

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Вадима Гетьмана»
Фінансово-економічний факультет
Кафедра банківської справи
Банківський клуб КНЕУ

Розвиток банківських послуг та інновацій в цифровій економіці

**Матеріали
II Всеукраїнської науково-практичної
Інтернет-конференції студентів, аспірантів і молодих вчених**

Київ, 14 квітня 2019 р.

КНЕУ 2019

1. Домінова І.В. Ризик шахрайства в умовах функціонування електронного банкінгу / І. В. Домінова // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». - 2017. - № 4-2 (43). - С. 92-98.

2. Офіційний сайт Асоціації ЄМА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ema.com.ua/news/dinamika-platezhnogo-i-bankomatnogo-moshennichestva/>

3. Карчева Г.Т. Використання технології блокчейн як фактор підвищення ефективності фінансової сфери / Г.Т. Карчева, Р.Я. Лернатович, В.Я. Кавецький // Банківська справа.- 2017. - № 2.- С. 110-119

Жовтюк Б. Л.

*спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», I курс
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку
та економічної безпеки Чвертко Л. А.*

РОЛЬ СТРАХУВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ РИЗИКАМИ

Сучасні тенденції розвитку банківської системи в Україні свідчать про те, що нині банківським установам доводиться займатися не тільки питаннями розвитку бізнесу, розширення інфраструктури та створення нових нетрадиційних для українського фінансового ринку банківських продуктів, а й питаннями пошуку методів забезпечення фінансової стабільності банку, розробки управлінських рішень щодо вдосконалення безпеки операцій та мінімізації ризиків.

Основна мета безпеки банку полягає у виключенні можливості нанесення йому збитків або упущення вигоди та забезпечити його ефективну діяльність і якісну реалізацію всіх операцій та угод [3, с. 68].

Управління банківськими ризиками – це процес, за допомогою якого банк виявляє (ідентифікує) ризики, проводить оцінку їх величини, здійснює моніторинг і контролює свої ризикові позиції, а також враховує взаємозв'язки між різними категоріями ризиків.

Система управління банківськими ризиками – це сукупність прийомів, застосовуваних персоналом банку для забезпечення позитивного фінансового результату (за наявності невизначеності умов діяльності) і для прогнозування ризикових подій з метою вжиття заходів, спрямованих на запобігання або зниження негативних наслідків цих ризикових подій.

Об'єктивність ризику, незалежно від виду підприємницької діяльності, обумовила потребу в комерційних банків використовувати механізми страхового захисту через послуги страхових організацій.

Страхування капіталу банку в повному обсязі є неможливим, тому зазвичай вибірково страхуються особливо важливі для конкретного банку вклади. Як показує практика, в Україні банківські установи страхують ризики, на які самі банки вплинути не можуть. Проте, на наш погляд, страхування банківських ризиків – це не приватна справа банку. Адже кредитна установа ризикує, перш за все, не своїми коштами, а вкладками своїх клієнтів.

Банківський бізнес концентрує значні обсяги матеріальних і фінансових цінностей, широко застосовує у своїй діяльності комп'ютерні технології. Комерційні банки володіють значним обсягом інформації, яка складає банківську таємницю, широкі зв'язки з клієнтами і партнерами. Все це, на думку дослідників, приваблює як різні кримінальні структури, так і представників тіньової економіки. При цьому рівень кваліфікації шахраїв постійно зростає. Водночас, невпинно зростають і обсяги збитків, завданих висококваліфікованими шахраями, що працюють у банківській сфері. З огляду на це, банківське страхування є одним зі способів забезпечення надійного функціонування банку. В разі нанесення банку шкоди страхові виплати дозволяють відновлювати нормальний фінансовий стан банку. [1]

В багатьох розвинених країнах широко застосовуються поліси ВВВ (Bankers Blanket Bond) – поліси комплексного страхування банків від злочинів, які завдають збитків банкам внаслідок неправомірних або помилкових дій персоналу і третіх осіб та ряду інших операційних ризиків. ВВВ надає страховий захист від збитків у результаті операцій, здійснених банком на підставі підроблених письмових документів та інструкцій. Також відшкодуванню підлягає збиток від операцій з підробленими цінними паперами й фальшивою валютою. Покриття охоплює такі злочини, як пограбування банку, цінного майна з його приміщень, пограбування у процесі інкасації [2].

