

## ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

*В статті окреслюються сучасні тенденції та визначаються перспективи розвитку ринку страхування життя в Україні. Досліджуються конкурентне середовище на ринку страхування життя. Акцентовано увагу на участі іноземного капіталу на страховому ринку та стратегіях збутової політики провідних лайфхових компаній.*

*In the article modern tendencies are outlined and the prospects of market of life-insurance development are determined in Ukraine. Probed competition environment at the market of life-insurance. Attention is accented on participation of foreign capital at the insurance market and strategies of sale policy of leading лайфхових companies.*

Страховання життя є необхідним атрибутом ринкової економіки. Саме страхування життя в розвинених країнах світу є важливим інструментом соціального захисту населення і могутнім джерелом інвестування національних економік. Страховий бізнес забезпечує дієвий захист соціальних і майнових прав та інтересів громадян від ризиків, сприяє підтриманню соціальної стабільності суспільства та економічної безпеки держави; він є потужним засобом акумулювання коштів для інвестування в економіку.

Наявність страхових полісів у населення є одним з чинників його добробуту і надає людям впевненості у завтрашньому дні. При цьому людина покладається виключно на власні сили для забезпечення свого майбутнього.

Вагомий внесок у дослідження теоретико-методологічних засад розвитку страхового ринку в цілому та страхування життя зокрема зробили такі вчені та практики України і ближнього зарубіжжя, як В.Базилевич, Н.Внукова, О.Залєтов, М.Клапків, Л.Орланюк-Малицька, С.Осадець, Л.Рейтман, К.Турбіна, Г.Третьякова, Т.Федорова, Г.Чернова, Я.Шумелда, В. Фурман, Р.Юлдашев та ін.

Незважаючи на наявність певної кількості досліджень з питань розвитку страхового ринку, ряд актуальних проблем залишаються не вирішеними, що, на нашу думку, в значній мірі обумовлено особливостями розвитку вітчизняного ринку лайфхового страхування.

Основною метою статті є вивчення особливостей збутової політики компаній зі страхування життя в Україні.

Для досягнення означеної мети було поставлено наступні завдання:

- проаналізувати кон'юнктуру та висвітлити тенденції розвитку ринку страхування життя;
- виокремлення проблемні питання функціонування компаній на ринку лайфхового страхування;
- розглянути роль іноземних компаній у формуванні страхового бізнесу в Україні;
- окреслити особливості збутової політики компаній зі страхування життя в умовах глобальної економіки.

Аналіз функціонування багатьох вітчизняних страховиків протягом останніх років свідчить про відсутність достатнього рівня методологічної підготовки страхових механізмів, наслідком чого є недостатня стабільність та ефективність менеджменту страхових компаній. Управління ризиками в українських страхових компаніях сьогодні є дуже фрагментарним.

Для нинішнього стану страхового ринку України з його однотипними продуктами і технологіями професійні продавці є головним чинником конкурентної переваги страхової компанії. Проте, рідкий вітчизняний страховик може похвалитися вибудованою системою професійної підготовки страхових агентів. І лише одиниці можуть заявити, що мають корпус високопрофесійних продавців страхових продуктів.

Доводиться констатувати, що переважна частина вітчизняних страховиків не звертає уваги на досить реальну проблему якості страхових послуг.

Однією з основних несприятливих характеристик сьогоденного стану вітчизняного страхового ринку є й нерозвиненість регіональної мережі.

Політика держави стосовно розвитку страхування життя залишається непослідовною і часто суперечливою. Вона спрямована переважно на виконання контролюючих і фіскальних функцій. Тоді як інформаційно-аналітична та стимулююча функції практично не реалізуються. Нестійкість же системи державного регулювання вітчизняного страхового ринку зумовлюється не лише внутрішніми чинниками його розвитку, а й є прямим наслідком макроекономічних процесів в Україні.

Страхові компанії доволі ефективно працюють в системі недержавного пенсійного забезпечення, акумулюючи і виплачуючи кошти. Проте, на сьогодні на державному рівні спостерігається лобювання інтересів виключно недержавних пенсійних фондів у цій сфері.

Україна залишається чи не єдиною країною у Східній Європі та СНД, яка не має належних механізмів державної підтримки страхування і фінансування експорту, частка якого у вітчизняному ВВП становить понад 60 %.

