

СПОЖИВЧЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: ОГЛЯД РИНКУ ТА ПРАКТИКИ

Вересень 2011 року
Київ, Україна



СПОЖИВЧЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: ОГЛЯД РИНКУ ТА ПРАКТИКИ

Олексій Куценко
Експерт Проекту USAID «Розвиток фінансового сектору» (FINREP)

Вересень 2011 року
Київ, Україна

Ця публікація підготовлена за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), Місія USAID в Україні, Білорусі і Молдові згідно технічного завдання Проекту «Розвиток фінансового сектору» (FINREP), Контракт № EEM-I-00-07-00007-00.

Думки, висловлені в цьому документі, є виключною відповідальністю автора і необов'язково збігаються з позицією USAID або Уряду Сполучених Штатів Америки.

Проект USAID «Розвиток фінансового сектору» (FINREP)

Ярославський пров., 7/9, 2-й поверх,
Київ, 04071, Україна
www.finrep.kiev.ua

Зміст

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Вступ..... | 4 |
| 2 | Сучасні тенденції..... | 7 |
| 2.1 | Зміна конкурентного середовища, збільшення кількості нерегульованих установ | 7 |
| 2.2 | Превалювання нових кредитів в національній валюті, відсутність інструментів хеджування для існуючих позичальників в іноземній валюті | 9 |
| 2.3 | Незадовільна практика розкриття інформації, низький рівень фінансової обізнаності..... | 10 |
| 3 | Окремі види кредитів | 13 |
| 3.1 | Іпотечні кредити..... | 14 |
| 3.2 | Готівкові і споживчі кредити..... | 17 |
| 3.3 | Автокредити | 21 |
| 4 | Висновки і спостереження | 24 |
| 5 | Рекомендації..... | 26 |

Діаграми

| | | |
|-------------|--|---|
| Діаграма 1. | Надані іпотечні кредити | 5 |
| Діаграма 2. | Надані споживчі кредити | 5 |
| Діаграма 3. | Банківські кредити домашнім господарствам (споживчі та на нерухомість), млрд. грн..... | 6 |

Таблиці

| | | |
|------------|---|----|
| Таблиця 1. | Кредити, надані домашнім господарствам, млрд. грн., | 4 |
| Таблиця 2. | Питома вага кредитів в іноземній валюті в загальному обсязі..... | 4 |
| Таблиця 3. | Питома вага проблемних кредитів у загальній сумі наданих кредитів, % | 5 |
| Таблиця 4. | Найбільші 10 банків України за обсягом кредитів, наданих фізичним особам, станом на 01.06.2011 р..... | 7 |
| Таблиця 5. | Спреди між базовими ставками за кредитами та депозитами, | 9 |
| Таблиця 6. | Реальні ставки за кредитом великого комерційного банку..... | 20 |
| Таблиця 7. | Реальні ставки за кредитом небанківської фінансової установи | 20 |

Блоки

| | | |
|---------|---|----|
| Блок 1. | Критерії Державної іпотечної установи щодо відбору позичальників..... | 17 |
|---------|---|----|

1 Вступ

До фінансової кризи і протягом 2006-2008 років споживче кредитування в Україні розвивалося швидкими темпами, причиною чого виступили два основні чинники:

- По-перше, з 2000 року на український ринок почали активно виходити міжнародні банки, які принесли із собою практику та продукти споживчого кредитування. Це сприяло збільшенню пропозиції на кредитному ринку;
- У 2003 році Національний банк України (НБУ) переглянув Положення про кредитування та скасував заборону надавати фізичним особам кредити в іноземній валюті. Таке рішення відкрило шлях для споживчих кредитів, ставки за якими здавались більш привабливими, та стимулювало попит на них.

Обсяг виданих фізичним особам кредитів (включаючи іпотеку) за цей період збільшився втричі. Частка кредитів в іноземній валюті зросла з 63% до 72%. В цілому, питома вага кредитів в іноземній валюті (включаючи кредити як юридичним, так і фізичним особам) у загальному обсягу кредитної заборгованості у 2008 році становила 60,3% – найвищий рівень для будь-якої великої країни у цьому регіоні.

Таблиця 1. Кредити, надані домашнім господарствам, млрд. грн., станом на кінець року

| Рік | Заборгованість за наданими кредитами | На поточні потреби | | | Іпотечні кредити | | | Інші кредити | | |
|------|--------------------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|------------------|-----------------------|--------------------|--------------|-----------------------|--------------------|
| | | Усього | в національній валюті | в іноземній валюті | Усього | в національній валюті | в іноземній валюті | Усього | в національній валюті | в іноземній валюті |
| 2006 | 82,0 | 58,5 | 26,1 | 32,4 | 20,4 | 2,4 | 18,0 | 3,1 | 2,2 | 1,0 |
| 2007 | 160,4 | 115,0 | 49,1 | 65,9 | 40,8 | 6,1 | 34,7 | 4,6 | 3,2 | 1,3 |
| 2008 | 280,5 | 186,1 | 66,7 | 119,4 | 88,4 | 8,8 | 79,5 | 6,0 | 3,3 | 2,8 |
| 2009 | 241,2 | 137,1 | 52,2 | 84,9 | 98,8 | 11,6 | 87,2 | 5,3 | 2,8 | 2,5 |
| 2010 | 209,5 | 122,9 | 52,5 | 70,5 | 82,0 | 9,8 | 72,1 | 4,6 | 2,4 | 2,2 |

(Джерело: Національний банк України)

У спробі завоювати частку ринку швидко зростаючого в Україні сектору споживчих фінансових послуг багато банків, в першу чергу, з іноземним капіталом, очевидно послабили вимоги щодо надання кредитів. Кредити стали більш доступними з точки зору рівня первісного внеску, коефіцієнтів співвідношення суми кредиту та вартості застави і співвідношення боргу та доходу.

Таблиця 2. Питома вага кредитів в іноземній валюті в загальному обсязі наданих кредитів, %

| Країна | Рік | | | |
|------------|------|------|------|------|
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Болгарія | | 57,2 | 58,7 | |
| Чехія | | 21,8 | 21,2 | 21,6 |
| Латвія | | 89,5 | 92,1 | 92,7 |
| Польща | | 35,0 | 33,3 | |
| Румунія | 45,9 | 43,7 | 42,8 | |
| Росія | | 30,2 | 29,9 | 28,5 |
| Словаччина | | 17,4 | 2,0 | 1,5 |
| Туреччина | | 27,0 | 24,9 | 25,8 |
| Україна | 51,5 | 60,3 | 52,6 | 48,2 |

(Джерело: Індикатори фінансової стійкості, МВФ)

Стабільність валютного курсу в Україні (з квітня 2005 року по травень 2008 року курс української гривні до долара США залишався незмінним на відмітці 5,05 грн. за один долар) спонукала громадян України вважати, що кредити в доларах США не несуть валютного ризику.

Діаграма 1. Надані іпотечні кредити



Діаграма 2. Надані споживчі кредити



(Джерело: Національний банк України)

NB: До категорії споживчих кредитів включені кредити на поточні потреби та інші кредити (окрім іпотеки), в тому числі автокредити
Залишки станом на кінець року

Пересічний український позичальник гадки не мав про валютний ризик, та й у будь-якому випадку жодні механізми хеджування цього ризику для фізичних осіб просто не були доступні. Банкірам, звісно, було добре відомо про валютний ризик позичальників, але жодних заходів для його зменшення через механізми відбору кредитів не було вжито. Коли наприкінці 2008 року гривня знецінилася по відношенню до долара на понад 40%, для більшості позичальників коефіцієнт співвідношення боргу та доходу вийшов на таке значення, що подальше обслуговування кредитів в іноземній валюті ставало неможливим. Закрити свою позицію вони також не могли, оскільки девальвація відбулась майже миттєво – протягом двох місяців, а кредитні договори не передбачали жодних варіантів конвертації чи реструктуризації. В результаті якість кредитного портфеля українських банків почала погіршуватись, і замість розширення своєї діяльності банки були змушені займатись подоланням наслідків такої ситуації.

Таблиця 3. Питома вага проблемних кредитів у загальній сумі наданих кредитів, %

| Країна | Рік | | |
|-----------|------|------|------|
| | 2008 | 2009 | 2010 |
| Болгарія | 2,4 | 6,4 | |
| Чехія | 2,9 | 4,6 | 5,4 |
| Польща | 2,8 | 3,9 | |
| Румунія | 4,5 | 7,9 | 11,7 |
| Росія | 3,8 | 9,5 | 9,2 |
| Туреччина | 3,4 | 5,0 | 3,5 |
| Україна | 3,9 | 13,7 | 15,3 |

(Джерело: Індикатори фінансової стійкості, МВФ)

Під час глобальної фінансової кризи споживче кредитування в Україні практично припинилося. З січня 2009 року по червень 2010 року банки кожного місяця видавали нових кредитів фізичним особам на загальну суму 2-4 млрд. грн. (0,2-0,5 млрд. дол.), а нових іпотечних кредитів усього лише на 0,2-0,3 млрд. грн. (30-40 млн. дол.). Хоча офіційних статистичних даних про суму нових споживчих кредитів, які банки видавали кожного місяця до кризи, немає, за розрахунками ця сума становила від 5 до 6 млрд. грн. (1-1,2 млрд. дол.)¹

«Кредитний голод» у галузі споживчого кредитування в Україні під час кризи пояснюється трьома причинами: (1) щоб захистити себе від будь-яких додаткових кредитних ризиків, кредитори значно підвищили вимоги до нових кредитів, навмисно залишаючи більшість позичальників у категорії «відмовити», аби кредитні спеціалісти на місцях не змогли видати жодного нового кредиту; (2) потенційні позичальники не хотіли брати кредити та (3) не відбувалося масової реструктуризації кредитів, а існуючим позичальникам було важко виконувати свої фінансові зобов'язання.

