

Рис. 4. Схема фінансово-інвестиційного кластеру

Переваги співробітництва зі страховою компанією для банку: робота з надійним партнером зі страхування застав; закриття власних кредитних і операційних ризиків; управління резервами страхової компанії; просування банківських продуктів через страхову компанію (пластикові картки, страхування в кредит).

Переваги співробітництва з банком для страхової компанії: використання банківських каналів збуту для продажу страхових продуктів; просування страхових продуктів новому сегменту споживачів, готових отримувати фінансові послуги; страхування власних ризиків банку.

Загальні вигоди від співробітництва у межах кластеру: можливість створення спільного продукту з урахуванням усіх потреб клієнта; можливість позиціонувати себе як універсальний магазин фінансових послуг для клієнта; одержання синергічного ефекту від об'єднання збутових мереж банку і страхової компанії; розробка ефективного комплексу маркетингу, розрахованого на новий клієнтський сегмент, утворений на перетині банківських і страхових послуг. [3, с.168-169].

Загальні вигоди від співробітництва банків, страхових компаній з інформаційно-проектним бюро полягає у оперативному доступі до інформаційної бази даних та аналітичних ресурсів.

Сучасні умови господарювання потребують від усіх суб'єктів фінансового ринку адаптації до умов функціонування, які постійно змінюються. З метою подолання наслідків фінансової кризи та забезпечення подальшого розвитку окремі суб'єкти мають створювати певні об'єднання, засновані на спільності інтересів, які сприятимуть підви-

щенню конкурентоспроможності та ефективності діяльності всіх учасників. На особливу увагу заслуговує високий потенціал страхових компаній не тільки як страховиків ризиків, але й як активних інвесторів в межах застосування проектного фінансування, як сучасної форми надання фінансових ресурсів суб'єктам господарювання. Функцію ініціації та координації фінансово-економічного кластеру, заснованого на базі страхових компаній, банків та замовників проекту може виконувати спеціалізоване інвестиційно-проектне бюро, організаційні засади якого мають бути темою окремого дослідження.

1. Лук'яшко П.О. Трансформація схем залучення додаткових ресурсів суб'єктами господарювання на фінансовому ринку України // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №6. – С. 226-233 2. Єрмошенко А.М. Інформаційно-аналітичне забезпечення взаємодії страхових організацій і банківських установ // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №10. – С. 59-65 3. Ковальова Ю.М. Співпраця банків, страхових компаній і пенсійних фондів у рамках фінансового кластера // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №9. – С. 166-172 4. Грищенко Р. Тенденції банківського бізнесу: злиття банків страхових компаній та пенсійних фондів // Вісник Національного банку України. – 2004. – №2. – С.15-17 5. Співак Л. Функціонування та взаємодія банків і небанківських фінансових інститутів в Україні // Вісник Національного банку України. – 2004. – №7. – С.46-48 6. Фурман В. Перспективи створення альянсів страхових компаній і банків в Україні // Вісник Національного банку України. – 2004. – №7. – С.20-22 7. Бардиш Г.О. Проектне фінансування. Підручник. – 3-тє видання. – К.: "Хай-тек Прес", 2008. – 464с. 8. Куклік К.А. Фінансові можливості вітчизняних банків у сприятливих умовах розвитку проектного фінансування в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №9. – С. 173-183 9. Бойко К.В. Особливості використання інструментів хеджування ризиків господарської діяльності // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №6. – С. 203-212 10. Шелудько В.М. Фінансовий ринок: Навч. посібник. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання-Прес, 2003. – 535с.

Надійшла до редколегії: 8.12.2008

В.В. Клименко, канд. екон. наук, доц.

ВЗАЄМОДІЯ СТРАХОВОГО І БАНКІВСЬКОГО РИНКУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД І УКРАЇНА

У статті проаналізовано основні світові моделі співробітництва страхових компаній і банків. Охарактеризовано основні типи продуктів банківського страхування (bankassurance). Обґрунтовано перспективи формування і розвитку банківського страхування в Україні.

The main world models of insurance companies and banks co-operation are analyzed in the article. The basic types of bankassurance products are described. The prospects of bankassurance forming and development in Ukraine are proposed.

Однією з визначальних тенденцій на сучасному етапі розвитку ринку фінансових послуг є конвергенція – процес зближення різних його секторів і сегментів. Це дає можливість забезпечити зростання секторів фінансового ринку або зниження витрат внаслідок сильної конкуренції.