Стан конкуренції на вітчизняному страховому ринку є незадовільним, оскільки на ньому спостерігається використання адміністративного ресурсу, високий рівень кептивного страхування, а також просування на ринок продуктів, які досить умовно можна назвати страховими. А останніми роками конфлікт між страховими компаніями за виключне право працювати на тих чи інших страхових сегментах ринку набув особливої гостроти. Практично скрізь зустрічаються випадки укладання договорів з окремими страховими компаніями. Збільшилася кількість тендерів і конкурсів, переможці яких отримують монополієне право на роботу в тому чи іншому сегменті діяльності. Фактично, такі тендери є незаконними, оскільки їх проведення передбачено виключно в тих випадках, коли страхування здійснюється за рахунок бюджетних коштів.

На сьогодні конкуренція на вітчизняному ринку страхових послуг починає переходити з цінової площини у змістовну. Тобто страховий ринок України підійшов до етапу розвитку, коли управлінська конкуренція відходить від цінових параметрів у бік поліпшення якості обслуговування. Важливим елементом підвищення конкурентоспроможності є атестація за міжнародною системою менеджменту якості ISO 9000.

Впровадження такої системи в страховій компанії сприятиме: появі у її спеціалістів чіткого уявлення того, за які процеси вони відповідають, яких результатів і до якого строку вони повинні досягти; чіткій регламентації бізнес-процесів і взаємодії різних структурних підрозділів; скороченню строків розробки і виведення на ринок страхових продуктів; підвищенню оперативності реакції на побажання клієнтів.

Проте, навіть у провідних українських страховиків закладено лише фундамент цієї системи, у більшості страхових компаній зовсім відсутні структурні підрозділи, що управляють розвитком клієнтської бази.

Одним з ключових чинників досягнення страховиками конкурентних переваг у сучасному економічному середовищі є ефективне використання інтегрованих систем управління ризиками як інструменту ризик-

менеджменту, засобу оптимізації набору послуг і прискорення впровадження нових страхових продуктів. Разом з тим багато вітчизняних страхових компаній зустрічаються зі складнощами переходу від дизайну і проектування систем управління ризиками до їх впровадження і повсякденного використання. Навіть з тих компаній, що мають централізовану систему управління ризиками, лише незначна частка розробила політику і стандарти щодо ризик-менеджменту.

Водночас на вітчизняному страховому ринку має місце і недобросовісна конкуренція. Наприклад, спостерігається примус страхувальників при страхуванні певних категорій працівників, при страхуванні життя позичальника, при проведенні тендерів.

Роздрібні продажі (ритейл) як такі в Україні на ринку страхування життя менше розвинуті, ніж корпоративні продажі, оскільки вони більш трудомісткі і витратні, вимагають більшої кількості людей і більших інвестицій, хоча ритейл надає компанії стійкості. Крім того, слід зазначити, що в ритейл можна конкурувати відкрито і чесно. Верорити ж про рівнозначну, порівнянню конкуренцію всередині фінансово-промислових груп складно.

Розвиток і зміцнення страхового ринку України неможливі без глибокого аналізу його сучасного стану, виявлення невирішених питань і проблем його формування. Проте, проблеми розвитку українського страхування не можна звести лише до вузькоспеціалізованих питань цієї сфери діяльності, оскільки воно адекватне системі національного господарства, рівню життя населення, стану інфраструктури вітчизняної економіки.

В економічній літературі висловлюються різні думки щодо сукупності чинників, які тією чи іншою мірою стримують поступальний розвиток страхової галузі вітчизняної економіки. Так, серед останніх, зокрема, виділяються чинники: економічного, законодавчого, соціально-економічного і психологічного, структурного характеру. Окрім того, виокремлюються чинники, які зумовлюються відносинами держави і страхових компаній.

В ході проведеного дослідження з'ясовано, що розвиток страхового ринку стримують проблеми економічного, організаційно-правового, функціонального, інформаційно-аналітичного та соціально-психологічного характеру. При цьому серед економічних проблем виділяються: низький платоспроможний попит фізичних і юридичних осіб на страхові послуги, незначні обсяги та недосконала структура капіталу страхових компаній, відсутність надійних інвестиційних інструментів для довгострокового розміщення страхових резервів.

