

направлення по структурно-функціональній модернізації потребительського ринку України.

Ключевые слова: модернізація, конкурентоспособність, проблеми розвитку, потребительський ринок, SWOT-аналіз.

Popadynets N. Modernization of Ukraine's Consumer Market: Major Stages of Implementation.

The article dwells on major problems of consumer market development related to internal and external factors. The SWOT-analysis of consumer market development is conducted. The classification of consumer market is provided. The stages and directions of structural and functional modernization Ukraine's of consumer market are suggested.

Keywords: modernization, competitive ability, development problems, consumer market, SWOT-analysis.

Дата надходження до редакції: 22.04.2017

Рецензент: д.е.н., професор Монастирський Г.Л.

УДК 336.71:368.8

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ БАНКОСТРАХУВАННЯ

В. В. Тринчук, к.е.н., доцент, Інститут післядипломної освіти та бізнесу, м. Київ

В. В. Кучеренко, аспірант, Київський національний торговельно-економічний університет

У статті досліджено економічну природу банкострахування, здійснено огляд моделей розвитку банкострахування в різних країнах світу, виділені найважливіші сучасні тенденції та проблеми розвитку співпраці банківських установ та страхових компаній в іноземних країнах. З метою адаптації позитивного зарубіжного досвіду визначено можливі напрямки для ефективного формування та розвитку національної моделі банкострахування.

Ключові слова: банківська установа, страхова компанія, банкострахування.

Постановка проблеми. У зв'язку з посиленням конкуренції на ринку фінансових послуг, банки та страховики постійно диверсифікують джерела своїх доходів, розробляють й впроваджують нові спільні продукти, розвивають альтернативні форми взаємодії.

Останнє десятиліття на фінансовому ринку України реалізується концепція взаємодії банківських установ і страхових компаній. Сутність даного виду взаємодії фінансових установ полягає в інтеграції банків і страхових компаній з метою координації продажів, поєднання страхових і банківських продуктів, налагодження спільних каналів їх розповсюдження, розширення клієнтської бази та виходу на нові сегменти ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку банкострахування присвятили праці Н. Аванесова[3], Лі Аллен [16], В. Волкова[2], Ф. Джолі[6] А. Єрмошенко[8], С. Козьменко і К. Багмет [19], В. Кремень[1], Ю. Клапків[5], В. Козирев[7], Г. Ніша та Е. Мукерджі [14], Р. Пікус і Г. Олійник[4], С. Рупалі [17], Б. Шарма і Р. Вхатея [18].

Невирішені частини досліджуваної проблеми. Наявність значної кількості авторів, які тією або іншою мірою торкалися проблем банкострахування свідчить про безперечне теоретичне і практичне значення дослідження інтеграційних процесів у фінансовому секторі.

Проте, при розгляді питання щодо пошуку шляхів удосконалення вітчизняної моделі розвитку банкострахування, саме ґрунтовне вивчення та врахування зарубіжного досвіду набуває усе більшої актуальності.

Мета та завдання дослідження. Метою

даного дослідження є аналіз та узагальнення сучасного стану, тенденцій і проблем формування та розвитку банкострахування в зарубіжних країнах, визначення його особливостей з метою використання іноземного досвіду щодо співпраці банків та страхових компаній в Україні. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: з'ясувати економічну сутність банкострахування, здійснити огляд моделей розвитку банкострахування в різних країнах світу з метою адаптації зарубіжного досвіду та ефективного формування і розвитку національної моделі банкострахування.

Виклад основного матеріалу. В ході дослідження зосередили увагу як трактується термін «банкострахування» різними науковцями та практиками в сучасній економічній літературі.

У вузькому значенні – продаж страхових продуктів через мережу банку, а у широкому – залучення банківських установ в процес виробництва, маркетингу та розповсюдження страхових послуг [1, с.100]. Дискусійним є питання залучення банку в процес виробництва страхових продуктів. У вузькому – зустрічаємо також тези про те, що в умовах трансформації економіки ефективним методом мінімізації кредитного ризику банку може стати саме банкострахування [2, с.55-56].

