

ВЗАЄМОДІЯ БАНКІВ ТА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ПРИ ТРАНСПОРТНОМУ СТРАХУВАННІ

Провідна роль банківських установ в процесі аквізиції продуктів транспортного страхування потребує детального вивчення самої економічної природи банкострахування. Виникає нагальна потреба в удосконаленні взаємовідносин між страховими компаніями та банківськими установами в умовах спільної реалізації страхових продуктів, пошуку дієвого механізму взаємодії на умовах партнерства.

The leading role of bank institutions in the process of acquisition products of a transport insurance needs the detailed study of economic nature of bank insurance. There is an urgent requirement in the improvement of mutual relations between insurance companies and bank institutions in the conditions of general realization of insurance products, search of effective mechanism of cooperation subject to the conditions of partnership.

Питання взаємодії банківських установ та страхових компаній останнє десятиріччя активно обговорюються у вітчизняній та зарубіжній літературі, що свідчить про наявність інтересу до нього науковців та практиків, зокрема: В.Базилевича, О.Барановського, Н.Внукової, І.Габідуліна, А.Єромошенко, О.Залєтова, J.Łazowski, М.Клапківа, Ю.Клапківа, І.Кожевнікової, М.Śliperski, Р.Сабодаша, Н.Ткаченко, В.Фурмана.

Незважаючи на наявність певної кількості досліджень з даної тематики, ряд проблем залишаються невирішеними, що, на нашу думку, в значній мірі й обумовлює її актуальність.

Основною метою дослідження є вивчення економічної природи банкострахування, історичних передумов виникнення та організаційно-економічного механізму співпраці банків і страхових компаній на фінансових ринках.

Історично і хронологічно співіснування банківської справи і страхування бере свій початок ще із стародавніх часів. Першим проявом економічної інтеграції кредитної та страхової сфери на рівні послуг була морська позика або договір бодмерею, що є прикладом своєрідного симбіозу надання кредиту та ризикового страхування. Перша історична згадка про таку фінансову операцію походить із Греції з IV ст. до н. е. Позичку в сумі 3000 драм було виплачено на рейс з Афін до Босфору і на повернення до Афін. Торгові міста Середземномор'я активно використовували так звану морську позичку протягом багатьох століть. Заслужовує уваги той факт, що разом з позикою купець повертав додатково кредитору значну суму, котра могла набагато перевищувати суму середнього лихварського процента. Виплата такої позички перебувала у безпосередній залежності від успіху (її сплата вимагала тільки у разі вдалого закінчення морської подорожі, тобто за відсутності страхового випадку).

Враховавши ефективності інтеграції фінансових послуг, подібні операції почали використовуватися не тільки в морських перевезеннях, але й сухопутних транспортуваннях, де вони виступали під назвою "квазі морська позика". Дані фінансові послуги використовувалися протягом середньовіччя і втратили своє значення лише в 1230 році, з виданням булли Папою Римським Григорієм IX, котрою він заборонив займатися лихварством усім християнам як справу негідною християнській моралі, незалежно від того, чи брався високий, чи низький процент [1]. Реакцією на цю заборону була поступова заміна "морської позички" угодами фіктивної купівлі-продажу.

Перша згадка про угоду фіктивної купівлі-продажу датована 1234 роком. На підставі фіктивної угоди купівлі-продажу, кредитор умовно купував предмети, що транспортуються, а отже наражаються на ризики притаманні подорожам того часу. Даний договір передбачав розрахунок по закінченню подорожі. Додатково укладалася іще одна угода, в котрій зазначалось, що в разі успішного закінчення подорожі попередня умова підлягала анулюванню без жодних фінансових наслідків для сторін. Оплата товарів, як і страхова виплата, проводилась лише тоді,

коли подорож не вдавалася, тобто майно, фіктивно куплене, було пошкоджене або знищене. Винагорода фіктивного покупця, а фактично кредитора чи страховика, за прийняття на себе ризику встановлювалася додатково і, як правило, оплачувалася попередньо.

Загалом схожий договір з елементом страхування життя, що має форму більш наблизену до сучасного розуміння банкострахового продукту є транзакція окреслена "покупкою ренти". Її зміст полягав у тому, що одна сторона наділяла іншу грошовою сумою, обтяжуючи її натомість обов'язком періодичної сплати певних квот (рент), або по завершенні подорожі, чи протягом визначеного часу, або ж до смерті зацікавленої особи. У цьому випадку пожиттєва рента була елементом страхування (страхування життя), тоді як два перші види ренти становили форму сплати проценту з капіталу.

У Російській Імперії економічна інтеграція фінансових інституцій мала місце вже тому, що зародження страхування формувалось на основі банківських інституцій, хоча носило скоріше фіскальний характер. Воно було запроваджене Катериною II, маніфестом від 28 червня 1786 року було заборонено страхувати майно в іноземних страховиків, а саме заборонялось у чужі держави будинки та фабрики "здешние на страх отдавать" [2], далі в указі йшло пояснення причин – вивозячи у такий спосіб гроші, що є збитком для держави. Була створена "страхова операція" земельного банку та вона діяла лише у великих містах, а на страхування приймала тільки споруди, що приймались банками як застава при наданні кредиту, фактично це – одна з перших форм іпотечного страхування. З цієї ж метою та знову при банку було відкрито Страхову експедицію – першу страхову організацію Росії.

У розвинених країнах справжній період становлення "сучасного банкострахування" припадає на 80-ті роки XX ст. Значний вплив на нього мав розвиток лібералізації та глобалізації. Цей період називають першим етапом розвитку сучасного банкострахування [3], тому що починаючи із даного етапу, дослідження розвитку консолідації банківського та страхового бізнесу та формування відповідної бізнес архітектури уже не історична проблема, а глобальна, актуальна та притаманна для розвитку світової економіки, особливо для України і розвинених країн.