В середині 2010 року з'явилися деякі ознаки того, що банки вийшли на рівень готовності відновити споживче кредитування, і офіційна статистика показала певне зростання обсягів кредитної діяльності. Все більше підприємств роздрібної торгівлі, автосалонів та банків почали пропонувати споживчі кредити; спочатку обережно, а потім все більш агресивно. З березня 2011 року банки щомісяця видавали нових споживчих кредитів на суму понад 8 млрд. грн. (1 млрд. дол.), що зупинило скорочення розмірів кредитних портфелів. Хоча ця тенденція ще не усталена і може не набрати значних обертів, вона чітко свідчить про наявність попиту та пропозиції нової хвилі споживчого кредитування.

Діаграма 3. Банківські кредити домашнім господарствам (споживчі та на нерухомість), млрд. грн.



(Джерело: Національний банк України)

Отже мета цього дослідження – розглянути практику споживчого кредитування в Україні у післякризовий період. Чому нас навчила криза і чи змінилася практика споживчого кредитування в Україні, особливо з точки зору захисту прав споживачів?

¹ Еквівалент в доларах США є різним через коливання валютного курсу.

2 Сучасні тенденції

2.1 Зміна конкурентного середовища, збільшення кількості нерегульованих установ

Лева частина ринку фінансування споживачів традиційно належала комерційним банкам. Інші кредитори – кредитні спілки або підприємства роздрібної торгівлі – не були великими гравцями на цьому ринку. Наприклад, станом на 1 січня 2009 року, обсяг наданих банками кредитів фізичним особам становив 269,9 млрд. грн., у порівнянні із 5,5 млрд. грн. кредитів, наданих кредитними спілками. У 2011 році ситуація не змінилась: на банки припадало 209,9 млрд. грн. кредитів, а обсяг кредитів кредитних спілок знизився до 3,3 млрд. грн.

Таблиця 4. Найбільші 10 банків України за обсягом кредитів, наданих фізичним особам, станом на 01.06.2011 р.

| Рейтинг | Назва банку | Кредити фізичним особам, млрд. грн. | Частка у загальному обсязі споживчих кредитів |
|---------|--------------------------------|-------------------------------------|---|
| 1 | Приватбанк | 23,762 | 11,6% |
| 2 | Укрсіббанк (BNP Paribas Group) | 22,917 | 11,2% |
| 3 | Райфайзен банк Аваль | 21,604 | 10,6% |
| 4 | Укрсоцбанк (UniCredit Group) | 18,928 | 9,2% |
| 5 | «Надра» | 14,564 | 7,1% |
| 6 | ОТР Банк | 8,122 | 4,0% |
| 7 | Дельта Банк | 6,017 | 2,9% |
| 8 | Сведбанк | 5,330 | 2,6% |
| 9 | Альфа Банк | 4,883 | 2,4% |
| 10 | Ощадбанк | 4,702 | 2,3% |

(Джерело: Національний банк України)

Згідно з українським законодавством, надавати кредити фізичним особам можуть лише фінансові установи, що включені до відповідних реєстрів: банки, кредитні спілки та кредитні установи, – вони мають право нараховувати відсотки за кредитами. Крім того, податкове законодавство² раніше не дозволяло нефінансовим установам стягувати плату за кредит у вигляді відсотків. Отже, якщо споживач хотів придбати, скажімо, побутову техніку на виплату, кредит зазвичай пропонувався банком, часто пов'язаним з конкретним продавцем.

Українське законодавство із захисту прав споживачів фактично поширювалося на «кредиторів», але питання на який саме регуляторний орган покладалася відповідальність за захист прав споживачів саме фінансових послуг ніколи не було до кінця врегульованим. В дійсності більшість громадян України не знають про свої права як споживачів, законодавство про захист прав споживачів фінансових послуг є нечітким, і в регулюванні цієї галузі можуть бути задіяні декілька регуляторних органів. При цьому з точки зору пруденційного нагляду, «кредитори» були розділені між двома регуляторами: нагляд за установами банків здійснювався Національним банком України, а за іншими фінансовими установами – Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг (Держфінпослуг).

² У 2010 р. в Україні набрав чинності новий Податковий кодекс, який замінив численні та суперечливі податкові законодавчі та нормативно-правові акти.

У 2007 році, на піку зростання обсягів споживчого кредитування, Правління НБУ прийняло Постанову №168, якою встановлювалися вимоги до банків щодо розкриття інформації споживачам та захисту їх прав. На жаль, Держфінпослуг не прийняла аналогічного нормативно-правового акту для інших небанківських фінансових установ. Однак, через неврегульованість на рівні базового закону, доведення Постанови №168 до виконання – як до початку кризи, так і особливо під час її розгортання – відбувалося недостатньою мірою, і це змусило багатьох споживачів шукати інші (поза створеного для цього правового поля) шляхи захисту своїх інтересів у відносинах із кредитними установами. Анекдотичними прикладами такого «захисту» були судові позови, в яких позичальники вимагали визнати свої кредитні договори недійсними, оскільки іноземна валюта не може бути законним платіжним засобом в Україні без спеціального дозволу Національного банку. Але більш поширеною практикою було вивчення українського законодавства на предмет існування будь-яких лазівок та суперечностей, за допомогою яких можна було б загальмувати чи припинити процес звернення стягнення на майно.

На ринку споживчого кредитування також можна зустріти так звані «партнерські програми» із банками, а також подібні схеми роботи із небанківськими фінансовими установами. Такі програми – це особливі домовленості між кредитором та підприємством роздрібною торгівлі чи автосалоном, спрямовані на забезпечення можливості клієнту придбати товари в кредит або з особливими ставками та умовами. Однак виявилось, що у деяких випадках при таких схемах роботи неможливо отримати ніякої інформації про те, хто є кінцевим кредитором – банк, фінансова компанія чи саме підприємство роздрібною торгівлі – і чи поширюються на нього вимоги щодо розкриття інформації. У багатьох випадках схема купівлі товарів в розстрочку, що пропонується безпосередніми продавцями (торгівельними мережами), не відповідає вимогам українського законодавства, не кажучи про принципи ОЄСР, які вимагають, щоб у разі продажу товару в розстрочку, споживачу повинен бути наданий графік всіх грошових платежів, які він має здійснити.

Кредитори досі не виконують вимоги щодо надання потенційному позичальнику інформації про реальну ставку процента до моменту укладення договору. З цієї причини ми могли визначити реальну процентну ставку нових споживчих кредитів лише приблизно, на основі інформації з рекламних оголошень в друкованих виданнях та в Інтернеті, а також відомостей, отриманих у телефонних розмовах з кредиторами, які розміщують найбільш агресивну рекламу. Ми зібрали інформацію щодо приблизно десятка кредиторів, які пропонували «миттєві кредити готівкою» протягом січня – лютого 2011 року. Як показали результати, **реальні процентні ставки залишаються високими**, значно вище офіційного рівня інфляції (що становить 16% річних), а в деяких випадках річне значення реальної ставки відсотка сягає 135%. Це означає, що клієнт фактично сплачує подвійну ціну за будь-який товар, що придбавається в кредит на два роки та потрібну – якщо кредитом користуються чотири роки. Часто реальну ставку за кредитом розрахувати було взагалі неможливо, оскільки ми не змогли знайти будь-якої інформації про додаткові платежі, комісійні та інші супутні платні послуги.

Результатом такої практики стало те, що, за даними МВФ, Україна стала одним з лідерів серед сусідніх та аналогічних країн за рівнем спреду процентних ставок.

Таблиця 5. Спреди між базовими ставками за кредитами та депозитами, базисних пунктів

| Країна | Рік | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Австрія | 240,0 | 232,0 | 191,0 | 197,0 |
| Чехія | | 478,0 | 481,1 | 485,6 |
| Німеччина | | 273,0 | 342,0 | 347,0 |
| Греція | | 577,2 | 522,3 | 548,6 |
| Італія | 401,9 | 413,1 | 336,2 | 301,9 |
| Польща | | 434,6 | 364,2 | |
| Румунія | 810,7 | 752,6 | 925,0 | |
| Росія | | 714,7 | 887,6 | 847,0 |
| Туреччина | | 598,0 | 918,0 | 621,0 |
| Україна | 546,0 | 816,0 | 405,0 | 721,0 |

(Джерело: Індикатори фінансової стійкості, МВФ)

Але найбільшою проблемою можуть бути не процентні ставки. На жаль, все більше «кредиторів», які зараз пропонують кредити населенню, вважають, що на них не поширюється дія законодавства із захисту прав споживачів, оскільки їх «фінансові механізми» не є «кредитами», або є «особливими кредитами» на кшталт револьверних кредитних ліній через банківську пластикову картку. Це дозволяє деяким установам та агентствам не виконувати вимоги щодо інформування споживачів та забезпечення захисту їх прав. Скоріше за все, цю невизначеність необхідно буде вирішувати на законодавчим рівні. Існування таких «нерегульованих» установ та «особливих механізмів» продовжує зменшувати і без того низьку довіру населення до фінансового сектору. Для виправлення ситуації потрібні спільні зусилля регуляторних органів та тих учасників ринку, які сповідують цивілізовану практику роботи.