Науковців об'єднує спільна думка стосовно того, що під банківським страхуванням слід розуміти продаж страхових продуктів через мережу банків, вважає Н. Аванесова [3, с.6]. Недоліком банкострахування вчена визначає можливе падіння довіри до банківської установи з боку тих клієнтів, які вважатимуть інтегровані продукти

непотрібними чи нав'язливими [3, с.9]. Р. Пікус та Г. Олійник трактують банкострахування як взаємодію з метою створення, просування та продажу спільних продуктів; злиття страхових та банківських каналів збуту; об'єднання клієнтських баз та освоєння нових ринків; отримання доступу до внутрішніх фінансових ресурсів партнера [4, с.18-19].

На нашу думку, у широкому трактуванні банкострахування – це інтеграція діяльності фінансових посередників – банків і страхових компаній з метою розповсюдження страхових продуктів через банківську мережу. Ця стратегія є, по-перше, взаємовигідною як для банку та страхової компанії, так і для їх клієнтів, а по-друге, має свої форми та моделі.

Банкострахування покликано забезпечити диверсифікацію банківських послуг, отримати додатковий дохід для банків, сприяти розвитку страхового ринку шляхом збільшення збору страхових премій та реалізувати ідею синергізму між двома партнерами: страховиком та банком, а для клієнта надати за зниженою ціною високоякісну послугу.

Важко не погодитись з думкою вчених, що серед головних напрямів подальшого розвитку банкострахування в Україні будуть виступати: підвищення довіри з боку населення до страховиків, удосконалення сучасного законодавства, підвищення конкурентоздатності банківських установ і страхових компаній, а також покращення інформованості потенційних клієнтів [2, с.59].

У подальшому банкострахування трансформується в ряд похідних форм залежно від країни та існуючих там законодавчих обмежень інтеграційних процесів між фінансовими посередниками. Так виникло *assurfinance* – де ініціатором поєднання виступають страхові компанії, *allfinance* – приклад універсального банку в Німеччині [5], *caissassurance* – різновид фінансової інтеграції у Квебеку, започаткований найбільшою фінансовою банкостраховою групою Канади – *Desjardins Group* [6, с. 307]. Усі ці терміни різняться і мають свої особливості, але вони зводяться до одного – у кінці ХХ ст. світова економіка, здебільшого економіка розвинених країн, взяла курс на глобалізацію, об'єднання капіталів різних фінансових посередників та інтеграцію їх діяльності для створення універсальної фінансової установи, в якій були б сконцентровані всі фінансові послуги, так званого фінансового супермаркету.

Створенню фінансових супермаркетів сприяли фінансові конгломерати, що дозволило науковцям піднімати питання формування під впливом банкострахування міжнародних фінансових центрів [7, с. 76].

В глобалізованому світі фінансових послуг, концепція банкострахування почала відігравати центральну роль в стратегії зростання фінансових інститутів. Продаж страхових продуктів через

банківський канал став природним вибором для масового споживача, який шукає прості, доступні та недорогі продукти від надійного фінансового інституту. Пов'язано це також з новими тенденціями на фінансовому ринку, головою ознакою якою стала універсалізація діяльності фінансових посередників [19, с.20].

У ході дослідження встановлено, що банкострахування стало важливим каналом продажу страхових продуктів і дозволило не тільки розширити географічну присутність банків, а й їх загальний продуктовий портфель. Експерти припускають, що величина комісійних, зароблених за рахунок банкострахування, буде зростати в усьому світі [9]. Щорічні темпи зростання глобального ринку банкострахування складуть у середньому від 6,16% за період з 2014 до 2019 рр. [10]. Темпи зростання банкострахування в чотири рази швидше, ніж зростання страхування життя в цілому на багатьох ринках по всьому світу [16].

В Європі розвиток банкострахування обумовлений зростанням ролі банківських установ в економіці, існуванням сприятливої для розвитку бізнесу системи оподаткування, загальним зниженням процентних ставок і скороченням витрат на соціальне забезпечення, що проводиться урядами.

Так, за підсумками 2016 року Група «Credit Agricole» посіла перше місце з банкострахування в Європі, отримала чистий прибуток 6,4 млрд євро, з нього 3,1 млрд Credit Agricole S.A; має 52 млн клієнтів у світі, з них 27 млн у Франції, 11100 агентів у світі та 140000 співробітників та 1 млн акціонерів; також займає перше місце з фінансування французької економіки та управління активами, друге місце в рейтингу брендів та перше серед груп на ринку цифрових послуг у Франції [11]. До її складу входить перша страхова група у Франції «Crédit Agricole Assurances», загальні продажі якої за минулий рік досягли 30,8 млрд євро, в тому числі: пенсійне накопичувальне страхування – 24 млрд євро, страхування позичальника та колективне страхування – 3,2 млрд євро, від нещасних випадків – 3,5 млрд євро та інші [12].