У 1985 році почали створювати перші, з урахуванням розвитку конкурентного середовища й потреби, альянси за участю банківських установ та страхових компаній у Великій Британії і Франції. Так, Британська страхова компанія Standard Life інвестувала в Bank of Scotland, а французька GAN придбала Credit Industriel et Commercial [4]. У Великій Британії, згідно з Building Societies Act, із 1986 року будівельні товариства (ang buzdzng soceteties) отримали право створювати власні компанії зі страхування життя, а першим банком, який у цій країні надав такого типу страхові послуги, став TSB, що в 1967 році вийшов на ринок зі своїм продуктом

TSB–Life зі страхування життя. У 1994 році частка прибутку від страхової діяльності у цій структурі сягнула 25%, а інституція, значно підвищивши власні доходи, вийшла в лідери. У Франції в 1980 році Banque Nationale de Paris Paribas створив власну страхову компанію Natio Vie. Даний підхід виправдав себе, про що свідчить результативність групи Paribas, яка тепер займає домінуючі позиції у Франції.

Консолідація фінансових інституцій розпочиналась із продаж страхових продуктів через банківські відділення, котрі розширювали спектр традиційних банківських послуг, а згодом було створено нові форми заощаджень. Це послужило приводом для зростання зацікавленості банків до страхових послуг та набуттям часток власності у компаніях зі страхування життя. Слід наголосити, що на ринках, де ініціативу до консолідації проявили банки, сформувався термін "bancassurance", зміст котрого можна передати словом "банкострахування" – (banque + assurance / банк+страхування); італійським відповідником цього терміну є "bancari", а іспанським – "bancoassurance" та англійським "bankinsurance", але найчастіше дану взаємодію окреслюють франкомовним терміном "bancassurance" (банкострахування) та німецькомовним аналогом "Allfinanz", котрий українські вчені трактують як теорію "загальних фінансів".

На сучасному фінансовому ринку виразно розкриваються саме дві основні тенденції – інтеграційна, виразником якої є концепція так званих "загальних фінансів" і дезінтеграційна, котра проявляється у концепції спеціалізації (у розрізі фінансових продуктів чи груп клієнтів) [5]. Адаже обидві тенденції притаманні лише для високо розвинутого фінансового ринку, а тому не дивно, що проблема взаємовідносин банківської та страхової сфери раніше не була предметом широкого обговорення, на відміну від сьогодення, коли набирає все більшої ваги.

Концепція "Загальних фінансів" є порівняно новою. Причиною появи якої було виникнення певної сукупності проблем фінансової індустрії у галузі збуту фінансових послуг. Спеціалісти переконані, що ця концепція формувалась у різних країнах майже одночасно, а тому отримала багатозначний термінологічний вираз.

У тих випадках, коли страховики не захотіли поступитись ініціативам банків, вони самі почали пропонувати послуги банківського характеру. Така діяльність страховиків була визначена окремим терміном "assurfinance", який максимально передає зміст саме таких фінансових взаємовідносин. Вважається, що започаткував його у 80-х роках тодішній керівник відомої французької страхової компанії AGF Мішель Альберт, який запропонував своїм клієнтам кредити та послуги на довірче управління їхніми фінансовими активами. На думку окремих дослідників банкострахових зв'язків, паралельне вживання цих двох термінів, які передають однаковий зміст, зумовлене тим, що "bancassurance" є повнішим з позиції банків, а "assurfinance" – з позиції страховиків. Хоча вважається, що перший термін глибше передає суть цього явища.

Для оцінки рівня співпраці між страховими компаніями й банками автором була використана методологія експертного опитування. В якості респондентів залучено 24 топ-менеджери провідних компаній страхової галузі. Процес удосконалення механізму взаємодії та зростання частки банкострахування (bancassurance) в структурі доходів як банків, так і страхових компаній, зокрема по автокаско, спонукали до проведення опитування.

Серед основних критеріїв вибору партнера в системі банкострахування респонденти визначили прийнятні умови співпраці – 62,5%; довіру до партнера та особис-

ті зв'язки – 37,5%; усталені партнерські відносини – 25%, "неписані правила" акредитації – 4,2%.

Ініціаторами налагодження співпраці, за словами експертів, у 54,2% виступали страхові компанії й лише 12,5% – банківські установи, решта 33,3% опитаних вважають, що йде взаємний процес: страхова компанія шукає нові канали збуту продуктів, а банк додаткового та постійного заробітку. Так, розмір комісії банку значно перевищує винагороду страховим посередникам, від цього в певній мірі різко зростає вартість послуги й знижується якість.

Фінансова криза, посилення конкуренції на ринку банківських послуг негативно вплинули на зростання доходів банків, а страховики у зв'язку із значним зменшенням показників автокредитування втратили стабільне джерело надходжень по автокаско.

В ході проведеного дослідження з'ясовано, що у світовій практиці існує декілька різновидів форм співробітництва страхових компаній і банківських установ, і її вибір має вирішальний вплив на формування доходів бізнес-партнерів в різних економічних умовах.

Основою для формування консолідованої банкострахового бізнес архітектури є її структурна побудова та моделі зрощення, взаємодії фінансових інституцій.

У світовій практиці існують різні погляди на моделі bancassurance. Так, в роботі Гріневої Т. з рейтингового агентства Standard & Poors приводиться п'ять моделей взаємодії банків зі страховими компаніями. А на думку Габідуліна І., концепція bancassurance передбачає лише дві моделі: коли банк купує страхову компанію або навпаки. Адаже лише за таких умов можливий створення єдиної інформаційної системи між банком і страховою компанією, без якої успішна реалізація концепції просто неможлива [6].

Слід зазначити, що багатьма сучасними науковцями поняття моделі банкострахування розглядається узагальнено.