В Україні найбільш розвинений ринок банківських послуг. Небанківський фінансовий сектор все ще значно ві-

дстає від банківського як за загальним обсягом активів, так і за темпами їх зростання. Як свідчать статистичні дані за I півріччя 2008 року загальний обсяг активів банківського сектору становить 698,7 млрд. грн. (93,76%), а небанківського – лише 46,5 млрд. грн. (6,24%). Лідуючі позиції у небанківському фінансовому секторі посідає страховий ринок, обсяг активів якого становить 35,6

© В.В. Клименко, 2009

млрд. грн. (76,56%) [1]. І банківський, і страховий ринок в Україні стає все більш конкурентним, тому надзвичайно важливе позиціонування нових послуг. Крім того, довіра до банківського ринку у вітчизняних суб'єктів вища, і вони більше схильні до того, щоб купити страховий продукт саме в банку. Поєднання банківських і страхових продуктів є також одним із способів збереження відносин з клієнтами, оскільки наявність ширшого спектру продуктів може утримати клієнта від переходу в іншу організацію, що надає фінансові послуги.

Проблемам страхування, становлення і розвитку страхового ринку в Україні присвячені наукові праці В. Альошина, В. Базилевича, В. Загібного, І.Лютого, С.Осадця та інших вітчизняних вчених-економістів і практиків. Проте у сучасній науковій літературі і практиці не знайшли достатнього висвітлення питання взаємодії страхового і банківського ринку України, що становить потенційні можливості для подальшого розвитку цих сегментів фінансового ринку і економіки в цілому.

Метою статті є аналіз світового досвіду у сфері банківського страхування і окреслення можливостей його використання в Україні. Для досягнення цієї мети необхідно розв'язати низку завдань, зокрема: визначити основні етапи розвитку кооперації страхових компаній і банків; оцінити вигоди від кооперації для страхових компаній і банків; проаналізувати основні світові моделі співробітництва страхових компаній і банків; охарактеризувати основні типи продуктів банківського страхування (bankassurance); обґрунтувати перспективи формування і розвитку банківського страхування в Україні.

Створення спільних продуктів дуже перспективне і для страхових компаній, і для банків. У цьому переконає міжнародний досвід подібної співпраці. Зокрема, зарубіжні банки до 1/3 прибутку одержують від реалізації страхових продуктів. У Європі таким шляхом продається кожен третій поліс страхування життя. Подібна співпраця стає вельми перспективною і важливою для банків, тоді як норма процентної маржі доходу банку падає [2]. Компанії, що займаються продажем страхових послуг через банківські канали, пропонують додаткові послуги своїм клієнтам, значно скорочуючи витрати (банки в Європі скоротили витрати страхової компанії на розповсюдження продуктів і адміністративні витрати

на 30–50%), і пропонують клієнтам повний спектр фінансових продуктів.

Розглянемо досвід bancassurance в різних країнах. У Європі і США модель bancassurance почала розвиватися, коли і банківська, і страхова галузі знаходилися на етапі відносної зрілості. Компанії шукали способи захисту, збільшення і диверсифікації своїх доходів. Страхування життя і пенсійні продукти доповнювали традиційні ощадні продукти банків, тісно пов'язані з пропонованими ними фінансовими послугами фізичним особам. Банки вважали придбання страхових активів ефективним способом виходу на ринок довгострокових заощаджень і сподівалися, що страхування забезпечить потік доходів і низький ризик при помірному використанні капіталу.

У галузі страхування життя найбільш успішний досвід Південної Європи (Франції, Бельгії і Португалії). Серед основних причин успіху можна назвати такі: гнучке законодавство; зрілий ринок банківських послуг; простота пропозиції страхового продукту; висока довіра споживачів до банків. Менш успішний досвід мають Великобританія, Німеччина і Голландія, де домінують брокери (основним стримуючим чинником виступає досить жорстке законодавство у сфері маркетингу послуг). Щодо Азії, то тут в кожній країні складається така комбінація чинників, яка може або просувати спільний бізнес банків і страхових компаній, або, навпаки, гальмувати його (частка банківського страхування по страхуванню життя в Сінгапурі становить 24% суми всіх доходів, а в Японії – менше 1%). Загалом, в Азії на банківське страхування припадає незначний відсоток страхового ринку. В США банківське страхування лише починає розвиватися після відміни законів Макфадена і Гласса-Стігала, які забороняли банкам займатися інвестиційною страховою діяльністю [3].