«Традиційні» кредитори зараз намагаються відновити свої позиції на ринку. Низка банків на разі пропонують іпотечні кредити, а також авто- і готівкові кредити. Однак через досить негативне ставлення позичальників-споживачів до банківських установ, у «альтернативних» кредиторів (тобто небанківських фінансових установ, таких як кредитні спілки або лізингові компанії), є всі шанси зберегти свою частку ринку.

2.2 Превалювання нових кредитів в національній валюті, відсутність інструментів хеджування для існуючих позичальників в іноземній валюті

Як і в багатьох інших країнах Східної Європи, до фінансового колапсу наприкінці 2008 року, в Україні споживчі кредити в іноземній валюті набули надзвичайної популярності. Деякі види кредитів – наприклад, іпотечні – пропонувались майже виключно в доларах США, євро, або швейцарських франках. Така ситуація мала місце за двох головних причин: (1) у докризовий період довгострокова ресурсна база в національній валюті була недоступна для банків, та (2) багато банків з іноземним капіталом мали можливість отримувати фінансування від материнських структур і намагалися надавати кредити в цій самій валюті.

Валютний ризик банки перекладали на плечі позичальників. Більш того, стабільність обмінного курсу гривні до долара США призвела до того, що позичальники та регулятори взагалі ігнорували ризик девальвації. На жаль, позичальники-споживачі не мали доступу до жодного повноцінного інструменту хеджування, аби захистити себе від будь-яких несприятливих змін валютного курсу у майбутньому.

Після початку кризи НБУ запровадив нові правила, згідно з якими заборонялось видавати будь-які кредити в іноземній валюті позичальникам, які не мають надходжень у цій валюті. Пізніше на заміну прямій адміністративній забороні валютних кредитів прийшли пруденційні правила, які робили такі кредити економічно непривабливими. Так, зокрема, процент врахування вартості застави у вигляді нерухомого майна або іпотечних цінних паперів, прийнятої у забезпечення кредиту, за валютними кредитами був встановлений на рівні значно нижчому порівняно із аналогічними кредитами в національній валюті.

Але це не вирішило проблеми з наявною кредитною заборгованістю в іноземній валюті. Деякі банки запропонували своїм клієнтам варіанти реструктуризації валютних кредитів із конвертацією в гривню. Однак в багатьох випадках, така «реструктуризація» не покращила спроможність позичальників до обслуговування кредитів через три основні причини: (1) конвертацію можна було проводити лише за валютним курсом після девальвації, тобто вже після того, як розмір заборгованості зріс до неприйняттого рівня, (2) при конвертації передбачалось застосування поточної процентної ставки для кредитів в гривнях, яка є вищою за первісну ставку в іноземній валюті, що збільшувало щомісячні платежі позичальника та (3) в якості обов'язкової умови для проведення реструктуризації багато банків вимагали від позичальників надання додаткової застави у зв'язку з падінням вартості нерухомого майна та збільшенням обсягу заборгованості.

Ті позичальники, які й зараз мають кредити в іноземній валюті, так само як і раніше, наражаються на ризик несприятливих змін валютного курсу. За офіційною статистикою НБУ, станом на 1 липня 2011 року, заборгованість фізичних осіб за наданими кредитами в іноземній валюті сягала 129,9 млрд. грн., що становить 68% усіх кредитів. Ці позичальники наражаються на ризик девальвації.

2.3 Незадовільна практика розкриття інформації, низький рівень фінансової обізнаності

Ненадання споживачам інформації про вартість, строки та умови фінансових послуг є серйозною проблемою в Україні. Задля кращого вивчення реальної практики розкриття інформації українськими банками та іншими кредиторами, був використаний загальноприйнятий метод «фіктивного клієнта», тобто коли підготовлена особа видає себе за клієнта, а установа надає такій особі інформацію як звичайному клієнтові.

Результати такого формату дослідження збентежили. Вкрай невелика кількість фінансових установ дотримуються практики захисту прав споживачів та розкриття інформації. У більшості випадків, коли споживчі кредити пропонуються «нерегульованою» установою, необхідної інформації споживачу не надається взагалі. В інших випадках, коли кредиторами є «регульовані» установи, кредитні працівники не можуть надати необхідних пояснень.

Така незадовільна практика розкриття інформації стає більш проблемною на тлі того, що більшість громадян України не знають своїх прав та обов'язків як споживачів фінансових послуг. Це переконливо продемонструвало опитування з питань фінансової грамотності, що було організовано Проектом «FINREP» наприкінці 2010 року. Виявляється, що переважна більшість населення України – 81% – має незадовільні навички у сфері фінансів і змогли дати правильну відповідь на менш ніж половину із 15 запитань щодо обізнаності у прав споживачів. Крім того, лише 16% громадян доклали зусиль, щоб подати скарги до регуляторних органів чи фінансових установ після виявлення порушення їх прав як споживачів фінансових послуг. Взагалі 43% населення переконані, що у разі виникнення конфлікту з фінансовою організацією він буде вирішений на користь цієї організації.

Якщо практику розкриття інформації ще можна покращити шляхом встановлення в законодавстві та доведення до виконання більш жорстких вимог до фінансових установ, то низький рівень фінансової грамотності слід підвищувати іншим шляхом. Населення України не звикло жити за стандартами капіталізму. У поточних навчальних планах загальноосвітніх шкіл та вищих навчальних закладів фінансова грамотність займає мало академічних годин, або взагалі не передбачена, а отже молоде покоління не отримує необхідних навичок для користування фінансовими ринками. Більш того, група населення, яка має найнижчу самооцінку власної фінансової грамотності – пенсіонери та особи віком понад 50 років – взагалі ніколи не була охоплена державною просвітницькою програмою з фінансових питань.

Лише обізнані споживачі можуть завадити реалізації недобросовісних схем кредитування. Законодавчий чи нормативно-правовий акт може бути ефективним лише тоді, коли позичальник розуміє його конкретику. Одним із шляхів вирішення проблеми може стати введення стандартних (типових) договорів для всієї банківської системи, до яких банківська установа могла б лише вносити конкретну інформацію про клієнта і не мала б права змінювати їх зміст. В такому випадку одним з найкращих способів реалізації було б поширення через веб-сайт регулятора зразків таких стандартних (типових) договорів, аби споживачі мали б змогу їх завантажити та ретельно ознайомитися до моменту укладання.

Під час кризи особливого значення у захисті прав споживачів набули три питання: (1) плаваючі (змінні) процентні ставки, (2) забезпечення кредитів в іноземній валюті, та (3) діяльність колекторів. В усіх зазначених випадках рівень захисту прав споживачів знаходиться на незадовільному рівні та потребує покращення і пильної уваги.

До кризи у більшості позичальників-споживачів кредитні договори передбачали плаваючі процентні ставки. Підписані позичальниками договори надавали банку право змінювати процентну ставку за кредитом у разі зміни ринкових умов; при цьому не зазначалися ані вичерпний перелік подій, які є підставою для зміни, ані формули розрахунку нового значення процентної ставки, ані права позичальника оскаржити зміну ставки. У більшості випадків під час укладання договору кредиту банки надавали позичальнику всю відповідну інформацію та проводили всі необхідні розрахунки (включаючи розрахунок реальної процентної ставки), отже, з формальної точки зору вони забезпечували дотримання усіх відповідних вимог. Але коли після початку кризи банки стикнулися із проблемою припинення обслуговування позичальниками своїх кредитів, вони (банки) вдалися до підвищення ставок, стверджуючи, що криза – це і є саме «зміна ринкових умов». Однак у багатьох випадках підвищення ставки не було в достатній мірі обґрунтованим, а позичальнику не надавалася відповідна передбачена законом інформація. Проте, оскільки жодного механізму оскарження збільшення ставок в односторонньому порядку з боку банківської установи фактично не існувало, позичальники були поставлені перед фактом необхідності платити за новими процентними ставками. Лише тоді вони зрозуміли, який саме «вбудований опціон» передбачений у їхніх договорах. Деякі з них подали відповідні позови і суди їх задовольняли, але такі випадки не набули відповідного розголосу серед широкого загалу.

У 2007-2008 роках суттєва частина споживчих кредитів в Україні була надана в іноземній валюті. Як і у випадку з процентними ставками, на момент видачі кредиту більшість банківських установ повністю виконували вимоги щодо надання інформації та, відповідно до законодавства, повідомляли позичальників про присутній валютний ризик. У забезпечення багатьох з цих кредитів була надана реальна застава – автомобілі, будинки, квартири, земельні ділянки тощо – яку, за законом України, необхідно було оцінити та визнавати в обліку банку в національній валюті. Коли курс гривні по відношенню до основних світових валют впав на понад 40%, розмір заборгованості за кредитами різко збільшився, що призвело до дефолту великої кількості позичальників. Одночасно з цим банки отримали підставу вимагати від позичальників надання додаткового забезпечення. Це призвело до звернення

стягнення на майно деяких позичальників – а законодавство України дозволяє кредитором звертати стягнення не тільки на предмет застави, але й на інше майно позичальника, якщо надходжень від продажу застави не вистачає для покриття невиплаченої суми кредиту.