Російський практик Яцентюк О. виділяє 3 моделі [7], з яких банки і страхові компанії, в залежності від економічної ситуації в країні, особливостей місцевого законодавства та інших факторів обирають спосіб входження у консолідований банкостраховий бізнес.

По-перше, банк та страхова компанія підписують договір, згідно якого згідно якого банківська установа зобов'язується виступати в якості офіційного представника страховика при реалізації його продуктів.

По-друге банківська установа і страхова компанія домовляється про взаємне володіння акціями.

По-третє банк повністю або частково купує страхову компанію.

Запропонований поділ не відображає усіх поглядів на цю проблему, та не відрізняється чіткою структурованістю, і над цим питанням працюють вчені і практики і в інших країнах, так французька наукова школа пропонує 4 основні моделі:

- ✓ договір банку з страховою компанією про дистрибуцію страхових послуг у відділеннях банку;
- ✓ об'єднання банківсько-страхових інституцій із переважною часткою банку;
- ✓ об'єднання банківсько-страхових інституцій із незначною часткою банку;
- ✓ повний контроль страхової компанії банком.

Лідером на початку розвитку концепції була Caisse Nationale de Prevoiance, державна страхова компанія, яка створила мережу близько 30 тис. банківських та навіть поштових відділень, що забезпечило їй першість за кількістю проданих полісів довгострокового накопичувального страхування життя. Також, у 1971–1973 рр. були засновані перші страхові товариства банками.

Одним з перших був банк Credit Mutuel котрий створив власну страхову компанію ACM Vie (Assurances du Crédit Mutuel Vie). Наразі фірма має у своєму розпорядженні 4 тис. відділень, та успішно діє.

Другий етап розвитку банкострахування у Французьких банках почався у першій половині 80-х років ХХ ст. Даний імпульс пов'язують з розвитком лібералізації, та зміцненням попиту у суспільства на пенсійне страхування, пенсійні реформи та старіння населення. Власне з даним етапом пов'язують перехід від не поєднаної спільним капіталом моделі – договорів про співпрацю, до більш інтегрованої моделі співпраці – фінансової консолідації. Наприклад, у 1980 році Banque Nationale de Paris Paribas, створив власну страхову компанію Natio Vie. Даний підхід, виправдав себе, про що свідчить тепер уже результативність групи Paribas, яка займає, домінуючі позиції у Франції.

Найефективніше діяльність bancassurance розвинулась на фінансовому ринку Франції на третьому етапі розвитку bancassurance у Франції. У 2003 році частка продажів через відділення банку сягнула 67%.

Консолідовані структури банківської установи і страхового товариства можуть бути надмірно чутливими до коливань кон'юнктури ринку. Теорія системного ризику вказує, що фінансові проблеми чи проблеми з ліквідністю однієї фінансової інституції можуть сприяти подібним проблемам у інших учасників фінансової системи, викликаючи, як наслідок фінансову і господарську кризу. Консолідована бізнес архітектура вимагає взаємного контролю усіх членів даної ієрархічної структури, тому що фінансові чи інші проблеми однієї інституції виступають каталізатором інших, а на рівні реноме бренду може бути прийнята як початок глобальної фінансової кризи, що є, на нашу думку, іще більшою небезпекою для фінансових інституцій. Враховуючи небезпеку, що супроводжує формування новітньої бізнес архітектури, приходимо до висновку, що до необхідності попереднього детального вивчення та аналізу фінансового ринку, а вибір моделі чи її зміну слід проводити поступово.

Формування консолідованої банкострахової бізнес архітектури в Європі з успіхом розвивається як у високорозвинених системах так і в країнах із невикористаним потенціалом фінансового ринку. Основними бар'єрами для розвитку є консервативні юридичні норми, а також труднощі в організації і управлінні продажами консолідованих фінансових послуг із відмінним характером. Успіх інтеграції залежить від простоти продуктів та послуг, а також наявності привілеїв, пільг в оподаткуванні довгострокового накопичувального страхування життя чи пенсійних програм, що додатково стимулює придбання саме цих довгострокових фінансових продуктів.

Тенденція до надання інтегрованих фінансових послуг в Європі розвинулася не рівномірно, проте прагнення до руху у даному напрямі є вже розповсюдженим явищем. А стрімкий розвиток дистрибуції страхування життя, зумовлений відповідним станом фінансового ринку та його не насиченістю довгостроковими фінансовими послугами. В цьому плані український фінансовий ринок має значні можливості та перспективи, зумовлені незначною прив'язаністю, призвичаєністю населення до класичних каналів дистрибуції страхових послуг. Може бути цінним для української практики досвід окремих Європейських країн, де дана концепція була реалізована із найбільшою ефективністю.

У Нідерландах популярною моделлю є формування фінансових конгломератів. Там зареєстровані одні із найбільших світових фінансових конгломератів, що пропонують повний спектр банківських, інвестиційних і страхових послуг. Такі як, ABN-Amro, ING, Rabobank і

Fortis. Rabobank виконує функцію центрального банку для кооперативних банків у Голландії. Страхові продукти – однаковою мірою, як страхування життя так і ризикового страхування – пропонувані через мережу 800 кооперативних банків.

Додатково, Rabobank увійшов до альянсу з Robeco – однією з найбільших незалежних європейських фінансових інституцій, управляючих інвестиційними фондами. Fortis Group також виникла в процесі консолідації комерційного банку зі значною мережею страхової компанії та інвестиційного банку. В ING Group, одній з найбільших за покриттям та одній з найвідоміших фінансових груп в Європі, у 1994 році було прийнято рішення консолідувати банківський та страховий бізнес і з цією метою було створено єдине правління для банку і страхового товариства. ING продовжує свій розвиток через поглинання нових фінансових інституцій, так мало місце придбання британського банку Barrings, а також декількох страхових товариств у США. ABN Amro був створений у 1990 р. консолідацією двох найбільших нідерландських банків, а через три роки банк утворив власне страхове товариство. Стратегія ABN Amro зорієнтована на закордонну експансію.

