

СЕКЦІЯ 5. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Антонюк В. І.

аспірант,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

м. Чернівці, Україна

Марич М. Г.

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів і кредиту,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

м. Чернівці, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-431-6-21>

ВПЛИВ ПОВЕДІНКОВИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ У КРЕДИТУВАННІ МАЛИХ ПІДПРИЄМЦІВ: АДАПТАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ СТРАТЕГІЙ І ПЛИВ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТИВ

У сучасній економіці малі підприємства відіграють вирішальну роль у забезпеченні стабільності, створенні робочих місць та розвитку інновацій. Однак доступ до фінансування для таких підприємств часто обмежений через високі ризики, недостатню кредитну історію або відсутність належного забезпечення. Важливим елементом підтримки розвитку малого бізнесу є кредитування, яке надає можливості для розширення, інвестицій у нові проекти та подолання фінансових труднощів. У цьому контексті роль банків є ключовою, адже саме вони забезпечують підприємців необхідними фінансовими ресурсами.

Проте прийняття рішень щодо кредитування малими підприємцями є складним процесом, що формується не лише економічними факторами, такими як процентні ставки та умови кредитів, але й психологічними аспектами. Поведінкові фактори, такі як схильність до ризику, когнітивні упередження та довіра до банківської системи, значною мірою впливають на рішення підприємців щодо отримання кредитів. Відповідно, банківські установи мають адаптувати свої

стратегії, враховуючи не тільки економічні реалії, а й поведінкові моделі підприємців.

Ці тези присвячені аналізу того, як адаптація банківських стратегій з урахуванням поведінкових чинників та міжнародних стандартів може сприяти ефективнішому кредитуванню малих підприємств. Висвітлення ролі міжнародного співробітництва та сучасних інструментів фінансування допоможе визначити шляхи підвищення доступності фінансування для малого бізнесу, забезпечуючи тим самим стабільність та розвиток підприємництва на глобальному рівні.

Перш за все слід виокремити та систематизувати основні концепції та теорії поведінкової економіки, що пояснюють ризик-менеджмент і кредитні рішення малих підприємств (табл. 1).

Психологічний аспект формування попиту на той чи інший фінансовий продукт являється одним із найцікавіших та найвпливовіших. Кредит – це звичайний об'єкт споживання, що створює ряд економічних відносин та являється інструментом забезпечення низки інших потреб та соціально-економічних інтересів. Таким чином, щоб зрозуміти як формується попит на даний продукт, необхідно виокремити та згрупувати основні фактори, що впливають на прийняття підприємцями рішення про залучення кредитних коштів (рис. 1).

Доступність фінансування для малих підприємств є критичним фактором, що визначає їх здатність розвиватися, інвестувати та залишатися конкурентоспроможними. Одним із ключових елементів є доступність кредитів, яка безпосередньо залежить від різноманітності банківських продуктів, регуляторних вимог та загальної макроекономічної ситуації. Коли умови кредитування стають жорсткішими, наприклад, через високі процентні ставки або жорсткі вимоги до застави, підприємці стають менш схильними брати кредити, адже такі умови суттєво підвищують ризики неплатоспроможності. У той самий час, коли банки та інші фінансові установи пропонують більш гнучкі продукти, це стимулює підприємців скористатися можливістю фінансування.

Значну роль у прийнятті рішення відіграють умови кредитування: розмір процентної ставки, строки погашення, гнучкість платежів тощо. Жорсткі умови по заставі або щодо обслуговування кредиту стримують підприємців у використанні даного інструменту фінансування своєї діяльності. Проте у складні економічні часи для країни, такі як пандемія 2019-го року, війна, необхідне втручання держави для управління монетарною системою і в той же час стимулювання економічної

активності підприємців. Для цього створюються державні програми підтримки МСП (до прикладу програма «5,7,9»). Програми субсидій, державних гарантій або пільгового кредитування можуть значно полегшити доступ підприємців до фінансування, особливо у періоди економічної нестабільності. Міжнародні ініціативи та грантові програми також можуть відігравати важливу роль у підтримці малих підприємств, надаючи додаткові фінансові ресурси або пільгові умови кредитування через міжнародні фінансові установи.

