна ціна кредиту переважно закладається в комісіях. За даними компанії "Простобанк Консалтинг", нині існує понад вісімдесят програм, що дають можливість узяти товар у кредит строком до одного року. У більшості з цих програм початковий внесок варіюється в межах 10–20%. Пропозицій з нульовим першим внеском практично немає, проте є багато кредитних пропозицій з нульовими відсотковими ставками або близькими до того (наприклад – 0,0001%). Разові комісії банків сьогодні перебувають у межах 0–15% від суми кредиту, при цьому окремі фін-установи замість разової стягують щомісячні комісії, які можуть доходити до 4% на місяць. Однак якщо прорахувати сумарну вартість подібних позик, то ефективна ставка за ними нерідко досягає 100% [1]. Отже, українське населення, беручи кредити, поводить себе досить нераціонально.

У 2010 р. маркетингова та дослідницька компанія InMind спільно з Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) провела опитування українського населення з приводу виявлення рівня фінансової грамотності. В опитуванні брали участь 2014 осіб у віці від 20 до 60 років із різних областей України.

Результати були оприлюднені під назвою "Фінансова грамотність та обізнаність в Україні. Факти і висновки". Згідно з даними InMind, 43% українців не цікав-



лять новини фінансового характеру, більшість відстежує динаміку інфляції і споживчих цін (20%), 10% стежать за цінами на нерухомість, 10% – аналізують зміни в пенсійній сфері. Більша частина респондентів користується фінансовими послугами початкового рівня: оплачує комунальні послуги в банках (78%), отримує зарплату за картою (61%), обмінює валюту (31%).

Близько 60% українців мають заощадження, але тільки 11% тримають їх у банках через низький ступінь довіри до банків та інших фінансових структур. Питання про можливу операційну активність на фондовому ринку середнього споживача не цікавлять; його знання елементарної фінансової математики незначні: з 15 питань, заданих респондентам з приводу фінансової обізнаності та прав клієнтів, тільки 2% дали правильні відповіді на дві третини питань. Більше 80% змогли дати правильну відповідь лише на 5–6 питань.

Джерелом фінансових новин для українця є традиційні ЗМІ – газети, журнали, телебачення (67%); 17% респондентів використовують Інтернет. Ухвалення окремих фінансових рішень 19% респондентів здійснюють за допомогою попереднього досвіду найближчого оточення; однак цей показник зростає до 50%, коли фінансове рішення стосується конкретного вибору того чи іншого банку або фінансової установи для отримання позики або розміщення депозиту. Неможливість адекватно оцінити наявну інформацію призводить до часткового перекладання відповідальності в момент ухвалення рішення на іншу особу, крім того, це означає істотні викривлення в процесі формування довіри, коли довіра до професіонала замінюється довірою до непрофесійного учасника відносин.

Якщо порівняти сучасні процеси, що відбуваються на фінансовому ринку Європи та України, то можна побачити цікаві речі: опитування, проведене консалтинговою та дослідницькою компанією Маккінзі, свідчить про те, що в сучасних умовах європейські банки більше розвивають напрями комерційного та роздрібного кредитування, та менше – напрям кредитування довгострокових наукомістких проектів. Ця аргументація підтверджується даними Бюлетеня Європейського центрального банку (табл. 2), де позики нефінансовим корпораціям строком від 1 до 5 років продовжують скорочуватись (щорічне скорочення в червні 2011 р. становило 3,7%).