Концепцією розвитку страхового ринку України до 2010 року окреслені проблеми, які є характерними для ринку страхових послуг саме на сучасному етапі його розвитку: недосконалість захисту прав споживачів страхових послуг, низький рівень співвідношення страхових платежів і валового внутрішнього продукту, обмеженість надійних фінансових інструментів для інвестування, значна кількість страхових компаній з низьким рівнем капіталізації, недостатній рівень кадрового та наукового забезпечення страхового ринку. Ці чинники негативно впливають на діяльність страхових організацій, стримують розвиток ринку страхових послуг. Водночас все більшої ваги набувають питання самоорганізації і самозахисту страхового підприємництва. Інтеграція у світові фінансові ринки, що обумовлює ймовірну присутність потужних іноземних страхових компаній та їх філій в Україні, може витіснити з ринку вітчизняних страховиків.

Відтак постає потреба в дієвих механізмах функціонування страхової діяльності в Україні і, відповідно, застосування визначених принципів і підходів, які поши-

рені в країнах із розвинутою економікою, зокрема, поєднання державного регулювання із саморегуляцією страхового ринку.

Розвиток і зміцнення страхового ринку України неможливі без глибокого аналізу його сучасного стану, виявлення невирішених питань і проблем його формування. Проте, проблеми розвитку українського страхування не можна звести лише до вузькоспеціалізованих питань цієї сфери діяльності, оскільки воно адекватне системі національного господарства, рівню життя населення, стану інфраструктури вітчизняної економіки.

Показники діяльності страховиків свідчать про наступні тенденції. Спостерігається динамічність розвитку ринку страхування життя в Україні. За даними Держфінпослуг загальний обсяг зібраних валових премій зі страхування життя за 2007 рік склав 783,9 млн. грн. (у 2006 році – 450,8 млн. грн.), страхових виплат – 23,9 млн. грн. (у 2006 році – 16 млн. грн.). Рівень страхових виплат лайф-фрових страховиків за минулий рік становив 3,0 %, у порівнянні з показником 2006 р. зменшився на 0,5 %.

Зростання популярності страхування життя призводить до збільшення кількості страхових компаній, що займаються цим видом страхування. Кількість страховиків зі страхування життя за період з 31.12.2003 р. по 30.09.2007 р. збільшилась на 35 компаній з 30 до 65 компаній.

Протягом останніх років приріст кількості страховиків на цьому сегменті ринку перевищує приріст страхових компаній, що займаються ризиковими видами страхування.

У секторі страхування життя частка перших 3 компаній у валових премій зі страхування життя у 2007 році становила 52,1 % (за аналогічний період у 2006р. – 58,5 %); перших 10-ти страховиків – 86,4 % (в 2006р. – 90,1 %). В цілому по ринку страхування життя індекс Герфіндала – Гіршмана (HHI) склав 1 234,0 (у 2006р. – 1465,99) [1].

Наведені дані свідчать, що на ринку страхування життя спостерігається помірна монополізація ( $1000 < HHI < 1500$ ).

В ході проведеного дослідження встановлено, що соціальна політика держави без розвинутого ринку страхування життя втрачає не тільки стабільність та ефективність, але й деяким чином ставить людину в становище, коли вона виключена з рішення власних проблем. Маючи договір страхування життя, громадянин, на нашу думку, не тільки в якійсь мірі соціально незалежний від держави, а й отримує додатковий важіль впливу на її соціально-економічний розвиток за рахунок грошового фонду, сформованого за рахунок надходження страхових платежів та інвестиційного прибутку від розміщення страхових резервів.

Тенденції розвитку сегменту страхування життя свідчать про його зростання. На думку експертів, такий ріст обумовлений підвищенням рівня доходів населення, розвитком інституту професійних посередників-консультантів, а також створенням страховими компаніями зі страхування життя власних збутових систем.

В умовах процесу фінансової глобалізації економічне зростання будь-якої країни неможливе без створення страхової системи, яка ефективно функціонує. Розв'язання багатьох проблем, що стоять перед українською економікою, забезпечення економічного зростання, збільшення інвестицій тощо, залежить і від того, наскільки ефективно функціонує страхова система.