Фінансовий ринок Великої Британії є конкурентно насиченим, ознайомлений із фінансовими інноваціями. Та успіх британських банківських та страхових інституцій на міжнародній арені інколи ототожнюють із законодавчими нормативами, які дозволяли розвивати інновації і підприємництво. Нестандартним правовим рішенням є Building Societies Act від 1986 року, котрий зрівняв конкурентну позицію банківських установ та будівельних товариств, а окрім того цей закон дозволяв цим інститутам наявність чи створення власної страхової компанії, а також уможлиблював перетворення будівельних товариств у комерційні банки. Це зміцнило конкуренцію на ринку фінансових послуг та сприяло консолідації банківського та страхового бізнесу, створенню різноманітних форм банкострахування.

Всі чотири найбільші банки Великої Британії (Barclays, National Westminster, Midland і Lloyds TSB) були фінансовими конгломератами. Ними пропонувалися у банківських відділеннях більшість банківських послуг, та кожен із них займався також страхуванням. Моделі зрощення банківського та страхового бізнесу відображені у створення спільних підприємств, чи через вихід на страховий ринок банківської установи створюючи власну страхову компанію. На британському ринку все частіше банківські установи, що не здійснювали інтеграційну банкострахову стратегію, купують страхові інституції. Банківські товариства страхування життя використовують різноманітні канали дистрибуції продукції та основним залишається продаж страхових послуг клієнтам банку. Наприклад, Barclays Life продає поліси страхування життя трьома каналами: через безпосередній продаж, страхових брокерів і у відділеннях банку. Варто відзначити, що на останній канал припадає близько 90% продажів і основне навантаження зосереджено на працівниках банку та працівниках Barclays Life, що закріпленні за банківськими відділеннями. Вищезгадана схема уже отримала масове застосування у Великій Британії. У цьому контексті особливе місце відводиться взаємодії працівників банківської установи та страхової компанії. Серйозною проблемою може виявитися брак відповідних ліцензій і дозволів на продаж страхових продуктів у працівників банку. Одним з передвісників консолідації банківських і страхових послуг у Великій Британії є Lloyds TSB, який виник у 1995 р. з об'єднання банків Lloyds, а також Trustee Savings (TBS). Група Trustee Savings (TBS) утворила свою власну страхову компанію вже в 1972 р., на-

томість Lloyds купив інше страхове товариство в 1984 р. Жоден з цих банків не розвинув масово банкострахування до кінця вісімдесятих років.

У Великій Британії однією із основних проблем у формуванні консолідованої банкострахової бізнес архітектури, були проблеми менеджменту, а саме мотивація працівників банку до активного продажу страхових продуктів. Розвиток консолідації банківського та страхового бізнесу сприяв появі трьох варіантів вирішень даної проблеми функціонування:

- ✓ прийом на роботу спеціалістів із страхування у відділеннях банків. Метою цього було, кваліфіковано,
- ✓ ефективно та швидко позбавляти клієнта останніх сумнівів щодо необхідного страхового захисту та створити основу для співпраці та реалізації спільної ідеї;
- ✓ зарахування результатів продаж страхових продуктів у оцінці ефективності діяльності банківського відділення;
- ✓ базова оплата праці спеціалістів зі страхування повинна бути наближеною до аналогічного показника банківських працівників.

Окрім того, рекомендується паралельне застосування мотиваційних премій за результатами продаж.

Базовим чинником, що мав вплив на розвиток банкострахування у Великій Британії, були значні кошти аквізиції страхових послуг. На цьому надзвичайно розвиненому ринку страхування протягом багатьох років формувалась існуюча модель відносини між страховими компаніями та посередниками, що займалися реалізацією їх послуг. Вартість даної співпраці з розвитком конкуренції на ринку почала значно зростати. Таким чином з'явилася потреба побудови нових, за участю банків, дешевших методів дистрибуції страхових послуг. Іншим чинником, що мав вплив на успіх банкострахування, є тенденція притаманна не лише для представників Великої Британії, до лояльності перед однією фінансовою інституцією, такою у Британців є банк. Зростаюча конкуренція на ринку фінансових послуг повільно це змінює, проте і надалі, лояльність і довіра до банків у Великій Британії залишається значною.

Отже, протягом тривалої історії діяльності фінансові інституції не обирають єдиної моделі зрощення та функціонування банківського та страхового бізнесу, а у залежності від ситуації на ринку та наявних можливостей використовують ту чи іншу модель.

В перехідний період у банківській справі Польщі можливі переваги від співпраці банківської та страхової інституції оцінювались досить слабо. Основним аргументом були труднощі щодо нагляду за діяльністю таких фінансових груп. Проте вже в середині 90-х ХХ ст. було помічено, що страхові товариства від консолідації бізнесу мають можливість отримувати значні переваги, такі як:

- ✓ отримання від банківської установи інструментарію, що дозволяє проводити значні фінансові операції, в тому числі розміщення вільних грошових коштів;
- ✓ можливості отримання короткотермінових позичок на врегулювання раптових втрат, що дозволяє не розривати депозитних чи інших довготривалих інвестицій через раптові і короткотермінові потреби в вільних коштах;
- ✓ банки що мають розбудовану структуру філій і відділень, є дешевим та ефективним дистрибутором страхових продуктів.