До кризи колекторський бізнес в Україні був невеликим за обсягом. Бюро кредитних історій лише розпочинали пропонувати свої послуги. Банки практично не мали досвіду звернення стягнення на майно, а щодо більшої частини відповідних законів не була накопичена практика їх застосування. Однак із збільшенням після 2008 року кількості позичальників, що допустили дефолт за своїми зобов'язанням, забезпечення повернення виданих кредитів ставав дедалі більш важливою функцією – і як механізм захисту прав кредиторів, і як окремий вид бізнесу.

Активізація діяльності колекторських агентств виявила ще один недолік законодавства – колекторські агентства фактично знаходяться поза межами законодавчих та нормативних актів з питань захисту прав споживачів. Деякі з цих агентств використовували прийоми стягнення боргів, які передбачали залякування, порушення права на недоторканість особистого життя та права на відшкодування збитків. Недивно, що і позичальники почали застосовувати механізми захисту своїх прав на грані закону, шукаючи будь-який недолік в українському законодавстві, аби тільки вистояти у боротьбі із колекторами. Шляхом вирішення цієї проблеми є підвищення рівня обізнаності споживачів – споживачі обов'язково повинні знати про правові та фінансові наслідки укладання кредитної угоди, а також про можливі варіанти поведінки у разі виникнення проблеми.

Українські споживачі повинні зрозуміти, що «розкриття інформації» та «захист прав споживачів» – це різні речі. Хоча у більшості випадків банки-кредитори дотримувались вимог щодо розкриття інформації, проте захисту прав споживача реально забезпечено не було.

3 Окремі види кредитів

В Україні фактично існує лише дві категорії кредитів: забезпечені іпотекою та суто споживчі.

До кризи більшість кредиторів переважно покладалася на забезпеченість кредиту як на головне джерело його повернення та приділяло мало уваги достатності грошових потоків позичальників. Так відбувалося за двох основних причин: (1) в період з 2004 до 2008 року ціни на нерухомість в Україні щороку майже подвоювалися, що робило заставу у вигляді нерухомості реальним інструментом захисту кредитора, оскільки вважалось, що в результаті звернення стягнення на предмет застави можна буде забезпечити погашення будь-якого кредиту, та (2) обсяг тіньової економіки України залишався великим, незважаючи на офіційні спроби його зменшення. Офіційний дохід потенційного позичальника у багатьох випадках був занадто низьким для отримання кредиту, проте його реальна, але не задокументована зарплата та інший дохід були для цього більш ніж достатніми. В результаті, при наданні кредитів, банки більш покладались на заставу, аніж на дохід (грошові потоки). Вирішити цю проблему зможе лише детінізація економіки.

Володіння нерухомістю будь-кого в Україні робило гідним позичальником для більшості банків. А ці банки пропонували «іпотечні кредити», які насправді не були іпотекою, як вона трактується в міжнародній практиці. Фактично будь-який кредит під заставу нерухомості вважався іпотекою, до уваги не брали ані цільове призначення такого кредиту (наприклад, поповнення обігових коштів для сімейного бізнесу, або кредити під заставу квартир на суто споживчі цілі), ані призначення наданого у забезпечення нерухомого майна (житловий чи нежитловий фонд), ані навіть фактичне існування такого нерухомого майна в натурі (деякі банки надавали «іпотечні» кредити під заставу об'єктів незавершеного будівництва). Конкуренція також змушувала банки послабити вимоги щодо видачі іпотечних кредитів – в деяких банках розмір необхідного первісного внеску був встановлений на надзвичайно низькому рівні: від 10% до нуля, у порівнянні з близько 50% вартості майна у 2000 році. Для деяких банків прийнятною заставою були також земельні ділянки, хоча, за українським законодавством, звернути стягнення на землю майже неможливо. Практика видачі кредитів на навчання, відпустку, придбання автомобіля тощо під заставу нерухомості стала у 2006-2008 роках дуже поширеною. Сприяло її поширенню і постанова Правління НБУ про формування резервів, за якою норма резервування для кредитів, забезпечених нерухомим майном, була нижче у порівнянні із кредитами під заставу іншого виду забезпечення.

З точки зору споживача, крім плаваючих процентних ставок та валютного курсу, існувала ще одна проблема щодо іпотечних кредитів – пов'язане з ними страхування. Українське законодавство у сфері страхування вимагає, щоби предмет іпотеки був застрахований (лише від ризику його втрати, але деякі банки також намагались застрахувати і життя позичальника) і дозволяє банкам визначати конкретні страхові компанії для укладання договорів страхування. Хоча вимога щодо страхування іпотеки поширена в міжнародній практиці, в Україні вона виявилась ще одним засобом вижимання грошей з позичальників. У багатьох випадках визначені (акредитовані) страхові компанії були певним чином пов'язані із банком-кредитором і розмір страхових премій перевищував середній на ринку. А оскільки за законодавством саме кредитор (тобто банк) є вигоданабувачем за такими договорами страхування (тобто на консолідованій основі зустрічні вимоги та зобов'язання банку та страхової компанії будуть взаємозараховані), то позичальнику нічого не залишалось, як здійснювати платежі, що вимагалися, і тим самим підвищити реальну вартість кредиту.

Також існувала інша група банків, яка, на відміну від першої, не вважала забезпечення головним джерелом повернення кредитів. Багато з них вийшли на банківський ринок відносно пізно, тоді, коли ціни на нерухомість вже були високими, а більшість позичальників вже мала укладені кредитні договори з їх конкурентами. Ці нові кредитори розробили кредитні продукти, в яких інструментом захисту для кредитора слугували надзвичайно високі процентні ставки. При цьому не очікувалося, що кредити повною мірою повертатимуть всі позичальники; в деяких випадках передбачений в фінансовій схемі рівень дефолту сягав 20%. Вигода полягала в тому, що грошові потоки від позичальників, які сумлінно обслуговували свою заборгованість, перекривали збитки від тих, хто допустив дефолт. Для таких кредиторів не мало значення, з якою метою береться кредит або звідки позичальник забезпечить грошовий потік для його погашення. По суті такі кредитори викривили, спотворили кредитний ринок, значно знизивши планку вимог до позичальників при видачі кредитів; надаючи кредити тим позичальникам, що не могли їх обслуговувати, та змушуючи сумлінних позичальників розраховуватися за всіх. Вартою уваги рисою українського ринку було рішення більшості банків не видавати карткові кредити (де клієнт повинен відкрити рахунок в банку, зробити певні накопичення та витрати, і лише потім він отримував кредитну лінію за картою). Замість цього, такі банки пропонували кредити в місцях продажу товарів, орієнтуючись не на позичальника, а на певний товар. Звісно, «кредитний спеціаліст» на місці продажу не має можливості зробити ґрунтовну перевірку інформації про клієнта або визначити його кредитний рейтинг. А оскільки в різних місцях продажу були представлені різні банки, то в Україні не було стимулу для виникнення лояльності у клієнтів.

Посередині між цими двома основними видами споживчих кредитів окремо виступає одна особлива категорія – автокредити. В умовах України ці кредити є особливими з двох причин: (1) на відміну від нерухомого майна, вартість автомобілів з часом падає, попри навіть своєчасне обслуговування, а отже зменшується їх вартість і як предмету застави; (2) більшість автосалонів самі кредитів не пропонували, що робило цю нішу дуже привабливою для тих, хто пропонував суто «споживчі кредити». У великій кількості випадків банки отримували прибутки від автокредитів опосередковано – через пов'язані з ними страхові компанії. У таких випадках офіційна номінальна процентна ставка за кредитом встановлювалась на ринковому рівні або трохи нижче, але банки обмежували можливість позичальників придбати страховку на відкритому ринку і вимагали укласти договір страхування з асоційованою компанією. А тарифи цієї компанії могли бути набагато вище ринкових. Широкого поширення в Україні набула практика складання списку пов'язаних з банками «акредитованих» страхових компаній та пред'явлення вимоги до позичальника страхувати автомобіль саме в цих компаніях. Більшість позичальників не знають, що в такій ситуації вони мають законне право не погоджуватись на це. Отже в докризовій Україні автокредити мали риси як іпотечного кредиту (застава, страхування та первісний внесок), так і суто споживчих кредитів (пропонувались у місці продажу).

Саме така практика призвела до виникнення в Україні проблем із заборгованістю за кредитами, що підтверджується значно вищим ніж в аналогічних та сусідніх країнах значенням питомої ваги проблемних кредитів (Примітка: Таблиця 3 у «Вступі»).

3.1 Іпотечні кредити

В післякризовий період обсяг пропозиції іпотечних кредитів в Україні є значно меншим у порівнянні із докризовими 2006-2008 роками, поготів ці кредити є набагато менш доступними.

