

4. Бекетов, Н.В. Региональные проблемы формирования инновационной системы / Бекетов Н.В.// Регион: экономика и социология. – 2005. – № 1. –С. 110-119.
5. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність у Полтавській області за 2010 рік» / [за ред. Л.В. Калашник]. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2011. – 158 с.
6. Соціально-економічне становище Полтавської області за 2013 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.poltavastat.pi.net.ua>.
7. Соціально-економічне становище області за 2012 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.poltvanews.com.ua>.

**Нетеса С.Ю., Залунина О.М.**

Кременчугський національний університет імені Михайла Остроградського

## РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПОЛТАВСКОЙ ОБЛАСТИ

### Аннотация

В статье проанализирован уровень инновационного развития промышленных предприятий каждого из регионов Украины. Подробно рассмотрена инновационная развитость Полтавской области по типам инноваций и видам экономической деятельности организаций, определена динамика основных показателей инновационного развития промышленных предприятий и выявлены основные факторы, препятствующие их инновационному развитию.

**Ключевые слова:** инновационное развитие предприятия; типы инновационной деятельности; типы новаций; инновационная активность предприятий; факторы, препятствующие осуществлению инноваций.

**Netesa S.U., Zalunina O.M.**

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

## DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE POLTAVA REGION

### Summary

The paper analyzes the level of innovative development of the industrial enterprises of each of the regions of Ukraine. The article details the Innovative development of the Poltava region by type of innovation and economic activities of organizations defined dynamics of the main indicators of innovative development of industry and identified the main obstacles to their innovative development.

**Keywords:** innovative development companies; types of innovation; types of innovations; innovative activity of enterprises; the factors that hinder the implementation of innovations.

УДК 336.72

## СПІВПРАЦЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ З БАНКАМИ. МОНОПОЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ ГАЛУЗІ – НАВ'ЯЗУВАННЯ СТРАХОВИКІВ БАНКАМИ

**Неізнестна О.В., Маханько Л.В.**

Криворізький економічний інститут „Криворізький національний університет”

Досліджено форми співпраці банків та страхових компаній. Обґрунтовано процес партнерства страховиків та банківських установ. Виявлено головні аспекти щодо вибору страховика позичальником і шляхи захисту від неправомірних дій банку, що нав'язує страховика.

**Ключові слова:** банківська установа, страхова компанія, позичальник, фінансовий ринок, банківське страхування, поліс страхування.

**Постановка проблеми.** Нав'язування страховика позичальнику, є проблемою у взаємодії страхових компаній і банків на фінансовому ринку, а також для особисто страхувальника, який у будь-якому разі, має бути обізнаний про свої права, щодо вибору страховика при одержанні кредиту і вміти їх відстоювати.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми співпраці банківських установ і страхових компаній досить глибоко вивчаються такими вітчизняними вченими як: Землячова О., Сабодаш Р., Єрмошенко Л., Фурман В., Приказюк Н. та ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Аналіз питання співпраці банку і страхових компаній показав що дослідження в цій області ведуться доволі інтенсивно, проте для позичальника, який все ж покладається на поради банку щодо страхової компанії, слід звернути увагу на певні аспекти. Взаємодія банків і страховиків, часто здійснюється вливанням банківського капіталу у страховий бізнес. Тому у клієнта банку можуть виникнути проблеми з вибором страхової компанії і аналізом умов страхування, що і зумовлює актуальність цього дослідження. При проблемній си-

туації, з банком, який нав'язує страховика, позичальник має захищати свої інтереси посилаючись на законодавство.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є визначення основних тенденцій співпраці страховиків з банками та способів уникнення монополії страхових компаній при співпраці з банківською системою України.

**Виклад основного матеріалу.** Сталий і позитивний характер розвитку фінансового ринку приводить до того, що його учасники, цілком ґрунтовно обмежені у своїй специфічній діяльності законодавством, поступово розробляють та впроваджують сумісні продукти та послуги, зокрема страхові компанії і банки, є доповнюючими один одного [1]. Одержання кредитів на купівлю авто або квартири завжди сполучене з необхідністю купувати страховки. І найчастіше позичальникові доводиться обирати страховика з тих, які йому запропонують у банку.

