

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Збірник матеріалів
II Всеукраїнської науково-практичної конференції
(Суми, 23 листопада 2017 року)



Суми
Сумський державний університет
2017

Журавка Олена Сергіївна

к.е.н, доцент,

Холява Інна Олександрівна

студент,

Сумський державний університет, м. Суми

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 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. Компанія, яка ефективно користується Інтернет-страхуванням, здатна збільшити приплив клієнтів, знизити вартість своїх продуктів та багато інших переваг.

Представники сучасної наукової думки, такі, як Приказнюк Н.В., Моташко Т. П., Новак О.В., Нечипоренко В. І., Спіцина Н.М., Науменкова С.В., Бернер Л.А. та інші досліджували проблеми і перспективи розвитку Інтернет-страхування тим самим підтверджуючи його актуальність. 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].

Можливість реалізації страхових продуктів за допомогою Інтернет-мережі є відносно новою на українському ринку, хоча в деяких країнах вона вже здобула широкого розвитку. В Європі до лідерів продаж

через Інтернет відносяться: Німеччина, Франція, Великобританія та Італія. У даних країнах частка прямих продажів через мережу перевищила 4% всього обсягу страхового ринку. Річні темпи зростання онлайн-страхування в Європі досягають 70%, в той час в Україні через Інтернет продається менше 1% страхових продуктів.

Сучасні українські реалії такі, що сайти страхових компаній виконують зазвичай інформаційні функції: в Інтернеті розміщують загальні дані про компанію та пропонувані послуги або просто клієнт залишає інформацію про свої контакти на сайті і пізніше йому передзвонюють.

Спостерігаючи за світовою практикою можемо помітити зниження витрат на продаж полісів на 9 -13% в результаті введення продажів полісів через Інтернет. Споживачі шукають можливості економії при придбанні страхової послуги, порівнюючи вартість поліса через інтернет-сайт страхових компаній. Даний варіант поширення поліса більш вигідний для страхової компанії, тому що дає можливість економити на виплатах посередникам, що продає поліс, це сприяє зростанню прибутку, конкурентоспроможності та зниження ціни на послуги. До того ж українці знають, що придбати товар через інтернет дешевше, тому завдяки покупкам через мережу вони заощаджують вище середньоєвропейського .

Щоб Інтернет-представництво страховика функціонувало як повноцінний офіс, воно повинно забезпечувати :

- надання клієнту інформації про страхову компанію і її послуги;
- можливість розрахунку величини страхової премії й визначення умов її виплати для кожного виду страхування й залежно від конкретних параметрів;
- заповнення форми заяви на страхування;

- замовлення та оплату поліса страхування безпосередньо через Інтернет;
- передачу поліса, завіреного електронно-цифровим підписом страховика, клієнтові безпосередньо по мережі Інтернет;
- можливість інформаційного обміну між страхувальником і страховиком під час дії договору;
- інформаційний обмін між сторонами при настанні страхового випадку; оплату страхової премії страхувальником за допомогою мережі Інтернет; надання страховиком клієнтові інших послуг та інформації [2].

Існує два напрямки інтернет-страхування: off-line і on-line. Страхування оф-лайн надає можливість отримати на сайті інформацію про продукти та послуги, які надає компанія, про умови укладання договору, задати питання фахівцю он-лайн або по електронній пошті, розрахувати розмір страхової премії.

Система он-лайн виконує майже повний цикл продажів у віртуальному режимі: розрахунок вартості, заповнення заяви на страхування. Через Інтернет реально провести й оплату.

Незважаючи на зручність Інтернет-страхування, в Україні даний вид послуг носить неповноцінний характер, адже Цивільний кодекс у ст. 979 «Договір страхування» дає чітке визначення договору страхування як письмової угоди між страхувальником та страховиком, згідно з якою страховик бере на себе зобов'язання у разі настання страхового випадку здійснити страхову виплату страхувальнику або іншій особі, визначеній у договорі страхування страхувальником, на користь якої укладено договір страхування, а страхувальник зобов'язується сплачувати страхові платежі у визначені строки та виконувати інші умови договору страхування. Саме директивна вимога законодавства щодо обов'язковості

існування договору страхування у письмовій формі уповільнює розвиток Інтернет-страхування в Україні [3].

Отже, провадження Інтернет страхування має певні переваги та недоліки. До недоліків можна віднести: необхідність клієнту самому розбиратися в тонкощах і нюансах роботи з сайтом страховика, відсутність висококваліфікованих спеціалістів, недостатній розвиток організаційної структури, відсутність нормального конкурентного середовища та соціально-економічної відповідальності перед суспільством, слабке забезпечення віртуальних платіжних систем в Україні, на Інтернет - сайтах страхових компаній для продажу розміщується невелика кількість страхових послуг.

До основних переваг належить: простота та універсальність способів оплати (готівковий, безготівковий розрахунки, електронні гроші), мінімізація «людського» чинника: відсутність у більшості випадків необхідності зустрічі і спілкування з представниками страхової компанії, автоматизація розрахунку страхової суми і тарифів за допомогою страхового мультиплікатора, прискорення процесу оформлення та підписання документів. Також можна відмітити загальне зниження витрат на оренду офісів, виплату робітникам заробітної плати, здешевлення страхових тарифів, а також спрощення проведення страхових виплат у разі виникнення страхових випадків.

Нажаль, на сьогодні Інтернет-страхування в Україні знаходиться на початковій стадії становлення. Для стимулювання розвитку необхідно: завоювати довіру серед страхувальників покращеною системою організації захисту веб-сайтів, повідомляти клієнтам про можливість отримання повного комплекту послуг не покидаючи власний дім чи офіс, вдосконалити нормативно-правову базу з цього питання. Збільшення досвіду в області

інтернет-страхування значно покращить доступ на ринок для будь-якої компанії. Нове покоління страховиків, які використовують переваги електронної торгівлі та працюють в інтернеті, складуть вагому конкуренцію на ринку страхування та покращать своє фінансове становище.

Список використаних джерел

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. Щотижнева інформаційно-правова газета «Правовий тиждень», [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://legalweekly.com.ua/index.php?id=16061&show>

УДК 336.74

Кремень Вікторія Михайлівна,

к.е.н., доцент,

Сумський державний університет, м. Суми

ПЕРІОДИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Розвиток фінансового сектору нерозривно пов'язаний із удосконаленням фінансової політики, яка являє собою важливу частину економічної політики. Реалізуючи фінансову політику, держава здійснює і розподільчі й перерозподільчі заходи через фінансову систему, невід'ємною складовою якої є фінансовий сектор. У свою чергу, комплексний розвиток фінансового сектору може