Початок реформи банківської системи Польщі, було закладено, ще в 1986 році. З метою відмови від фінансування банками збиткових підприємств та пристосування ринкових принципів господарювання, а саме самостійності, самофінансування та збільшення повноважень керівництва щодо вибору стратегії розвитку. Першим суттєвим елементом було створення 9 комер-

ційних банків, на базі 430 відділень Національного Банку Польщі. В подальшому приватизація та консолідація сприяли створенню основ конкурентного банківського сектору і ця конкурентність постійно посилювалась входженням на національний ринок закордонних банків, котрі або самі створювали новий банк або активно брали участь у приватизації існуючих. Розвиток фінансового ринку в Польщі сприяв поступовому зростанню зацікавленості до можливостей дистрибуції страхових послуг через мережу банківських відділень. Даний інтерес носив швидше прикладний характер, зумовлений передбачливістю закордонної інституції та прагненням до запровадження довготермінової стратегії, що підтвердила свою ефективність у іншій країні. Прикладом такої стратегії є банк Рекао та його акціонер Allianz AG (2 % акцій), консолідація Kredyt Bank і Warty спільний закордонний стратегічний акціонер – банк KBC NV з Бельгії), чи договір про банкострахування підписаний PZU і Bank Millennium, де спільним акціонером є фінансова група BCP-Eureko [8]. Отже, основною моделлю функціонування банківського та страхового бізнесу у Польщі є консолідація фінансових інституцій, та не у формі безпосереднього об'єднання чи обміну частками акцій, а через третього учасника – спільного акціонера, що є складнішою формою консолідації бізнесу та довго тривалою, ніж наразі домінуюча в Україні акредитації страхових товариств у банківських установах. Відомі банківсько-страхові групи, що розвивають свою діяльність на території Польщі, це: Група Grupa Ergo Hestii із BPH PBK; Група Generali і Commerzbanku (спільний інвестор Банк Розвитку Експорту); Група Nordei; Група Commercial Union Polska (член групи CGNU) у співпраці із трьома банками Bank Zachodni WBK і BPH PBK – дистрибуція послуг із страхування життя у банківських відділеннях та з Citibank де Група Commercial Union Polska страхує власників кредитних карт та індивідуальних позичальників, що користуються споживчими кредитами [9].

У кожній з цих груп є закордонний інвестор, та часто використовують значні фінансові інвестиції між банками та їх страховиками – партнерами.

На основі ситуації на фінансовому ринку та теоретичних досліджень польський науковець Ковалевські О. розрізняє такі моделі функціонування банківського і страхового бізнесу:

- ✓ стратегія альянсу;
- ✓ стратегія спільного підприємства;
- ✓ стратегія створення власної інституції;
- ✓ консолідована модель [10].

Дві останні моделі характерні для банків із високим ступенем капіталізації.

На даному етапі розвитку фінансового ринку вигоду від дистрибуції своїх продуктів через банківські відділення, окрім страхових компаній мають інвестиційні фонди. Це може бути застереженням для страховиків, без відповідної цілеспрямованої діяльності вони можуть бути витіснені більш активними конкурентами. Тому важливим, на нашу думку, є спрощення страхових продуктів, це обумовлено тим, що такі краще продаються і не лише в банківській мережі. Польський ринок можна оцінити, як дуже змінний, що зумовлено молодістю та становленням і перспективним, як таким де є можливим розвиток подальшого процесу консолідації. Дослідження вказують на те, що зрощення банківського та страхового бізнесу надалі матиме місце та розвиватиметься в Польщі. Підтвердженням схожості прогнозів провідних фінансових установ Kredyt Bank, Warta і Warta Vita є оголошення конкурсу на польський відповідник терміну bancassurance, що є свідченням переконання фахівців,

топ-менеджерів значних інституцій та їх акціонерів у актуальності та подальшому розвитку консолідації банківського та страхового бізнесу у Польщі.

Отже, консолідація банківського та страхового бізнесу це суттєва зміна бізнес архітектури фінансового ринку, а саме не лише зміна його структури, але і запровадження нових моделей співпраці поміж учасниками ринку та формування продуктів і каналів, що не мали поширення до цього.

Для оцінки можливостей та перспектив формування консолідованого банкострахового бізнесу в Україні найбільш доречним, є досвід країн Західної Європи і Польщі, тому що ці країни, можуть служити прикладом розвитку фінансового ринку України. Українські фінансові інституції уже здійснили спробу консолідації банківського та страхового бізнесу, та навіть існують фінансові групи, що формують нову консолідовану банківсько-страхову бізнес архітектуру та прибутковість і частка ринку цих інновацій, що продовжує стрімко зростати, іще суттєво не вплинула на архітектуру фінансового ринку України. Такий стан є наслідком незначного розвитку страхового ринку та перевагою у банках короткострокових депозитів, що є свідченням лише формування сприятливого середовища для банкострахування. Однак, українські фінансові інституції перебувають в пошуку найбільш інтегрованих продуктів придатних до дистрибуції через банківські відділення в українських умовах. Всі ці заходи приймаються для того щоб при позитивній кон'юктурі ринку та змінах бути підготовленими, скористатись із цього та зайняти лідируючі позицію у консолідованій банкостраховій бізнес архітектурі України.

Сабодаш Р. зазначає, що в Україні діяльність щодо здійснення банківського страхування може існувати у трьох формах.

До першої й найтіснішої форми співпраці банку та страховика можна віднести створення фінансової холдингової групи, до якої входять банківські установи та страхові компанії. Однак у цієї форми існує ряд недоліків, що не дають можливості стати провідною формою існування банківського страхування.

Другою формою реалізації банківського страхування є діяльність на основі договорів про спільну діяльність, тобто шляхом створення простого товариства. Станом на сьогодні ця форма співпраці є найбільш перспективною.

Третьою формою співпраці є діяльність банків та страховиків на основі агентських угод. Ця форма співпраці є найбільш поширеною в сфері реалізації банками концепції банківського страхування [11].

Повністю, розділяємо думку про можливість функціонування консолідованого банківського та страхового бізнесу у даних формах та вважаємо за необхідне доповнити власними моделями. Та дещо розмежувати другу і третю форму. Використовуючи детальні напрацювання європейських вчених, де досвід даної діяльності значно більший.