Станом на початок травня 2017 року у Європі лідерами продажу через канал банкострахування страхових продуктів лайфхових компаній є: Мальта – 88,89%, Португалія, Італія та Туреччина по 80%, Франція та Іспанія по 60%, Бельгія та Греція – 36,36%, Хорватія – 30%, Німеччина 20%. В ризиковому страхуванні банківський канал найзатребуваніший у Португалії – 18,18%, Іспанії та Франції – по 11,11%, Бельгії, Великобританії, Фінляндії та Туреччині – по 10%, Німеччині – 9,09% [13].

В той же час слід усвідомлювати, що банкострахування не є потужним джерелом «створення цінності» для страховиків, тому що, як відзначає директор McKinsey В. Агравал, крім про-

дажу страхових продуктів з низькою рентабельністю, через цей канал банки за власні взаємини з клієнтами претендують на більшу частку економічної ренти [14].

Наприклад, банкострахування має близько 55% ринку в Гонконзі, а пояснюється це невисоким рівнем користування населенням страховими послугами, і відтак логіка побудови моделі співпраці пов'язана з кредитуванням й базами даних клієнтів, якими володіють банки на формування яких потрібні роки, щоб побудувати бізнес.

Вчені прогнозують, що у Туреччині банкострахування буде також зростати через підвищення попиту на продукти накопичувального пенсійного страхування в країні.

Прецедентні угоди щодо злиття та поглинання за участю банкострахового компоненту (особливі довгострокові, ексклюзивні відносини) були визначальними для оцінки премій. Частка премій, отриманих через канал банкострахування, мала тенденцію до зростання у Південно-Східній Азії протягом 2012-2015 рр. Так, у 2012 р вона склала – 36%, у 2013 р. – 33%, у 2014 – 43%, а у 2015 р. досягла позначки у 46% [15, с.4].

Гравці ключових страхових ринків Азії в цілому й Південно-Східної Азії зокрема все більше уваги звертають на банкострахування й розраховують на зростання власних бізнес-структур, вбачаючи у ньому швидкий та ефективний засіб досягнення істотного масштабу присутності на ринку, підвищення довіри й здатності задовольняти потреби, реагування на виклики ринку щодо дефіциту кадрового забезпечення, доступу до якісної клієнтської бази банківської мережі.

Якщо для порівняння взяти 2010 та 2014 роки, то в Індонезії частка банкострахування зростає з 44,6% до 60%; у Таїланді – з 40,9% до 49,8%, а у Сінгапурі – з 27% до 36% відповідно [15, с.3].

Останнє десятиліття фінансовий ринок Індії став свідком якісних змін у відносинах між представниками банків та страхових компаній [17, с.43]. Протягом 2003-2013 рр. частка банкострахування в загальному обсязі страхових премій приватних лайфхових страхових компаній, отриманих від нових договорів у відповідному фінансовому році (нових бізнес-премій) в Індії зростає з 10,57% у 2003р. до 43,62% у 2013р. Середньорічний темп зростання премій через банківський канал в Індії становив 58,84% [18, с.94].

Крім того страховики усвідомили, що банкострахування слід активно просувати там, де важко позиціонувати себе, а в той же час банкам набагато простіше продавати страхові продукти, особливо в країнах, де вони мають міцні позиції на ринку. Таким чином, позиціонування страховика на ринку через брендінг банків для просування страхових продуктів має вирішальне значення і є економічно взаємовигідним, адже банкострахування сприятиме зростанню всього ринку фі-

нансових послуг.

У Китаї на банкострахування припадає близько 30% всіх нових полісів, але замість того, щоб запропонувати довгострокове страхування, яке має більш високу маржу, банки, як правило, продають недорогі продукти. Разом з кредитами було продано лише 10 відсотків договорів накопичувального страхування.