У світі процес співробітництва страхового і банківського сегментів фінансового ринку пройшов кілька етапів розвитку – від взаємодії по окремих договорах (надання стандартної банківської послуги і страхування застави) до створення фінансових супермаркетів, які передбачають повну кооперацію страхових компаній і банків у межах одного холдингу, а також ринкові відносини між одним банком і кількома страховими компаніями або однією страховою компанією і кількома банками щодо надання комплексних послуг (рис. 1).

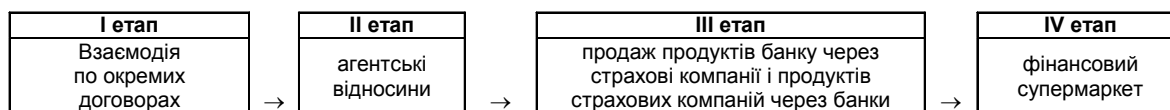


Рис.1. Етапи розвитку кооперації страхових компаній і банків

Банківське страхування несе вигоди як для страхових компаній, так і для банків. Зокрема, для страхових компаній це: диверсифікація продуктів; залучення нових клієнтів; оптимізація витрат на реалізацію страхових продуктів. Вигоди для банків:

- диверсифікація ризиків;
- залучення нових клієнтів;
- задоволення потреб постійних клієнтів;
- можливість управління резервами страхової компанії;
- просування банківських послуг через страхові компанії;
- співпраця з надійним партнером (страховою компанією) по страхуванню застав;

- одержання від страхової компанії значного джерела довгих грошей для банків;
- додатковий дохід (комісія).

Причому комісійну винагороду банк як агент страхової компанії може одержати трьома шляхами:

- за рахунок комісійної винагороди, надаваної страховою компанією, частково (або повністю) субсидувати процент по кредиту;
- отримати мінімальну ціну від страхової компанії, відповідно знизити витрати позичальника на одержання кредиту і страхового захисту;
- розглянути свою діяльність з продажу страхових продуктів як можливість одержати додатковий дохід у розмірі стандартної комісійної винагороди.

Ризики і успіх bankassurance пов'язані з поєднанням в ньому банківських і страхових послуг. Плюси і мінуси цього виду діяльності значно різняться залежно від структури, через яку реалізується стратегія bankassurance. Успішна стратегія ґрунтується на двох ключових моментах. По-перше, це здатність керівництва банку або страхової компанії визначити дохід, який можна одержати від розповсюдження "чужих" продуктів порівняно з доходом від ро-

зробки власних продуктів. По-друге, це відповідне рішення (з урахуванням наявних ресурсів, кваліфікації і системи управління ризиками) щодо доцільності брати на себе балансовий ризик, ризик втрати доходів або обидва ці ризики одночасно.

У світовій практиці виділяють п'ять основних моделей комбінації банківської і страхової діяльності (табл.1).

Таблиця 1. Моделі комбінації банківської і страхової діяльності [4]