Під час кризи іпотечне кредитування фактично повністю припинилось. Не тільки не видавалися нові кредити, а і став зменшуватися портфель існуючих – з понад 102 млрд. грн. на 1 жовтня 2009 року до рівня 78 млрд. грн. на 1 липня 2011 року.

Банки змушені були шукати шляхи вирішення проблем іпотечного портфеля, якість якого дедалі більше погіршувалась. У багатьох банках працівники, які спочатку займалися видачею іпотечних кредитів, були переорієнтовані на реструктуризацію кредитів, а згодом – на забезпечення стягнення заборгованості.

Станом на травень 2011 року, іпотечні кредити пропонували лише близько 35 банків. Більшість з іпотечних продуктів пропонується в гривнях, але деякі кредити можна взяти і в російських рублях.

Слід відзначити такі зміни у порівнянні з докризовим періодом: (1) зосередження уваги на вторинному ринку, (2) збільшення розміру первісних внесків, (3) набагато більш короткі строки погашення, а також (4) видача кредитів у національній валюті.

Вторинний ринок нерухомості

До кризи банки пропонували позичальникам іпотечні кредити на придбання житла як на первинному, так і на вторинному ринку нерухомості. Багато з кредитів на купівлю житла на первинному ринку стали під час кризи проблемними – забудовники не змогли здати об'єкти в експлуатацію або робили це з великим відставанням від графіка, а, з юридичної точки зору, звернення стягнення на майнові права у недобудованому об'єкті виявилось важким процесом.

Внаслідок цього іпотечні кредити зараз пропонуються виключно на придбання житла на вторинному ринку, здебільшого в обласних центрах. Іпотечні кредити на придбання житла на первинному ринку зазвичай пропонуються лише для придбання квартир та будинків від тих забудовників, що пов'язані з банком-кредитором – банки вважають, що у таких випадках вони краще можуть контролювати ризик, забезпечуючи належне та вчасне фінансування будівництва.

Цікавим спостереженням є те, що банки вкрай негативно ставляться до видачі кредитів новим клієнтам на придбання нерухомості, що реалізується в рамках процедури звернення стягнення майна попереднього позичальника того ж самого банку. Замість цього, вони вимагають при продажу конфіскованої нерухомості виплати повної її вартості. Таку ситуацію можна пояснити, з одного боку, наявністю титульного ризику (у відповідному законодавстві немає чіткості з цього питання). Іншим поясненням може бути те, що таким чином банки намагаються повністю вийти з ринку іпотечного кредитування, а не покращити якість своїх кредитних портфелів.

Збільшення розміру первісних внесків

До кризи іпотечні позики в Україні з низьким рівнем первісного внеску в розмірі від нуля до 10% не були рідкістю. Населення України зверталось за іпотечним кредитом аби купити об'єкт нерухомості для цілей подальшого проживання в ньому, здачі його в оренду або подальшого продажу задля отримання прибутку від різниці в цінах (спекуляції). При очевидній та фантастичній односпрямованій тенденції на підвищення цін на нерухомість в Україні протягом тривалого періоду банки очевидно не надавали значення розміру первісного внеску, а клієнти прагнули взяти кредити якнайшвидше – типове поєднання обставин для розвитку мильної бульки з нерухомістю.

Іпотечні кредити з первісними внесками менше 20% можуть створити проблеми, оскільки в такому випадку не існує належного фінансового запасу для поглинання результатів несприятливих цінових тенденцій на ринку нерухомість. З початком кризи, коли ціни завмерли, а потім почали знижуватися, низький рівень первісних

внесків за вже виданими кредитами дійсно проявився як проблемний фактор. Клієнти почали відмовлятися обслуговувати свої позики через те, що різниця між новою вартістю об'єкта нерухомості та непогашеною сумою кредиту стала негативною, а кредитори не були готові до таких дій – їх продукти ґрунтувались на припущенні продовження буму нерухомості, а не на тому, що кредити можуть не обслуговуватись.

Цей урок було добре вивчено: у травні 2011 року жодного іпотечного кредиту не було видано з первісним внеском менше 20%. Але при середньому внеску в розмірі 45% суми кредиту не спостерігається черг до банків на отримання кредитів для купівлі нерухомості, вартість якої дедалі знижується. Україна повільно повертається до простих схем придбання нерухомості: розрахунок відразу на повну суму без жодного кредиту.

Скорочення строків кредитування

До кризи в Україні іпотечні кредити видавали на строк 10-15 років, а декілька банків пропонували ці продукти на 20 років. Більшість кредиторів висували при цьому ще одну умову, – на момент закінчення строку дії кредитної угоди вік позичальника мав бути меншим за пенсійний вік³.

Натомість після кризи іпотечні кредити видаються на значно коротший строк. Найдовший строк погашення кредиту на ринку станом на травень 2011 року складає 15 років, а в середньому по ринку – 7 років. Частково так відбувається через те, що банки не можуть отримати доступ до більш довгострокового капіталу для фінансування нових іпотечних кредитів. Однак іншою причиною є те, що видача кредитів на коротший термін помітно спрощує оцінку здатності позичальника повернути кредит, що зменшує ризики банку.

Як і збільшення розміру початкового платежу, такі короткі строки кредиту не є економічно виправданими, виходячи з цільового призначення «справжньої» іпотеки. До кризи найбільш суттєвою складовою платежу позичальника у перших періодах були нараховані проценти, натомість зараз майже із самого початку погашення кредиту сума загального платежу розподіляється практично рівномірно між основною сумою та процентами, оскільки основну суму кредиту позичальник тепер має повернути у значно більш стислий термін, що роботи обслуговування кредиту важкою (а іноді й неможливою) справою.

Кредити в національній валюті

Слід також врахувати, що більшість іпотечних кредитів у 2011 році пропонуються у національній валюті. З одного боку, це краще, тому що ані для кредитора, ані для позичальника в такому випадку не виникає валютного ризику. Але з іншого боку, гривневі депозити зазвичай розміщуються на коротший термін та під вищу процентну ставку, – а це робить нинішні іпотечні кредити менш доступними.

Конкуrentне середовище іпотечних кредитів

На ринку іпотеки домінують банки. Кредитні спілки історично ніколи не були активними гравцями на цьому ринку, а фінансовий стан більшості фірм-забудовників не дозволяє їм пропонувати клієнтам іпотечні кредити. Фактично багато хто з забудовників мають сьогодні проблеми з завершенням будівництва об'єктів, оскільки ціни на будматеріали ростуть, а банки піднімають вимоги щодо продовження фінансування.

³ Офіційний вік виходу на пенсію в Україні до 2011 року складав 60 років для чоловіків і 55 років для жінок.

Крім банківських кредитів, українці можуть розраховувати на державний іпотечний кредит, якщо за встановленими критеріями вони можуть брати участь в державних програмах «Доступне житло» та «Забезпечення молоді житлом». Обидві ці програми є соціальними, а не комерційними, і розраховані на фінансово вразливі категорії населення з низьким рівнем доходів. Тому ці кредитні програми не конкурують з банківськими іпотечними кредитами.

Крім цього, Державна іпотечна установа (ДІУ), яка до початку кризи дуже активно пропонувала доступні іпотечні кредити у гривні для позичальників, які відповідали встановленим вимогам, знизилася свою активність. Частково так відбулося по причині того, що комерційні банки тепер менш зацікавлені у роботі в якості агента ДІУ після того, як та в кінці 2008 році фактично відмовилася рефінансувати суттєву частину вже виданих банками кредитів і переклала на них усі ризики. Інша проблема полягає у тому, що в Україні наразі усе менше і менше залишається тих позичальників, які можуть дозволити собі обслуговування кредиту за поточними умовами ДІУ, – схоже, середній клас в Україні зникає.

Блок 1. Критерії Державної іпотечної установи щодо відбору позичальників

| | |
|--|---|
| Вік | Від 18 років до пенсійного віку (55 років для жінок і 60 років для чоловіків) |
| Ринок нерухомості | Виключно первісний, забудовники повинні попередньо пройти узгодження із ДІУ |
| Строк кредитування | 5-30 років |
| Максимальна сума | В залежності від місця розташування: для Києва це 1 млн. грн. |
| Процентна ставка | В залежності від обслуговуючого банку, ДІУ рефінансує банк за ставкою до 11% і заохочує його видавати кредити не більш ніж під 15% річних |
| Обслуговування кредиту | Ануїтетна або стандартна схеми |
| PTI | менше 45% |
| OTI | менше 50% |
| LTV | менше 75% |
| Страховання | Позичальник має оформити повну страховку за власний рахунок |
| <i>(Джерело: Державна іпотечна установа)</i> | |

3.2 Готівкові і споживчі кредити

Готівкові і споживчі кредити – «суто споживчі» кредити – за їх якістю завжди були і є найбільш проблемною категорією кредитів. У докризові часи нерозвинена система бюро кредитних історій відкривала можливість деяким позичальникам брати кредити в різних банках, фактично приховуючи свою кредитну історію. Поширена думка, що за допомогою хабарів доступ до кредитування нерідко отримували особи, які не відповідали встановленим вимогам, і що вони отримували кредити за підробленими документами. У докризові часи готівкові і роздрібні кредити видавалися в Україні під надзвичайно високу реальну процентну ставку, яка у деяких випадках доходила до 150% за рік, а ставка 80% річних була доволі звичайною.

