

- 1) Визначити основні групи покупців. Для кожного профілю покупця найкраще скласти окрему карту.
- 2) Скласти воронку продажів для кожної групи.
- 3) Визначити цілі клієнта на кожному етапі.
- 4) Відзначити точки взаємодії клієнта і компанії в різних каналах: соцмережі, сайт компанії, мобільний додаток та інші. В результаті вийде experience map.
- 5) Виділіть КРІ для кожного етапу - то, чого вам хотілося б досягти.
- 6) Опціонально побудувати емоційну карту для кожної точки контакту на основі experience map.
- 7) Знайти вразливі місця - перешкоди, які заважають досягненню КРІ.
- 8) Усунення перешкод на підвищення КРІ. [6]

Особливо корисною вона є для тих товарів, яким характерна багатоканальна взаємодія, тобто для тих випадків, коли споживач і продукт "стикаються" в декількох точках.

Кожна модель підходить кожній роботі та ефективна для реклами бізнесу по-різному, але я вважаю найбільш доцільнішою у використанні модель Customer Journey Mapping, адже вона увібрала в себе певні елементи з усіх вище перерахованих моделей і є найбільш комплексною. Вона дозволяє забезпечити високий рівень якості у всіх точках дотику клієнтів з продуктом, виявити проблемні місця, причини невдоволення та фрустрації у клієнтів. Крім того, такий аналіз часто допомагає виявити зони з розмитою відповідальністю, які внаслідок цього не отримують належної уваги (а це значить, що призначений для користувача досвід в цих точках далекий від досконалості).

Висновок. Висока ефективність реклами продукту чи послуги прямо залежить від своєчасного вибору компанією засобів реклами та її моделей, враховуючи тенденції розвитку ринку. В час коли споживачі перенасичені рекламою і її ефективність знижується, саме таргетована реклама може привернути якісно цільових клієнтів. Адже вона впливає на вузький сегмент цільової аудиторії та з її допомогою можна розмістити релевантну користувачу рекламу. Проте не варто обмежуватись лише таргетингом та лише одним його видом, для більш результативної рекламної кампанії, а щоб вона була ще ефективнішою її краще пропрацювати через моделі, вони допоможуть доцільно вибрати необхідну аудиторію, уникнути помилок та збільшити конверсію.

Список використаних джерел

1. Бутенко Н. В. Маркетинг : підручник. – К. : Атака, 2008. – 300 с.
2. Почерпцов, Г. Г. Теорія комунікації : навчальний посібник – Ваклер, 2006. – 656 с.
3. Петрик, Е. А. Інтернет-маркетинг / Е. А. Петрик. – М. : МФПА, 2004. – 299 с.
4. Emmanuel Probst, журналіст Branding Strategy Insider: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://volna.adindex.ru/to-read/viewpoint/forget-the-AIDA-model/index.phtml>
5. Що таке воронка продажів? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bigenergy.com.ua/finans/bznes-dlya-pdpri/1151-shho-take-voronka-prodazhiv-7-etapiv-voronki-prikladi.html>
6. Как составить Customer Journey Mapping [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.cossa.ru/149/101189/>
7. Leosvit Marketing – розробка та проведення рекламних кампаній [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://leosvit.com/srv/internet-marketing/targetovana-reklama>

УДК 336.77:338.43

Тарасевич Наталя Вадимівна
Кандидат економічних наук, доцент
Одеський національний економічний університет
Марковський Артем Валерійович
Одеський національний економічний університет

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

У статті розглянуто тенденції розвитку банківського кредитування сільського господарства в Україні. Також проаналізовані сучасні пропозиції банківського кредитування сільського господарства. Автором визначені особливості цих пропозицій, які в даний момент є актуальними та активно використовуються українськими банками для залучення нових клієнтів.

Ключові слова: кредит, банк, банківське кредитування, сільське господарство, фінансовий консалтинг, вексельне кредитування, вексель, відсоткова ставка, партнери банку, агробізнес.