| Моделі взаємодії банку і страхової компанії в межах bankassurance | | Основна характеристика структури |
|---|--|---|
| Структура 1: новостворена компанія | Банк створює дочірню страхову компанію або страхова компанія створює дочірній банк | Материнська компанія ретельніше контролює і краще розбирається в діяльності власної новоствореної, ніж придбаної дочірньої компанії. Банки, створені страховими компаніями, як правило, не мають власної мережі філій, і страхові компанії не доводиться нести ризики, пов'язані з управлінням такою мережею. У створених банками дочірніх страхових компаній відсутні успадковані ними портфелі активів і зобов'язань, характеристики яких можуть відповідати або не відповідати принципам групи або її готовності до ризику. Основним ризиком для новоствореної компанії є відсутність у неї перевіреної на практиці бізнес-моделі. |
| Структура 2: придбання активів в іншому секторі | Банк купує діючу страхову компанію або страхова компанія купує діючий банк | Основний ризик пов'язаний із здатністю менеджменту материнської групи включити управління ризиками придбаної компанії в існуючі системи ризик-менеджменту. Для банків, що купують страхові активи, це може виявитися складним завданням, оскільки структура доходів страхового бізнесу і його потреби в капіталі можуть бути абсолютно іншими, ніж в банківському бізнесі. Складним завданням для материнської страхової компанії може виявитися управління абсолютно іншими, ніж у неї, ризиками ліквідності і підходами до управління кредитним і ринковим ризиком, а також управління активами і пасивами банку. |
| Структура 3: спільне підприємство | Банк і страхова компанія створюють спільне підприємство | В такій структурі, як правило, банк забезпечує бренд, клієнтів і філіальну мережу, а страхова компанія – продукти, адміністрацію і обслуговування клієнтів. Основний ризик полягає у тому, що кожен акціонер продовжує забезпечувати відповідну підтримку спільному підприємству. Банк не схильний до прямого балансового ризику, але несе ризик втрати доходів і ризик репутації. |
| Структура 4: стратегічний альянс з метою розповсюдження продукту | Банк і страхова компанія укладають стратегічну угоду про розповсюдження продуктів | Ця структура забезпечує гнучкість обом сторонам. Основним ризиком, з яким стикається банк, що поширює страхові продукти, є ризик виконання вимог, хоча банк повинен також враховувати наслідки незадоволення клієнтів продуктами або обслуговуванням страхової компанії. У страхової компанії може бути відсутній контроль за якістю клієнтської бази або якістю роботи підрозділу з продажу страхових продуктів. |
| Структура 5: посередництво | Банк виступає незалежним посередником страхової компанії | В цій структурі банк пропонує клієнтам рекомендації щодо найбільш оптимального страхового продукту на ринку. Банк несе ризик невиконання вимог у відділенні продажу страхового продукту і повинен дати оптимальні рекомендації. Це вимагає спеціальної підготовки персоналу і, можливо, внесення змін в корпоративну культуру деяких організацій. |

До 2001 року найбільшою популярністю в Європі користувалася модель, заснована на структурі 2. Багато європейських груп, що надають фінансові послуги, поєднували банківську і страхову діяльність. Такий союз став особливо привабливим у 1990-х роках, коли багато компаній прагнули забезпечити зростання за рахунок диверсифікації. Наприклад, на початку 1990-х в Європі були створені такі фінансові конгломерати, як група Fortis і ING. Обидві групи впродовж минулого десятиліття купували банки і страхові компанії. У другій половині 1990-х в різних країнах Європи збільшилася кількість злиттів і поглинань. Наприклад, такі компанії, як Lloyds TSB Bank PLS (Lloyds TSB) і Allianz AG (Allianz), придбали активи в іншому секторі в цілях розширення свого бізнес-профілю. У період після 2001 року у європейських банків, що працюють одночасно в банківському і страховому сегментах, виникли серйозні проблеми, обумовлені нестійкістю ринків акцій, внаслідок чого європейська модель bankassurance еволюціонувала у бік структури 4.

У США найбільш успішно працювала модель, заснована на структурі 5. Американські клієнти більше схильні звертатися до брокерів, щоб їм запропонували цілий спектр продуктів конкуруючих страхових компаній, з яких можна вибрати найкращий варіант. Деякі банки, зокрема BB&T Corp., Wells Fargo & Co. і Wachovia Corp., створили великі підрозділи, що займаються брокерською діяльністю в галузі страхових послуг, одержуючи від неї до 10% доходів.

Усі продукти bankassurance можна поділити на дві групи:

1) Прості продукти, які інтегруються в банківський продукт. Це може бути або автоматична страховка або додаткова опція по вибору клієнта. Простий продукт не повинен ускладнювати продаж банківського продукту, його ціна повинна бути відповідною. Звичайно він продається співробітниками банку.

2) Складні продукти, які продаються незалежно від банківського продукту співробітниками страхових компаній або спеціально підготовленими співробітниками банку.

Існують різні технології продажів страхових продуктів через банки. Найчастіше їх продаж здійснюється в комплекті з банківською послугою. На сьогоднішній день, страхування у зв'язку з одержанням кредиту — це наймасовіша з подібних технологій. Придбання поліса у такому випадку є неодмінною умовою банку. Кредитний напрям стає фундаментом для майбутньої взаємодії банків і страхових компаній.

Страхові компанії, у свою чергу, зацікавлені в позиції банком наступних послуг:

1) Класичне страхування майна (автотранспорту, вантажів, нерухомого майна, цінностей, електронного устаткування) і персоналу банку, який, в основному, одержує добровільне медичне страхування і страхування життя.

2) Страхування заставного майна і життя позичальника кредиту.

