

Сумський державний університет  
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

МАТЕРІАЛИ

IV Всеукраїнської науково-практичної on-line-конференції  
(Суми, 21–22 листопада 2019 року)

**У двох частинах**

**Частина 2**



Суми  
Сумський державний університет  
2019

11. Королев М. А. Статистический словарь / М. А. Королев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 623 с.
12. Лазовский Л. М. Универсальный бизнессловарь / Л. М. Лазовский, Б. А. Райзберг, А. А. Ратновский. – М. : ИНФРА, 1999 – 640 с.
13. Марценяк Н. О. Понятійно-термінологічний словник з контролю, аудиту та ревізії / Н. О. Марценяк, В. В. Лащак. – Чернівці, 2005. – 103 с.
14. Матюшенко І. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / І. Матюшенко. – К. : ЦНП, 2003. – 320 с.
15. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>. – Назва з екрану.
16. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підруч. / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк. – К. : КНЕУ, 2006. – 552 с.

**УДК 336.6; 339.9**

**Цибульняк Анна Сергіївна**

студентка, гр. МЕ-82

**Тарасенко Світлана Вікторівна**

к.е.н., старший викладач

*Сумський державний університет, м. Суми*

## **ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ЯК ФАКТОРУ ЗРОСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ФІНАНСОВИХ КОМПАНІЙ: МІЖНАРОДНИЙ РОЗРІЗ**

Фінансові компанії, як і підприємства інших галузей, для стимулювання попиту на послуги використовують засоби дизайну. Візуалізація мети, цінностей, візії допомагає формувати позиції компанії на ринку.

Дизайн – це набір графічних, текстових елементів (візуальний образ, починаючи з логотипу до розробки корпоративного персонажу), за допомогою яких компанія ідентифікується на ринку, та творчий підхід до вирішення певних завдань у діяльності компанії (дизайн-мислення)[1].

Дизайн має враховувати потреби людей. Щоб розробити такий дизайн, потрібно розуміти світогляд цільової аудиторії. Якщо дизайн, як один з факторів бізнесу, не націлений на потреби клієнта, то стратегія не працюватиме, тобто дизайн виступає фактором зростання результативності фінансових компаній.

Розглянемо за допомогою яких візуальних елементів створюється дизайн фінансових компаній. Втіленням таких рис фінансових компаній як стабільність, надійність виступає інфографіка у вигляді зображення лева або бика (компанії «Desert», «BearBull»). Надійність банків також передається за допомогою шрифту у логотипі (чіткий шрифт, великі букви). Технологічність банківських установ відображається за допомогою чітких географічних форм («Finevate» (Швеція), «Avant Capital» (Естонія) [3]). Проте частина фінансових компаній акцентують на досвіді, історії установи, наявності стандартів, застосовуючи у корпоративному дизайні стиль ретро або вінтаж («Three hats» (Великобританія), «Black gold investors» (США)).

Однією з особливостей дизайну фінансових компаній є використання синього кольору, що відображає солідність і високий статус установи. Також можуть бути використані зелений та жовтий кольори, які часто пов'язують з стабільністю і довірою. Технологічний дизайн фінансової компанії зазвичай характеризується певною елегантністю та стриманим мінімалізмом. Логотип фінансової компанії повинен відображати її корпоративну філософію, але при цьому мати стриманий та лаконічний дизайн.

Цінності і завдання фінансові компанії намагаються передати у фірмовому знаку (логотип страхової компанії «MintFish» акцентує на преміальних фінансових послуг, що надаються компанією через зображення абстрактного поєднання листя м'яти та риби, створюючи «м'ятну рибу» [2].

Такий дизайн відображає цінність поєднання, команди, спільного бачення. Колір змінюється від синього до зеленого, щоб передати гнучкість та різноманітність підходів у питаннях страхування).

Отже, більшість сучасних фінансових компаній покладається на дизайн в усіх аспектах (від стратегій до створення контенту), забезпечуючи таким чином міцні зв'язки зі споживачами, які, відповідно, формують грошові потоки суб'єктів господарювання у міжнародному просторі.

### **Список використаних джерел**

1. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. - Санкт-Петербург, изд-во «Питер», 2007. - 217 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.pseudology.org/webmaster/RozensonIA\\_OsnovyTeoriiDizayna.pdf](http://www.pseudology.org/webmaster/RozensonIA_OsnovyTeoriiDizayna.pdf)
2. Сайт компанії «MintFish» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mintfishpf.com/>
3. Сайт компанії «Avant Capital» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.avantcapital.eu/>

**УДК 368.9**

**Журавка Олена Сергіївна**

*к.е.н., доцент,*

*Сумський державний університет, м. Суми*

## **ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В СИСТЕМІ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Пенсійне забезпечення є важливою складовою системи соціального захисту населення. Від ефективності пенсійної системи залежить рівень життя населення, їх добробут та стабільність. Пенсійна система України сьогодні є недосконалою, насамперед – через брак коштів на фінансування пенсійних