Страхові компанії відіграють надзвичайно велику роль на фінансовому ринку, забезпечуючи інвесторам страховий захист від різного роду ризиків. Угоди страхування є основою для фінансового забезпечення інвестиційних проектів.

За сучасних умов, практично кожний банк має мінімум одного або й кількох страхових партнерів. Існують такі форми взаємодії банків і страхових компаній: надання СК страхових послуг банківській установі (стандартні страхові послуги, комплексне страхування банківських ризиків); банківське страхування (угода про взаємодію, створення нової СК, купівля банком СК); надання банком банківських послуг страховій компанії (розміщення коштів технічних резервів) [2].

Нині спостерігається чітка тенденція до створення стратегічних альянсів між вітчизняними банками і страховими компаніями. Найвідомішими є альянси Промінвестбанку та АСТ «Вексель», Укрсоцбанку (наразі UniCredit Bank) та НАСК «Оранта» (при цьому він є засновником Укрсоцстраху) [3].

Взагалі, при взаємодії банків і страхових компаній, є певна нерівність, адже рівень розвитку страхового ринку не відповідає обсягам банківських операцій. Так, на початок 2014 року, було зареєстровано 180 банків та 411 страхових компаній. При цьому обсяги активів страховиків майже в 20 разів менші за обсяги активів банків: активи банків складають 1278095 млн. грн., а страховиків – лише 65804,9 млн. грн. [4]. Невідповідність обсягів активів страхових компаній їх кількості, спричинено вузькою спеціалізацією страхових компаній.

Правила співпраці комерційних банків і страхових компаній в Україні, визначені 12 квітня 2011 року [5], припускають, що банк зможе встановлювати вимоги до страховика, проте умови повинні бути однаковими для всіх компаній. При цьому банк повинен пропонувати позичальникам на вибір не менше п'яти ризикових страховиків і двох компаній зі страхування життя. Перевірка страховика на відповідність вимогам банку (акредитація), проводиться на підставі: величини статутного фонду страхової компанії, обсягів зібраних премій, резервів, досвіду роботи на ринку, а також розгалуженості регіональної мережі.

Важливим і цікавим моментом є те, що банк не зможе вимагати обов'язкового розміщення страховою компанією депозиту для отримання акредитації, а страховик здійснить страхове відшкодування у розмірі дійсної вартості застрахованого майна (за вирахуванням вартості залишків), якщо йому було завдано збитків на суму 60 % і більше від його вартості.

Взаємодія банків і страховиків, відображається все частішим вливанням банківського капіталу

у страховий бізнес, внаслідок чого банки стають власниками найбільших українських страховиків, що дає можливість банку розширити свій асортимент послуг, перекласти частину власних ризиків, залучати додаткові ресурси.

Взаємовідносини на фінансовому ринку, між суб'єктами кредитування здійснюються за такою схемою:

- 1) Банк-кредитор кредитує клієнта-страхувальника.
- 2) Банк-кредитор сплачує страховій компанії страхову премію.
- 3) Страхова компанія сплачує банку комісію.
- 4) Клієнт-страхувальник сплачує до банку суму платежів, що складаються з процентів за кредит, страхових внесків, і всієї суми кредиту.
- 5) При невиконанні позичальником його зобов'язань перед банком, тобто настанні страхової події, страхова компанія, що несе відповідальність, відшкодовує банку суму заборгованості, включаючи відсотки і витрати по погашенню кредиту, зазначені в договорі [10].

Розглядаючи повний спектр страхових послуг, що пропонуються комерційними банками нарівні зі страхуванням майна, транспорту, життя і здоров'я клієнтів і співробітників, актуальним напрямком, що розробляється українськими банками спільно зі страховиками є страхування відповідальності позичальника за неповернення кредиту.