Але при цьому споживча поведінка європейців формується не у зв'язку із активною пропозицією банківських установ за напрямком роздрібного банкінгу, а під впливом об'єктивних причин, таких як зростання доходів, наявний борговий тиск, і вирізняється істотною раціональністю. Як свідчить ЄЦБ, номінальне зростання доходів домогосподарств становить 2,4%. Це зумовлено зростанням номінальних заробітних плат, зростанням доходів від дивідендів і впливає на стабілізацію очікувань європейського населення. При цьому в Європі річне зростання приватного споживання знову вище, ніж зростання доходів, але за рахунок використання раніше зроблених накопичень (домогосподарства в Європі підтримують сьогодні дуже низький рівень накопичень, найнижчий з 2000 року) [2, с. 36–37]. У цих умовах щорічні темпи зростання кредитів домогосподарствам зменшуються (табл. 2) як через зменшення кредитів для придбання нерухомості, але більше – через зменшення споживчого кредитування внаслідок небажання населення придбавати товари довгострокового використання, спричиненого високим рівнем попередньої заборгованості. Отже, незважаючи на покращення загального рівня очікувань, населення поводить себе досить обачливо та раціонально, не збільшуючи рівень своєї заборгованості за споживчими кредитами.

До зростання споживання як в Україні, так і в Європі привели однакові об'єктивні причини відносно стабілізації економічної ситуації, як глобальної, так



Таблиця 2

Щорічні темпи зростання кредитування в Єврозоні, %

Кредит	% до загального обсягу виданих кредитів	2010 3 кв.	2010 4 кв.	2011 1 кв.	2011 2 кв.	2011 травень	2011 червень
Нефінансові корпорації, усього	42,3	-1,3	-0,4	0,5	1,0	0,9	1,5
З метою продажу, сек'юритизації	н/д	-0,7	0,6	1,5	1,9	1,8	2,3
До 1 року	24,8	-8,3	-5,0	-1,6	1,2	0,9	4,0
1–5 років	18,3	-3,5	-2,1	-1,9	-2,5	-2,1	-3,7
Більше 5 років	56,9	2,9	2,4	2,3	2,1	1,9	2,1
Домогосподарства, усього	47	2,8	2,8	3,1	3,4	3,4	3,2
З метою продажу, сек'юритизації	н/д	2,9	3,0	3,1	3,0	3,1	2,9
Споживчі кредити	12,0	-0,5	-0,7	-0,7	-0,7	-0,5	-1,6
Кредити на придбання нерухомості	72,2	3,4	3,5	4,0	4,4	4,4	4,3
Інші	15,8	2,9	2,5	2,4	2,0	2,1	2,5
Страхові компанії і пенс. фонди	0,8	-1,0	7,7	7,6	3,2	3,0	5,6
Інші фінпосередники	10	2,5	4,7	7,0	6,0	7,3	3,4

Джерело: дані Бюлетеня ЄЦБ, серпень 2011.

і національної. Але споживання в Україні, на відміну від Європи, здійснюється за рахунок зростання споживчого кредитування. При цьому рівень раціональності поведінки дуже низький, а інколи поведінка навіть ірраціональна, зумовлена високим рівнем невизначеності української економічної ситуації, коли споживачі, будучи не в змозі оцінити майбутні доходи, вирішують споживати "саме зараз".

Це означає тільки одне – рівень фінансової культури та фінансової освіти вкрай низький, тому рівень ринкової асиметрії в українській банківській системі й надалі зростатиме, банківський опортунізм буде укорінюватись як у контексті вартості наданих послуг, так і в контексті їх якості та асортименту, а формування цивілізованого соціально-інституційного простору паритетних відносин й надалі відкладатиметься на невизначену перспективу. Все це свідчить про дуже ризиковий соціально-інституційний простір української банківської системи, який потребує нагального втручання держави для формування необхідного рівня фінансової культури українського населення.

Для того щоб сформувати необхідну інституційну основу для розвитку фінансової культури в Україні, важливо вивчити існуючий у світі досвід підвищення фінансової обізнаності населення.

З 2000 р. за ініціативи компанії Jumpstart, а в 2003 р. за підтримки Конгресу США и президента Джорджа Буша, квітень у США став місяцем фінансової грамотності (National Financial Literacy Month). Протягом квітня американців активно навчають, як правильно оперувати власними фінансами, набувати ефективні фінансові звички, правильно розпоряджатись власними коштами та ухвалювати правильні рішення щодо отримання кредитів [3].