У зв'язку з відсутністю реальної стратегії розвитку страхового ринку України страховий бізнес у нашій країні здійснюється в більшості випадків під впливом зовнішніх і внутрішніх кон'юктур без певної економічної моделі. Тому недивно, що, незважаючи на те, що відповідно до нової редакції Закону "Про страхування" з листопада 2001 року зняті обмеження для нерезидентів щодо фун-

кціонування в Україні дочірніх компаній, інвестиційного буму в секторі страхування поки не відбулося.

Позитивною є тенденція збільшення кількості страхових компаній з іноземним капіталом, яка є свідченням того, що національна галузь страхування стає дедалі привабливішою для інвесторів: на кінець 2005 року на страховому ринку України діяло 58 страхових компаній з іноземним капіталом, величина якого у статутних фондах становила 897 млн. грн. (на кінець 2004-2003 років відповідно 59 та 53).

2007 р. був також доволі привабливим для іноземних інвесторів. Основний капітал прийшов на страховий ринок України з Австрії, Великобританії та Росії. В результаті в країні на 24,4 % збільшилась кількість компаній з іноземним капіталом з 70 до 87 [2, с.65].

Частка компаній з іноземним капіталом у загальній кількості страхових компаній України зросла протягом 2007 р. до 18,3 %. Найбільше інвестують у страхову галузь України Велика Британія, Росія, США, Кіпр, Данія. Інвестиції у ринок страхування життя України з боку країн СНД практично відсутні.

В Україні іноземці заробляють на ризиковому та лайфовому страхування – у першому сегменті працює 61 страхова компанія з іноземним капіталом, у другому – 20.

Саме через це експансія іноземного капіталу досі ще не викликала перевороту на страховому ринку. Насамперед прихід нових гравців не призвів до зниження цін на основні види страхових продуктів, не спостерігається різке зростання виплат або поява нових технологій на ринку. Середній приріст обсягу зібраних премій у дочірніх компаніях іноземних страховиків, як і раніше, порівнянний із приростом оборотів у національних страхових компаніях. Сьогодні різке зростання показали лише "лайфові" страховики (ALICO AIG Life, Grawe Ukraine, EССO, Юпітер), в яких щорічний приріст страхових премій іноді сягає 500 % за одночасного зростання зазначеного сегмента ринку всього лише на 72 % на рік. Слід зауважити, що в сегменті страхування життя іноземці відіграють домінуючу роль: 50 % валових премій у цьому секторі припадає на трьох лідерів, серед яких австрійська Grawe Ukraine та американська ALICO AIG Life.

Вихід на новий неосвоєний ринок для європейських інвесторів є необхідністю. У більшості західних країн застраховані до 90 % ризиків, тобто можливості для розвитку страхових компаній майже вичерпані, і у цьому разі проникнення на ринки інших країн просто неминуче, враховуючи те, що в Україні застраховано менш ніж 10 % ризиків, а на ринку страхування життя і того менше – 1 %.

Отже, великі транснаціональні компанії (AIG, PZU S.A., QBE та інші), які вже працюють на страховому ринку України, діють агресивно та постійно розширюють свою ринкову нішу. Єдине обмеження, яке діє на сьогодні відносно іноземних страховиків, – відкрити в Україні філіали можна лише через п'ять років після вступу нашої країни до СОТ. На протипагу в Російській Федерації встановлені жорсткі обмеження для нерезидентів, а саме їх сукупна частка у статутному капіталі не може перевищувати 25 %.

Головні цілі процесів злиття та поглинання за участю іноземного капіталу можна звести до наступних:

- вихід на ринки інших країн (доволі актуально під час фінансової кризи);
- поліпшення конкурентних позицій – компанії вишукують можливості зростання за рахунок придбання додаткових активів або прагнуть посилити позиції на ринку, включаючи варіант купівлі конкурентів і захоплення їхньої частки ринку;
- створення стійкої переваги (за допомогою диверсифікації) – для більшого контролю ризиків (цінових,

валютних тощо), використання досвіду інших виробничих сфер, який недоступний для конкурентів; скорочення часу виходу на цей ринок; збереження стабільності та місткості ринку;

- інвестиційна – розміщення вільних коштів; участь у прибутковому бізнесі; скупка недооцінених активів; використання управлінських навичок.