Кожна із вище перелічених форм має свої переваги і недоліки, тому виникла необхідність детально проаналізувати моделі зрощення та функціонування банківського та страхового бізнесу. Найпростіша форма співпраці банківських та страхових інституцій на польському ринку – дистрибуційний договір, яке може бути одностороннім або двостороннім. При використанні одностороннього дистрибуційного договору страхова компанія продає страховий продукт у відділенні банку під власною маркою. Банківська установа за це отримує комісію від продажу даних фінансових продуктів. У випадку двостороннього порозуміння – страхове товариство має поширювати банківські продукти через власні канали за що отримує від банку комісію. Основною при-

чиною укладання такого договору є бажання банківської інституції набути досвід та ноу-хау в страховій сфері. Позитивною рисою даної моделі є незначні витрати на впровадження та функціонування й мінімальний ризик. Найчастіше ця модель використовується у випадку малих та середніх фінансових інституцій та при продажах високо комплементарних фінансових послуг. Але подібний альянс є нестабільним та короткотривалим.

Наступна модель співпраці банківського та страхового бізнесу злиття і поглинання. Якщо банківська інституція приймає рішення про поглинання страхової компанії, вона повинна виконати надзвичайно детальний аналіз даної фінансової інституції. Практика доводить, що часто злиття та поглинання приносять менші переваги ніж очікувалось, окрім того, практика доводить що існують негативні моменти у разі об'єднання банківської та страхової інституції. Адже у разі недосягнення очікуваних переваг, негативна ситуація відобразиться на мотивації персоналу, стилі менеджменту і як наслідок відобразиться у неповному використанні отриманих технологій, можливостей. Заслугує уваги той факт, що злиття та поглинання досить ризикові дії та їх вартість є значно вищою, ніж у інших моделях консолідації банківського та страхового бізнесу, у разі фіаско обраної стратегії. Вагомою перевагою є швидкість створення консолідованої банкострахової архітектури – нової фінансової інституції та отриманні банківською інституцією нових технологій.

Як окрема модель функціонування банківського та страхового бізнесу виділяється стратегічний альянс. Вона базується на порозумінні банківської інституції і страхової компанії щодо взаємного використання каналів дистрибуції фінансових послуг. Стратегічний альянс також може бути одно і двостороннім. Банківська установа або страхова компанія поширює фінансові послуги партнера через власті збутові мережі, за що отримує комісію. Стратегічний альянс недорогий та характеризується незначним ризиком. Сприяє поліпшенню конкурентоздатності стратегічних партнерів, але є короткочасним, нестабільним та не завжди ефективним. Негативний вплив на стратегічний альянс чинять відмінності у організаційній культурі банківської установи і страхової компанії, а також відмінності у системі оплати праці працівників.

Ми дещо не погоджуємось з таким трактуванням стратегічного альянсу, і в дане поняття вкладаємо дещо ширший зміст. Обумовлюємо це тим, стратегічність передбачає, в нашому розумінні, довгостроковість альянсу, а це можливо лише при використанні обміну акціями чи придбанням частки у капіталі інституції партнері.

Російські страховики за допомогою альянсів із банками вирішують актуальні проблеми низької капіталізації та недостатнього розвитку збутових мереж.

Ще одна форма консолідації банківського та страхового бізнесу – це викуп акцій, персональні домовленості акціонерів чи персональні домовленості керівництва інституцій. Подібні процеси призводять до створення банківсько-страхових холдингів.

Завдяки відмінностям у стані розвитку консолідації банківського та страхового бізнесу у окремих країнах, можна досліджувати різні інтеграційні моделі функціонування банківського та страхового бізнесу. І дані відмінності пов'язані із зростаючою консолідацією на світових фінансових ринках банківського сектору та страхування а також прагненням банків до перетворення в універсальні інституції, що здатні заповнити кожну фінансову потребу своїх клієнтів. Як доводить досвід, чим більш консолідована і об'єднана єдиним капіталом модель функціонування банківського та страхового бізнесу, тим більші та довго триваліші переваги і прибутки можливі від неї отримати[12].

Найбільш прийнятною моделлю інтеграції банку та страхової компанії, на даному етапі розвитку ринків, респонденти визначили взаємодію на основі партнерських відносин (62,5%), що цілком відповідає сучасній концепції маркетингу партнерських стосунків.

Входження банків у страховий бізнес породжує ряд нових явищ: загострення суперництва, яке йде на користь клієнтам як з огляду на цінову конкуренцію, так і на підвищення сервісу; на базі нового і додаткового для себе продукту банки можуть тісніше "прив'язати" до себе клієнтуру. Подібна співпраця об'єктивно вимагає не лише взаємної лояльності, а й певного рівня доброзичливості і партнерства. Необхідно враховувати, що на банківські продукти існує активний попит, який є вищим ніж на страхові, а тому коефіцієнт корисної дії при безпосередньому контактуванні з клієнтом через банки значно зростає.

Непрямі продажі страхових послуг (інтегрованого пакету) ґрунтуються на орієнтації на базові споживчі потреби, тому страховикам необхідно сприяти комплексному вирішенню потреб страхувальників, а не окремих його складових.

Поряд з цим, прямі продажі страхових послуг найефективніше застосовувати при укладанні договорів страхування, які вимагають попереднього огляду майна, за виключенням збуту масових стандартизованих продуктів підвищеного попиту.

На запитання "Яким непрямим пакетним продажам Ви надаєте перевагу?" 61% респондентів відповіли – продажу з основним банківським продуктом за повну вартість страхового, а решта 39% – продажу страхового продукту зі знижкою разом з основним банківським [13].

Так, 23% респондентів зауважили, що їх компанія через банківські установи реалізує понад 31% страхових продуктів; по 9% – від 26 до 30, від 21 до 25, від 16 до 20 та від 10 до 15; 18% – від 6 до 10 й 23% – до 5.