3) Кредитне страхування.

4) Страхування відповідальності банківських службовців і страхування пластика від ризиків підробки, втрати або протиправного використання третіми особами.

Обираючи страхову компанію у якості партнера банк керується такими критеріями:

- надійність страхової компанії;
- наявність у страхової компанії мережі філій;
- готовність страхової компанії у повному обсязі користуватися продуктом банку – депозитами, розрахунково-касовим обслуговуванням тощо;
- набір страхових покриттів (індивідуально для кожного конкретного банку);
- швидкість прийняття рішень по страхуванню (можливість застосування IT-рішень);
- позиціонування банку як фінансового консультанта (розвиток програм лояльності клієнтів);
- наявність фахівців;
- досвід і маркетингова позиція страхової компанії на ринку.

Зрозуміло, що впровадження bancassurance вимагає великої роботи. Необхідно розробити просте страхове рішення. Це важливо і для співробітників банку, які продаватимуть страховий продукт, і для клієнта, який купуватиме поліс. Продукт повинен бути очевидним, щоб на його розуміння не потрібно було витратити багато часу. Необхідно звернути увагу і на вартість страхового продукту, її відношення до місячних виплат клієнта. Що ж до технологій, які вкладаються в страхові продукти по bancassurance, достатньо великий потенціал лежить в області збору премії. Сьогодні більшість страхових компаній збирає страхові премії з клієнта готівкою. Західні ж компанії списують їх з рахунку клієнта, що дозволяє перейти до місячної розстрочки платежу по страховій премії. Для того, щоб це здійснити у нас, необхідно оптимізувати IT-технології. Також при створенні продуктів bancassurance важливо правильно побудувати систему мотивації. Продукт повинен бути якісним, і співробітник банку повинен розуміти це. У нього повинна бути впевненість, що продукт дійсно заслуговує на те, щоб продавати його клієнту. Необхідно включити продажі по продукту Bancassurance, нарівні з іншими продажами, в план продажів банку. Банк повинен бути готовий вбудувати мотивацію по продуктах bancassurance в свою внутрішньобанківську мотивацію.

В Україні банківсько-страхові відносини обмежуються страхуванням застави, фінансових ризиків банку і відповідальності за погашення кредиту позичальника. Співпраця банків і страхових компаній повною мірою реалізується лише в автотехнологіях. Тільки починає розвиватися страхування життя позичальника. Не використовуються такі високотехнологічні продукти, як накопичувальне страхування життя.

Складним є питання акредитації страхової компанії в банках, яка не завжди є прозорою, і більшою мірою залежить від лояльності банку до страхової компанії. Проте практика акредитації банками страхових компаній в рамках страхування кредитних програм справляє позитивний ефект на статус страховиків. Це свого роду додаткова перевірка фінансової стійкості компанії і можливості виконання своїх зобов'язань. З іншого боку, акредитація може перешкоджати співробітництву, оскільки сприймається страховими компаніями як додаткові витрати. Крім того, страховик вимушений додатково до акредитації розмістити на банківських рахунках депозитний внесок. І тому страховику необхідно дуже чітко визначити – яка прибутковість по депозиту, і які ризики він одержить натомість.

Нині в кожному великому банку України акредитовано близько 40-60 страхових компаній. З іншого боку,

кожна страхова компанія акредитована не в одному, а відразу в декількох банках. При цьому банки прагнуть нав'язати свої умови гри на кожному етапі технологічного процесу і навіть створити страховий продукт, написавши самостійно договір страхування і визначивши страховий тариф і розмір комісійних [5]. Водночас у порівнянні з доходами від банківських операцій питома вага комісійної винагороди дуже мала і не може виступати істотним чинником при здійсненні операцій банківського страхування. Проте, їх величина – суттєвий елемент у виборі страхового контрагента. При високому рівні конкуренції страховики йдуть на суттєві витрати (офіційні і неофіційні) з метою завоювання ринку.