Світовий досвід розширення присутності страхових компаній з іноземним капіталом дає можливість виділити такі особливості:

- страхові компанії з іноземним капіталом концентрують свою діяльність насамперед на роботі із страховальниками – фізичними особами;
- іноземні страхові компанії значний інтерес виявляють до страхування життя;
- останніми роками частка страхових активів, які контролюють іноземні страховики, постійно зростає;
- проникнення іноземного страхового капіталу на національні фінансові ринки зазвичай позитивно впливає на конкурентоспроможність місцевої страхової системи.

На сьогоднішній день практично всі страхові компанії зі страхування життя мають іноземний капітал і перебувають у сфері контролю крупних світових гравців. Так, наприклад, компанія ALICO AIG Life має американський капітал, СК "Граве Україна", СК "УНІКА Життя", ЕККО (life), "Юпітер страхування життя Вена Іншуранс Груп" та VAB Життя – австрійський, УСК "Дженералі Гарант Страхування життя" – італійський, СК "Фортіс Страхування Життя Україна" – голландський, СК "Ренесанс Життя", СК "ІНГО Україна-Життя" та СК "Просто страхування. Життя і пенсія" – російський, СК "ПЗУ Україна страхування життя" – польський, СК "Оранта-Життя" – казахський, SEB life Ukraine – шведський, Allianz-життя – німецький [3, с.90/22].

Цей перелік далеко не повний і включає лише провідні страхові компанії. До вітчизняного ринку не один рік придивляється компанія ING. Стала проявляти інтерес до ринку й азійські компанії. У підтвердження даної тенденції, активно цікавиться лайфовим ринком корейська страхова компанія Korea life.

Іноземні групи, які працюють на українському фінансовому ринку (не обов'язково в страховому бізнесі), намагаються розвивати в Україні різні напрямки. Включаючи банківський, ризиковий, лайфовий та інвестиційний бізнес. До цього ж страхування життя є невід'ємним напрямком розвитку таких крупних фінансових інституцій.

Однак статистика засвідчує, що незважаючи на достатньо значну присутність на ринку страхування життя компаній з іноземним капіталом конкурентні позиції утримують ALICO AIG Life, СК "Граве Україна" (левова частка продуктів реалізується через "Евролайф Україна") та вітчизняна компанія СК "ТАС" (понад 70 % продуктів продають компанії "АссисТАС" та "ТАС-Фінанс").

Остання з метою укріплення власних позицій на ринку уклала договір про співробітництво з крупною світовою консалтинговою компанією, яка спеціалізується на страхуванні життя – LIMRA, яка сьогодні допомагає СК "ТАС" у побудові власної мережі та структуризації бізнесу.

Фактично конкуренція як така до цього часу мала місце лише в боротьбі за реального страховальника та посередника, яка переважно й продає продукти страхування життя. Особливість страхового лайфового ринку в тому, що він розвивається завдяки активній роботі посередників, які працюють переважно за системами багаторівневого маркетингу.

Значно активізували останнім часом в Україні й інші канали збуту продуктів страхування життя, такі як бан-

кострахування. Банкострахування хоча й демонструвало хорошу динаміку, але поки досить успішне лише у тих лайфових страховиків, які були пов'язані з банківськими установами акціонерним капіталом. Так, СК "Брама життя" продаж полісів у 2007 р. здійснювала виключно фізичним особам при видачі кредитів у відділеннях Дельта Банку [4, с.93/25].

Разом з редакцією журналу "Страхова справа" у червні 2008 р. було проведено авторське дослідження з питань банкострахування, в якості респондентів залучено 24 топ-менеджерів провідних компаній страхової галузі.