Постановка проблеми. Сільське господарство є однією з найбільш перспективних галузей економіки України, ефективний розвиток якої дає можливість гарантувати продовольчу безпеку країни, та зменшення залежності від імпорту с/г продукції з інших країн. Також при створенні великих обсягів

вищої продукції можливо створити важливий ресурс зовнішньоекономічної діяльності, отримати надійне джерело надходжень до бюджету та потужний виробничо-економічний потенціал для розвитку селищ та зменшення відтіку робочої сили в агробізнесі. Оскільки в сучасних умовах сільське господарство є практично позбавленим засобів для ефективного самостійного функціонування, воно потребує вливань великих коштів, щоб вести економічно вигідну діяльність. Головною складовою підтримки аграріїв є кредитне забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема обґрунтування рівня та ефективності фінансової підтримки аграрного сектора економіки посідає чільне місце у наукових дослідженнях, однак нерозкритими залишаються аспекти кредитування сільського господарства. Зокрема зазначеному питанню присвячено роботи Гайдуцького П.І. [1], Гудзь О.Є. [2], Непочатенко О.О. [3], Палькевич Ю.Р. [4], Радченко Н.Г. [5], Саблука П.Т. [6], Сомик А.В. [7], Чернобай О.П. [8] та інші. Необхідність підвищення ефективності використання кредитних коштів, спрямованих на фінансову підтримку підприємств аграрного сектору економіки визначає актуальність подальших досліджень у цій сфері.

Мета дослідження. Метою дослідження є вивчення спеціальних пропозицій банків України, щодо кредитування сільського господарства та визначення сучасного стану та які види послуг пропонують банки сільськогосподарським товаровиробникам на сучасному етапі кредитуванні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Створення конкурентоспроможного аграрного виробництва без втручання кредитних коштів в сільське господарство неможливе, оскільки існують фактори, які з однієї сторони виступають особливостями сільського господарства та знижують його привабливість для інвесторів (великий ступінь ризику, залежність від погоднокліматичних умов, сезонність виробництва, врожайність, тощо), а з іншої – є умовою його регулювання і підпитка кредитними коштами дозволяє зберегти готову продукцію на складах для продажу в наступних періодах коли ціна на продукцію зростає, що надасть для аграрія додатковий прибуток.

Якщо перейти до перспектив кредитування сільського господарства в Україні, то загалом розвиток банківського кредитування поділена на два підходи, які відповідають європейським стандартам розвитку банківської діяльності.

Перший з них – це підвищення доступності кредитів на основі стандартизації форм та спрощення процедур надання кредитів. Зараз сучасні українські банки ведуть більш відкриту політику введення бізнесу. Кожен банк має свій сайт в мережі інтернет, де викладена вся достовірна інформація про послуги банку суб'єктам малого бізнесу. Кожен банк веде свою діяльність за своїми стандартами, які були встановленими вищим керівництвом та прописані у регламенту банку. Кожному новому клієнту-підприємцю, банки пропонують стандартний пакет послуг, в яку входять: кредитна картка, яка пропонується виключно фізичним особам-підприємцям; овердрафт, який надає легкості в управлінні грошовими коштами у вирішенні тимчасових фінансових питань; відкриття кредитної лінії, яка дозволяє запобігти дефіциту оборотних коштів на підприємстві; різноманітні гарантії банку, які допоможуть мінімізувати виникнення ризиків у бізнесі юридичних осіб, а також можливість укласти договори страхування на виконання зобов'язань за кредитом у страхових компаній.

Другий підхід до розвитку форм кредитування малого бізнесу в Україні є клієнторієнтованість, тобто спрямування на формування партнерських відносин із клієнтами, посилення індивідуалізації та комплексності банківського обслуговування. Банки намагаються різноманітнити свій спектр кредитування, таким чином виникають нові пропозиції, які направлені на задоволення конкретної мети у підприємств малого бізнесу, такі як, кредити без застави майна, інвестиційні кредити, пільгові ставки по кредитуванні для кредитування на поточну діяльність та інші.

Обидва підходи до кредитування суб'єктів малого бізнесу в сфері сільського господарства мають переваги і недоліки, а тому банки повинні приділяти увагу кожному із них. Стандартизація форм кредитування здійснювалася на основі використання методів кредитного скорингу, управління лімітів кредитування, гнучкість до 90 днів за овердрафтом, комп'ютерні моделі оцінки кредитів та агротаблиці для визначення кредитної навантаженості підприємства на 1 га, тощо.

В нашому дослідженні запропоновано найяскравіші пропозиції банківського кредитування сільського господарства. Нижче перераховані всі спеціальні пропозиції банків України, щодо кредитування суб'єктів малого бізнесу в сфері сільського господарства, які діють на банківському ринку:

Напрями розвитку банківського кредитування сільського господарства в Україні	
1)	Партнерські програми з постачальниками сільськогосподарських техніки за зниженими відсотковими ставками
2)	Спеціальні вексельні програми на придбання ЗЗР, насіння і добрив
3)	Надання агроклієнтам кредитних канікул в період посівної і збору врожаю
4)	Використання зменшених процентних ставок для агроклієнтів
5)	Постійні тренінги та конференції для клієнтів агробізнесу
6)	Програми державної компенсації вартості вітчизняної сільгосптехніки

Рис. 1. – Напрями розвитку банківського кредитування сільського господарства в Україні

Почнемо більш детальний огляд представлених програм розвитку банківського кредитування сільського господарства.