Таблиця 1

**Основні концепції поведінкової економіки,
що характеризують ризики та упередження підприємців
щодо кредитування їх діяльності**

Когнітивні упередження (Cognitive biases):	
1	<p>Ефект упередження втрат (Loss aversion bias [1]): Підприємці схильні уникати втрат більше, ніж прагнуть вигоди. Наприклад, навіть якщо кредит має вигідні умови, страх перед неспроможністю повернути борг може переважати над можливістю отримати прибуток від інвестування кредитних коштів.</p> <p>Ефект прив'язаності (Anchoring) [1]: Підприємці можуть приймати рішення, спираючись на попередній досвід кредитування або на перші пропозиції, які вони отримали, навіть якщо ринок надає кращі варіанти.</p> <p>Надмірна самовпевненість (Overconfidence) [2]: Малі підприємці часто переоцінюють свої фінансові можливості або недооцінюють ризики. Це може призводити як до неприйняття кредитів через надмірний страх ризику, так і до неправильного управління кредитними ресурсами.</p>
2	<p>Схильність до ризику (Risk Aversion) [3]: Багато малих підприємців проявляють підвищену обережність через страх невдачі або негативний досвід попередніх спроб кредитування. Це може бути посилено нестабільною економічною ситуацією або недовірою до банківських установ.</p>
3	<p>Обмежена раціональність (Bounded rationality [4]): Підприємці часто обмежені в доступі до інформації та часу для її аналізу, що впливає на якість прийнятих фінансових рішень. Вони можуть не завжди повністю розуміти умови кредитів або не мати достатніх знань про альтернативні фінансові продукти.</p>
4	<p>Уникнення ризику (Risk Avoidance) [5]: Підприємці можуть уникати кредитів через загальне негативне сприйняття боргових зобов'язань, особливо якщо вони вже мають досвід невдач у бізнесі або відчувають нестабільність у своїй галузі.</p>



Рис. 1. Основні фактори, що впливають на прийняття рішення про використання кредиту

Вище наведені фактори можна віднести до категорії економічних, оскільки не залежать від індивідуально-психологічних особливостей суб'єкта господарювання, а пов'язані з раціональними кількісними вигодами. Поведінкові чинники також відіграють значну роль у кредитуванні. Схильність до ризику є важливим психологічним аспектом, що визначає рішення підприємця. Деякі підприємці готові йти на ризик заради потенційного прибутку, що іноді може бути невиправданим кроком. В той же час інші можуть мати низьку довіру до банківської системи або негативний попередній досвід кредитування і через упередженість блокують свою можливість для розвитку.

Дана система не є статичною, а саме тому комерційні банки пропрацьовують адаптацію до поведінкових моделей клієнтів або нових економічних умов. Банки можуть значно підвищити ефективність кредитування малих підприємців через покращену комунікацію та персоналізований підхід. Важливо роз'яснювати умови кредитування зрозумілою мовою, що допоможе знизити страх перед складними фінансовими продуктами та підвищить довіру до банківських установ.

Міжнародні стандарти управління ризиками відіграють важливу роль у процесі кредитування малих підприємців, оскільки пропонують банкам застосовувати кращі світові практики для оцінки ризиків та кредитоспроможності. Це дозволяє використовувати більш гнучкі підходи, що враховують особливості малих підприємств.

Отже, адаптація банківських стратегій з урахуванням поведінкових та економічних чинників є важливим елементом ефективного кредитування малих підприємств. Психологічні фактори, такі як схильність до ризику, когнітивні упередження та довіра до банківської системи, відіграють ключову роль у прийнятті підприємцями рішень щодо залучення кредитних коштів. Банки можуть підвищити свою ефективність, застосовуючи прозорі умови кредитування та персоналізовані підходи, що зменшують страх перед фінансовими продуктами. Впровадження міжнародних стандартів управління ризиками та використання інноваційних фінансових інструментів сприяють кращому доступу до фінансування для малого бізнесу, що сприяє його стабільності та розвитку.

Література:

1. Pilat D., & Sekoul D. (). Loss aversion. The Decision Lab. 2021. URL: <https://thedecisionlab.com/biases/loss-aversion>
2. Leng J., Ozkan A., Ozkan N., & Trzeciakiewicz A. CEO overconfidence and the probability of corporate failure: evidence from the United Kingdom. *The European Journal of Finance*. 2021. No. 27(12). P. 1210–1234.
3. Вдовіченко О. Концептуальні основи ризику особистості: циклічна структурно-процесуальна модель. *Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди. Психологія*. 2020. С. 18–36. DOI: <https://doi.org/10.34142/23129387.2020.62.01>
4. Ватаманюк О.З. Раціональність поведінки людини в економічній науці: концепція обмеженої раціональності. *Економічна теорія та право*. 2018. № 3 (34). DOI: <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2018-34-3-11>
5. Томашук І., & Томашук І. Управління фінансовими ризиками підприємства як складова забезпечення сталого функціонування суб'єкта економіки. *Економіка та суспільство*. 2022. No. (39). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-64>