

Рукопис опубліковано:

Федчун С.В. Банківсько-страхова інтеграція в умовах глобалізації на основі концепції «bancassurance» / Федчун С.В., Захаркіна Л.С. // Тези науково-практичної конференції II туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності "Фінанси, грошовий обіг і кредит", 19-21 березня 2014. – Ірпінь: Видавництво Національного університету державної податкової служби України, 2014. – С. 178–183.

С.В. Федчун

студентка 4 курсу факультету

економіки та менеджменту

Сумського державного університету

м. Суми, Україна

Науковий керівник:

Л.С. Захаркіна, к.е.н.

БАНКІВСЬКО-СТРАХОВА ІНТЕГРАЦІЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ “BANCASSURANCE”

Процеси глобалізації на фінансовому ринку, що в останні десятиліття набувають все більшого поширення, сприяють створенню нових товарів, послуг, фінансових інституцій, інтеграції різних фінансових посередників тощо. Одним із наслідків фінансової глобалізації можна назвати співпрацю банків і страхових компаній, що отримало назву “bancassurance”.

Виділяють три основні моделі офіційної співпраці між банками і страховиками [1]:

1) стратегічний альянс (банк продає продукти страховика і займається лише маркетингом страхового продукту);

2) повна інтеграція (банк або створює власну страхову компанію, або повністю чи частково купує страхову компанію, що представлена на ринку);

3) змішана модель (маркетинг здійснюється співробітниками страхової компанії, а банк відповідальний лише за залучення нових клієнтів).

Вітчизняні страхові посередники виділяють лише дві моделі розвитку “bancassurance”. Або коли банк купує страхову компанію, або навпаки. Оскільки лише за подібних умов можливе створення єдиної інформаційної системи між банком та страховиком.

Bancassurance приносить додаткові вигоди як для клієнтів банку, так і для страхової компанії: створення нових спільних продуктів, проникнення на нові ринки, залучення нових клієнтів тощо. Проте саме завдяки банкам ринок страхування в Україні отримує нові можливості та перспективи для зростання. Сторони поєднують канали продажів і клієнтські бази, а також відкривають доступ до внутрішніх фінансових ресурсів один одного, завдяки чому підвищується діяльність обох секторів економіки. За останні два роки ринок банківського страхування України значно виріс і, у порівнянні з оптовими та роздрібними продажами та почав приносити прибутки від 30 % у 2011 р. до 55 % у 2013 р.

За прогнозами експертів найближчим часом частка продажу страхових продуктів через банківську мережу постійно зростатиме. На сьогодні банківський канал збуту страхових продуктів в Україні посідає друге місце серед усіх можливих каналів (рисунок 1).

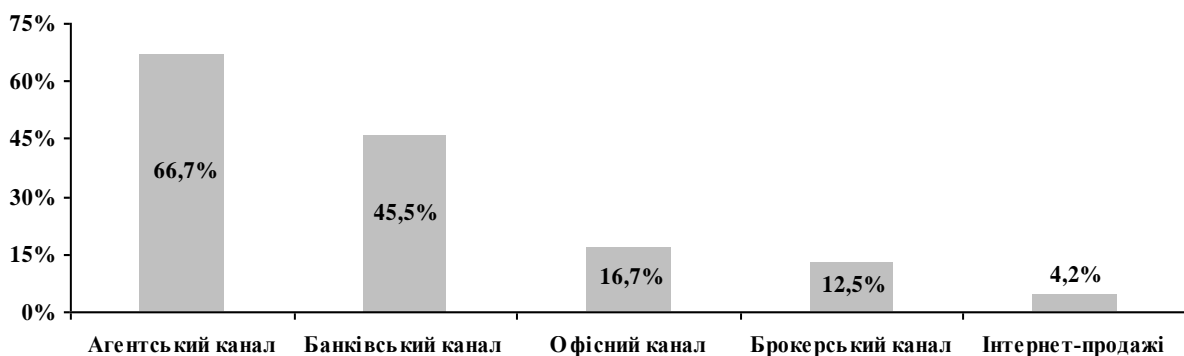


Рисунок 1 – Найбільш пріоритетні канали збуту страхових продуктів для страховиків в Україні (побудовано автором на основі [2])

У процесі співпраці кожна зі сторін намагається знайти оптимальний варіант співпраці, щоб максимізувати прибуток і мінімізувати залежність від свого фінансового партнера. Проте вибір оптимального варіанта співпраці банків і страхових компаній на сьогодні здійснюється переважно інтуїтивно. Тому за результатами теоретичного дослідження та аналізу діяльності банків і страхових компаній запропоновано алгоритм вибору оптимальної моделі співпраці банків і страхових компаній. За цим алгоритмом формулюється головна мета співпраці, відбувається попередня оцінка можливого партнера за

запропонованим інтегральним показником, а також оцінка власних позицій стосовно відповідного ринку (також на основі інтегрального показника).

У таблиці 1 представлено найбільш важливі часткові показники діяльності банків і страхових компаній, на основі яких розраховується інтегральна рейтингова оцінка.

