



Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Мукачівська міська рада
Малопольський державний університет
імені Вітольда Пілецького в м. Освенцім (Республіка Польща)

**V МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

**ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ
ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

Збірник тез доповідей



24 березня 2021 р.

УДК 336.13.025.12(477)(043.2)

Ф59

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет Науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 3 від 15 квітня 2021 року)*

Програмний комітет:

Щербан Тетяна Дмитрівна – ректор Мукачівського державного університету, доктор психологічних наук, професор.

Джоанна Стуглік – директор Інституту управління та виробничого машинобудування, Малопольський державний університет імені Вітольда Білецького, м. Освенцім.

Гоблик Володимир Васильович – перший проректор Мукачівського державного університету, доктор економічних наук, професор.

Кобаль Василь Іванович – проректор з науково-педагогічної роботи, Мукачівський державний університет, кандидат педагогічних наук, доцент.

Герц Мирослав Мирославович – начальник бюджетного відділу фінансового управління виконавчого комітету Мукачівської міської ради.

Черничко Тетяна Володимирівна – завідувач кафедри економіки та фінансів, Мукачівський державний університет, доктор економічних наук, професор.

Організаційний комітет:

Стегней М. І. – д.е.н., проф., Нестерова С. В. – к.е.н., доц., Ігнатишин М. В. – к.е.н., доц., Гладинець Н. Ю. – к.е.н., доц., Лінтур І. В. – к.е.н., доц., Петричко М. М. – к.е.н., доц., Братюк В. П. – к.е.н., доц., Росола У. В. – Ph.D. ст. викл., Михальчинець Г. Т. – ст. викл.

Ф59 Фінансове регулювання зрушень у економіці України: збірник тез доповідей учасників V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, Мукачево, 24 березня 2021 р. – Мукачево: Вид-во МДУ, 2021. – 289 с.

Основною метою проведення конференції є обговорення та пошук рішень актуальних проблем здійснення фінансового регулювання зрушень в економіці України, обмін дослідницьким досвідом та публікація результатів наукових досліджень. Подані матеріали містять методологічні та методичні підходи, що можуть заслуговувати на увагу широкого кола фахівців.

Організаційний комітет вважає за доцільне повідомити, що не всі положення і висновки окремих авторів є беззаперечними. Разом з тим вважаємо можливим їхню публікацію з метою обговорення.

Редакція збірника не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, за якісний зміст і оформлення авторських рукописів (стилістичні, орфографічні помилки тощо) та залишає за собою право не розділяти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання розглянуті на конференції.

© Мукачівський державний університет, 2021

Секція 2. Концептуальні засади формування менеджменту і маркетингу в умовах кризової економіки

АНТОНЮК Н., КЛУДАЧ-АЛЕССАНДРИ М. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ В УСЛОВИЯХ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ	71
БАЛАБАНИЦЬ А. В. СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	74
БЕРЕЗОВА Ю. В., ВОЛОВІДНИК К. Т. SHARING ECONOMY ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	77
БЛАГА Н. В. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	80
БРАТЮК В. П., ЯСЮК А. С. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	84
ВАСИЛАКИЙ О. В., СТОРОЖУК О. В. «ЄДИНЕ ВІКНО» – ШЛЯХ ДО СПРОЦЕННЯ ТОРГІВЕЛЬНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	86
ГОБЕЛА В. В. МІЖНАРОДНЕ ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	89
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Н. М., ВОЛЯНСЬКИЙ Б. ОСНОВИ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПІДХОДУ В ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	92
ДАНКЕСВА О. М. ВИКОРИСТАННЯ АРОМАМАРКЕТИНГУ В ТОРГІВЛІ	95
ІГНАТИШИН М. В., МАТВІЇВ А. М. В. БІЗНЕС-КОНСУЛЬТУВАННЯ З ПИТАНЬ СТВОРЕННЯ ТА РЕСТРАЦІЇ БІЗНЕСУ	97
ЛИЗАНЕЦЬ А. Г. СТАРТАПИ ЯК ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ ТА СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	100
ЛІБА Н. С., МАРЦЕНЮК М. О. ЕМПІРИЧНІ ВИМІРИ НЕРВОВО-ПСИХІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	103
МАКСИМЕНКО Д. В. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	105
МАСЛИГАН Е. А., ТОДЬЄРШКО Е. В. ХАРАКТЕРИСТИКА АЛГОРИТМУ МАРШРУТИЗАЦІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ	107
МНИХ О. Б., КИРИЛЕНКО А. А. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ НА РІВНІ МАКРО-І МІКРОЕКОНОМІКИ І ДЖЕРЕЛ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ	111
МОЛНАР-БАБЛЯ Д. І., КОГУТ Д. О. ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ГОСПОДАРСТВАХ	113
НЕСТЕРОВА С. В. РОЗРАХУНОК ПАРАМЕТРІВ КРИВОЇ НАВЧАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	117
ПИЛИПЧУК В. П., КИРИЛОВ І. Ю., БУХТА С. В. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	120
ПУГАЧЕВСЬКА К. Й., ДЖУНКОВСЬКА К. С. ФАКТОРИ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ ВІДКРИТИХ ЕКОНОМІК	121
ПУГАЧЕВСЬКА К. Й., ТУЛЬ О. С. КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ ПОСЛУГ	124
РОСОЛА У. В., КОПЧА В. В. ТОП-3 ГІГАНТИ МІЖНАРОДНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ ТА ВПЛИВ НА НИХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	125
РОСОХА Д. П., МАКСИМЕНКО Д. В. ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	129
СИВОЛАП Л. А. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ПРАЦІ ПІД ЧАС КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ	131
ЧЕРНИЧКО С. Ф., РИБЧАК В. І. МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА	135
ЧЕРЧИК Л. М., ЛАЖНИК А. М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР	137
ЧИЗМАР І. І., ГОБЛИК В. В. ЕНДЕМІЧНІ СФЕРИ ЦИФРОВОЇ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ	140