Варто відмітити, що сьогодні банкострахування як ніколи популярне в Азії, чого не спостерігалось навіть у США. Siam Commercial Bank також бажає співпрацювати зі страховиками й хоче продавати договори страхування життя через мережу власних філій й оцінює угоду в \$3 млрд, що в 4,5 рази вище балансової вартості [14]. В той же час своє зацікавлення пропозицією висловили страхові компанії «AIA» та «Prudentia».

У 2016 році японська страхова компанія «Sompo» погодилась продавати свої продукти ризикового страхування в Південно-Східній Азії через малайзійський банк CIMB Group, канадський Fairfax Financial Holdings і бажає придбати контрольний пакет компанії ризикового страхування «PT Paninvest's». Банк «Standard Chartered» теж планує придбати ще одного страховика у доповнення до угоди з Prudential. Усі ці угоди недешеві. Наприклад, страхова компанія «Prudential» платить Standard Chartered \$1,25 млрд за дистрибуцію власних страхових продуктів.

У квітні 2015 року було підписано 15-річний контракт вартістю \$1,2 млрд між страховою компанією «Manulife» і Development Bank of Singapore на ексклюзивний регіональний продаж страхових продуктів зі страхування життя і здоров'я у Сінгапурі, Гонконзі, Китаї та Індонезії, який почав діяти з січня 2016 року. В даний час банк обслуговує шість мільйонів роздрібних клієнтів, великих, середніх та малих корпоративних клієнтів й володіє мережею в 200 відділень.

У відносинах банкострахування глибока інтеграція і взаємодія між банком і страховою компанією як партнерами має життєво важливе значення. Така інтеграція повинна включати в себе: оперативну інтеграцію (загальні технології, маркетинг, управління); культурну інтеграцію (стратегії ефективного продажу, навчання персоналу, андеррайтинг і винагороди за продажі); інтеграцію управлінської інформаційної звітності (продажів, завдання та цілей звітності) [16].

Ще одним наріжним каменем в успішній реалізації банкострахування є інтеграція каналів продажів (філії, продажі онлайн, мобільні додатки, банкомати, центри обслуговування).

Технологічні інновації впливають на традиційні канали поширення страхових продуктів, зростає увага до цифрових каналів.

Банки в Азії також зацікавлені в такій співпраці, адже відбувається скорочення доходів від основної діяльності. Чим довше процентні ставки

залишатимуться на низькому рівні, тим привабливішими є інші джерела доходу, зокрема банкострахування.

Висновки та перспективи подальших досліджень. В результаті проведеного нами дослідження прийшли до висновку, що вивчення роздрібних продажів страхових продуктів для клієнтів комерційних банків на основі різних моделей банкострахування є актуальним та корисним для України. Страхування має стати важливою складовою фінансового планування для фізичної особи або підприємства, додавання страхових продуктів в портфелі банківських продуктів має створити додаткові потоки доходів і збільшити доходи банків.

Незважаючи на ранній розвиток банкострахування у США, в країні де розвинутий

брокерський та інші канали збуту, високий рівень користування страховими послугами, у лайфовому сегменті на банки припадає лише 2%. А відтак, формування страхової культури в Україні сприятиме диверсифікації збуту страхових продуктів й відсутності значних переваг у банківського каналу від агентського та брокерського.

Фінансова криза 2007-2009 рр. негативно вплинула на розвиток банкострахування

на глобальному рівні. Продаж полісів страхування життя і інших довгострокових інвестиційних продуктів знизився.

До перспективних ринків з високими темпами зростання варто віднести Індію, Сінгапур, Туреччину, Китай. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, зростання буде стимулюватися шляхом входження великих іноземних страхових компаній і сприятливого макроекономічного середовища.

Конкурентний ринковий тиск на процентні ставки банків змусили останніх змінювати стратегії банкострахування, що призвело до збільшення кількості ексклюзивних угод з перехресним володінням акцій між банками і страховиками.

Традиційно банкострахування націлене на масовий ринок, але сьогоднішні гравці використовуючи технологію сегментування ринку і створюють адаптовані продукти для конкретних груп споживачів. Банки аналізують переваги клієнтів, і страховики пропонують продукти з урахуванням уподобань клієнта та вимог й рекомендацій свого банківського партнера.