Серед основних факторів, які стимулюватимуть розвиток банкострахування 79,2 % респондентів зазначили зростання обсягів споживчого кредитування, 54,2 % – розробка нових банкострахових продуктів, 50 % – розвиток інформаційних технологій [5, с.68]. Відносно оптимістичні прогнози експертів, зроблені до початку фінансової кризи, сьогодні вже сприймаються дещо інакше. Страховими компаніями зважаючи на наслідки фінансової кризи варто бути готовими до зменшення надходжень страхових платежів від банківських установ, а від так варто замислитися над питаннями диверсифікації власних збутових мереж. В умовах кризи вистоять ті страховики, які співпрацюють з декількома банківськими установами, як в сфері продажу клієнтам банку страхових продуктів, так і розміщення страхових резервів на депозитах. Вкрай небезпечною може обернутись ситуація для тих страховиків, які лівову частку платежів отримували від банку при страхуванні заставного майна, при цьому сплачуючи останньому велику комісійну винагороду (іноді до 60 %) й не проводили виаженої політики формування страхових резервів. Також у цього каналу є певні обмеження щодо продажу страхових продуктів, так накопичувальне страхування практично не реалізується через банки, в той час як саме воно більшою мірою цікавить компанії зі страхування життя.

Стосовно продажу через власні мережі, то варто зауважити, що вони мають набагато більше переваг для лайфових страховиків. Це й широкі можливості охоплення досить великої кількості споживачів (за умови розвиненої мережі), незалежність від посередників, висока динаміка росту. В той же час. Варто пам'ятати, що процес побудови власної мережі доволі кропітка праця. Яка вимагає значного часу та фінансових ресурсів. За підрахунками експертів для побудови власної мережі необхідно інвестувати \$30-50 млн. протягом п'яти років активного розвитку мережі. Проте багато компаній, які використовують стратегію захоплення ринку, готові вкладати ці кошти для того, щоб в перспективі зберегти або завоювати лідируючі позиції. Такої стратегії приримуються компанії "Дженералі Гарант Страхування життя" та "Блакитний поліс", провідним каналом збуту в яких є агентська мережа компанії.

Так, активним розвитком мережі у минулому році активно займалась компанія ALICO AIG Life. З початку 2007 року чисельність агентів зросла втричі й складає біля 1000 осіб, для яких функціонує 21 офіс у 13 містах України. Власна агентська мережа дає біля 17 % від загальних обсягів збуту страхових продуктів.

СК "ТАС" також активно розвивалась протягом 2007 року, відкрила власне агентство компанії в Києві та два столичні підрозділи. В планах мати біля десятка агентств у різних регіонах. Передбачається, що повноцінне агентство буде нараховувати до 100 осіб. Сьогодні на старті розвитку даного проекту складає лише 15-20 осіб. Однак такі показники не є догмою, компанія готова відкривати агентства, якщо в регіоні хороший потенціал й активно працює 3-5 консультантів. До кінця

2008 року СК "ТАС" планує розширити чисельність власної агентської мережі до 350-400 осіб.

Стратегії розвитку індивідуальних продажів через власну агентську мережу дотримується й СК "Фортис Страхування Життя Україна", яка вже має біля 300 активних агентів. В компанії затверджено план розвитку, який передбачає відкриття нових центрів продажу, яких до кінця 2008 року повинно налічуватись 50. За прогнозами менеджерів компанії СК "Фортис Страхування Життя Україна", власна агентська мережа буде забезпечувати до 70 % майбутніх страхових платежів.

Фінансова компанія Ukraine Pension and Insurance Hilding B.V. (Нідерланди, Амстердам) сконцентрувала 99,9992 % акцій страхової компанії "VAB Життя" (Київ). Раніше компанія володіла 90,0096 % акцій компанії придбала у "VAB Банк", який на даний момент володіє 0,0004 % акцій. "VAB Життя" разом з "VAB Страхування" та "VAB Ре" входить до VAB Group, яка була створена "VAB Банком". "VAB Життя" спеціалізується на добровільному страхуванні життя [6, с.7].

Ще однією з причин експансії закордонних компаній на український ринок є висока дохідність страхового бізнесу в Україні. Фахівці прогнозують, що протягом двох-трьох років роздріб розвиватиметься ще швидше [7, с.27].

