

создание условий для равноправного участия страховых компаний в системе негосударственного пенсионного обеспечения.

Украина только начинает своё экономическое развитие и сейчас самое время использовать уникальный шанс, который нам даётся — изучать и перенимать западный опыт. На Западе существует очень много финансовых инструментов, которые помогают сохранить и приумножить свои деньги. Основными являются: банковские депозиты, драгоценные металлы, валютный рынок, фондовый рынок и, естественно, страховой. Но нужно всегда помнить, что прибыль всегда пропорциональна риску! Поэтому, данная статья посвящена страхованию жизни, как наиболее безопасному способу получить средства на свои цели, будь то: обучение ребёнка, покупка загородного дома или безбедная старость.

### Библиографический список

1. **Архипов А.** Обеспечение прав страхователей и застрахованных в системе личного страхования // Страховое дело. — 2008. — №6. — С.48.
2. **Страхование: Учебник для вузов / В.В. Шахов.** — М.: ЮНИТИ, 2003. — 311 с.
3. Электронный ресурс. —Режим доступа: <http://polis-online.ru/articles/article2/>.

ЛЮБИМОВА Т.Ю., ст. гр. МО-06а

Науч. руков.: Губанова М. Г., старш. преп.

Автомобильно-дорожный институт ГВУЗ "ДонНТУ",  
г. Горловка

### АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ В РАЗРЕЗЕ ОТДЕЛЬНЫХ ГРАДАЦИЙ КРЕДИТА

*Изучены теоретические аспекты классификации кредита, представлен анализ кредитов в зависимости от заемщиков, времени и валюты кредитования.*

**Актуальность.** Рассматривая современные условия ведения хозяйства, следует отметить, что важной проблемой, которая ставится перед каждым участником воспроизводственного процесса — это потребность в дополнительных средствах для достижения многообразных целей. Именно в таких условиях ограниченности ресурсов одним из самых эффективных методов привлечения дополнительного капитала является финансовый инструмент — кредит. Кредит определяется в современных условиях, как опора экономики и является необходимым для ее последующего развития. Он позволяет перераспределить средства между участниками воспроизводственного процесса, а также ускоряет возможность удовлетворения личных и общественных потребностей.

**Цель исследования:** обосновать теоретическую необходимость классификации кредита и проанализировать объемы кредитования в разрезе отдельных градаций.

**Основная часть.** В современных условиях хозяйствования, заемные средства играют большую роль, так как позволяют реализовывать поставленные цели в сроки более короткие по сравнению с теми которые бы требовались для накопления финансовой базы. Кредитная система Украины характеризуется совокупность таких элементов, как: принципов и механизмов кредитования, его объектов и субъектов, методологии.

Для анализа заключенных кредитных операций используют классификацию кредитов. Следует отметить, что классификация не является универсальной и может быть разработана каждым банком отдельно в зависимости от внутренних потребностей. Выделим основные виды кредитов с помощью следующей классификации:

1. По назначению кредиты бывают: на производственные цели (предоставляются

юридическим лицам под залог основных и оборотных средств), потребительский (дается физическим лицам). Такое разделение позволяет кредитору определить цель кредита, а также субъект кредитования — должника, что при значительных объемах кредитования весьма уместно.

2. По обеспечению: обеспеченные залогом, гарантированные, с другим обеспечением, необеспеченные. Данная градация позволяет определить степень риска, который берет на себя кредитор.

3. По степени риска: стандартные, нестандартные, сомнительные, небезопасные, безнадежные. Разделение кредитов по степени риска устанавливает вероятную возвратность средств и позволяет выявить кредитору необходимо ли в том или ином случае выдавать кредит, и к каким последствиям в итоге это может привести, а также устанавливает подверженность кредитора риску.

4. По методу предоставления: в разовом случае, соответственно открытой кредитной линии, гарантийные (по необходимости с заранее обусловленной датой предоставления). Кредитные средства могут быть по-разному предоставлены в пользование заемщику, что позволяет кредитору иметь индивидуальный подход к каждому клиенту и обслуживать его на максимально желаемых условиях.

5. По срокам погашения: одновременно, на выплату, долгосрочно погашенные, с регрессией платежей, после окончания обусловленного периода. Если предыдущая градация имела большее значение для заемщиков средств, то данная скорее необходима кредитору, т.к. одним из принципов кредитования и обеспечения прибыли для последнего является возвратность заемных средств.