Таблиця 1 – Основні показники діяльності банків і страхових компаній, що впливають на реалізацію концепції “bancassurance” (авторська розробка)

Показники діяльності банку (найбільш важливі для страхової компанії)	Показники діяльності страхової компанії (найбільш важливі для банку)
1. Статутний капітал банку, млрд. грн.	1. Статутний капітал страхової компанії, млн. грн.
2. Сума залучених коштів, млрд. грн.	2. Валові страхові премії, млн. грн.
3. Сума залучених коштів на 1 грн. статутного капіталу	3. Сума страхових премій на 1 грн. статутного капіталу страхової компанії
4. Відомість банку на ринку	4. Відомість страхової компанії на ринку
5. Лояльність (довіра) населення	5. Лояльність (довіра) населення
6. Кількість років активної діяльності на українському ринку	6. Кількість років активної діяльності на українському ринку

Для розрахунку інтегральної рейтингової оцінки комерційного банку пропонуємо застосовувати формулу 1.

$$K_{\text{банк}} = \sum_{i=1}^6 w_i \cdot a_i, \quad (1)$$

де $K_{\text{банк}}$ – показник рейтингової оцінки банку, $K_{\text{банк}} \in [0,1]$;

a_i – відносне значення показника діяльності банку, $a_i \in [0,1]$;

w_i – вага показника діяльності банку серед інших показників, $w_i \in [0,1]$.

Для розрахунку інтегральної рейтингової оцінки страхової компанії доцільно скористатися аналогічною формулою 2.

$$K_{\text{СК}} = \sum_{j=1}^6 w_j \cdot a_j, \quad (2)$$

де $K_{\text{СК}}$ – показник рейтингової оцінки страхової компанії, $K_{\text{СК}} \in [0,1]$;

a_j – відносне значення показника діяльності страхової компанії, $a_j \in [0,1]$;

w_j – вага показника діяльності страхової компанії, $w_j \in [0,1]$.

При різних сполученнях значень інтегральних показників K_{KB} та $K_{СК}$ сформовано матрицю вибору варіантів співпраці, яка представлена на рисунку 2.

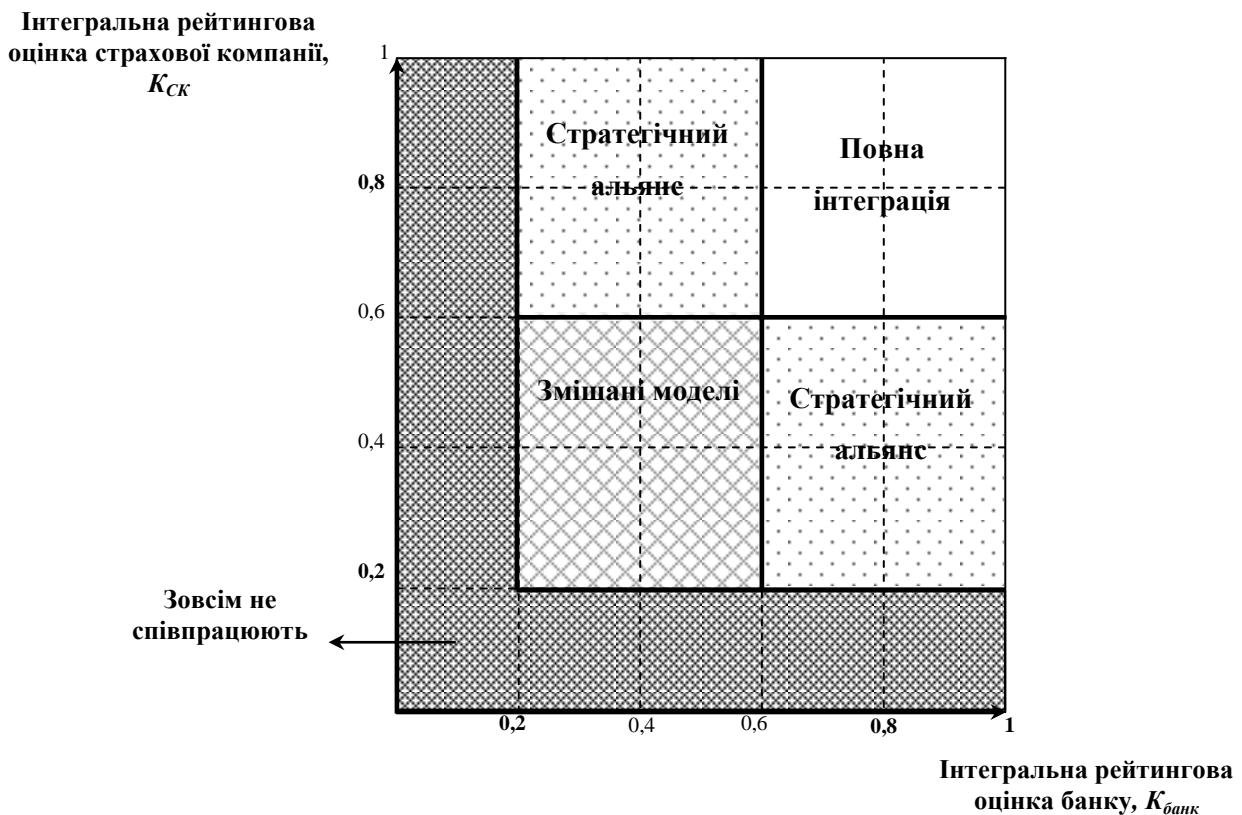


Рисунок 2 – Матриця співробітництва банків і страхових компаній на основі концепції “bancassurance” (авторська розробка)

