



ЦЕНТР
ФІНАНСОВО-
ЕКОНОМІЧНИХ
НАУКОВИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ



CENTER FOR FINANCIAL-ECONOMIC RESEARCH
ЦЕНТР ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

CERTIFICATE OF PARTICIPATION
СЕРТИФІКАТ УЧАСНИКА

підтверджує, що
Прилуцький Анатолій Михайлович
взяв участь у роботі Міжнародної науково-практичної конференції
«Економіка, облік, фінанси та право:
стратегічні пріоритети розвитку в умовах глобалізації»

International scientific-practical conference
«Economics, accounting, finance and law:
strategic development priorities in the context of globalization»

Директор Центру фінансово-економічних
наукових досліджень

Щербак В. Д.

5 грудня 2019 р.
December 5, 2019

м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine



**ПРОГРАМА МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**PROGRAM OF THE INTERNATIONAL
SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА ПРАВО:
СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**ECONOMICS, ACCOUNTING, FINANCE AND LAW:
STRATEGIC DEVELOPMENT PRIORITIES
IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION**

**5 грудня 2019 р.
December 5, 2019**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



РОЗКЛАД РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ
5 грудня 2019 рік

Україна, 36003, м. Полтава, вул. Європейська 60-А, 5 поверх, Конференц-зал

09.00 – 09.30	Реєстрація учасників міжнародної науково-практичної конференції
09.30 – 10.00	Відкриття та пленарне засідання
10.00 – 13.00	Секційні засідання
13.00 – 14.00	Перерва на обід
14.00 – 17.00	Продовження роботи секційних засідань
17.00 – 17.30	Пленарне засідання, закриття конференції

РЕГЛАМЕНТ

Доповідь на секційному засіданні – 4 хвилини.

Для запитань – до 3 хвилини.

ОСОБЕННОСТИ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ярмоцик Ю. В. студентка ЭФ. гр. ЭУ-32, Брестский государственный технический университет

СЕКЦІЯ 3

SECTION 3

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ
MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND
INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS**

ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ В ЛОГІСТИЦІ

Подскребка О. С. к. е. н., доцент кафедри економічної кібернетики. Національний авіаційний університет

Мизур В. М. студентка. Національний авіаційний університет

СЕКЦІЯ 4

SECTION 4

**ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ
FINANCE, BANKING, INSURANCE**

ПРОБЛЕМИ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ

Бидню В. А. к. е. н., доцент кафедри фінансів. ПВНЗ «Буковинський університет»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

Пінчук С. А. аспірант, Науково-дослідного фінансового інституту ДННУ «Академія фінансового управління»

СПОЖИВЧЕ БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ АСПЕКТИ

Прилуцький А. М. к. е. н., доцент кафедра фінансів, банківської справи та страхування, Вінницький національний аграрний університет

СЕКЦІЯ 5

SECTION 5

**ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС
ECONOMIC LAW AND PROCESS**

ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ПРАВ У ГОСПОДАРСЬКОМУ ПРАВІ УКРАЇНИ

Каграманян Х. К. студент 4 курсу юридичного факультету. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Прилуцький А. М. к. е. н., доцент кафедра фінансів, банківської справи та страхування, Вінницький національний аграрний університет

СПОЖИВЧЕ БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Основою ефективної системи збуту банківських продуктів є продуктова політика банку. Питання її якості особливо актуалізується на тлі підвищення конкуренції між банками, що загострилася під впливом нестабільного зовнішнього середовища. В сучасних умовах неякісна продуктова політика може призвести до значних збитків банку й надламати його стабільність і надійність. У зв'язку з цим продуктивний ряд споживчих кредитів банку має розроблятися виходячи із конкретних потреб клієнтів, які можуть бути виявлені лише шляхом ґрунтовних маркетингових досліджень як на макрорівні (вивчення ринку в цілому), так і на мікрорівні (аналіз власних статистичних даних і спостережень), а також відповідно загальної стратегії банку на кредитному ринку. Продуктова політика банку також є результатом інтеграції сучасних методів контролінгу, маркетингу і менеджменту. Водночас, найбільш вагомим і ключовим фактором успіху оптимізації продуктового ряду банку в сучасних умовах є інноваційність, що підтверджує необхідність якісної трансформації банківських продуктів і послуг. Інновації в сфері банківського кредитування останні десятиліття були пов'язані з розширенням кола суб'єктів та цілей кредитування, вдосконаленням процедур надання кредитів та створенням певної інституційної «зовнішньої інфраструктури», спрямованої на мінімізацію кредитних ризиків.

За цей час основними інноваційними кроками банків України в сфері споживчого кредиту стало створення нових продуктів і процедур, у тому числі, використання кредитних карток. Сьогодні споживчий кредит в Україні вже поширився на фінансування таких нових напрямків потреб як: медичне обслуговування, відпочинок тощо. Такі кредити видаються, як правило, на невеликі суми, тому: вони є бланковими, мають невеликий пакет документів, не передбачають первинного внеску, а їх ризики компенсуються за рахунок процентної ставки. Проте таких цільових кредитів серед споживчих в Україні ще дуже мало. Фінансова глобалізація принесла інновації, які, в тому числі, змінили формат продажу споживчих кредитів. Згідно дослідження британської компанії Datamonitor серед основних напрямів інноваційної діяльності банків у споживчому кредитуванні сьогодні виділяються: створення специфічних продуктів; вдосконалення ціноутворення та розроблення більш гнучких процедур погашення кредитів; охоплення нових сегментів споживачів (молодь,

пенсіонери, тощо); використання сучасних каналів продажу, таких як мобільний зв'язок та соціальні сайти в Інтернеті .

Сьогодні банкам України доцільно організовувати такі формати продажів споживчих кредитів:

– цільовий кредит на придбання товарів або послуг, який перераховується безпосередньо продавцю товару чи послуги (платіжний кредит).;

– нецільовий готівковий кредит. Цей кредит, як правило має один формат – оформлюється в відділенні банку й видається готівкою через касу банку.;

– кредитні картки. Цей кредит найбільш мобільний серед споживчих і має найширші можливості застосування, в тому числі, щодо формату продажу.