Через банківську мережу у докризовий період 83,3% опитаних реалізовували продукти страхування заставного майна; 79,2% – автокаско; 58,3% – страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів; 50% – страхування життя позичальника кредиту від нещасного випадку, 50% – страхування лізингу.

Відносно оптимістичні прогнози експертів про зростання банкострахування, зроблені до початку фінансової кризи, сьогодні вже сприймаються дещо інакше. Страховим компаніям зважаючи на наслідки фінансової кризи варто бути готовими до зменшення надходжень страховим платежів від банківських установ, а від так варто замислитись 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 левову частку платежів отримували від банку при страхуванні автокаско, заставного майна, при цьому сплачуючи останньому велику комісійну винагороду (іноді до 60%) й не проводили виваженої політики формування страхових резервів.

До факторів, які стримують процес реалізації страхових продуктів через банки в Україні варто віднести обмеженість кептивними інтересами, так вважає 66,7% респондентів; недостатня прозорість банківського та страхового бізнесу – 41,7%.

В ході дослідження встановлено, що у докризовий період своїм зростанням ринок банкострахування був зобов'язаний перш за все роздрібним видам страхування, зокрема автокаско. Наприкінці 2008 року ринок банкострахування України змінився радикально. Пере-

ломним був III квартал, хоча передумови до нього зріли з початку року. Темпи зростання внесків, що збиралися при автокредитуванні, відчутно сповільнилися під впливом кризи, а протягом 2009 року відбулося різке скорочення обсягів збуту через банківську мережу продуктів кредитного автокаско, страхування життя і здоров'я позичальників, іпотечного страхування.

Сьогодні в Європі банкострахування розглядають не лише як можливість продажу страхових полісів, пов'язаних з кредитуванням, але більшою мірою продаж полісів, зовсім не пов'язаних з кредитуванням.

В порівнянні із значними обсягом зменшеного кредитування, ринок банкострахування утримався від різкого падіння завдяки надходженню страхових премій по середньострокових і довгострокових договорах, укладених до кризи. Тим часом, експерти попереджають, що вже в 2010-2011 роках закінчиться термін дії переважної більшості "старих" договорів, укладених під час буму кредитування. Таким чином, протягом року припиниться потік страхових премій по цих договорах. Тому ринку загрожує короткостроковою падіння, навіть не дивлячись на сьогоднішнє поживлення кредитування.

Протягом 2008-2009 рр. розкручувався маховик демпінгу, який привів до зростання збитковості в автострахуванні. Компанії удавалися до демпінгу із-за зростання конкуренції і скорочення внесків. Особливо серйозно ця тенденція торкнулася сектора страхування майна юридичних осіб.

Боротьба за клієнта загострюється, про що свідчить тарифний демпінг, що активно почав застосовуватись страховиками у 2009 році. Багато компаній, не маючи достатнього обсягу страхових резервів, вимушені було вести операційну фінансову діяльність, спираючись тільки на страхові премії, що надходять. У цих умовах страхові тарифи стали чи не основним фактором в боротьбі за клієнта і визначалися зовсім не андеррайтерами, і звичайно на ризики в цьому випадку ніхто не зважав. Так, наприклад, тарифи по КАСКО на автомобілі знизилися за 2009 рік в деяких компаніях з 8% до 3%, що з урахуванням суттєвого згортання автокредитування та падіння втричі продажів нових автомобілів протягом 2009 року істотно понизили показники автострахування.

Найперспективнішими продуктами банкострахування в наступні роки, крім популярного страхування автокаско, стане страхування заставного майна, а також ВВВ (Bankers Blanket Bond), страхування емітентів банківських карт, D&O (страхування відповідальності директорів і посадових осіб). Якщо роздрібні види страхування росли завдяки зростанню споживання, то такі складні види страхування як ВВВ, страхування емітентів банківських карт, D&O є якісно іншими продуктами. На зростання попиту яких вплине розвиток фінансової системи і необхідність підвищення рівня ризик-менеджменту.

Проведений аналіз розвитку банкострахування в Україні дає підстави стверджувати, що ринок потрібно буде розбудовувати заново – абсолютно на нових принципах та підходах, побудованих на взаємній вигоді, обґрунтованій тарифній політиці і адекватних комісійних винагородах.

1. Łazowski J. Wstęp do nauki o ubezpieczeniach, LEX, Sopot 1998.
2. Журавин С. Г. Краткий курс истории страхования. М. – "Анкил", 2005. – с. 112.
3. Kociemska Hannas Usługa Bancassurance dla jednostek samorządu terytorialnego. - Warszawa: "CeDeWu", 2006. – 191s. st 107.
4. Каченко Н. В. Об'єднання банків і страхових компаній // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 2 (32). – С. 105–111.
5. Клапків М. С. Страхування фінансових ризиків: Монографія. - Тернопіль: Економічна думка, Карт-бланш. – 2002. – С. 358.
6. Габудулин І. А., Лушниченко В. Н. BANCASSURANCE позезентовски // Мир денег. – 2007. – №8-9. – С. 54- 59.
7. Яценчук О. Особенности банковского страхования: мировой опыт и российские реалии /Страховое дело. – 2006. – №2. – С. 9-16
8. Stojewska A., Bezpieczne lokaty dają coraz mniej zysku, Rzeczpospolita nr 127/2003 z

02.06.2003.9. Lepczyński B. Bankowość detaliczna. Perspektywy. Rekomendacje, CeDeWu, Warszawa 2002, s. 112. 10. Kowalewski O. Grupy bankowo-ubezpieczeniowe: strategie tworzenia, efektywność, Materiały i studia NBP nr 91/1999, s 11. 11. Страхування кредитних ризиків: цивільно-правові аспекти: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.03 / Р.Б. Сабодаш;

Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2007. – 19 с. с.5-6. 12. Gulbinowicz A. Rozwój działalności bancassurance ze szczególnym uwzględnieniem Polski/ Warszawa 2007 s.31-34. 13. Ю.Клапків, В.Тринчук Банкострахування: нові виклики та можливості // Страхова справа. – №3 (31). – 2008. – С.55-59.