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

У наш час для будь-якої страхової компанії величезне значення має наскільки ефективно і швидко продає вона свої послуги, так як від цього залежить її виживання на ринку. І як наслідок, з'являються все нові і нові методи просування і продажу власних продуктів. Одним із таких методів вважають продажі через Інтернет. У сучасних умовах все більше страхових компаній, використовують Інтернет для просування своїх послуг на страховому ринку та розширення клієнтської бази. Але Інтернет – страхування на страховому ринку України знаходиться на дуже низькому рівні розвитку, порівняно із зарубіжними країнами.

Також на страховий ринок впливають сучасні політичні, економічні та соціальні чинники, які визначають поведінку страхувальників і страховиків. Важливою проблемою є Інтернет-шахраї. Для боротьби з шахрайством необхідно розробляти нові технології, що допоможуть відрізнити справжні претензії від фальшивих. Тому для нашої країни досить актуальним є питання подальшого запровадження і розвитку Інтернет – страхування, яке є необхідним для вдосконалення та впровадження новітніх технологій на страховому ринку, що не може позитивно не відобразитися на економічному стані країни в цілому [3].

Проблемам і перспективам розвитку Інтернет-страхування в Україні присвячені праці вітчизняних науковців: М. Бадка, В. Базилевича, А. Войчака, С. Гаркавенка та багатьох ін.

Автори зазначають, що інтернет-страхування – це комплекс взаємовідносин між страховиком і страхувальником, які виникають у процесі продажу страхової послуги, її обслуговуванні, а при настанні страхового випадку – покриття збитків страхувальника на основі укладеного договору через мережу Інтернет [1].

Існують два напрямки Інтернет - страхування: on-line і off-line.

Система on-line страхування виконує продаж страхового продукту у віртуальному режимі. Таке страхування не завжди є можливим, оскільки іноді в процесі організації страхового захисту виникає необхідність оглянути об'єкт страхування щоб врахувати всі чинники, які на його впливають.

Згідно з системою off-line, страхувальник може одержати на сайті страховика всю необхідну інформацію про страхові послуги, що надаються та про умови укладання договору, а також отримати відповіді на запитання на сайті або по електронній пошті [2].

Багато страхових компаній України взагалі не мають своїх власних сайтів, оскільки не хочуть витратити кошти на їх створення та підтримку.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Також розвиток Інтернет - страхування гальмують такі чинники:

–недосконале законодавство у сфері страхування, згідно з яким договір страхування повинен бути укладений в письмовій формі;

–слабке забезпечення віртуальних платіжних систем в Україні;

–відсутність висококваліфікованих спеціалістів;

–недовіра населення до страховиків[2];

Перевагами інтернет-страхування є:

–Зручність: Вам не потрібно відвідувати страхову компанію, щоб придбати поліси. Ви можете придбати бажаний план, не виходячи з дому чи офісу. Вся процедура онлайн-страхування є швидкою та безпроблемною, що економить час та зусилля.