1) Партнерські програми з постачальниками сільськогосподарських техніки є самою популярним напрямком кредитування для інвестування в розвиток бізнесу для аграріїв. Аграрним підприємствам потрібно циклічно оновлювати сільськогосподарську техніку, щоб можна було швидше збирати врожай та автоматизувати виробничий процес. Співпраця банків із провідними дистриб'юторами сільгосптехніки дає змогу пропонувати клієнтам особливі умови придбання товарів необхідних для успішного ведення агробізнесу, при якому різницю в зменшеній відсотковій ставці, компенсує сам постачальник техніки. В ході свого розвитку, такі партнерські кредитні програми є найпріоритетнішими при розгляді кредитних заявок, які мають мінімальний пакет документів, знижені (льготні) відсоткові ставки та швидкість прийняття рішення. Протягом тижня вже можливо надати кредит та відвантажити техніку в користування господарству.

Найпоширенішими партнерами банків є такі великі постачальники сільськогосподарської техніки, як Агротек, Ландтех, Агросервіс, Агроресурс, Агро-союз, Амако, Бізон-імпорт, Техноторг, Цеппелін та інші.

2) Банки пропонують програму фінансування, що дозволяє придбавати засоби захисту рослин, насіння, добрива та інше із відстрочкою платежу на спеціальних вигідних умовах із використанням комерційних векселів. Такий вид кредитування останнім часом дуже рухливо розвивається, так як відсоткова ставка (комісія) за встановлення ліміту на авалювання векселів є у кілька разів нижча за вартість банківського кредиту у національній валюті та є фіксованою і незмінною. Надається реальна відстрочка платежу сільськогосподарському підприємству на термін 6-9 місяців. При цьому відсутні ризики зміни ціни продукції внаслідок валютних коливань та інфляції. Сума оплати за векселем на момент розрахунку дорівнює сумі, на яку був авалюваний вексель. Також, якщо є зниженні комісійна ставка, якщо придбати товар у будь-якого офіційного дилера або дистриб'ютора (Баєр, Сингента).

3) Надання агроклієнтам кредитних канікул в період посівної і збору врожаю є дуже лояльним підходом до клієнтів. Для сільськогосподарських підприємств діють особливі умови - кредитні канікули: це означає що клієнт може не платити за тілом кредиту на щомісячній основі, а погашати лише відсотки за кредитом, оскільки доходи господарники починають отримувати лише зі збором врожаю (липень-жовтень), так як даний вид бізнесу має сезонний характер. Банки надають клієнту можливість самому обирати, коли можна буде погашати тіло кредиту, це звичайно за всього проходить восени. Банк разом з клієнтом складають індивідуальний графік погашення, відповідно якому клієнт сплачує лише відсотки за кредитом до моменту настання сплати за тілом кредиту згідно графіку погашень.

4) Використання зменшених процентних ставок для підприємств зайнятих у сільському господарстві є дуже розповсюдженим засобом залучення нових агроклієнтів та виокремлення важливості даної галузі для банків.

Найкрупніші банки України спеціально зменшують ставки по кредитуванню поточної діяльності сільськогосподарських підприємств. Щоби заволокти нових потенційних клієнтів на кредитування. По таким кредитам використовують найменшу маржу від облікової ставки НБУ.

5) В даний момент часу є досить розповсюдженим проведення банками постійних тренінгів та конференцій для клієнтів агробізнесу, щоби підняти їх фінансову грамотність та навчити вигідно користуватися кредитними коштами. Такий вид фінансового консалтингу дозволяє банкам надавати консультації клієнтам з фінансової діяльності (консультації з фінансового менеджменту, бухгалтерії, маркетингу, тощо) їхнього бізнесу. Все це сприяє покращенню розуміння підприємців, як потрібно співпрацювати з банками, піднімає їх фінансову грамотність та всебічно розвиває рівень бізнесу країни.

Фінансовий консалтинг, може надавати послуги, як консультативні, так і інформаційні, тобто забезпечення можливостей користування інформаційними мережами і технічними бібліотеками.

