



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

*25 років кафедрі міжнародних фінансів,
обліку та оподаткування*

III МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Матеріали конференції

23 березня 2020 р.

25 років кафедрі міжнародних фінансів, обліку та оподаткування



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ

АКАДЕМІЯ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЕКОНОМІКИ (ПОЛЬЩА)
TEL AVIV UNIVERSITY, TAU (ІЗРАЇЛЬ)
MODERN COLLEGE OF BUSINESS AND SCIENCE (ОМАН)
BEIJING NORMAL UNIVERSITY (КИТАЙ)
БАШКИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (БАШКИРІЯ)
БІЛОРУСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТУ (БІЛОРУСЬ)

III МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ,
ОБЛІКУ ТА БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ

23 березня 2020 р.

Дніпро
2020

Організаційний комітет:

Б.І. Холод – доктор економічних наук, професор, президент Університету імені Альфреда Нобеля, голова оргкомітету;

С.В. Пестков – доктор юридичних наук, професор, перший проректор з науково-педагогічної роботи Університету імені Альфреда Нобеля, заступник голови;

Т.М. Болгар – доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування Університету імені Альфреда Нобеля, заступник голови.

Члени оргкомітету:

В.М. Вареник – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування Університету імені Альфреда Нобеля;

М.В. Дубініна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і оподаткування Миколаївського національного аграрного університету;

В.В. Коваленко – доктор економічних наук, професор, професор кафедри банківської справи Одеського національного економічного університету;

Г.О. Крамаренко – доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування Університету імені Альфреда Нобеля;

Г.Ф. Москалик – доктор філософських наук, професор, професор кафедри педагогіки, психології та філософії Кременчуцького національного університету імені М.В. Остроградського, директор департаменту освіти виконкому Кременчуцької міської ради;

З.С. Пестовська – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування Університету імені Альфреда Нобеля, секретар;

О.Є. Чорна – кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри бізнесу та фінансів Сучасного коледжу бізнесу та науки (Оман).

П 78

Проблеми та перспективи сучасного розвитку фінансів, обліку та банківської діяльності: III Міжнародна науково-практична конференція: матеріали конференції, Дніпро, 23 березня 2020 р. – Дніпро, Університет імені Альфреда Нобеля, 2020. – 240 с.

ISBN 978-966-434-478-1

У збірнику матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи сучасного розвитку фінансів, обліку та банківської діяльності» автори досліджують актуальні питання інституціональних засад функціонування фінансової системи, формування цифрової економіки, сучасні проблеми діяльності банків на ринку фінансових послуг, важливість фінансової освіти населення протягом всього життя та модернізації професійної підготовки фахівців у сфері бізнес-аналізу і міжнародних стандартів.

УДК 336.01:330.1

Відповідальна за випуск:

Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування.

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Посвідчення державної реєстрації УкрІНТЕІ № 97 від 20.02.2020 р.

малого будівельного підприємства у сучасних умовах господарювання	46
Кіндрацька Г.І. Фінансова звітність українських підприємств: причини недовіри користувачів	48
Колбун Ю.А. Аналіз показників ліквідності АТ «Державний ощадний банк України»	50
Крамаренко Г.А. Выбор стратегии повышения уровня социально-экономического развития Украины	52
Лебедєва О.Г. Фінансово-кредитні аспекти інноваційного розвитку економіки регіону	55
Макоткіна О.В. Вплив транспортних проблем на обсяги реалізації послуг підприємствами сфери послуг України	57
Михмель М.В. Инвестиционные проекты, реализуемые на железнодорожном транспорте	60
Пашенко К.С. Ревальвація гривні та її наслідки	62
Пекур Я.И. Формирование механизма осуществления инвестиционной политики на железнодорожном транспорте	64
Піскунова М.В. Найбільш вразливі до інфляції роки в Україні	67
Псарьова А.Д. Особливості сучасного розвитку фінансів, обліку та банківської діяльності	70
Роцин О.О. Інвестиційна привабливість аграрного сектору України	72
Шорец Т.В. Интегрированная отчетность как новая модель отчетности в организациях корпоративного типа	75

СЕКЦІЯ 2. ПРОЕКТУВАННЯ, МОДЕЛЮВАННЯ І КОНСТРУЮВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У ЗМІСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ

Вареник В.М. Необхідність застосування технологій у професії фінансиста	78
Внукова Н.М. Пріоритизація інтересів стейкхолдерів у страховому маркетингу в змісті економічної освіти для забезпечення стійкого розвитку території	80
Кужелєв М.О. Проблеми та перспективи фінансування освіти і науки в Україні	83

Отже, згідно результатів дослідження бачим зацікавленість як банків, так і підприємств у розвитку фінансових технологій, але їх використання потребує вкладання великих коштів. Основними сферами співпраці банків та фінтех-компаній, на думку експертів, у найближчий рік будуть платіжні сервіси, системи штучного інтелекту, великі дані, автоматизація бізнес-процесів та кібербезпека [3].

Основними причинами, що не дають активно розвиватися фінансовим технологіям в Україні є недостатня юридична база, надмірна регульованість, недостатній рівень фінансової грамотності населення, що критично відноситься до процесу діджиталізації.

Саме тому, необхідним стає приділення більше уваги вивченню можливостей застосування фінансових технологій в професії фінансист, адже в майбутньому фахівці цієї професії будуть працювати разом зі штучним інтелектом.