–Інформативність: Ви можете дослідити різні плани та прийняти обґрунтоване рішення. Купуючи страховку в Інтернеті, ви гарантовано купуєте поліс, який відповідає вашим особистим потребам. Більше того, агенти можуть спробувати продати вам правила, які не відповідають вашим вимогам, і цього можна уникнути, коли ви купуєте через Інтернет.

–Доступність: Ви запитуєте себе, чи точні котирування в Інтернеті через низькі внески? Як правило, онлайн-політики часто на 30-70% дешевші, ніж офлайн-плани. Це пов'язано з тим, що страхові компанії здатні зменшити свої накладні витрати та виключити комісійні агентів, продаючи онлайн-поліси.

–Швидка допомога: якщо ви технічно не розбираєтесь, ви можете не знати, як придбати страховку в Інтернеті. Не потрібно турбуватися, оскільки більшість страховиків пропонують допомогу в чаті, щоб допомогти вам у процесі. Крім того, ви можете зателефонувати на безкоштовний номер, якщо вам потрібні додаткові роз'яснення.

Недоліками Інтернет - страхування є:

–невелика кількість страхових послуг розміщується на Інтернет-сайтах страхових компаній для продажу;

–необхідність клієнту самому розбиратися в особливостях роботи страховика;

–страхові поліси для ubezpieчення транспорту та нерухомості, що знаходяться в заставі, не продаються;

–клієнт не може заздалегідь повністю ознайомитися з усіма умовами договору;

–встановлюються певні варіанти страхових сум, змінити які клієнт не може.

Нажаль, на сьогодні Інтернет-страхування в Україні знаходиться на початковій стадії становлення.

ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Отже, проаналізувавши переваги, недоліки та стан Інтернет - страхування в Україні на сучасному етапі необхідно вжити такі заходи для стимулювання його розвитку:

- 1) вдосконалити законодавчу базу для забезпечення більш широкого використання Інтернет-страхування;
- 2) завоювати довіру населення за допомогою якісної організації захисту веб-сайтів;
- 3) створити правильний підхід до дизайну сайтів, а саме: розміщувати на сайті як найменше графічних об'єктів. Якщо на сайті розташовано об'єкти, які мають великий обсяг, то час завантаження сторінки значно збільшиться, що призводить зменшення кількості відвідувачів;
- 4) подбати про наповнення сайту. На сайті страхової компанії повинні розміщуватись форми для подачі запитів і інформація про послуги компанії та їх вартість;
- 5) повідомляти клієнтів про можливість отримання повного комплексу послуг не виходячи з дому чи офісу;
- 6) сформуванню правильну маркетингову політику, яка є важливим і актуальним методом реклами, розповсюдження та просування страхових продуктів на ринок.

Наведені заходи сприятимуть подальшому розвитку Інтернет-страхування в Україні, покращать фінансовий стан страхових компаній за рахунок залучення нових клієнтів і отримання додаткового доходу, що позитивно вплине на розвиток економіки країни в цілому.

Література:

1. Навчально-методичний комплекс з курсу «Електронна комерція» (для студ. напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» IV курсу денної та заочної форми навч.) / Укл.: О.В. Новак. – Алчевськ: ДонДТУ, 2010. – 120 с.
2. Свешнікова К. Т. Перспективи розвитку інтернет-страхування в Україні / К. Т. Свешнікова, А. С. Тюлін // Інноваційна економіка. – 2013. – №5. – С. 264-268.
3. Гриньова К. Інтернет-страхування в Україні: правовий аспект / К. Гриньова // Правовий тиждень. – № 29 (207), 20 липня 2010 р. – С. 11.

УДК:336.2

**О. В. ВАСИЛАКИЙ,
О. В. СТОРОЖУК**

Університет державної фіскальної служби України

«ЄДИНЕ ВІКНО» – ШЛЯХ ДО СПРОЩЕННЯ ТОРГІВЕЛЬНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Єдине вікно – це важливий крок до спрощення торгівельних процедур для України із країнами світу. Його впровадження в Україні дозволить пришвидшити обмін інформацією і



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>