6. По субъектам кредитных отношений: коммерческий (предоставляется товаропроизводителями друг другу в виде продажи товаров с отсрочкой платежа, оформляется, как правило, векселем), банковский (предоставляется банками, как правило, в денежной форме), государственный (предоставляется юридическими и физическими лицами государству); международный (заемные капиталы одной страны, предоставленные другой на основных условиях кредитования). Данная градация позволяет выявить субъектов кредитования и особенности предоставления заемных средств кредитором.

7. Все активы делят по срокам использования, кредитные операции не являются исключением. По срокам пользования заемными средствами выделяют: краткосрочные (до 1 года), среднесрочные (до 3 лет), долгосрочные (свыше 3 лет) кредиты.

8. В зависимости от валюты, в которой предоставляются кредиты. Они могут быть в национальной и иностранной валютах.

9. По виду заемщика можно выделить кредиты, предоставляемые резидентам и кредиты, предоставляемые нерезидентам страны.

Проанализируем объемы кредитования, которые имели место с 2005 года по январь 2010 года в разрезе трех последних градаций (см. табл.1 и 2).

Из таблиц 1 та 2 видно, что объемы кредитования резидентов больше в несколько раз и темпы их роста более значительные по сравнению с кредитами, предоставленным нерезидентам. Если в 2005-2007 годах резидентам кредиты даются в основном в национальной валюте, то с 2008 года объем кредитов в иностранной валюте превышает национальную валюту. К концу 2009 и в начале 2010 годов наблюдается небольшой разрыв между валютой предоставления кредита. Для анализируемого периода кредиты нерезидентам предоставляются в основном в иностранной валюте. Большая доля кредитов предоставляются на период до 1 года или от 1 до 5 лет, на срок свыше 5 лет предоставляются в основном кредиты резидентам и в иностранной валюте.

Таблица 1

Кредиты, предоставленные резидентам в разрезе видов валют и сроков погашения [3]

Период	Всего	в том числе	
		в национальной валюте	в иностранной валюте

		всего	в том числе по срокам			всего	в том числе по срокам		
			до 1 года	от 1 года до 5 лет	больше 5 лет		до 1 года	от 1 года до 5 лет	больше 5 лет
остатков на конец периода, млн. грн.									
2005	143 423	81 279	39 477	41 802	...	62 144	15 346	46 798	...
2006	245 230	123 787	60 105	63 682	...	121 443	26 092	95 351	...
2007	426 867	213 802	95 159	94 562	24 081	213 065	36 346	86 748	89 971
2008	734 022	300 220	129 048	132 079	39 093	433 801	92 985	146 501	194 315
2009									
январь	722 549	297 441	128 093	130 020	39 327	425 108	90 354	143 143	191 611
февраль	717 612	303 986	132 843	131 162	39 981	413 626	83 351	141 923	188 353
март	716 545	310 047	136 223	132 430	41 394	406 499	79 267	139 634	187 598
апрель	714 946	315 518	142 256	132 776	40 486	399 428	77 659	136 068	185 701
май	713 011	321 541	147 607	133 479	40 454	391 471	73 993	134 113	183 364
июнь	715 815	334 968	157 988	136 871	40 109	380 847	69 846	128 851	182 150
июль	718 059	339 148	161 299	137 199	40 650	378 912	70 268	127 329	181 315
август	727 749	338 820	162 257	135 189	41 374	388 930	72 390	129 718	186 822
сентябрь	729 456	344 314	166 659	136 076	41 579	385 142	72 163	126 375	186 604
октябрь	727 570	346 318	167 406	136 933	41 979	381 252	70 753	125 128	185 371
ноябрь	722 668	346 861	161 207	141 488	44 166	375 807	68 557	123 488	183 762
декабрь	723 295	355 521	163 952	147 340	44 229	367 774	67 022	119 359	181 394
2010									
январь	709 053	346 734	155 684	147 654	43 396	362 319	66 432	117 718	178 169

Таблица 2

Кредиты, предоставленные нерезидентам в разрезе видов валют и сроков погашения [3]