У 2011 році кредити на споживчі цілі помітно відрізнялися від тих, які пропонувалися банками у 2008 році. Ця різниця передусім пов'язана з двома чинниками: (1) нововведеннями у практиці продажу кредитних продуктів та (2) появою нових гравців на ринку. Однак деякі спільні риси цих кредитів залишаються незмінними, зокрема, високі процентні ставки.

Зміни у практиці продажу кредитів – Кредити на кредитну карту

Раніше у більшості випадків готівкові і споживчі кредити в Україні видавали у точках продажу. Це створювало родючий ґрунт для підробки документів та недостатньо якісної оцінки платоспроможності позичальників. У багатьох випадках кредитні агенти обходили обмеження, «підганяючи» характеристики позичальників під вимоги, що висувалися банками. Крім того, така практика продажу кредитних

продуктів була надто витратною, тому що до вартості кредиту додавалися комісійні кредитним агентам та оплата праці банківського персоналу у точках продажу.

В той же час, до 2010 року банки не користувалися активно такими продуктами як кредитування на кредитні картки. Банки рідко пропонували кредити на кредитні карти навіть своїм клієнтам з хорошою кредитною історією щодо так званих «зарплатних карт»⁴.

Після кризи ця ситуація в Україні змінилася. Ще під час кризи банки почали вдаватися до скорочення адміністративних витрат, тому велика армія кредитних спеціалістів стала більше непотрібною. А відтак, коли ситуація на ринку змінилася і банки почали знову пропонувати споживчі кредити, виникла потреба у нових каналах та способах їх продажу.

У цьому відношенні рішенням стали кредитні карти. Кредити на кредитну карту – це один з усталених у міжнародній практиці каналів продажу при споживчому кредитуванні. Такі кредити дозволяють банкам краще контролювати фінансові показники позичальника, розробляти різні програми лояльності для клієнтів і, таким чином, краще управляти ризиками. Ці кредити також менш витратні, ніж кредити, що видаються через точки продажу.

Однак, незважаючи на кращий контроль за ризиками, повністю ще не ліквідовано підхід, за яким «сумлінні клієнти платять за недбалих». Застосовні процентні ставки усе ще високі. В Україні не існує обмеження щодо рівня реальної ставки за кредитом на кредитну картку. Як показують розрахунки, у багатьох випадках реальна ставка, яку справляє банк (включаючи усі додаткові комісійні, які доводиться сплачувати клієнту додатково до встановлених відсотків), перевищує 40% на рік. Зазвичай у таких продуктах як кредитні картки використовується прогресивна шкала процентів⁵, що значно ускладнює розрахунок процентної ставки навіть для кваліфікованих клієнтів. Крім цього, кредити на кредитну карту у формі револьверного кредиту фактично звільняються від вимоги щодо обов'язкового інформування клієнтів щодо вартості кредиту⁶, що ставить позичальників у невідгідне становище.

Нові гравці на ринку – Нефінансові установи

Суттєвою відмінністю порівняно з докризовими часами є поява після кризи небанківських і не-фінансових установ, які пропонують своїм клієнтам споживчі кредити. До їх числа можна віднести автосалони, великі мережі роздрібної торгівлі та інтернет-магазини (які продають в основному побутову техніку та електроніку).

До 2008 року багато хто з цих небанківських установ мали різні партнерські програми з банками для заохочення клієнтів до лояльності, однак вони не кредитували своїх клієнтів напряму через регуляторні та податкові застереження. Дехто з них продовжує практику таких партнерських зв'язків і використовують банк (інколи кілька банків) як кінцевого кредитора, залишаючи вибір за позичальником. Однак наразі

⁴ «Зарплатна картка» – це дебетова картка, емітована банком для рахунку працівника, на який роботодавець безпосередньо перераховує зарплату найманого працівника. У значній мірі зростання обсягів карткового бізнесу банків в Україні досягнуто завдяки саме «зарплатним картам».

⁵ Тобто, коли значення процентної ставки для різних періодів дії кредиту є різним, напр., 12% за перші 30 днів, 20% за період 31-60 днів та 35% за період понад 61 днів. З формальної точки зору така ставка не є «плаваючою», тому що її значення відоме заздалегідь, у момент видачі кредиту, але це й не «фіксована» ставка, тому що вона не є сталою протягом усіх цих періодів. Залежно від того, як клієнт буде здійснювати платежі, значення реальної ставки може суттєво різнитися, – що раніше погашається кредит, то нижчою виявляється ставка, і навпаки.

⁶ Вимога щодо повідомлення клієнта про розмір реальної процентної ставки ґрунтується на понятті «очікуваний рух коштів». НБУ видав роз'яснення, що реальну процентну ставку слід розраховувати і повідомляти позичальникам лише в тому разі, якщо позичальник може надати банку інформацію про дати і розміри очікуваних сум отримання та погашення кредиту. Оскільки для переважної більшості кредитів на кредитну картку це неможливо, банки використовують цю обставину як формальний привід для нездійснення розкриття реальної процентної ставки.

частина з них вдалася до запровадження «замінників» споживчих кредитів: це різноманітні програми придбання товарів на виплату або програми типу «заощадження та придбання».

Наприклад, велика і добре відома торгівельна мережа із продажу взуття пропонує покупцям можливість придбати у розстрочку будь-який товар, ціна якого перевищує 400 грн. Повна ціна товару розділяється на п'ять рівних місячних платежів, перший з яких вноситься у день покупки. Інша крупна національна мережа будівельних супермаркетів пропонує своїм клієнтам можливість відвантажити товар сьогодні, а сплатити за нього через місяць, використовуючи для цього спеціальну пластикову картку. Подібні схеми пропонують також і інші компанії. Усі ці схеми мають ряд схожих характеристик, а саме:

по-перше, жодна з компаній, що пропонують «прості» споживчі кредити, не розкриває інформацію про кінцевого кредитора. Тому у клієнта складається враження, що кредит йому надається компанією, у якої він отримує товар, послугу чи продукт. Ми доклали чималих зусиль, аби отримати докладнішу інформацію про кінцевого кредитора (використовуючи підхід таємного покупця), але безрезультатно, – жодний із співробітників компаній, що пропонують такі схеми, не захотів або не зміг сказати, хто саме виступає реальним кредитором;

по-друге, усі ці схеми не мають жодного сенсу з точки зору фінансової математики. Формально, в цих схемах використовується нульова номінальна процентна ставка; а отже реальна застосована ставка відсотку є від'ємною⁷. Це могло б означати, що «кредитори» приховують у ціні реальні проценти і, найвірогідніше, користуються непоінформованістю клієнтів;

по-третє, на такі схеми не поширюються вимоги щодо інформування споживачів, оскільки формально кредитного договору не укладається.

Останній пункт – звільнення від обов'язкового розкриття інформації споживачам – також має місце у ситуаціях, коли деякі компанії обирають своїм партнером-кредитором небанківську фінансову установу. Хоча ці кредитори насправді підпадають під дію закону «Про захист прав споживачів», однак Держфінпослуг досі не затвердила відповідного підзаконного акту.

Згадані нерегульовані кредитори часто використовують досить агресивні стратегії продажу, пропонуючи в різних безкоштовних брошурах, постерах, флаєрах тощо «швидкі та легкі» кредити. Під час підготовки цього документу ми використовували методику таємного покупця по відношенню до близько десятка компаній, що пропонують кредити готівкою. Усі обстежені нами компанії виявилися небанківськими установами і працівники жодної з них відмовились розкрити інформацію, яка є обов'язковою згідно законодавства, пояснюючи це тим, що керівництво не доводило до їх відома таку інформацію. У багатьох випадках вони відмовлялися продовжувати розмову, щойно ми запитували про розкриття обов'язкової інформації.

Зростаюча присутність на ринку нерегульованих установ не лише є загрозою для потенційних клієнтів, але до того ж підриває й без того вже практично відсутню довіру населення до фінансових установ. Через низький рівень загальної фінансової обізнаності та недостатній досвід роботи з фінансовими продуктами більшість споживачів не зуміють розрізнити регульовані та нерегульовані фінансові установи.

⁷ Теорія вартості грошей у часі базується на тому, що теперішня вартість суми потоків грошових коштів від п'яти платежів по 200 грн. в майбутньому є меншою за теперішню вартість одного платежу в 1000 грн. в теперішній час. Отже, якщо пара взуття коштує 1000 гривень, то п'ять розстрочених платежів повинні перевищувати 200 грн. кожний, враховуючи вартість грошей у часі. Однак, якщо магазин пропонує два варіанти, – моментальний продаж за 1000 грн. або придбання у розстрочку за п'ять платежів по 200 грн. як еквівалентні один одному, то цей магазин тим самим погоджується з тим, що значенням реальної відсоткової ставки є від'ємним.

Саме тому важливим завданням як для регуляторів, так і для професійних об'єднань має бути домогтися заборони присутності на фінансовому ринку нерегульованих компаній, а також компаній, які допускають зловживання та/або порушують законодавство щодо розкриття інформації та захисту прав споживачів.

Застосовні процентні ставки

У випадку із нерегульованими кредиторами або «замінниками» споживчих кредитів, розрахувати реальну процентну ставку практично неможливо. Фактично, визначити цю ставку можна лише для готівкових і споживчих кредитів, що надаються банківськими установами – на яких поширюється дія відповідних вимог, а також деякими небанківськими установами, які надають необхідну інформацію.