У минулі роки іноземці платили за вітчизняні компанії 2,5-5 премій (вартість страховика оцінювалась з урахуванням зібраних валових премій за рік). У 2008-2009 рр. вартість українських страховиків може знизитись внаслідок світової фінансової кризи, яка змушуватиме західні страхові групи зазнавати збитків. Проте деякі закордонні інвестори не зважаючи на жодні обставини готові платити близько 5 премій за велику компанію з розвиненою філійною мережею, пізнаваним брендом й зорієнтовану на обслуговування фізичних осіб. Серед потенційних об'єктів для поглинання можна назвати страхові компанії "ТАС", "АСКА-Життя" та інші. Період окупності, на думку експертів, для лайфових страховиків може складати 15-20 років.

Функція управління продажем займає чільне місце в процесі удосконалення взаємодії між страховиком і страхувальником. У зв'язку з цим в останні роки в Україні страхові компанії приділяють все більше уваги саме механізму удосконалення збутової політики. Вважаємо, що однобічний погляд на організацію системи продажу страхових продуктів не сприяє оптимізації взаємин між страховиком і страхувальником.

При розробці систем збуту страхових продуктів необхідно домогтися того, щоб страхова компанія одержувала від них максимальний фінансовий результат на одиницю інвестиційних вкладень. Підвищення ефективності каналів збуту дає можливість компанії знизити власні витрати, понизити рівень цін на свої продукти. Низька диверсифікованість каналів збуту може призвести до негативних наслідків, зокрема під час фінансової кризи й скорочення надходжень страхових платежів через банківський канал.

Дослідження показує, що до факторів, які визначають особливості вибору каналу збуту належать: висока ступінь невизначеності страхової послуги; поєднання процесів виробництва та реалізації; складність вибору страхової компанії; інертність в споживанні страхових продуктів (висока частка повторних контактів); складність гарантування ціни відповідному рівню сервісного обслуговування; складність контролю якості обслуговування.

В свою чергу методи збуту продуктів зі страхування життя різноманітні, серед них у вітчизняній практиці страхування прийнято виділяти наступні:

- екстенсивний, полягає у використанні лише власної офісної та агентської мережі просування страхових продуктів;

- інтенсивний, передбачає просування страхових продуктів різноманітними каналами: через офіс, страхових та нестрахових посередників;

- винятковий, передбачає взаємодію страхової компанії з одним генеральним агентом, якому надається виключне право на укладання договорів страхування в даному регіоні від імені та за дорученням страховика;

- селективний, просування страхових продуктів при взаємодії страхової компанії з двома й більше генеральними страховими агентами від імені та за дорученням страховика в даному регіоні.

Характеристика інституційних засад формування вітчизняного ринку страхування життя свідчить про відсутність належного забезпечення: організаційно-методологічного, наукового, інформаційно-аналітичного та кадрового. Для вирішення цих проблем необхідна обґрунтована стратегія розвитку ринку. Вітчизняний ринок страхування життя хоча й демонструє зростання обсягів страхових премій, рівня валових виплат, активний розвиток роздрібно-ї мережі, проте все ще значно поступається ринку ризи-

кового страхування. Позитивною є тенденція до зростання рівня конкуренції на ринку в першу чергу завдячуючи присутності іноземних страховиків. На розвиток ринку впливають все більше процеси глобалізації, концентрації, які відбуваються на міжнародному страховому ринку, вітчизняний стає більш залежним від стратегій розвитку міжнародних концернів. Серед причин нерозвиненості страхового ринку зазначимо: відсутність усталеної практики страхування життя, недовіра населення до фінансових інститутів, слабе розуміння потенційними споживачами механізмів страхування, недостатня кількість страхових агентів, що продають поліси страхування життя.

1. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України за 2007 р. / Держфінпослуг України. – www.dfp.gov.ua 2. Коломиец В.Л. В ожидании перемен // Русский полис.–2008.–№ 3. – С.64-65. 3. Щеглова К. Растущий бизнес //Страхование. Серия специальных приложений к газете "Дело" и "Инвестгазете". – 2007.- №17. – С.89/21-91/23 4. Щеглова К. Сетевое плетение //Страхование. Серия специальных приложений к газете "Дело" и "Инвестгазете". – 2007.- №17. – С.92/24-93/25 5. Тринчук В., Клапків Ю. Банкострахування: нові виклики та можливості // Страхова справа. – 2008. – №3. – С.67-70. 6. Через місяць – ВТО//Економіческие известия. – 2008. – №66.- С.7 7. Слесарук С. Відчуття страху // Контракти. – 2008. – №12. – С.24-27.