Надійшла до редколегії 16.04.10

Н.В. Приказюк, канд. екон. наук, доц.
А.Ю. Марченко, асист.

СТРАТЕГІЇ ПОВЕДІНКИ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА СУЧАСНОМУ СТРАХОВОМУ РИНКУ

Досліджено сучасний стан страхового ринку, стратегії поведінки страхових організацій на сучасному страховому ринку та сприйняття страхових послуг потенційними страхувальниками

The modern insurance market, strategy of conduct of insurance organizations at the insurance market and perception of insurance services condition potential insure are investigated.

Згідно даних світового звіту про ринок страхування за 2008 рік – початок 2009 року, який був виданий Європейською асоціацією фінансового менеджменту та маркетингу (EFMA) страховий ринок у розвинутих країнах, а саме: Великої Британії, Іспанії, Італії, Нідерландів, Німеччини, Сполучених Штатів Америки, Франції та Швейцарії, має наступні тенденції:

- ✓ повільно рухається від статичного (незмінного) положення до більш нестійкого;
- ✓ багато ринків страхування розвинутих країн стали насиченими, а базові потреби більшості споживачів по суті є задоволеними, що, таким чином, обмежує сукупний потенціал до зростання даних ринків;
- ✓ на початку жовтня 2009 року дохід 956 страхових компаній у Західній Європі у зв'язку з фінансовою кризою зменшився в середньому на 6,7 відсотків;
- ✓ в середньому, споживач на розвиненому страховому ринку володіє 5,2 страховими полісами: 1,5 у сфері страхування життя та 3,7 у інших сферах.

Таким чином, перенасиченість страхового ринку різними страховими продуктами та майже 100% задоволеність потреб страхувальників зумовили неможливість проникнення на даний ринок інших страхових компаній та

зниження діяльності існуючих страхових компаній щодо залучення нових клієнтів та збільшення страхових премій.

Також результати недавнього проведеного дослідження компанії IBM свідчать, що в майбутні 15 років світовий страховий ринок чекає ряд радикальних перетворень. З'явиться принципово новий набір продуктів, послуг і бізнес-процесів, направлених на формування прибутку і довгострокове зростання галузі [1].

Метою статті є розгляд стратегій поведінки страхових організацій, спрямованих на збільшення розміру власного сегменту на страховому ринку, та зростання розміру зібраних страхових премій.

Світовий ринок страхування демонструє ознаки насиченості у багатьох країнах Західної Європи та Північної Америки. У цих розвинutih ринках головні страхові продукти були у наявності протягом досить довгого періоду часу, та потреби більшості споживачів вже задоволені. Опитування 11000 чоловік з різних країн, яке було проведено EFMA показує, що споживач розвинутого ринку володіє в середньому 5,2 страховими полісами: з яких 1,5 поліса – поліси зі страхування життя, та 3,7 поліса – інші види страхування (рис.1).

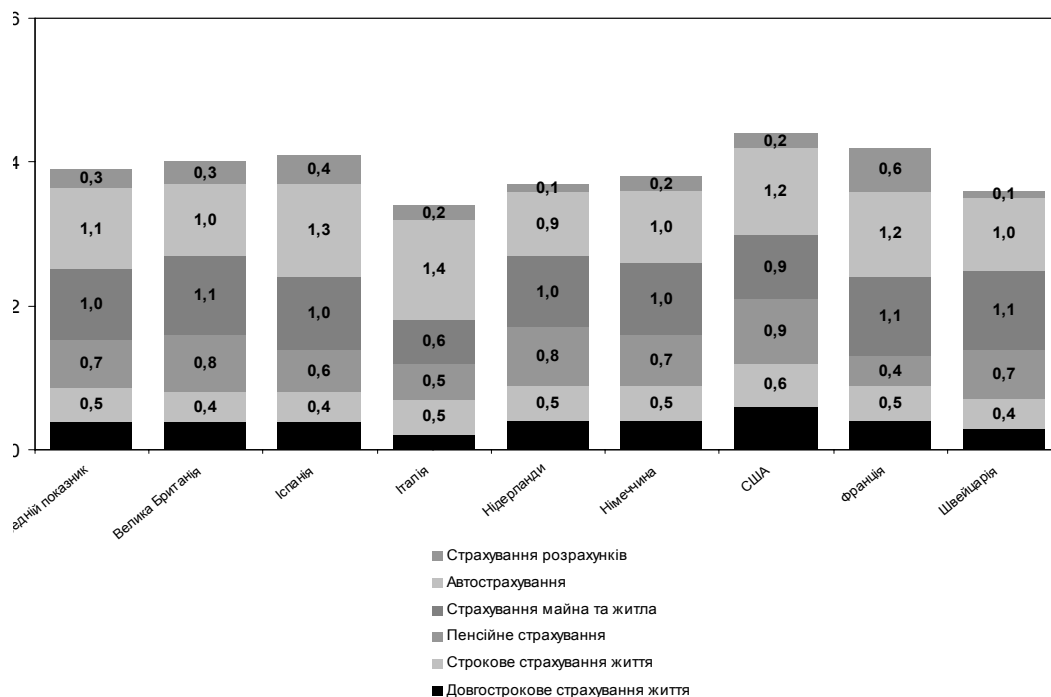


Рис. 1. Середня кількість полісів на одного споживача (для кожної країни)

Рівень проникнення на ринок є також високим, особливо у сфері базових продуктів страхування майна або від нещасного випадку: авто страхування, страху-

вання житла та іншого майна, які як правило є обов'язковими. Отож, оскільки рівень використання страхових продуктів дещо варіюється в залежності від країни та