Нами були здійснені розрахунки ефективних процентних ставок двох великих установ, що надають готівкові кредити: великого комерційного банку та небанківської фінансової установи, які мають свої відділення у всіх регіонах України. Визнаємо, що це вибірка є невеликою і вона не може точно відобразити ринкові ставки та умови. Ми припустили, що видано декілька кредитів на суму від 5 до 25 тис. грн. на строк два, чотири та шість років. Результати, які насправді добре представляють ринок, наведено у таблиці нижче.

Таблиця 6. Реальні ставки за кредитом великого комерційного банку

| Сума кредиту | Щомісячні платежі у розстрочку, грн. | | |
|--------------|--------------------------------------|----------------------|--------------------|
| | Кредит на 2 роки | Кредит на 4 роки | Кредит на 6 років |
| 5 000 грн. | 315 (р. ст. 60,3%) | 211 (р. ст. 52,6%) | 181 (р. ст. 50,1%) |
| 10 000 грн. | 617 (р. ст. 53,0%) | 414 (р. ст. 48,7%) | 356 (р. ст. 47,2%) |
| 25 000 грн. | 1 525 (р. ст. 49,1%) | 1 022 (р. ст. 46,3%) | 879 (р. ст. 45,4%) |

NB: *Додаткові платежі: разовий платіж за оформлення кредиту 200 грн. та страхування життя (обидві суми відраховуються з суми кредиту, що отримується позичальником на руки).*

NB: *Розрахунки ставки зроблені на основі наданої банком інформації про очікувані потоки грошових коштів; банк не розкриває значень реальної ставки в рекламній продукції. Усі розраховані ставки подані в річному еквіваленті.*

Таблиця 7. Реальні ставки за кредитом небанківської фінансової установи

| Строк кредиту, у міс. | Номінальна річна ставка | Комісійні за місяць | Разовий платіж на початку | Реальна ставка (в річному еквіваленті) |
|-----------------------|--------------------------|----------------------------------|--|--|
| 6 | 0,01% на залишок кредиту | 3,9% від ПОЧАТКОВОЇ суми кредиту | 3% від ПОЧАТКОВОЇ суми кредиту, з КАПІТАЛІЗАЦІЄЮ | 135% |
| 9 | | | | 131% |
| 12 | | | | 127% |
| 18 | | | | 119% |
| 24 | | | | 112% |
| 30 | | | | 107% |
| 36 | | | | 102% |

NB. *Розрахунок ставки проведено на основі даних, згенерованих онлайн-калькулятором на сайті цієї фінансової компанії. Компанія не розкриває значень реальної ставки в рекламній продукції.*

3.3 Автокредити

Автокредити були дуже популярними в Україні до початку кризи. Хоча офіційна статистика щодо загальної кількості автомобілів, придбаних за допомогою банківського кредиту, відсутня, експерти стверджують, що така частка становила не менше 30%, а за деякими класами автомобілів, можливо, перевищувала 50%. На той момент існували партнерські програми кількох типів, розроблені або банком, або автосалоном, в залежності від конкретної ситуації. Однак у багатьох випадках такі партнерські програми обмежували вибір клієнта: або банк диктував йому, в якому саме автосалоні слід купувати автомобіль, або автодилери диктували йому, до якого банку звернутися за кредитом.

У 2007-2008 роках Україна була цікавим ринком для автодилерів, оскільки щомісячний обсяг продаж становив від 30 до 50 тисяч нових авто. Однак у 2009 році продажі упали до 10 тисяч на місяць. Незважаючи на те, що в Україні працюють кілька національних автовиробників, переважна більшість проданих автомашин, як у минулому, так і сьогодні, імпортується, а отже покупці наражаються на ризик коливань валютного курсу.

Оскільки скорочення попиту на нові авто мало місце не лише в Україні, а й в інших країнах усїєї Східної Європи, світові автовиробники вдалися до розробки глобального рішення для цієї проблеми. Ефективним рішенням стало використання власної фінансової компанії автовиробника, яка пропонує автокредити для покупців автомобілів своєї марки.

В Україні першою запропонувала послугу надання «брендових» авто кредитів корпорація Nissan-Renault Finance. Ця програма була підготована нею разом з «Індекс-банком» (членом групи «Credit Agricole»). Однак кількість компаній, що надають автокредитування такого типу в Україні, все ще є відносно низькою порівняно до сусідніх країн, – наприклад, у Російській Федерації працюють дочірні фірми практично усіх провідних міжнародних «автобанків», таких як «Toyota Finance», «Volkswagen Group Finanz», «Mercedes Benz Finance» тощо.

З точки зору захисту прав споживачів, автокредити в Україні, на відміну від іпотечних і споживчих кредитів, не зазнали майже жодних змін. Залишаються відкритими та невіршеними наступні питання: (1) право споживача на вільний вибір, (2) пов'язане з кредитом страхування, (3) відповідні винагороди і комісії та (4) нерегульовані фінансові продукти. Решта умов кредитування, – процентна ставка, строк видачі та початковий платіж, – залишилися в основному тими ж, якими були раніше.

Право споживача на вільний вибір

Історично склалося так, що в Україні споживачі завжди були обмежені у виборі кредиторів для отримання кредиту на придбання авто. Причиною цього були особливі так звані «партнерські програми» між автосалонами і банками.

У більшості випадків автосалони в Україні є ексклюзивними дилерами конкретних брендів. Вони одноосібно приймають рішення, із якою саме фінансовою компанією (чи компаніями) укласти угоду про партнерство. В деяких випадках такий вибір диктувався материнською компанією, інколи це рішення ухвалювало представництво автовиробника в Україні, але в кінцевому рахунку обидва ці рішення мали результатом обмеження права вибору споживачем кредитної організації шляхом обмеження кола таких кредиторів. Поширеними є ситуації, коли конкретний автодилер працює лише з одним банком.

Якщо клієнту не підходять запропоновані умови кредитування, він не має іншого варіанту фінансування такої покупки. Звернутися до іншого банку, який не є

партнером автосалону, за отримання споживчого або готівкового кредиту не є виходом через значний обсяг потрібних коштів.

Така практика є обмеженням конкуренції.

Пов'язане страхування

Українське страхове законодавство містить норму, що страхування майна – це добровільний вид страхування. У зв'язку з цим заборонено вимагати укладання договору страхування із конкретною страховою компанією в якості передумови для укладання будь-якого іншого правочину (наприклад, договорів купівлі-продажу, оренди або кредиту). З цієї точки зору автовласник має повне право обирати самостійно будь-яку компанію для страхування придбаного ним автомобіля.

Разом з тим, Закон України «Про заставу» вимагає, щоб предмет застави був застрахований від ризику знищення або пошкодження. Однак в цьому законі не сказано чітко, чи має право кредитор в такому разі вимагати укладання договору страхування із конкретною (акредитованою) страховою компанією (за винятком іпотечного кредиту, де така можливість дійсно передбачена, оскільки страхування іпотеки є обов'язковим видом страхування). З цієї точки зору власники придбаних в кредит автомобілів є обмеженими у своєму виборі.

Розбіжності між позичальниками та кредиторами щодо страхування автомобіля мають довгу історію. Кредитори наполягають, щоб автомобілі страхували у пов'язаних з ними компаніях – які вимагають зазвичай більш високих страхових премій, – і в більшості випадків їх вимоги виконуються. Натомість, позичальники наполягають на свободі вибору, – і це у багатьох випадках призводить до того, що кредитори особливо прискіпливо слідкують за ними і звинувачують у порушенні умов кредитного договору.

Законодавство потребує виправлення у цій частині та визначення відповідних чітких норм, які мають бути доведені до відома споживачів. Практика приховування у складі страхових платежів реальних витрат за кредитом не є цивілізованою. Так само не відповідає принципам прийнятності вимога укладати договори страхування придбаного в кредит автотранспорту лише із страховою компанією, пов'язаною із автодилером.

Винагороди та комісії

Через «конкуренцію» серед автосалонів, у кредиторів завжди існує спокуса знизити номінальну, рекламовану процентну ставку, компенсуючи її підвищеним розміром комісійних, що надійдуть від автосалону. Прикладом таких комісійних були страхові премії, розмір яких визначали пов'язані із банком страхові компанії – з технічної точки зору, такі платежі не відносяться до складу номінальних процентних платежів, але по суті були додатковими зборами з клієнтів. І хоча ця спокуса існує практично у всіх типах кредитів, з найбільшою очевидністю вона проявляється саме в автокредитах.

Нерегульовні фінансові продукти

Тривожною рисою автокредитування в Україні є швидке набуття популярності нерегульованих схем і продуктів, а саме, так званою «купівлею товарів у групах». Ця схема є поєднанням кредиту-розстрочки та накопичувальної схеми: кілька фізичних осіб, бажаючих придбати авто, об'єднуються у неформальну групу; кожний член групи платить щомісяця внесок, який дорівнює ціні авто, ділений на кількість членів групи (тобто, що більше група, то менше сума внеску); кожного місяця група купує один автомобіль, який «розігрується» серед учасників групи; і ті, кому вже

поталанило виграти автомобіль, зобов'язані й далі сплачувати внески наступного місяця, аж поки автомобілі не отримають усі члени групи.