Управління з фінансових послуг (FSA) Великої Британії щорічно з 2003 р. витрачає на підвищення фінансової культури близько 10 млн ф. ст. Із 2000 р. функціонують Бюро консультування населення, Група з питань освіти у сфері власних фінансів. Реалізуються програми: Грошовий доктор (Money doctor), Молодь і гроші (Young people and money), Що з приводу грошей? (What about money). Проводяться тижні накопичень, місяць фінансової грамотності, інформаційні кампанії в регіонах, семінари в офісах тощо.

Головним інвестором підвищення фінансової грамотності в Польщі виступає Національний банк Польщі, в системі якого є спеціальний відділ економічної освіти. Національний банк контролює і стежить за наявністю навчальних та роз'яснювальних матеріалів у рекламній та маркетинговій компанії фінансових компаній та банків; фінансує освіту журналістів, шкільних учителів, які потім зобов'язані провести відповідну освітню роботу у своїй школі; фінансує створення методик фінансової освіти, проведення дня накопичення і т. ін. Важливою ланкою процесу підвищення фінансової культури у Польщі є взаємодія держави та недержавних інституцій, які пропонують програми підвищення фінансової грамотності, а Національний банк їх сертифікує.

У Росії цей напрям формування стабільного соціально-інституційного середовища почав розвиватися після активного розгортання кризових тенденцій у 2008 р., які показали, що стабільність та захищеність фінансово-інституційного простору країни безпосередньо залежить від рівня фінансової культури в країні. Причому, і що дуже важливо, цей процес здійснюється на основі існуючого світового досвіду держави і недержавних інституцій, діяльність яких спрямована на розвиток загальної фінансової культури в умовах підвищення відповідальності як з боку держави, так і з боку населення.

Активна відповідальна позиція держави на фінансових ринках Росії закріплена з 1995 р., коли розпочав свою роботу Федеральний громадсько-державний фонд захисту прав вкладників і акціонерів – некомерційна організація, створена указом Президента № 1157 "Про деякі заходи щодо захисту прав вкладників і акціонерів". Фонд створено для запобігання функціонування шахрайських фінансових компаній; формування і ведення реєстру вкладників та акціонерів, права яких було порушено на фінансовому та фондовому ринку Російської Федерації; формування і ведення реєстру юридичних та фізичних осіб, що порушують правові акти, які регулюють діяльність на фінансовому та фондовому ринку. У сферу діяльності Фонду входить формування коштів для здійснення компенсаційних виплат; організація та проведення компенсаційних виплат; контроль виплат у регіонах. За даними на 01.08.2011 р., компенсації було сплачено 1 млн 424 тис. вкладників на загальну суму більше 1 млрд 718 млн руб. [4].

Але умови сучасної кризи продемонстрували, що, незважаючи на активну державну позицію щодо регулювання діяльності фінансових ринків та захисту вкладників і акціонерів, структура російського фінансово-інституційного простору потребує істотного доформування та розвитку загальної фінансової культури як операторів фінансового ринку, так і населення, оскільки відчутна патерналістська роль держави призводить до певних викривлень та розвитку безвідповідальності населення. Так, населення, особливо після активної діяльності держави по підтримки нестабільних банків у період кризи, вкорінилося в думці, що держава є відповідальною за всі процеси на фінансових ринках.

Сьогодні тільки 45% росіян ведуть облік доходів, а 28% вважають, що втрати від падіння цін на нерухомість і акцій їм повинна компенсувати держава. Тому восе-



ни 2008 р. було створено Експертну групу з фінансової освіти при Федеральній службі з фінансового ринку. Експертна група працює з метою розроблення пропозицій щодо підвищення рівня фінансової грамотності громадян, у тому числі щодо підвищення інформованості про роботу російського фінансового ринку. В рамках своєї діяльності експертна група вносить пропозиції, спрямовані на недопущення порушень законодавства РФ на фінансових ринках і на захист прав і законних інтересів інвесторів. У 2009 р. Група розробила Концепцію Національної програми підвищення рівня фінансової грамотності населення Російської Федерації, що стала основою послідовної державної політики в цьому напрямі.

