

**УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ**  
**Навчально-науковий інститут фінансів, банківської справи**  
*Кафедра фінансових ринків*  
**Навчально-науковий інститут права**  
*Кафедра господарського права та процесу*  
**МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ ІНФОРМАТИКИ**  
**JOHN SAUOT UNIVERSITY IN ROMA**  
**UNIVERSITA DEGLI STUDI DI PADOVA**  
**UNIVERSITA DEGLI STUDI DI PERUGIA**

# **ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ ТА ПОГЛЯД У МАЙБУТНЄ**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**  
**Виїзного науково-практичного семінару**  
**(6-15 жовтня 2017 р.)**  
**та Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**  
**(30 жовтня 2017 р.)**



**Ірпінь-2017**

УДК 336.7(477)(06)  
ББК 65.9(4Укр)26я431  
Т 65

*Рекомендовано до друку Вченою радою  
Навчально-наукового інституту фінансів, банківської справи  
Університету державної фіскальної служби України  
(протокол № 3 від 15 листопада 2017 р.)*

**Редакційна колегія:** **Кужелєв М. О.**, д. е. н., професор, директор ННІ фінансів, банківської справи Університету ДФС України; **Онишко С. В.**, д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансових ринків Університету ДФС України; **Богріновцева Л. М.**, к. е. н, доцент, заступник завідувача кафедри фінансових ринків з наукової та профорієнтаційної роботи Університету ДФС України; **Житар М. О.**, к. е. н., доцент, заступник директора ННІ фінансів, банківської справи Університету ДФС України; **Мацелик Т. О.**, д.ю.н., доцент, завідувач кафедри господарського права та процесу Університету ДФС України; **Antonio Nicolò**, Ph.D. in Economics, Professore ordinario, Department of Economic Sciences, Università degli Studi di Padova; Prof. **Alessandro Signorini**, Ph.D. in Marketing, Assistant Professor of Marketing, Chair, Department of Business Administration, John Cabot University in Roma; Prof. **Francesco Ruscitti**, Ph.D. in Economics, Associate Professor of Economics, Chair, Department of Economics and Social Sciences, John Cabot University in Roma; **Єрмошенко М. М.**, д.е.н., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування Національної академії управління, Президент Міжнародної академії інформатики; **Костинець Ю. В.**, к. е. н., доцент, вчений секретар Міжнародної академії інформатики; **Ключка О. В.**, к. е. н., доцент, заступник завідувача кафедри фінансових ринків з методичної роботи Університету ДФС України; **Венгуренко Т. Г.**, старший викладач, заступник завідувача кафедри фінансових ринків з навчальної та виховної роботи Університету ДФС України.

**Т 65** Трансформація фінансових ринків в умовах глобальної нестабільності: реалії сьогодення та погляд у майбутнє: Збірник матеріалів Виїзного науково-практичного семінару (6-15 жовтня 2017 р.) та Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (30 жовтня 2017 р.) / Університет ДФС України, ННІ фінансів, банківської справи, Кафедра фінансових ринків, ННІ права, Кафедра господарського права та процесу, Міжнародна академія інформатики, John Cabot University in Roma, Università degli studi di Padova, Università degli studi di Perugia. – Ірпінь: Університет ДФС України, 2017. – 471 с.

Збірник містить матеріали Виїзного науково-практичного семінару, який відбувся 6-15 жовтня 2017 р. та Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, яка відбулася 30 жовтня 2017 р. У збірнику розглянуто розвиток світового фінансового ринку в умовах інтеграційних процесів, зокрема доміанти, ризики та виклики сучасності; особливості функціонування банківської системи в умовах глобалізації фінансових ринків; вплив глобалізації на фондові ринки світу; міжнародну практику та стандарти функціонування страхових ринків; ринок інвестиційних послуг в Україні та світі; сучасні інформаційні та комунікаційні технології в економіці, управлінні та адмініструванні; захист інформаційних ресурсів і проблеми інформаційної та економічної безпеки; правове регулювання ринків фінансових послуг.