Як зазначають експерти, в майбутньому фінансисти будуть працювати за такими напрямками: оцінювач інтелектуальної власності, менеджер краудфандінгових і краудінвестингових платформ, мультивалютний перекладач, розробник персональних пенсійних планів, менеджер фонду прямих інвестицій в талановитих людей.

Список використаних джерел

1. Поченчук Г. М. Фінансові технології: розвиток і регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/200.pdf
2. Каталог фінтех-компаній України 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://drive.fintechua.org/FintechCatalog19Ukr.pdf>
3. Фінтех-2019: дослідження українського ринку фінансових технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/tend/tend1139.html>

**Н.М. Внукова, доктор економічних наук, професор
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця**

ПРІОРИТЕЗАЦІЯ ІНТЕРЕСІВ СТЕЙКХОЛДЕРІВ У СТРАХОВОМУ МАРКЕТИНГУ В ЗМІСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ

Актуальність. Пріоритезація інтересів стейкхолдерів (страхувальників) є основою маркетингового підходу в управлінні діяльністю страхової компанії. Між тим страховий маркетинг є більш

універсальним, оскільки спрямований на всіх стейкхолдерів соціально-економічного процесу розвитку певної території [1].

Виклад. Цілі страхового маркетингу – це формування і стимулювання попиту на страхові послуги, забезпечення обґрунтованості прийнятих управлінських рішень і планів роботи страхової компанії, розширення обсягів надаваних послуг, ринкової частки компанії та позитивного фінансового результату.

Однією з функцій страхового маркетингу є організація мережі просування страхових полісів на основі реального і потенційного попиту на страхові послуги. Серед напрямів страхового маркетингу є розробка нових чи адаптація існуючих страхових продуктів (послуг) з урахуванням вимог страхового ринку певної території, а основних прийомів - створення переваг для страхувальника (стейкхолдера) при користуванні послугами даної страхової компанії порівняно з послугами конкурентів.

Для забезпечення пріоритетності інтересів стейкхолдерів важливу роль відіграє компетентність працівників страхової компанії при продажах страхових послуг, отже, є попит на підготовлених фахівців у сфері страхування. Для виконання основних завдань страхового маркетингу, зокрема, із вивчення мотивів потенційного страхувальника (стейкхолдера) при укладанні договору страхування в економічній освіті мають застосовуватися методики, які спрямовані на вивчення сучасних підходів до систем збору інформації, опитувань, організації рекламної дальності.

Під час навчання відпрацьовуються форми завдань служби маркетингу: як проблема (формулювання і напрями розв'язання), як задача (вибір оптимального варіанта), як запит (страхові тарифи конкурентів).

Для забезпечення страхового захисту на певній території аналізуються показники щодо кількості укладених договорів, обсягу зароблених премій, частки страхового поля, охопленого страховиком, оцінки рівня задоволення запитів страхувальників (стейкхолдерів) за обсягом, структурою і якістю страхових послуг та ін.

Складністю застосування комплексу страхового маркетингу є особливість самого страхового ринку щодо неможливості осяжного порівняння пропозиції різних страхових компаній навіть за умови ідентичності страхових послуг, страхувальники (стейкхолдери) не мають можливості відповідно оцінити компетентність страховиків та гарантії наданих ними на ринку страхових послуг, яких на ринку не існує до моменту їх надання,

високий ступінь невизначеності страхувальників (стейкхолдерів) при прийнятті рішення на ринку [2], тому що споживча цінність набуває вигляду очікуваних у майбутньому вигод та результатів за умови настання страхового випадку.

Враховуючи, що маркетингові дослідження вітчизняних страхових компаній, як правило, пов'язуються з вирішенням конкретної проблеми, яка раптово постала перед компанією, або ж пов'язана з прийняттям відповідного управлінського рішення, тому пріоритетності у забезпеченні інтересів стейкхолдерів не виникає. Отже, економічна освіта повинна посприяти розумінню інтересів стейкхолдерів і врахувати це при викладанні основ страхового маркетингу. Серед основних джерел надходження чи отримання інформації для маркетингових досліджень у страхуванні є робота зі спеціальною літературою в бібліотеках та навчальних центрах, отже, освітня складова залишається вагомим фактором впливу на вибір страховиком варіантів можливих стратегічних напрямів своєї діяльності.

Якщо маркетингова політика орієнтована на вибір потенційного страхувальника (стейкхолдера), тоді територіальний фактор впливає на пошуки страхової компанії не тільки клієнтів, але й провідних фахівців маркетингової служби, які повинні мати системність знань; прагнення до інновацій (нового); навички медіації та ін..

Висновок. На результат ефективного маркетингу страхової компанії впливає надійна, достовірна та своєчасна інформація про ринок, структура і динаміка сформованого попиту, потреби стейкхолдерів (страхувальників) і інформація про зовнішні умови функціонування страхової компанії на певній території.

Список використаних джерел

1. Пукала Р. Анализ тенденций развития страхования в европейских странах / Р. Пукала, Н. Внукова // *Humanities and Social Sciences*. – 2018. №. XXIII, 25 (1/2018). – С. 113–128.

2. Пукала Р. Розвиток страхування у фінансовому забезпеченні інноваційного підприємництва / Р. Пукала, Н. Внукова // *Матеріали Міжнародного форуму «Актуальні проблеми та перспективи розвитку національного господарства в умовах глобальної нестабільності» (2–3 грудня 2019 р)*. – Кременчук: КНУ імені Михайла Остроградського. – URL:

http://www.kdu.edu.ua/conf_fin/materials_2019.pdf