З 2011 р. Міністерство фінансів Росії здійснюватиме розраховані на п'ять років (2011–2015 рр.) заходи з підвищення фінансової грамотності населення. Найближчим часом з'явиться розпорядження уряду, яке дозволить залучити кредит у 25 млн дол. США від Міжнародного банку реконструкції та розвитку, ще 88 млн дол. США виділить бюджет. Планується масштабна інформаційна кампанія: спеціальний сайт, буклети, реклама в ЗМІ, семінари. Для захисту споживачів надалі розвиватиметься інститут фінансового омбудсмена. Мінфін готовий співфінансувати 11 регіональних програм і виділити 10 млн руб. на ініціативи бізнесу. Цільова аудиторія проекту – студенти, школярі та громадяни з доходами не вище середніх.

Весною 2008 р. з ініціативи політичної партії "Єдина Росія" стартувала Програма "Фінансова культура і безпека громадян Росії". Це загальнофедеральна програма з підвищення фінансової культури і захищеності всіх верств громадян. Основний акцент у програмі зроблено на молодь, в середовищі якої відзначається найвища необхідність у поліпшенні споживчої фінансової грамотності. Інші вікові групи так само не залишаються за рамками програми. Також у Росії функціонує програма підвищення фінансової грамотності IBLF, що організована в Росії міжнародною некомерційною організацією "Міжнародний форум лідерів бізнесу". Програма спрямована на поліпшення рівня добробуту громадян Росії і стабільності російської економіки за рахунок підвищення рівня фінансової грамотності в РФ. В Росії активно розвиває свою діяльність "Національний Фонд сприяння фінансової грамотності" – некомерційна організація, заснована фізичними особами на основі спільності інтересів у сфері підвищення компетентності російських громадян із питань управління особистими фінансовими коштами. Фонд виходить із переконаності, що суспільство досягає найбільших економічних успіхів, коли його громадяни мають розвинені навички ухвалення відповідальних і свідомих рішень у фінансовій сфері [5].

Підвищення фінансової грамотності в Україні сьогодні має епізодичний характер та пов'язане з проведенням семінарів відповідного змісту, які спрямовані на управління своїми власними фінансами. Так, щорічно в Києві проходять конференції "FinCo" серед молоді столиці (150 учасників) та інших міст України. Серед основних напрямків конференцій – огляд простих механізмів планування власного прибутку та контролю витрат, а також ефективне використання послуг фондових бірж, банків і страхування життя [6].

На державному рівні перший важливий крок було зроблено 31 травня 2011 р., коли на засіданні Ради міністрів АРК було розглянуто питання внесення змін до Програми економічного і соціального розвитку Автономної Республіки Крим на 2011 р., затвердженої Постановою Верховної Ради АРК від 28 грудня 2010 року № 161-6/10. Ці зміни були підготовлені з метою реалізації Заходів щодо підвищення фінансової грамотності населення Республіки на 2011 р. і формування нового типу ставлення населення до необхідності управління особистими фінансами та обґрунтованості ухвалених фінансових рішень.



Зазначена мета досягається шляхом реалізації комплексу заходів, спрямованих на вирішення таких основних завдань: створення загальнодоступної і загальнозрозумілої системи інформування населення про можливості використання різних фінансових продуктів і послуг; популяризація знань серед населення АРК про основи управління особистим бюджетом; популяризація знань серед населення АРК про грамотне використання існуючих на ринку фінансових продуктів і послуг, оцінку ризиків при їх використанні та прийняття обґрунтованих рішень. Цільові аудиторії населення, які охоплені Заходами, це: молодь, учні шкіл, ВНЗ, ті, хто вперше приступає до роботи, і які тільки формують свої потреби у фінансових послугах; населення середнього віку, що має постійну роботу і замислюється про способи управління особистими фінансами, а так само безробітні і громадяни, які зіткнулися з фінансовими проблемами і т. п.; населення старшого віку, пенсіонери, що мають низьку фінансову грамотність використання фінансових продуктів; приватні підприємці – представники малого і середнього бізнесу.