**Редакційна колегія не завжди поділяє думку авторів і не несе відповідальності за недостовірність опублікованих даних.**

**Тези друкуються у авторській редакції. За точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів.**

УДК 336.7(477)(06)  
ББК 65.9(4Укр)26я431  
© Університет ДФС України, 2017

<b>Федина Віта Віталіївна</b> ЕКОНОМІЧНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ ВВЕДЕННЯ НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ СИСТЕМИ ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОГО ДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ .....	412
<b>Филипенко Олена Михайлівна</b> ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ .....	416
<b>Фисина Оксана Миколаївна</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ .....	420
<b>Фисина Оксана Миколаївна</b> ФОНДОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	423
<b>Фіяло Ілона Анатоліївна</b> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА СТАН ФІНАНСОВИХ РИНКІВ УКРАЇНИ.....	427
<b>Фурсова Анна Юріївна</b> ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ ЕЛЕКТРОННИХ ДОГОВОРІВ СТРАХУВАННЯ.....	430
<b>Чубейко Наталія Іванівна</b> ДЕВАЛЬВАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ ТА ЇЇ ВПЛИВ БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР .....	434
<b>Чубейко Наталія Іванівна</b> ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ СТРАХОВОМУ РИНКУ .....	436
<b>Чуницька Ірина Іванівна</b> ЗНАЧЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ФІНАНСОВОГО РИНКУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЙОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ .....	439
<b>Шараєнко Ольга Андріївна</b> ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	443
<b>Шевчук Ольга Миколаївна</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ .....	446
<b>Шевчук Сергій Васильович</b> РЕГУЛЯТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДЕРЖАВИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ .....	449

**Фурсова Анна Юрївна**

*студентка фінансового факультету,  
Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця,  
м. Харків, Україна*

**Науковий керівник:**

*Ачкасова С.А., к. е. н., доцент кафедри  
управління фінансовими послугами,  
Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця,  
м. Харків, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ ЕЛЕКТРОННИХ ДОГОВОРІВ СТРАХУВАННЯ**

На сьогоднішній день усе більшої популярності набувають інформаційні технології, а зокрема Інтернет. Зараз не знайдеш майже жодної сфери, у якій процес діяльності був би організований без Інтернету. Глобалізаційні процеси електронної комерції викликає зростання обсягів послуг, що реалізуються у мережі Інтернет.

Останні роки характеризуються зростанням обсягів продажів з використанням даної мережі, що невіддільно впливає на фінансові результати діяльності страхових компаній при зниженні витрат на обслуговування, доведення товару до споживача. Ці процеси починають запроваджуватись на страховому ринку України. Створення такого каналу збуту ефективно впливатиме на показники діяльності страхових компаній та задоволення вимог клієнтів страховиків.

Страховий маркетинг – це певна стратегія та тактика страхової компанії щодо залучення нових клієнтів і ефективного їхнього обслуговування щодо повного страхового захисту та при цьому отриманні прибутків компанії при успішному просуванні страхових послуг, що розвиваються відповідно до сучасних потреб суспільства.

Умовами розвитку страхового маркетингу в Україні є: розвиток малого та середнього бізнесу; зростання довіри до страхових компаній; концепція управління досвідом; децентралізація маркетингу страховика; івент-маркетинг або маркетинг подій у страховій компанії, спрямований на прив'язування страхових послуг до важливих подій у житті; перехід від традиційної моделі до нового виду – електронного маркетингу [1].

Для підвищення конкурентоспроможності страхові компанії використовують страхові маркетингові інновації, а саме новітні технології, що сприяють залученню нових клієнтів. Однією із таких інновацій є продаж електронних договорів страхування. Поширення засобів введення та продажу електронних договорів страхування розглянуто на прикладі електронного

полісу обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності наземних транспортних засобів.

Нацкомфінпослуг України сподівається, що електронний поліс обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (далі – ОСЦПВ) буде запроваджено в Україні з 1 січня 2018 року. У Регулятора вже є погоджене всіма державними органами і зареєстроване Положення про укладення електронних договорів. Саме запровадження ОСЦПВ через електронний поліс є першим кроком до продажу електронних договорів страхування.

Для розширення клієнтської бази страхових компаній та поширення страхових послуг в Україні необхідно запровадити певні напрями, а саме: автоматизація та оптимізація процесів взаємодії з клієнтами, використання можливостей Інтернету як нового перспективного каналу продажу (системи он-лайн-страхування); використання сучасних технологій масового продажу страхових послуг та забезпечення автоматизації процесу обліку страхових випадків; розширення та поглиблення каналів реалізації страхових послуг за рахунок посилення поінформованості споживачів та підвищення рівня страхової культури; використання сучасних методів діагностики ризиків, на які надається страхове покриття.