Така схема справді трохи нагадує фінансову піраміду і вимагає уважного нагляду. Однак українське законодавство щодо фінансових послуг не відносить її до переліку фінансових послуг, тому по суті вона не потребує ліцензування і залишається поза межами контролю і нагляду з боку регулятора. За своєю природою ця схема є формою кредитної кооперації, але без створення кредитної спілки для її формально-юридичного забезпечення.

Неможливо оцінити розмір цього нерегульованого бізнесу, тому що формально придбання авто у такий спосіб ніде не фігурує як «купівля в кредит» – член групи, якому пощастило виграти розіграш, стає законним власником автомобіля без визнання своїх обов'язків перед рештою членів групи. Не існує також і історії скарг щодо таких схем, просто тому, що у такої схеми немає регулятора, а отже, немає до кого звертатися.

4 Висновки і спостереження

Виникає враження, що гострота «кредитного голоду» в Україні дещо йде на спад, і населенню знову стають доступні кредити і позики. Кредитори готові надавати нові кредити, а їх клієнти виявляють готовність їх брати. Нещодавня фінансова криза мала б надати урок на гіркому досвіді, як кредиторам, так і позичальникам, та змусити їх змінити свій підхід до кредитування.

Очевидно, що докризова мета – збільшити частку ринку – спонукала кредиторів робити свої продукти якомога більш привабливими для позичальників. У багатьох випадках це призвело до послаблення вимог обачливості при видачі кредитів.

Раніше конкуренція між кредиторами точилася навколо ціни кредиту (тобто номінальної процентної ставки) та часу на обробку кредитної заяви. Справжня вартість кредиту (реальна процентна ставка, яка включає всі додаткові платежі та збори, а також інші істотні умови кредитного договору) позичальникам відкрито не повідомлялась, що створювало багато проблем із захистом прав споживачів.

Після кризи метою кредиторів в Україні знову стає частка ринку. В міру відновлення економіки все більше з'являтиметься людей, які готові взяти кредит та вважають, що можуть це собі дозволити. Ймовірніше за все, це будуть нові споживачі, які не мають досвіду обслуговування кредитів, у тому числі молодь, тим часом як нинішні позичальники все ще матимуть проблеми з боргами та своєю кредитною історією. Цим новим споживачам скоріш за все запропонують кредити, які дещо відрізняються від тих, які видавались до кризи:

по-перше, акцент буде зроблено на кредитах у національній валюті. Якщо до кризи знайти споживчий кредит у національній валюті було важко, зараз ситуація є прямо протилежною: нові кредити видаються переважно у національній валюті. Очевидно, ми можемо зробити висновок, що це є значним прогресом в плані зменшення ризиків, оскільки ліквідує будь-який валютний ризик як для кредиторів, так і для позичальників;

по-друге, вартість кредиту стає вище за докризову, навіть якщо оцінювати її за номінальними ставками. Само по собі це не проблема, оскільки ставки за кредитами прив'язані до макроекономічних умов. Але у цьому випадку на перше місце виходить надання інформації споживачам: позичальники мають знати реальну ціну кредиту до підписання договору, і кредитори обов'язково повинні надати таку інформацію. Це питання стає ще більш важливим, якщо взяти до уваги, що нові потенційні споживачі можуть мати лише базові фінансові вміння та навички, а то і взагалі не володіти ними;

по-третє, на ринок вийшли та активно пропонують споживчі кредити нові кредитори: небанківські фінансові установи. Цю відмінність пересічний споживач фінансових послуг може не помітити, оскільки кредити пропонуються там же, де і до кризи – у місцях продажу. Однак якщо раніше кредити пропонувались банком чи агентом банку, то зараз вони пропонуються підприємствами роздрібної торгівлі та автосалонами. І знову, само по собі це не проблема. У багатьох розвинутих країнах небанківські кредитори грають значну роль у споживчому кредитуванні. На жаль, в Україні навряд чи вони розкриватимуть інформацію для споживачів фінансових послуг. Оскільки небанківських фінансові установи відносяться до категорії нерегульованих, клієнтам потрібно буде докласти багато зусиль аби забезпечити дотримання своїх прав.

Крім того, деякі проблеми, які сприяли поширенню кризи споживчого кредитування в Україні, все ще залишаються невирішеними і створюють труднощі для кредиторів:

по-перше, в багатьох розвинутих країнах роздрібне споживче кредитування великою мірою покладається на зовнішні незалежні бюро кредитних історій та кредитного скорінгу. Ці установи зменшують витрати та ризики кредиторів. Але зараз в Україні нові кредитори, особливо небанківські установи, фактично ігнорують кредитні історії. Таким чином, перед кредиторами все ще стоїть проблема належної оцінки кредитоспроможності позичальників;

по-друге, у своїй практиці кредитного аналізу (або у вимогах щодо надання кредитів) кредитори змушені враховувати ефект присутності тіньової економіки. Потенційним позичальникам все ще важко надати офіційне підтвердження своїх доходів. Кредитори вже не можуть покладатися на нерухомість та інший «твердий» предмет застави через проблеми з практикою звернення стягнення;

по-третє, банки, що в якості обов'язкової умови надання кредиту вимагають від своїх клієнтів купувати страховку (у пов'язаної страхової компанії), можуть викривити свій процес затвердження кредиту.

Загальний висновок не є позитивним: здається, що українська фінансова система не змогла використати кризу як можливість вдосконалити практику кредитування. Ще багато потрібно покращувати у режимі розкриття інформації, вимогах щодо надання кредитів, ринковій інфраструктурі кредитування та нагляду з боку регуляторних органів. Цими проблемами слід опікуватися та вирішити їх невідкладно, доки вони не спричинили негативного впливу на майбутню стійкість фінансового сектору.

5 Рекомендації

Ситуація із споживчим кредитуванням в Україні потребує реформування. Деякі з уроків щодо споживчого кредитування, отриманих під час фінансової кризи, так і не були засвоєні, а отже і не було ухвалено і запроваджено відповідних нормативних та регуляторних актів. Одним з головних джерел проблеми – як і до кризи – залишається незадовільний рівень фінансової обізнаності споживачів та відсутність належного розкриття інформації та захисту прав споживачів.

Однак, як показує аналіз поточної практики, стандартний для України рефрен «потрібен новий закон», в цьому випадку не є дієвим рішенням. В Україні далеко не повністю використовуються норми чинної редакції Закону «Про захист прав споживачів», який насправді надає споживачам досить широкі можливості для самостійного обстоювання своїх прав та інтересів. Не вистачає лише двох компонентів: підзаконних актів та обізнаності споживачів із своїми законними правами.

Доречними будуть кілька першочергових заходів:

- Розробка та ухвалення Держфінпослуг нормативно-правового акту щодо імплементації чинних вимог Закону, що забезпечить рівні правила гри на ринку фінансових послуг та ліквідацію так званого регуляторного арбітражу, що має місце сьогодні. Це забезпечить повернення до справедливої конкуренції, і усі надавачі послуг із кредитування населення будуть зобов'язані дотримуватися однакових вимог щодо розкриття інформації та поведінки на ринку.
- Запровадити загально-просвітницьку кампанію для ознайомлення пересічних українців із їх правами в рамках відносин, що виникають із постачальниками фінансових послуг, а також шляхами реалізації та забезпечення таких прав. В рамках реалізації цього заходу можливо потрібно буде визначити спеціальні підрозділи у кількох державних установах, на які будуть покладені функції обробки скарг споживачів фінансових послуг.
- Внести зміни та доповнення до чинної редакції Постанови НБУ щодо правил надання інформації про умови кредитування та реальну вартість кредиту з метою унеможливлення використання банками різноманітних надуманих причин для уникнення обов'язкового розкриття інформації.

Крім самої вартості кредитів, значною проблемою споживчого кредитування в Україні є асиметрія переговорних можливостей кредиторів і позичальників щодо умов кредитування. До числа негайних заходів щодо подолання цієї проблеми відноситься запровадження уніфікованої, або стандартизованої редакції текстів угод найбільш поширених типів кредитів – іпотечного кредиту, кредиту на придбання автотранспорту або кредиту на споживчі потреби. Шаблони таких типових договорів можуть бути розроблені професійними юристами, а їх застосування – передбачене в рамках законодавства про захист прав споживачів фінансових послуг. В такому разі фінансовим установам дозволено було б вносити до затвердженого тексту угоди лише реквізити позичальника та деякі інші деталі конкретної позики, однак жодні інші зміни змістовної частини правочину не допускалися б. Це допомогло б мінімізувати найбільш очевидні порушення принципів цивілізованої практики кредитування, забезпечивши захист споживачів не через їх освіту (що залишається найкращим, але дорогим і надто тривалим заходом), а за допомогою адміністративних і юридичних заходів.

Крім цього, регуляторам доцільно розпочати застосовувати серйозні заходи впливу до тих установ, що порушують вимоги щодо захисту прав споживачів фінансових послуг. Такі кроки продемонстрували б ринку, що захист споживачів – це не просто теоретичне поняття, а це невідступна вимога ведення бізнесу, яку слід сприймати серйозно всім учасникам ринку.