На загальнодержавному рівні питання фінансової грамотності населення пов'язуються, перш за все, з питаннями управління валютним курсом. Представники НБУ висловлюють такі міркування: українська економіка гостро потребує повномасштабного підвищення фінансової грамотності населення, для того щоб населення приділяло не так багато уваги іноземній валюті, одним із пріоритетів при підвищенні фінансової грамотності українців має бути донесення до громадян думки про важливість використання в повсякденному житті національної грошової одиниці; при цьому Нацбанк всіляко сприятиме більш активному розвитку, зокрема, фондового ринку, щоб населення саме туди інвестувало свої кошти, а не в іноземні валюти та валютні депозити [7].

Це важливий контекст фінансової грамотності населення, але не єдиний. Фінансова культура повинна впливати на поведінку населення в будь-якому сегменті фінансового ринку і повинна відповідати критеріям відповідальності за свої дії. Відповідальність повинна бути заснована на достатньому рівні інформації, яку має отримувати споживач фінансової послуги для формування уяви про можливі ризики та перспективи ефективного завершення фінансової операції. Інформацію потрібно доносити на високому професійному рівні у повному обсязі, який дозволяє найповніше оцінити свою фінансову спроможність. Тому фінансова обізнаність населення має ефективно корелюватись із професіоналізмом (як функціональним, так і етичним) банківських службовців.

У сучасних умовах недостатнього рівня фінансової обізнаності населення можливим виходом із ситуації є використання в банківському регулюванні принципу відповідального кредитування (*responsible lending*). Європейська Директива зі споживчого кредитування в ст. 5 закріпила принцип так званого відповідального кредитування. У своєму первісному варіанті він був спрямований на мінімізацію ринкової асиметрії та захист об'єктивно менш поінформованої сторони відносин – позичальника, і покладав на кредитора обов'язок оцінити кредитоспроможність споживача. У разі видачі позики, яку споживач свідомо не зможе повернути через відсутність необхідних коштів, ризик цього неповернення і негативні наслідки лягали на кредитора. Нині цей принцип у своєму первісному варіанті існує у Швейцарії (ст. 29, 30, 31 Закону Швейцарії). Також на його введення спрямовані зараз зміни законодавства США.

Більшість же європейських держав пішли більш ліберальним для банків шляхом правового регулювання і зводять принцип "*responsible lending*" до необхідності максимально зрозумілого роз'яснення споживачеві положень проекту кредитного



договору, термінів, понять та умов кредитування і оцінки його кредитоспроможності, якщо це передбачено внутрішніми правилами кредитора (закон Бельгії про споживчий кредит від 24.03.2003 р.). Незважаючи на право кредитора оцінювати кредитоспроможність споживача, остаточне рішення про звернення за кредитом та укладання договору споживач приймає самостійно, так само як і несе відповідальність за неповернення або несвоєчасне повернення кредиту.

У Великій Британії як захід із розповсюдження культури "responsible lending" у 2008 році була ухвалена Директива про споживче кредитування, яка значно впорядковує взаємовідносини між кредиторами та їхніми клієнтами, зміцнює права споживачів і збільшує обов'язки кредиторів щодо своїх клієнтів. Положення Директиви включають у себе: зобов'язання кредитора надати вичерпні пояснення про стандартизовані кредити, які пропонують споживачеві; зобов'язання кредитора перевірити кредитоспроможність клієнта, перш ніж пропонувати нові послуги або збільшення кредитів; додаткові вимоги, що стосуються надання клієнту інформації з баз даних кредитних історій, якщо вони є частиною відмови кредитора на кредит; права споживачів щодо виходу з кредитного договору протягом 14 днів без пояснення причин; вимоги до кредитора з інформування споживачів, якщо їхні борги за договором споживчого кредиту будуть продані; вимоги до кредитних посередників розкривати інформацію про всі збори; право боржника на часткове дострокове погашення кредитів [8].

