

ставки за кредитом та вартості всіх послуг (ресстратора, нотаріуса, страховика, оцінювача тощо), пов'язаних з одержанням, обслуговуванням, погашенням кредиту та укладенням договору про надання споживчою кредиту;

дата видачі кредиту або, якщо кредит видаватиметься частинами, дати і суми надання таких частин кредиту та інші умови надання кредиту; право дострокового повернення кредиту; річна відсоткова ставка за кредитом; умови дострокового розірвання договору; інші умови, визначені законодавством.

Надання (отримання) споживчих кредитів в іноземній валюті на території України забороняється. Відповідальність за порушення вимог законодавства при споживчому кредитуванні передбачена ст. 23 Закону України «Про захист прав споживачів» та ст. 190), 192 (Заподіяння майнової шкоди шляхом обману або зловживання довірою), 222 (Шахрайство з фінансовими ресурсами), 358 (Підроблення документів, печаток, штампів та бланків, їх збут, використання підроблених документів), 388 (Незаконні дії щодо майна, на яке накладено арешт, заставленого майна або майна, яке описано чи підлягає конфіскації) Кримінального кодексу України.

Враховуючи вищезазначене, споживач є достатньо захищеним.

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКИХ СИСТЕМ ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Тодосієнко В.В., студент ННІПП НАВС

Науковий керівник: к.ю.н., доцент, доцент кафедри господарсько - правових ННІПП НАВС Пожидаєва М.А.

Економічна діяльність будь-якої держави супроводжується обслуговуванням усіх фінансово -господарських процесів за допомогою банківської системи. Банківську систему можна вважати центральним елементом сучасної ринкової економіки, тому що саме вона виконує функції щодо акумулювання та перерозподілу вільних грошових ресурсів, забезпечуючи рух коштів між всіма економічними суб'єктами та підтримання процесів відтворення.

Банківські системи різних країн мають багато спільного, але кожній з них притаманні певні особливості. Так, наприклад, банківська система Франції є дворівневою і до її структури входить: Банк Франції як центральний банк країни; депозитні банки, що спеціалізуються в галузі короткострокових кредитних операцій; інвестиційні або ділові банки, що фінансують промислове виробництво шляхом емісійно-установчих операцій та банки середнього та довгострокового кредиту.

На відміну від Франції, до банківської системи Італії, яка так само є дворівневою входять: Банк Італії та Міжвідомчий комітет з кредитів і заощаджень, як перший рівень. До другого ж рівня належать комерційні банки та спеціалізовані фінансово -кредитні установи. Банк Італії - центральний емісійний банк, публічно-правова установа з капіталом, що складається з 300 000 іменних паїв, які поділені між державними і напівдержавними установами, такими, як ошадні каси, публічно-правові інститутти. банки національних інтересів. інститутти

забезпечення, страхові установи. Перший щабель банківської системи Італії займає Міжвідомчий комітет.

Банківська система Швейцарії представлена Національним банком Швейцарії, універсальними та спеціалізованими банками. Національний банк Швейцарії - це акціонерна компанія з капіталом 25 млн. швейцарських франків. 55 % його капіталу належить кантонам, кантональним банкам та іншим структурам публічного права, а 45 % - фізичним та юридичним особам. Водночас Федеральний уряд Швейцарії не володіє акціями Національного банку Швейцарії. Групу універсальних банків складають: великі банки, кантональні, регіональні та ошадні банки.

Банківські системи Німеччини, Чехії, США та Японії також мають дворівневу структуру, де на першому рівні знаходиться відповідний національний банк, а на другому - банки та спеціалізовані небанківські установи.

Отже, на підставі вищевикладеного можна зробити висновок, що національні банківські системи всіх розвинених країн побудовані на однакових принципах. Всі розглянуті країни мають дворівневу структуру банківської системи. На першому рівні банківської системи діють центральні банки. А в Італії на цьому рівні діють Банк Італії, а також Міжвідомчий комітет з кредитів та заощаджень. Другий рівень зазначених країн представлений банками та спеціалізованими установами, що мають свої особливості.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

ПІДПРИЄМСТВА Таран А.Д., студент ННПП НАВС

Науковий керівник: к.е.н., доцент, професор кафедри гуманітарних і соціально-економічних дисциплін ННПП НАВС Зюнькін А.Г.

Існує чимало визначень поняття «комунікація» залежно від мети, поставленої окремими дослідниками. За лінгвістичним підходом комунікація є процесом обміну інформацією і може носити фізичний та соціальний характер. Дехто розглядає комунікацію як процес трансформування (передавання) інформації з використанням слів, літер, символів чи аналогічних засобів для отримання загальної чи розмежованої інформації про певний об'єкт чи подію.

Комунікація у широкому розумінні - це явище суспільного життя, процес передавання емоційного та інтелектуального змісту.

З точки зору економічного підходу існує чимало тлумачень поняття комунікації, однак загалом це процес обміну осмисленою інформацією між людьми за допомогою різних засобів зв'язку з метою формування єдиної психологічної налаштованості відправника та одержувача інформації та створення умов для нормального функціонування людини, організації, культури, суспільства загалом.

В процесі управління підприємством діє система комунікацій - сукупність елементів, безпосередньо пов'язана з цілями, функціями, оргструктурою підприємства, напрямками інформаційних потоків, технологією їх передавання, розробленням комунікаційних стратегій в управлінні. Т акою системою є маркетингова система комунікацій.