Ще однією проблемою є те, що технічне програмне забезпечення банку (спрямоване на підтримку операційних і кредитних програм) не припускає продаж банківськими співробітниками страхових продуктів, тому страхові компанії надають свою систему, інтегруючи її з системою банку щоб уникнути великої кількості помилок і подвійного введення інформації. У наших умовах, рівень автоматизації бізнесів-процесів в банках набагато випереджає рівень автоматизації в страхових компаніях. Всі банки працюють в режимі "операційного дня", тобто щодня закривають баланс проведених за день банківських операцій. Більшість великих банків володіє центральними сховищами даних і OLAP-системами, які дозволяють здійснювати управлінський облік і оперативно аналізувати стан бізнесу. Набагато менше число банків має засоби автоматизації фронт-офісу, який дає можливість ефективно обслуговувати значне число індивідуальних клієнтів банку. Число банків, що володіють інтегрованими банківськими системами, ще менше. Це пояснюється високою вартістю подібних систем. Безумовно, успіх проекту bancassurance безпосередньо залежить від рівня автоматизації бізнесів-процесів в банку. В тому випадку, якщо бізнеси-процеси в головному офісі банку не автоматизовані достатньою мірою, то очевидним є високе завантаження менеджерів банку і, як наслідок – дефіцит часу для участі в бізнес-процесах проекту bancassurance.

Взагалі, практика партнерських відносин між банком і страховою компанією в Україні відрізняється від зарубіжної через специфіку українського ринку фінансових послуг, а саме: незначна поширеність страхування; недосконалість страхового законодавства; низька довіра клієнтів до страхових компаній; "непрозорість" страхових послуг і наявність великої кількості кептивних компаній. Сьогодні страховий ринок України потрапив в достатньо сильну залежність від банківського сектора. Така залежність вже відобразилася на страхових компаніях, чий бізнес зав'язаний на банківському страхуванні: як тільки обсяги кредитування знижуються – спостерігається падіння обсягу страхових платежів. До того ж банки сьогодні не дуже зацікавлені в розповсюдженні страхових продуктів, хоча і декларують свій інтерес. Тільки з падінням обсягів кредитування і диверсифікацією банками своєї діяльності можливий перехід банківсько-страхових відносин на більш конструктивну і взаємовигідну основу.

Підсумовуючи вищеведене, можна зробити висновок, що український фінансовий ринок ще не повністю дорівнює для створення продуктів банківського страхування (bankassurance), проте певні кроки у цьому напрямі вже зроблено. Безумовно, у виграші від співробітництва будуть ті страхові компанії, що першими зайняли сегмент банківського страхування, яке в перспективі буде все більш затребуваним. Позитивним є те, що технології для продажу продуктів bancassurance і страхових продуктів по схемі bancassurance вже відпрацьовані, і нам не потрібно

щось винаходити, оскільки можна перейняти західний досвід і впровадити вже відпрацьовані технології у себе.

1. Результати розвитку ринків небанківських фінансових послуг України за I півріччя 2008 року // Офіційний сайт Державної комісії з регулювання ринку фінансових послуг України. – Режим доступу до звіту: http://www.dfp.gov.ua/fileadmin/downloads/Zwit_1_pivrichja_2008.pdf 2. Александрова С. Н. Общие характеристики продуктов Bancassurance компании // Сотрудничество банков и страховых компаний: Материалы Конференции (Москва, 2006). – Режим доступу до статті: <http://www.raexpert.ru/conference/2006/sotrudnichestvo/stenogramma/alex>

androva. 3. AkiraYasuoka. Prospects for Bancassurance: Trends towards Integration of Banking Services and Insurance Sales// NRI Papers, 2005, № 85. – 14 p. 4. Гринева Т. Bancassurance в Европе, США и России: сходства и различия // Атлас страхования, 2007, № 5. – Режим доступу до журн.: <http://www.ininfo.ru/mag/2007/2007-05/2007-05-002.html>. 5. Загребной В.Н. Проблемы и перспективы развития инновационных моделей сотрудничества банка и страховой компании // Материалы III Украинского банковского форума института Адама Смита (Киев, 2008). – Режим доступу до статті: http://bbs.com.ua/useful_information/index.php?id=46&sid=1165.

Надійшла до редколегії: 17.12.2008

Ю.М. Коваленко, канд. екон. наук, доц.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ СТРАХОВИХ РЕЗЕРВІВ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто принципи розміщення страхових резервів: безпечність, ліквідність, прибутковість, диверсифікованість. Проаналізовано вітчизняні правила розміщення страхових резервів. Доведено, що страхові компанії не мають достатньо інструментів, прийнятних для інвестування їх коштів. Введено ще один принцип розміщення страхових резервів – принцип контролю за інвестиціями.