Дані напрями діяльності нададуть змогу знизити витрати на ведення бізнесу, збільшать попит на страхові послуги, залучення нових потенційних клієнтів, розширення бази страхових послуг, розширення мережевого ринку, покращення життя населення, нові можливості як для страхових компаній так і для клієнтів.

Можливість оформлення електронних договорів страхування регламентується Законом України «Про електронну комерцію» [2]. Задля укладання електронного договору страхування необхідно, щоб у страховика та страхувальника був електронний підпис, без якого документ не вважається дійсним.

Перспективним напрямком діяльності є багаторівневий маркетинг – MLM (Multi-Level Marketing). Це мережевий маркетинг, що є однією із форм поширення товарів та послуг від виробника до споживача [4].

Існує два способи реалізації даного маркетингу: або на базі страхової компанії, або на базі брокера – особи, яка надає послуги страхування. На сьогоднішній день більшість компаній переходить на неокласичний MLM. У даній схемі консультант не зобов'язаний купувати страхові поліси, але це і не забороняється. Він може здійснювати як прямі продажі страхового продукту так і формувати власну мережу продажів, що будується за якимось з принципів: територіальному або ієрархічному.

В Україні даним видом маркетингу займаються переважно компанії «LifeInsurance», особливо передові компанії цього ринку.

Класичні MLM-системи успішно поєднують у собі якості рекомендаційної та агентської моделей поведінки. Консультант сам використовує дану страхову послугу, а також рекомендує її споживачеві, при цьому він отримує комісійні відсотки залежно від розміру договору [4].

Поширення товару або послуги із використанням MLM надає змогу знизити витрати на велику кількість робітників, рекламу, витрати на продаж страхових послуг. Гроші, що економляться у мережевому бізнесі, передаються у вигляді нагороди партнерам, які поширюють дану послугу.

Таким чином, спостерігається етап переходу від прямих продажів послуг страхування до використання мережі Інтернет та застосування електронних договорів страхування за допомогою MLM. Розглянемо більш детально причини даного переходу.

По-перше, сучасні підходи до організації страхової діяльності характеризуються значною глобалізацією і повсякденним та повсякчасним розвитком інформаційних технологій, що переводять існуючий бізнес на якісно новий рівень.

По-друге, наш час характеризується багатьма загрозами саме чому людина хоче і повинна відчувати себе у безпеці. Саме для цього розробляються та реалізуються різноманітні страхові послуги, що допомагають людині відчувати себе у безпеці.

По-третє, продукти страхових компаній виходять на якісно новий рівень, а саме набуває поширення переведення підписання угод в онлайн-режимі, що економить час, витрати на дорогу до офісу, на знання великих приміщень та ін. Проте, для впровадження і поширення електронних договорів страхування необхідні зміни до законодавства.

Згідно з Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [3] фінансовим установам забороняється поширення у будь-якій формі реклами та іншої інформації, що містить неправдиві відомості про їх діяльність у сфері фінансових послуг. Розробляються корективи до законодавства згідно яких існуватиме можливість заключати договори через мережу Інтернет.

Отже, запровадження електронних договорів страхування можливе при внесенні змін до законодавства України, а також дієвим засобом залучення нових клієнтів є багаторівневий маркетинг, що знижує витрати на надання послуги клієнтові, отже, послуга, що оформлюватиметься в онлайн-режимі повинна коштувати дешевше аніж у страховій компанії, чи у страхових посередників.

Проведено SWOT-аналіз запровадження електронного договору страхування (табл. 1).

Як видно з табл. 1, виявлені слабкі та сильні сторони, можливості та загрози. Введення електронного договору страхування дозволить розширити клієнтську базу, скоротить витрати страховиків, сприятиме економії часу, що підвищить ефективність роботи, сприятиме розширенню переліку страхових послуг.