За сучасного розвитку фінансового ринку, угоди страхування життя і відповідальності позичальника, альтернативно договором поруки можуть виступати вагомими інструментами мінімізації ризику при кредитуванні. Кредитна діяльність, що застосовується у банківській практиці є джерелом значної частки прибутку. Проте неповернення кредиту, особливо великого, може заповдіяти банку серйозної шкоди. Це, в свою чергу, веде до банкрутств пов'язаних з даним банком підприємств, банків-кореспондентів і приватних осіб, ставить під удар стан економіки в Україні. Тому страхування відповідальності позичальника за неповернення кредиту стає невід'ємною частиною стратегії і тактики виживання й розвитку будь-якого комерційного банку. Портфель банківських позик схильний до всіх видів ризику, що супроводжують фінансову діяльність, – ризику ліквідності, ризику процентних ставок, кредитного ризику, тобто ризику неплатежу по кредиту. Варіюючи між прибутковістю і ризиком, банкіри вимушені обмежувати норму прибутку, страхуючи себе від зайвого ризику.

Проводячи політику диверсифікації ризику, вітчизняні банки намагаються не допускати концентрації кредитів у декількох великих позичальників. Ризик неповернення кредиту багато в чому залежить безпосередньо від внутрішньої ситуації, зумовленої неправильною політикою банку та стану економічної ситуації в країні. Можливості правління банків у регулюванні економічного становища обмежені, та все ж розумні дії банку можуть пом'якшити вплив зовнішніх чинників і запобігти великим фінансовим втратам. Мінімізація ризику неповернення кредиту цілком перебуває в сфері внутрішньої політики банку. Партнерство банків і страхових компаній визначається, як ретельно розробленими теоретичними напрямами, так і практичними діями кваліфікованих фахівців банку, які вдосконалюють страхові продукти при подальшому їх втіленні в життя [10].

Співпраця страхових компаній і банків є взаємовигідною, оскільки для страхових компаній це збільшення обсягів продажу страхових продуктів, розширення клієнтської бази та каналів збуту, ско-

рочення частки витрат на організацію продажу; для банків – страхування ризиків, пов'язаних з банківським бізнесом, покращення конкурентної позиції на ринку, підвищення лояльності з боку клієнтів, зміцнення іміджу [6].

Проте, крім зазначених переваг, інтеграція банків і страхових компаній має й недоліки, головним із яких є монополізація фінансової галузі, жорсткі умови акредитування страхових компаній, що унеможливило вихід страховиків на банківський ринок; проблеми державного регулювання даної сфери.

Для страхування позичальників банки, як відомо, створюють власних страховиків або акредитують сторонні компанії. Формально банк сам відбирає партнерів і відповідає за якість пропонованих ними послуг [1].

Не всі страховики, що співпрацюють з банком є найнадійнішими і готовими до виплат, адже не рідко на результати акредитації впливають суми коштів, які страховик повинен буде внести на рахунок у банк. Банк, у свою чергу, неофіційно зобов'язується забезпечувати компанію протягом року страховими платежами від своїх позичальників у розмірі, наприклад, коштів, що лежать на рахунку. Адже страхування застави при кредитуванні є обов'язковим. Як наслідок – у тих компаній, які внесли на рахунок банку великі суми, страхові тарифи, як правило, трохи менші, ніж в інших. Саме такі компанії зазвичай пропонують клієнтам банки.

У список рекомендованих однозначно попадають і афілійовані з банком структури. Афілійовані страхові компанії, зазвичай пропонують позичальникам оптимальні умови страхування, адже банк стежить за тим, щоб страхові тарифи були обґрунтованими і не перевищували тарифів, які діють на ринку. Проте, дана оптимальність, може бути звичайним обманом для страховальника, бо «рідна» компанія, через певні зусилля, може виглядала краще інших.