The article deals with the principles of the insurance reserves distribution: safety, liquidity, profitability and diversification. The domestic rules of the insurance reserves distribution are analyzed. It is proved that the insurance companies do not have enough tools for investment of their funds. Another principle of insurance reserves distribution is introduced – the principle of control on the investments.

Інвестиційна діяльність страхових компаній, джерелом якої є тимчасово вільні залучені кошти, досить жорстко регулюється державою. Це пояснюється не тільки природою інвестованих коштів страхових організацій, а й відсутністю у фактичних власників цих грошових коштів (страхувальників), об'єктивної можливості контролювати наскільки ефективно страховик розпоряджається наданими йому коштами.

Оскільки основним джерелом інвестицій страхової компанії є страхові резерви, держава встановлює певні обмеження на форми і умови розміщення цих коштів. При цьому спостерігається постійне зростання фінансового потенціалу страховиків, що зумовлює необхідність державного регулювання їх інвестиційної діяльності. Форми і методи цього регулювання, як правило, відображують національні особливості страхового та інвестиційного ринку.

Загалом, проблеми розміщення страхових резервів багатогранні й актуальні. Механізмам інвестування та участі у ньому страхових компаній присвячені роботи таких відомих вчених: З.Боді, Є.Жукова, А.Маркуса, А.Кейна, Д.Кідуелла, Б.Койлі, Р.Колба, Г.Насирової, Р.Родрігеса, Ф.Фабозці. Серед українських науковців, роботи яких присвячені дослідженню даних проблем, варто виділити В.Базилевича, О.Барановського, Н.Внукову, О.Гаманкову, В.Корнєєва, С.Осадця, А.Пересаду, В.Шелудько.

Зважаючи на значний світовий прогрес у розробці новітніх фінансових інструментів, методів інвестування коштів і державного регулювання, ряд питань, пов'язаних з діяльністю страхових компаній на фінансовому ринку України, є недостатньо вивченими вітчизняними фахівцями і потребує подальших досліджень у частині теоретико-методологічних засад і практики функціонування страховиків у процесі розміщення страхових резервів. Вказане свідчить про необхід-

ність вивчення принципів розміщення цих резервів, а також впливу держави на ці процеси з метою повноцінної інтеграції страхового сектора України в міжнародний ринок капіталу, що й зумовлює актуальність даної статті.

Згідно ст.31 Закону України "Про страхування" [1], для забезпечення ефективною інвестиційною діяльністю коштів страхових резервів повинні розміщуватися з урахуванням безпечності, ліквідності, прибутковості, диверсифікованості.

Безпечність, як принцип розміщення страхових резервів, означає, що страхова компанія несе інвестиційний ризик – ризик втрати вкладеного капіталу та очікуваного доходу –, тому вона повинна проводити достатньо зважену інвестиційну політику, яка б забезпечувала збереження та приріст страхових резервів. З точки зору страховика авантюризм є інвестування коштів у дуже дохідні активи, оскільки в такому разі під ризик підпадає не стільки дохід від інвестицій, скільки можливість повернення вкладеного капіталу [2, с.617].

Ліквідність – це принцип, згідно з яким загальна структура вкладень страховика повинна бути такою, щоб у будь-який час він мав у наявності суму коштів, яка б забезпечувала виплату страхувальникам страхових сум у межах встановлених строків. Так, наприклад, кошти, отримані за договорами ризикового страхування, бажано інвестувати переважно у високоліквідні і короткострокові активи. Визначаючи ліквідність інвестицій, слід звернути увагу на два важливі чинники – ринкову ціну і надійність, які враховуються у разі екстренного продажу активів компанії, і при цьому ціна реалізації інвестицій має бути не нижчою за їх балансову вартість.

Таблиця 1. Оформлення тесту раннього попередження для показника ліквідності активів [3]

| Вид показника | Розраховане значення показника | Оціночна шкала | Коефіцієнт | Фактична оцінка |
|---|--------------------------------|---|------------|-----------------|
| Показник ліквідності активів (ПЛА) для страховиків життя | | 1. 95 ≤ ПЛА 2. 80 ≤ ПЛА <95 3. 65 ≤ ПЛА <80 4. ПЛА <65 | 0,10 | |
| Показник ліквідності активів (ПЛА) для страховиків не життя | | 1. 60 ≤ ПЛА 2. 50 ≤ ПДІ <60 3. 40 ≤ ПДІ <50 4. ПДІ <40 | 0,125 | |