

Теорія державного управління / наук.-ред. колегія : В. М. Князев (співголова), І. В. Розпуктенко (співголова) та ін. – 2011. – 748 с.

3. Енциклопедія державного управління [Текст] : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; наук.-ред. колегія : Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. – К. : НАДУ, 2011. – Т. 6 : Державна служба / наук.-ред. колегія : С. М. Серьогін (співголова), В. М. Сороко (співголова) та ін. – 2011. – 524 с.

РИНОК ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ст. викладач О.О. Олейникова

К. Мунтян

Одеський національний політехнічний університет

Електронні гроші – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі. Електронні гроші – означення грошей чи фінансових зобов'язань, обмін та взаєморозрахунки з яких проводяться за допомогою інформаційних технологій.

Пристроєм, на якому вони зберігаються, може бути: мікропроцесорна картка, комп'ютер користувача, сервер системи розрахунків електронними грошима, мобільні телефони тощо.

Емітент зобов'язаний забезпечити, щоб сума випущених ним електронних грошей не перевищувала суми отриманих ним від користувачів та агентів готівкових або безготівкових коштів та суми отриманих агентом з поповнення готівкових коштів, які мають бути перераховані емітенту.

Основною відмінністю розрахунків електронними грошима від безготівкових за допомогою банківських карток є неперсоніфікованість і конфіденційність. Так, банківська картка завжди випускається у зв'язку із банківським рахунком, відкритим на конкретну особу, про яку банку відомі особові дані. При розрахунках банківською платіжною картою відбувається списання коштів саме з рахунку клієнта, тому відомо, який клієнт, за що і де розраховувався. При розрахунках електронними грошима списання коштів здійснюється із електронного гаманця, який має номер і не містить інформації про його власника – ідентифікується гаманець, а не його власник.

Розрізняють електронні фіатні гроші і електронні нефіатні гроші. Електронні фіатні гроші обов'язково виражені в одній з державних валют і є різновидом грошових одиниць платіжної системи однієї з держав. Держава законами зобов'язує всіх громадян приймати до оплати фіатні гроші. Відповідно, емісія, обіг та погашення електронних фіатних грошей відбувається за правилами національних законодавств, центробанків або інших державних регуляторів. Електронні нефіатні гроші є електронними одиницями вартості недержавних платіжних систем. Відповідно, емісія, обіг та погашення (обмін на фіатні гроші) електронних нефіатних грошей відбуваються за правилами недержавних платіжних систем.

Визначають наступні основні переваги електронних грошей:

- чудова подільність і поєднуваність – при проведенні платежу не виникає необхідність в решті;
- висока портативність – величина суми не пов'язана з габаритними або ваговими розмірами грошей, як у випадку з готівкою;
- дуже низька вартість емісії електронних грошей – не треба карбувати монети і друкувати банкноти, використовувати метали, папір, фарби і т. п.;
- момент платежу фіксується електронними системами, що дозволяє знизити вплив людського фактора;
- при здійсненні платежу неможливо укрити кошти від оподаткування;
- ідеальна збереженість – електронні гроші не втрачають своїх якостей з плином часу;
- ідеальна якісна однорідність – окремі екземпляри електронних грошей не мають унікальних властивостей;

- безпека – захищеність від розкрадання, підробки, зміни номіналу і т. п., яка забезпечується криптографічними і електронними засобами;
- сприяння розвитку електронної комерції;
- сприяння розвитку нових секторів економіки.

До основних недоліків електронних грошей можна віднести:

- незважаючи на високий рівень портативності, електронні гроші потребують спеціальних інструментів зберігання та обігу;
- при фізичному знищенні носія електронних грошей, відновити грошову вартість власнику даних грошових коштів неможливо;
- неможливість прямої передачі частини грошей від одного платника іншому;
- засоби криптографічного захисту, якими захищаються системи електронних грошей, ще не мають тривалої історії успішної експлуатації;
- зацікавлені особи мають певну можливість намагатися відслідковувати персональні дані платників і обіг електронних грошей поза банківською системою;
- безпека (захищеність від розкрадання, підробки, зміни номіналу і т. п.) не підтверджена довгостроковим досвідом використання;
- теоретично існує можливість розкрадання електронних грошей за допомогою інноваційних методів, та недостатньої зрілості технологій захисту.

На сучасному етапі розвитку ринку електронних грошей в Україні випуск цих розрахункових і платіжних засобів може здійснювати виключно банк, який відповідно бере на себе зобов'язання з їх погашення в обмін на готівкові або безготівкові кошти.

Нормативно-правову базу операцій з використанням електронних грошей в Україні складають наступні законодавчі документи:

Постанова Національного банку України «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України з питань здійснення операцій з електронними грошима» № 378 від 19.06.2014 р.

Постанова Національного банку України «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України з питань регулювання випуску та обігу електронних грошей» № 481 від 04.11.2010 р.

Постанова Національного банку України «Про здійснення операцій з використанням спеціальних платіжних засобів» від 30.04.2010 р.

Зараз на вітчизняному ринку електронних розрахунків та електронних грошей використовуються так звані «гривневи», та «негривневи» системи платежів. До «гривневих» належать: WebMoney(WMU), LiqPay, НСМЕП, Global Money, MoneXu, MAXI, W1. «Негривневий» сегмент складають: Яндекс.Деньги, QIWI, WebMoney Transfer (окрім WMU), PayPal.