Страховій компанії набагато легше обрати банк для співпраці: обрати потрібно надійний, відомий банк з розширеною системою дистрибуції для кращого розповсюдження страхових продуктів.

Для комерційного банку головною умовою для обрання страхової компанії є її надійність: щоб усі страхові випадки були оплачені і щоб банк не втратив довіру своїх клієнтів.

Розвиток концепції “bancassurance” від моменту виникнення до сьогодні пройшла довгий шлях розвитку: з’явилися нові форми співпраці, нові види продуктів, збільшилися розміри прибутків. Вже зараз у країнах з розвинутою економікою банки, від співпраці зі страховими компаніями, отримують 41%

прибутку, від загального обсягу. Сучасна структура доходів банків у світовому масштабі представлена на рисунку 3.

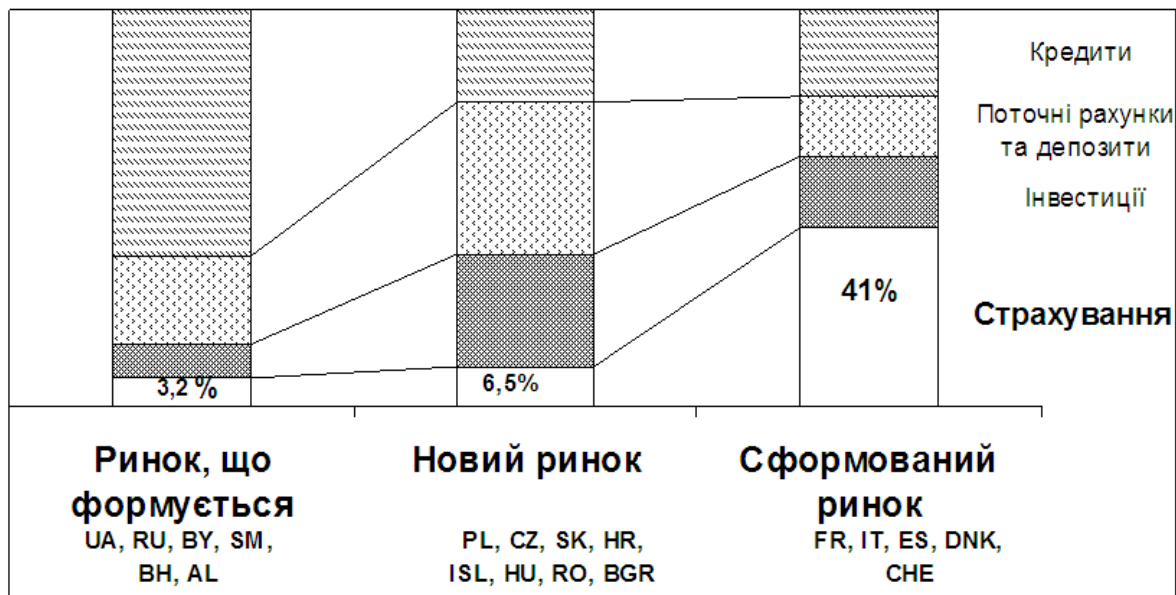


Рисунок 3 – Структура доходів банків: загальносвітові тенденції (побудовано автором на основі [3, с. 9])

Висновки: подальше зростання ринку банкострахування і спад попиту на агентські та брокерські послуги пов'язано, по-перше, із більшою довірою клієнтів саме до банків, як традиційних інституцій проведення фінансових операцій; по-друге, з тим, що страхові компанії отримують можливість доступу до каналів дистрибуції банківських установ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Остроушко Н.Є. Особливості використання страхових продуктів через мережу банківських установ за концепцією «bancassurance» [Електронний ресурс] / Н. Є. Остроушко, І. Е. Астахова – Режим доступу : [http://khibs.edu.ua/2\(9\)2010/R1/9.PDF](http://khibs.edu.ua/2(9)2010/R1/9.PDF). – Назва з екрану.

2. Клапків Ю. Банківське страхування: нові виклики та можливості / Ю. Клапків, В. Тринчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forinsurer.com/public/08/12/26/3665>. – Назва з екрану.

3. «Bancassurance» Retail Strategy (Ukraine).- [Электронный ресурс]. –
Режим доступа : <http://www.slideshare.net/cisbankers/»bancassurance»-retail-strategy-ukraine>. – Назва з екрану.