Период	Всего	в том числе							
		в национальной валюте				в иностранной валюте			
		всего	в том числе по срокам			всего	в том числе по срокам		
до 1 года	от 1 года до 5 лет		больше 5 лет	до 1 года	от 1 года до 5 лет		больше 5 лет		
остатков на конец периода, млн. грн.									
2005	2 053	3	1	2	...	2 050	1 756	294	...
2006	3 450	7	1	6	...	3 442	2 605	838	...
2007	6 740	14	4	6	3	6 726	4 938	1 508	281
2008	13 085	74	43	14	17	13 011	8 770	3 283	957
2009									
январь	13 256	74	43	15	17	13 182	8 986	3 246	949
февраль	12 231	76	45	14	17	12 156	8 057	3 142	956
март	17 201	74	40	17	17	17 126	12 947	3 247	932
апрель	20 225	73	40	18	16	20 152	15 789	3 457	905
май	19 807	74	41	18	16	19 733	15 218	3 631	884
июнь	21 117	73	41	16	16	21 043	16 754	3 406	883
июль	19 269	73	41	16	16	19 196	14 817	3 500	879
август	18 588	70	41	16	13	18 518	14 001	3 625	892
сентябрь	32 097	70	42	16	13	32 027	27 510	3 634	883
октябрь	18 638	74	45	15	14	18 564	14 108	3 576	879
ноябрь	19 011	71	48	9	14	18 940	14 719	3 461	760
декабрь	16 970	70	47	9	14	16 900	12 729	3 224	947
2010									
январь	17 267	70	48	9	14	17 197	13 131	3 129	936

**Выводы.** Следовательно, необходимо классифицировать кредит в разрезе разных градаций, что позволит эффективно анализировать имеющиеся данные объемов кредитования и принимать соответствующие решения по оптимизации кредитного портфеля с позиции кредитора. Кроме того, классификация кредита нужна для более удобного и универсального предоставления данных для последующей их переработки с

помощью статистических и математических методов.

### Библиографический список

1. Гроші, банки та кредит: у схемах і коментаріях: Навч. посібник/ За ред.. **Б.Л. Луціва**. — 2-ге видання, пероб. — Тернопіль: Карт-бланш, 2000. — 225с.
2. **Демківський А.В.** Гроші та кредит. — К.: Дакор., К.: Вира-Р., 2003. — 528с.
3. Электронный ресурс. — Режим доступа: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).

КРУПИНОВА А.А., ст. гр. МО-05а

Науч. руков.: Кулаков В.А., к.т.н., доц.

Автомобильно-дорожный институт ГВУЗ "ДонНТУ",

г. Горловка

### ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Исследованы теоретические вопросы внедрения Internet в систему маркетинга, предложен ряд инструментов для их реализации; выделены позитивные и негативные стороны маркетингового инструментария.*

**Актуальность.** В последние годы бурное развитие информационных технологий позволило сформировать виртуальную бизнес-среду, свободную от территориальных и политических ограничений. Наиболее специфичным для неё является интерактивная коммуникация соответственно модели «от многих — многим», «один — одному» и т. п. Эти особенности интернет-среды трансформируют и динамично развивают современные бизнес-процессы, предоставляют дополнительные возможности в их оптимизации и повышения эффективности, а также создают предпосылки для «перетекания» бизнеса в виртуальную среду. Весомым аргументом коммерческого интереса является непрерывное увеличение числа интернет-пользователей, а общая численность, по данным Vigmir.net «Глобальна статистика українського Інтернету», на конец 2009г. составила 12,34 млн. человек [1].

А пользователи — это прежде всего платежеспособные люди. Появляется актуальность изучения и использование украинскими бизнесменами опыта зарубежных коллег в использовании информационных маркетинговых технологий в бизнесе на развитых виртуальных рынках. Нерешённые ранее общенаучные проблемы лежат в плоскости возможностей комплексного внедрения интернет-маркетинга.

**Цель исследования:** теоретическое обоснования понятия маркетинга в интернете, разработка ряда маркетингового инструментария для обеспечения конкурентоспособности предприятия.

**Основная часть.** В настоящее время среди экономистов и маркетологов чрезвычайно распространено узко прагматическое понимание маркетинга, как науки удовлетворения нужд потребителей и управления индуцируемым этими нуждами спросом с точки зрения производителя товаров или услуг. Однако в современной экономической обстановке на первый план выступает задача управления не столько потребительским спросом, сколько балансом потребностей всех участников рынка с позиции общих,