Згідно з офіційними даними Національного Банку України, обсяг платежів, здійснених електронними грошима, за результатами першого півріччя 2016 року склав 1,8 млрд. грн. Зростання в річному вираженні склало 0,6 млрд. грн. Також істотно зросла загальна кількість випущених електронних грошей: у першому півріччі 2015 року їхня маса становила 21,6 млн. гривень, а до кінця першого півріччя 2016 року – вже 39 млн. грн. Отже у «Фідобанку» на початок 2016 року перебувало в обороті електронних грошей на суму 12,4 млн. грн., у «Альфа-Банку» було випущено 9,3 млн. грн., у «Ощадбанку» – 8,5 млн. грн.

Кількість електронних гаманців за відповідний період теж збільшилася з 36 млн. грн. до 43,6 млн. грн.

В основному вітчизняні банки виступають емітентами електронних грошей систем «Master Card» і «Visa», деякі банкі емітують платіжні засоби національної системи «Простір». Так, через систему «Master Card» було випущено електронних грошей на суму 322 тис. грн. «Приватбанком», банком «Михайлівський», «Першим інвестиційним банком» і «Альфа-Банком». Через національну систему «Простір» – 160 тис. грн. «Полікомбанком», «Експрес-банком» і банком «Михайлівський». Через систему «Visa» за цей період емітував гроші тільки банк «Південний» на суму 15 тис. грн.

Незважаючи на зростання обсягів ринку електронних грошей в Україні, в суспільстві й досі існує недовіра до цих засобів розрахунку, яка пов'язана з незвичністю електронних технологій та недостатнім рівнем інформатизації населення. Крім того, додатковими факторами, що знижують потенціал та перспективи розвитку ринку електронних грошей, виступають:

- недосконалість правової регламентації відповідних відносин;

- низький рівень правосвідомості та правової культури суб'єктів електронної комерції.

Стосовно прогнозів стану вітчизняного ринку електронних розрахунків та електронних грошей, аналітики не передбачають особливих змін у цій сфері найближчим часом. Однак, прискорити і активізувати розвиток ринку, на думку деяких експертів, повинні банки-партнери мобільних операторів, оскільки електронні гроші є ефективним інструментом надання ними фінансових послуг.

Література:

1. В.Кравчук, Д.Науменко, А. Глибовець. Електронні гроші в Україні [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://www.ier.com.ua/files/publications/Books/2012/3_Electronic_Money/Emoney_report_APPROVED_2012-10-02_RED2.pdf
2. В Украине стремительно растут объемы расчетов электронными деньгами [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.trust.ua/news/131482-vse-ob-elektronnyh-dengah-ukrainy.html>
3. Виртуальные деньги с реальной ценностью: как развивается рынок электронных денег в Украине . [Електронний ресурс]/ Режим доступу:<http://antiraid.com.ua/news/35163-virtualnye-dengi-s-realnoj-czennostyu-kak-razvivaetsya-rynok-elektronnyx-deneg-v-ukraine.html>
4. Modeling of logistics networks trading company. [Електронний ресурс] / З. М. Соколовська, Б. Б. Хріпко //Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 4 (20). – С. 164-170. – Режим доступу до журн.: Науковий журнал

ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

*ст. викладач О.О. Олейникова
Одеський національний політехнічний університет*

Комунікаційний менеджмент – це така система управління, яка за допомогою інтегрованої комунікації з цільовими аудиторіями сприяє досягненню максимальної ефективності за всіма напрямками розвитку організації в умовах мінливого зовнішнього середовища. У зв'язку з цим під управлінням комунікаціями слід розуміти цілеспрямований процес перетворення інформації і знань у вартість, тобто уміння створювати вартість за допомогою нематеріальних активів організації. Необхідність управлінської діяльності у сфері комунікацій обумовлена подальшим розвитком в Україні ринку інформаційних технологій, безпосередньо пов'язаних з управлінням комунікацією, а саме:

- технологій управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM);
- управління ланцюжками постачальників (SRM);
- інтелектуальної підтримки прийняття управлінських рішень;
- ситуаційного управління;
- сучасних корпоративних технологій ефективного управління організацією.

Об'єктом комунікаційного менеджменту у теоретичному аспекті є процес комунікації (обміну інформацією, знаннями, інтелектуальною власністю), який спрямован на формування і використання усіх видів капіталу компанії. Об'єктами комунікаційного менеджменту у практичному аспекті діяльності є клієнти і споживачі, персонал організації, інвестори та акціонери, органи влади і структури місцевого самоврядування. Суб'єктами комунікаційного менеджменту виступають посадові особи, що приймають стратегічні рішення щодо розвитку організації.

Тобто комунікаційний менеджмент – це теорія і практика управління соціальними комунікаціями як всередині організації, так і між організацією та зовнішнім середовищем з метою:

- формування сприятливих для організації комунікаційних процесів;
- формування та підтримки іміджу організації;
- ефективної реалізації власної стратегії,
- формування сприятливої суспільної думки;
- підвищення конкурентоспроможності організації.