Майже завжди, позичальник довіряє рекомендаціям банкірів, тому що одержати інформацію про становище тієї чи іншої страхової компанії практично неможливо. Український ринок страхування влаштований так, що доступ до інформації про роботу страховиків украй складний. Нацкомфінпослуг проводить контроль формування резервів тільки на звітну дату (раз у квартал), а інформація про статки компаній відкрито не публікується. У багатьох учасників ринку якість страхових резервів досить низька, іноді вони формуються з банківських кредитів.

Для позичальника, який все ж покладається на поради банку щодо страхової компанії, слід звернути увагу на такі аспекти: страхова компанія повинна працювати на ринку не менше 5-7 років; у компанії повинні бути солідні активи, достатній рівень виплат; страхова компанія повинна бути публічною, відкритою для клієнтів (добре, якщо вона публікує на сайті свою звітність); договори страхування страховиків, повинні бути вигідними для клієнтів, без додаткових умов, які можуть або загальмувати, або унеможливити виплату страхового відшкодування;

банк повинен дозволяти реальний вибір як мінімум з 3-5 страхових компаній; страховка повинна покривати втрати повністю (за винятком зношування майна і розумних розмірів франшизи) [6].

При проблемній ситуації, з банком, який нав'язує страховика, позичальник має захищати свої інтереси посилаючись на законодавство.

По-перше, Відповідно до ст. 581 Цивільного Кодексу України предмет застави може бути застрахованим за згодою сторін.

Необхідно звернути увагу на те, що Банк порушує Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про захист економічної конкуренції», наполягаючи на страхуванні лише у акредитованих банком страхових компаніях.

Крім того, відповідно до вимог статті 55 Закону України «Про банки та банківську діяльність» [7] банкам забороняється вимагати від клієнта придбання будь-яких товарів чи послуг від банку або від спорідненої чи пов'язаної особи банку, як обов'язкову умову надання банківських послуг. Стаття 6 Закону України «Про страхування» [8] також засвідчує, що «Добровільне страхування у конкретного страховика не може бути обов'язковою передумовою при реалізації інших правовідносин».

Відповідно до ст. 17 Закону України «Про захист прав споживачів» [9] споживач має право на вільний вибір продукції. Не допускається встановлювати будь-які переваги, застосовувати які-небудь обмеження прав споживачів. До того ж, забороняється примушувати споживача придбавати продукцію неналежної якості або непотрібного йому асортименту. Якість страхування в страхових компаніях є різною і визначається шляхом вільного волевиявлення споживача.

**Висновки і пропозиції.** Отже, перед тим як купити поліс страхування, позичальнику варто вивчити всі пропозиції акредитованих у банку страховиків. Час, що буде витрачений, забезпечить можливість заощадити на страховому тарифі і вибрати більш надійного партнера. Особі, яка співпрацює з банком, і як наслідок, зі страховою компанією не може бути нав'язане придбання будь-яких товарів чи послуг від банку або від спорідненої чи пов'язаної особи банку як обов'язкову умову надання банківських послуг, у тому числі надання споживчого кредиту.

До заходів покращення взаємодії банків і страхових компаній, належать: розробка максимально гнучких та зручних полісів для різних прошарків населення; прозора політика банків, щодо страховиків, полегшення процедури акредитації; індивідуальний підхід страховиків при страхуванні банківських ризиків, урахування специфіки діяльності банку; нарощення активів та капіталу страховими компаніями, щоб мати змогу стати рівноцінними партнерами для банківського сектору; підготовка висококваліфікованих консультантів, які спроможні надати увесь перелік фінансових послуг, орієнтуючись і на продаж страхових послуг; гармонізація вітчизняного законодавства у фінансовій сфері [2].

### Список літератури:

1. Землячова О. А. Співпраця банків та страхових компаній: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/2012/Zemlach>
2. Сабодаш Р. Банківське страхування. Форми існування в Україні / Р. Сабодаш, Л. Єрмоленко // Цивільне право. – 2006. – №2. – С.30-32.
3. Фурман В.Н. Перспективи створення Альянсів страхових компаній і банків в Україні / В.Н. Фурман // Вісник НБУ. – 2008. – № 7. – С. 23-24
4. Національний банк України. Офіційний сайт: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
5. Декларація Антимонопольного комітету України «Про співпрацю комерційних банків і страхових компаній в Україні» від 12 квітня 2011 року.