**SWOT-аналіз запровадження електронного договору страхування**

<b>Сильні сторони (S)</b>	<b>Слабкі сторони (W)</b>
1) Зручність використання 2) Інтерактивність. 3) Інформативність. 4) Скорочення витрат страховиків. 5) Широкий асортимент послуг. 6) Знижки на страхові послуги. 7) Кількість укладених договорів страхування 8) Економія часу страховиків і страхувальників. 9) Оптимізація робочого процесу. 10) Зниження витрат.	1) Недостатньо велика аудиторія інтернет користувачів. 2) Витрати на розробку та впровадження повноцінно функціонуючих сайтів. 3) Витрати на реєстрацію електронного цифрового підпису.
<b>Потенційні можливості (O)</b>	<b>Можливі загрози (T)</b>
1) Розширення клієнтської бази. 2) Залучення нових клієнтів. 3) Розширення страхових послуг. 4) Динамічний розвиток страхових компаній. 5) Зростання попиту на якісні страхові послуги у найближчий час.	1) Надання переваги офіційним офісам, аніж електронному страхуванню. 2) Низький рівень доходів потенційних клієнтів. 3) Відсутність змін у законодавстві України. 4) Посилення позицій конкуруючих страхових компаній. 5) Недовіра клієнтів.

Таким чином, маркетинг електронного договору страхування відрізняється від класичних продажів за усіма параметрами. Так, розповсюдження страхової послуги із використанням MLM надає можливість знизити витрати на велику кількість працівників, рекламу, витрати на пошук нових клієнтів страховиків.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Лютий І. О. Банківський Маркетинг : Підручник / І. О. Лютий, О. О. Солодка. – К. : Центр Учбової Літератури, 2010. – 776 с.
2. Про електронну комерцію : Закон України № 675-VIII від 03.09.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
3. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України № 2664-III від 12.07.2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>.
4. Что такое MLM или Multi-Level Marketing? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://forinsurer.com/public/08/01/22/3361?hl=%EC%E0%F0%EA%E5%F2%E8%ED%E3>.

**Чубейко Наталія Іванівна**

*студентка групи ФМБ-17-1,  
Університет ДФС України,  
м. Ірпінь, Україна*

**Науковий керівник:**

*Перехрест Л.М.,*

*к. е. н., доцент кафедри банківської справи  
та фінансового моніторингу,  
Університет ДФС України,  
м. Ірпінь, Україна*

## **ДЕВАЛЬВАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ ТА ЇЇ ВПЛИВ БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР**

Сучасний соціально-економічний розвиток держав світу, незалежно від потужності національних економік, стану фінансових систем, ступеня інтеграційних зв'язків та інших чинників, багато в чому залежить від здійснюваної валютної політики.

Висока залежність вітчизняної фінансової системи від світової робить банківський сектор країни особливо чутливим до коливань валютних курсів і обумовлює додаткові ризики у випадку стрімкого відтоку іноземного капіталу. Політична та економічна нестабільність в країні, тиск зовнішніх боргів, скорочення золотовалютних резервів 2014 р.-2016 рр. призвели до найбільшої за останні роки девальвації національної валюти.

Девальвація – це зниження обмінного курсу національної валюти відносно іноземних валют або міжнародних розрахункових одиниць [3, с.20]. Її об'єктивною основою є завищення офіційного валютного курсу порівняно з реальною купівельною спроможністю національної грошової одиниці.

Слід зауважити, що основними причинами девальвації національної валюти в Україні у 2014- 2016 рр.:

- політична невизначеність в країні;
- від'ємне сальдо платіжного балансу;
- криза банківської системи України;
- відтік іноземного капіталу і відсутності іноземних інвестицій;
- зростання зовнішнього боргу;
- відсутність реальної фінансової допомоги та ін [4].

Разом з тим знецінення завдає значного удару по банківському сектору країни. Так, девальвація гривні призвела до істотного збільшення частки «тіньової економіки», збільшилася кількість бажаючих забрати депозити з банків, фактично зупинилося кредитування малого та середнього бізнесу, одночасно з цим виникла проблема з погашенням валютних кредитів, погіршилася якість валютних активів через відсутність або скорочення стабільних валютних доходів у позичальників.

Для виконання банківськими установами своїх зобов'язань, критичними є два параметри – запас ліквідності та наявність доступу до ресурсів управління ліквідністю на ринку. У 2014 році обсяг коштів фізичних осіб у банківській