Для української банківської практики використання принципу "responsible lending" у повному обсязі у відповідності до західних банківських стандартів було б наріжним, але, зважаючи на проблему банківського лобізму, практично неможливе. Тому доцільним є використання більш ліберального варіанта принципу "responsible lending". При цьому важливо, щоб у разі звертання до банківської послуги споживачі отримували від банківської установи інформацію стандартизованого характеру щодо напрямів оцінки своїх ризиків та оцінювали їх за допомогою відповідних стандартних методик, запропонованих банком, затверджених відповідними рішеннями НБУ. Це важливий крок до ліквідації ринкової асиметрії на фінансовому ринку та до формування цивілізованих паритетних відносин між фінансовими установами та їхніми клієнтами.

Висновки. Механізми заходів щодо підвищення фінансової освіти населення, розроблені та здійснювані в провідних країнах світу, свідчать про особливу роль приватно-державного партнерства як у контексті фінансування, так і в контексті розроблення методології та її практичного застосування. Тому в сучасних умовах необхідно розробити Національну програму з формування фінансової культури населення за участю як провідних регуляторів фінансового ринку, так і провідних операторів. Головну системоутворюючу та координуючу роль у цьому процесі необхідно відвести Національному банку України. З інституційних причин переважно банківської моделі українського фінансового ринку, що обумовлює здебільше оперування населення саме в системі банківських операцій, НБУ має найбільш реалістичне, аргументоване та емпірично підтвержене уявлення про споживчі стереотипи та традиції населення. Крім того, саме оперування споживчими та накопичувальними мотиваціями населення закладається в механізми реалізації грошово-кредитної політики, і в цьому контексті формування фінансової культури населення стане важливою ланкою реалізації ефективної монетарної політики.

Загальним принципом, що повинен бути покладений у стратегію формування фінансової культури, є *чітке розуміння бюджетних обмежень* як населенням, так і фінансово-банківськими установами. Для української ментальності – це запорака



формування раціонального споживчого погляду на фінансові операції, створення соціально-інституційних основ довгострокової модернізації фінансового простору, заснованої на відродженні базових ефективних мотивацій.

Список використаних джерел

1. *Мошенец Е.* Рынок потребкредитов усиленно набирает обороты и меняет формат [Електронний ресурс] / Е.Мошенец // Инвестгазета. – 2011. – № 13. – 7 апреля. – Доступний з : <<http://www.investgazeta.net/finansy/rynok-potrebkreditov-usilenno-nabiraet-oboroty-i-menjaet-161075>>.
2. *Бюлетень* Європейського центрального банку [Електронний ресурс]. – 2011. – Серпень. – Доступний з : <<http://www.ecb.int/pub/pdf/mobu/mb201108en.pdf>>.
3. *National Financial Literacy Month* [Електронний ресурс]. – Доступний з : <http://en.wikipedia.org/wiki/Financial_Literacy_Month>.
4. *Офіційний сайт* Федерального громадсько-державного фонду захисту прав вкладників і акціонерів [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://www.fedfond.ru/>>.
5. *Национальный фонд* содействия финансовой грамотности. Официальный сайт [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://www.finlit.ru/projects/index.php>>.
6. *Украинской молодежи* расскажут, как планировать свои финансы [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://finance.obozrevatel.com/business-and-finance/ukrainskoj-molodezhi-rasskazhut-kak-planirovat-svoi-finansyi.htm>>.
7. *Підвищення* фінансової культури українського населення [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://news.finance.ua/ru/~1/2011/05/29/240050>>.
8. *New consumer credit rules herald "responsible lending culture"* [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://www.guardian.co.uk/money/blog/2011/feb/01/consumer-credit-rules-responsible-lending-culture>>.

*Надійшла в редакцію
27.09.2011 р.*