6. Приказюк Н.В. Співпраця банків і страхових компаній / Н.В. Приказюк // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 25. – С. 106-113.
7. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс]: Закон України №2121 від 07.12.2000 р. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
8. Про страхування [Електронний ресурс]: Закон України №85/96-ВР від 07.03.1996 р. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
9. Про захист прав споживачів: [Електронний ресурс]: Закон України №1252-IV від 18.09.2003 р. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
10. Перспективи співпраці страхових компаній та банків в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jenessi.net/economi/131-perspektivi-spvprac-strakhovikh.html>.

**Неизвестная Е.В., Маханько Л.В.**

Криворожский экономический институт „Криворожский национальный университет”

## СОТРУДНИЧЕСТВО СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ С БАНКАМИ. МОНОПОЛИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ ОБЛАСТИ – НАВЯЗЫВАНИЕ СТРАХОВЩИКОВ БАНКАМИ

### Аннотация

Исследованы формы сотрудничества банков и страховых компаний. Обоснован процесс партнерства страховщика и банковских учреждений. Выявлены основные аспекты по выбору страховщика заемщиком и пути защиты от неправомерных действий банка, который навязывает страховую компанию.

**Ключевые слова:** банковское учреждение, страховая компания, заемщик, финансовый рынок, банковское страхование, полис страхования.

**Niezviestna O.V., Makhanko L.V.**

Kryvyi Rih Economic Institute «Kryvyi Rih National University»

## COOPERATION WITH BANKS INSURANCE COMPANIES. MONOPOLIZATION OF THE FINANCIAL AREA – IMPOSING INSURERS BANKS

### Summary

Studied form of cooperation between banks and insurance companies. Reasonably partnership process insurance companies and banking institutions. The basic aspects of the insurer of choice and ways to protect the borrower from the bank's misconduct, which imposes an insurance company.

**Keywords:** banking institution, insurance company, the borrower, the financial market, bancassurance, insurance policy.

УДК 658.14:658.8

## ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ HR-БРЕНДИНГУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ІМІДЖ КОМПАНІЇ

**Окландер М.А., Кудіна А.В.**

Одесский национальный политехнический университет

У статті розглянуто поняття HR-брендингу, його значення для створення позитивного іміджу компанії, перспективи впровадження «бренду роботодавця» та основні засоби підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі HR-брендингу.

**Ключові слова:** HR-брендинг, бренд роботодавця, бренд зайнятості.

**Постановка проблеми.** У зв'язку з тотальною глобалізацією економіки, розвитком бізнесу, появою нових імен на світових ринках та посиленням конкуренції з'являється необхідність впровадження сучасних технологій та нових тенденцій у маркетингу. Сьогодні особливу увагу приділяють темі брендингу. І це є очевидним, зважаючи на те, який вплив здійснює бренд на загальну ефективність бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Термін «бренд роботодавця» вперше був сформульований Саймоном Берроу у Великобританії в 1990 році. Перше визначення HR-брендингу звучало як «совокупність функціональних, психологічних і

економічних переваг, що надаються роботодавцем і ототожнюються з ним». Ідея про застосування маркетингових технологій на ринку праці, коли продуктом є робота в компанії або відкрита вакансія отримала широке розповсюдження[1].

Тім Амблер та Річард Мослі говорять про те, що головна роль бренду роботодавця – створення цілісної основи, що необхідна менеджменту компанії для виділення пріоритетів та концентрації на них, збільшення продуктивності, облегшення пошуку та утримання співробітників та формування у них лояльності до фірми.

Британський економіст, Джон Кей зробив офіційну заяву, стосовно того, що репутація бренду