Надійшла до редколегії: 10.12.2008

Н.В. Приказюк, канд. екон. наук, асист

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Досліджено вплив глобалізаційних процесів на страховий ринок. Окреслено перспективи розвитку страхового ринку України в умовах глобалізації. Розроблено рекомендації щодо зменшення впливу фінансової кризи на діяльність страхових компаній України.*

*The influence of globalizations processes on insurance market is investigated. The perspectives of the insurance market development of Ukraine in the conditions of globalization are determined. The proposals that may diminish the influencing of financial crisis on activity of insurance companies of Ukraine are developed.*

Глобалізаційні процеси, що відбуваються у світі не обминають стороною і Україну, проявляючись у діяльності її фінансового ринку, в цілому, і страхового ринку, зокрема. Вплив глобалізації на страховий ринок України не можна оцінити однозначно, оскільки її результати проявляються двоюко: з однієї сторони, суб'єкти господарювання у процесі глобалізації здобувають нові можливості для розвитку, отримуючи колосальний досвід, новітні технології, і, навіть, капітал, а, з іншої – відкритість ринку, його залежність від іноземного капіталу значно підвищує вразливість ринку, його чуттєвість до коливань зовнішніх економік.

Проблемам розвитку страхових ринків та впливу глобалізації на них присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема В.Д. Базилевича, К.С. Базилевич, О.О. Гаманкової, С.С. Осадця, Р.В. Пікус. Однак, зважаючи на те, що в умовах глобалізації відбулося швидке розгортання фінансової кризи, необхідним є подальше дослідження розвитку страхового ринку України та вплив на нього зазначених процесів.

Метою статті є дослідження перспектив розвитку страхового ринку України в умовах глобалізації.

Значний час серед науковців і практиків ведуться дискусії стосовно доцільності чи недоцільності розгортання глобалізаційних процесів. На нашу думку, глобалізаційні процеси є об'єктивним явищем. Їх диктує сьогодення: значний технологічний прогрес, зокрема новітні інформаційні технології. Дані процеси невідворотні в усіх сферах господарювання. І страховий ринок не є винятком.

Інша справа, що вітчизняний страховий ринок ще не досить потужний і відстає у своєму розвитку як від ринків високорозвинених індустріальних країн так і від ринків деяких країн з перехідною економікою (рис.1).

Як видно з рисунку 1, безперечним лідером серед країн Європи за величиною зібраних премій є Великобританія. Розмір страхових премій, зібраних у цій країні в 2007 році майже у 115 раз перевищує обсяг страхових премій, зібраних за аналогічний період в Україні. Порівнюючи, обсяги страхових премій, зібраних у 2007 р. в Україні і в інших країнах Європи, також бачимо значну відмінність. Україна значно відстає за обсягами зібраних премій від таких країн як Франція, Німеччина, Італія, Нідерланди, Іспанія, Бельгія, Швейцарія, Швеція, Данія, Ірландія, Австрія, Фінляндія, Португалія, Норвегія, Люксембург, Польща, Турція, Чеська республіка, Греція, Венгрія.

Щодо частки премій українських страховиків у загальних преміях по Європі, то вона складала в 2007 р. лише 0,23 %.

Загалом страховий ринок України має незначну питому вагу покриття ризиків порівняно зі світовим ринком. На нього припадає 0,09 % загального обсягу страхових послуг.

При цьому не спостерігається значного прогресу і у зростанні страхового ринку України порівняно зі зростанням її економіки, про що свідчить зміна частки валових та чистих страхових премій у ВВП України. Проаналізувавши співвідношення страхових премій та ВВП України у 1994-2007 рр., можна побачити, що для чистих страхових премій за 13 років воно збільшилося на 0,9 % (з 0,8 % у 1994 р. до 1,7 % у 2007 р.), а для валових страхових премій – на 1,7 % (з 0,8 % у 1994 р. до 2,5 % у 2007 р.) [1, 2].

Питома вага зібраних чистих страхових премій у ВВП України все ще залишається досить низькою в порівнянні з аналогічним показником розвинених країн. Так, якщо ця частка в Україні складає 1,7 % то у розвинених країнах вона становить 8-12 %.