Банківська та страхова системи України не готові до введення обов'язкового страхування банків від злочинів, які завдають збитків банкам внаслідок неправомірних або помилкових дій персоналу та третіх осіб, а також ряду інших операційних ризиків, через низку суб'єктивних та об'єктивних причин. До суб'єктивних причин належить те, що для впровадження ВВВ необхідним є наявність економічного обґрунтування ефективності для банку такого захисту. Страховики прагнуть збільшити тариф, щоб сформувати більші страхові резерви, а банкіри не хочуть переплачувати за страхові послуги. І допоки не будуть розроблені взаємовигідні схеми покриття банківських ризиків, де повинні бути компромісно узгоджені ліміти страхування, франшизи та технології супроводження таких ризиків, введення ВВВ-страхування є передчасним.

Отже, страхування, перебуваючи на рівні з системами фізичної, технічної, інформаційної безпеки банку, є важливим елементом у системі захисту діяльності банківської установи від збитків внаслідок впливу різноманітних ризиків. Нові технології, складності управління банком, кіберзлочини, зловживання службовим становищем працівників банку, непередбачуване регулювання з боку держави та багато інших факторів спонукають банківські фінансові установи укладати страхові угоди. Оскільки збитки такого роду небезпек можуть бути компенсовані тільки через систему страхового захисту, тому страхування ризиків банками є одним з методів забезпечення їх фінансової стабільності.

Значущість банківського сектора для економіки країни, особливості банківської діяльності та постійне розширення сфери діяльності комерційних банків, сприяють формуванню і розвитку системи банківського страхування.

Література:

1. Левчук О. В. Проблеми та перспективи розвитку банківського страхування в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Левчук, С. А. Ліщук, Я. В. Черниш. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67260.doc.htm
2. Сергієнкова О. В. Проблеми і перспективи розвитку страхування банківських ризиків в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Сергієнкова, О. В. Мелентьєва – Режим доступу : <http://конференция.com.ua/pages/view/508>.
3. Чвертко Л. А. Конкурентна розвідка в системі економічної безпеки банків / Л. А. Чвертко, А. В. Товкис // Управління фінансово-економічною безпекою. – 2015. – №1. – С. 65-68.

Зимбалецька Ю.В.

*Доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київський національний університет технології та дизайну*

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ БРЕНДОМ БАНКУ

Управління брендом застосовується з метою формування правильного ставлення до банківської установи та її послуг. Традиційно процес управління брендом в банках будувався за допомогою використання масової реклами як найпростішого способу доведення необхідної інформації до споживача. Високий рівень конкурентної боротьби в сукупності з негативним сприйняттям більшістю споживачів рекламних інформаційних потоків змушують банки шукати нові форми взаємодії з клієнтом, серед яких одним з ефективніших інструментів вважається брендинг.

Перенесення конкурентної боротьби в призму брендингу має вагоме логічне обґрунтування. В міру ускладнення банківського ринку України міру та зростання споживчої культури для клієнта найважливішими стають духовні цінності. Бренд дозволяє впливати на емоції покупця. Надаючи послугу для клієнта, банк закладає в неї певний зміст: наміри, досвід, уявлення. Споживач купує не банківські послуги, а свою фінансову стабільність.

Рівень цінності бренду для споживача дозволяє пропонувати банківську послугу дорожче, порівняно з аналогами, які не володіють особливими властивостями. Для формування статусного бренду для банківської установи доцільно встановлювати вищу ціну на послугу:

$$Pp = C + Pr, \quad (1)$$

де Pp – ціна послуги; C – витрати, пов'язані з наданням послуги; Pr – надбавка, яка визначається залежно від коефіцієнту сили бренду (K с.б.).

Для визначення розміру преміальної націнки на собівартість товару пропонується використовувати інтегральний показник сили бренду K с.б. Не існує загальноприйнятих принципів визначення сили бренду, тому доцільно застосовувати метод сумісного аналізу, який передбачає статистичний вимір комбінацій відносного споживчого ставлення до послуги шляхом проведення