Бізнес-тренінг – це розвиток навичок персоналу для успішного виконання бізнес-завдань, підвищення ефективності виробничої діяльності, управлінських взаємодій, тощо. Бізнес-тренінг є складним та ємним процесом, який стосується всіх аспектів введення сільськогосподарського бізнесу (діяльності компанії, вирощування рослин, захист від рейдерських набігів та інші), що вимагає системного підходу до виконання. Такі заходи створюються за ініціативою українських банків разом з консультантами партнерів в сфері агробізнесу, при цьому ведучими таких заходів в основному є представники банків.

б) Постановами КМУ № 130, №86 та №106 затверджено програму компенсації 25% (а для невеликих фермерських господарств - 40%) вартості вітчизняної сільгосптехніки, придбаної в поточному році.

Треба відмітити, що до невеликих фермерських господарств відносять підприємства з посівними площами до 500 гектарів і річною виручкою до 15 млн грн або кооперативи (до складу яких входить не менше 20 членів, серед яких має бути як мінімум одне фермерське господарство, а інші - фізичні особи, у власності та користуванні кожного з яких знаходиться не більше 100 гектарів земель сільськогосподарського призначення) з компенсацією в розмірі фактично виплачених відсотків (комісій) за вирахуванням 1% річних (але не більше 1,5 облікової ставки НБУ) в рамках кредитних програм. Додаткову компенсацію у розмірі 15% можуть отримати тільки підприємці з формою підприємницької діяльності «Фермерське господарство».

У програмі щодо компенсації беруть участь лише державні банки, такі як ПриватБанк, УкресімБанк, ОщадБанк, УкрГазБанк. Також варто відмітити, що компенсація діє лише на вітчизняного виробництва техніки. На даний момент в Україні діє лише один працюючий виробничий завод – Харківський тракторний завод, який активно співпрацює за даною програмою.

Для отримання грошей за програмою компенсації досить звернутися в державний банк із заявкою та документами, що підтверджують покупку техніки або обладнання. Після отримання документів Мінагрополітики в місячний термін перераховує кошти державному банку, який в одnodенний термін компенсує 25% або 40% вартості придбаної техніки без урахування ПДВ.

Варто відмітити, що в 60% придбання сільськогосподарської техніки здійснюються за кредитними коштами, які були видані різними банками. Але щоб отримати компенсацію обов'язково потрібно буде перерахувати позичкові кошти на поточний рахунок державного банку та з нього здійснити оплату за сільгосптехніку.

Висновки. За результатами дослідження були систематизовані напрями розвитку банківського кредитування, що пов'язані з сільським господарством в Україні, а саме: партнерські програми з постачальниками сільськогосподарських техніки за зниженими ставками, вексельне кредитування, надання кредитних канікул, льготні відсоткові ставки, проведення бізнес-тренінгів та програму державної компенсації вартості вітчизняної сільгосптехніки.

Сучасні банки України використовують великий спектр пропозицій стосовно кредитування сільського господарства, які направлені з одної сторони на підтримку розвитку агробізнесу в Україні, а з другого боку допомагає приваблювати нових постійних клієнтів на кредитування та виконувати поставлені плани стосовно обсягів кредитування юридичних осіб.

Список використаних джерел

1. Гайдуцький П.І. Аграрна реформа в Україні / [Гайдуцький П.І., Саблук П.Т., Лупенко Ю.О. та ін.]; За ред. П.І. Гайдуцького. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 424 с.
2. Гудзь О.Є. Державна програма фінансової підтримки підприємств АПК через механізм здешевлення кредитів / О.Є. Гудзь // Економіка АПК. – 2008. – № 11. – С. 8-13.
3. Гудзь О.Є. Удосконалення механізму кредитних субсидій підприємств АПК [Текст] / О. Є. Гудзь // Економіка АПК. – 2009. – № 9. – С. 59-61.
4. Палькевич Ю.С. Роль держави в системі кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств / Ю.С. Палькевич // Економіка АПК. – 2009. – № 7. – С. 79-86.
5. Радченко Н.Г. Державна підтримка банківського кредитування сільськогосподарських підприємств / Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – №1(17). – Том 2. – Мелітополь, 2012. – С. 90-98.
6. Саблук П.Т. Стратегічні напрями розвитку агропромислового комплексу України / П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк; Інститут аграрної економіки УААН. – К., 2002. – 60 с.
7. Сомик А.В. Особливості розвитку системи сільськогосподарського кредитування у зарубіжних країнах / А.В. Сомик // Економіка України. – 2004. – № 8. – С. 136-140.
8. Чорнобай О. Особливості кредитування аграрних підприємств в умовах ринкової економіки // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №5. – С. 207-221.