Список використаної літератури:

1. Кремень В.М. Особливості використання концепції «bancassurance» у діяльності фінансових конгломератів / В.М. Кремень. // Економічний простір. – 2008. – № 20. – С. 99-106.
2. Волкова В. В. Банкострахування як сучасний метод мінімізації кредитного ризику банку / В. В. Волкова, Н. І. Волкова // Финансы, учет, банки. - 2016. - Вип. 1. - С. 54-59.
3. Аванесова Н. Е. Bancassurance як форма співпраці страхових компаній та банківських установ / Н. Е. Аванесова // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2012. – № 45 (951). – С. 3-9.
4. Пікус Р.В. Взаємодія страхових компаній і банків на ринку фінансових послуг України: монографія / Р.В. Пікус, Г.І. Олійник. – К.: ЦП «Компринт», 2015. – 186 с.
5. Клапків Ю. Стратегічні альянси як прояв інтеграції страхової та банківської сфери: зарубіжний досвід та перспективи формування в Україні / Юрій Клапків // Світ фінансів. – 2008. – №1 (14). – С. 177-182.
6. Joly F. Development of Caissassurance in Quebec // The Geneva Papers on Risk and Insurance. – 2002. – №3. – 307–309.
7. Козирєв В. Вплив фінансових конгломератів на розвиток міжнародних фінансових центрів / В. Козирєв //Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2014. – 19 (2). – С. 74-83.
8. Ермошенко А.М. Bancassurance як форма взаємодії страхових компаній і банківських установ / А.М. Ермошенко // Збірник наукових праць: Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – Суми: УАБС НБУ, 2007. – Т. 20. – С. 265-269.
9. Research and Markets: 2020 Foresight Report: Bancassurance [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.businesswire.com/news/home/20131216005541/en/Research-Markets-2020-Foresight-Report-Bancassurance>
10. Global Bancassurance Market 2015-2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.reportsnreports.com/reports/407821-global-bancassurance-market-2015-2019.html>
11. DÉCOUVRIR GROUPE CRÉDIT AGRICOLE [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.credit-agricole.com>
12. NOS CHIFFRES CLÉS Crédit Agricole Assurances. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ca-assurances.com/nous-connaître/nos-chiffres-cles>
13. Distribution channels [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.insuranceeurope.eu/insurance-distribution>
14. Nisha G., Mukherjee A. Asia's Bancassurance Madness [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/gadfly/articles/2016-06-19/asia-s-bancassurance-madness>
15. 1st ASHK Asia Conference on "Get the Edge" 13 January 2017. Panel Discussion on Bancassurance: Overpriced Fad or Here to Stay? Mr. Edwin Northover, Debevoise & Plimpton, Mr. Alexander Moore,

Morgan Stanley and Mr. Mark Saunders, AIA Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.actuaries.org.hk/upload/File/ASHK%20Asia%20Conference%202017/05_PanelDiscussion.pdf

16. Leigh A. Keys to Bancassurance Success: Partnership, Innovation and Alignment [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rgare.com/media-center/Pages/Newsletters/ EQ_Dec/ bancassurance.html

17. Rupali S. An analysis of effectiveness of bancassurance as a distribution channel in India // Delhi Business Review. – January - June 2014. – Volume 15 – №1, – 41-52 pg/[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.delhibusinessreview.org/V15n1/dbr_v15nd_pg41_52.pdf

18. Sharma B., Bhateja R. Bancassurance in India: Promising Distribution Network of Insurance Industry // Pacific Business Review International. – Sept 2016. – Volume 1. – Issue 4. – 89-95pg. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pbr.co.in/September2016/10.pdf>

19. Козьменко С.М. Розвиток регіональних ринків банківського страхування: закордонний досвід / С.М. Козьменко, К.В. Багмет // Вісник НБУ. – 2011. – №6. – С. 20-26.

Тринчук В., Кучеренко В. Зарубежный опыт развития банкострахования

В статье исследована экономическую природу банкострахования, осуществлен обзор моделей развития банкострахования в разных странах мира, выделены важнейшие современные тенденции и проблемы развития сотрудничества банковских учреждений и страховых компаний в зарубежных странах. С целью адаптации позитивного зарубежного опыта определены возможные направления для эффективного формирования и развития национальной модели банкострахования.

Ключевые слова: банковское учреждение, страховая компания, банкострахования

Trynchuk V., Kucherenko V. Foreign exchange development of bancassurance

The article examined the economic nature of bank insurance. In a broad interpretation of bank insurance is considered as the integration of financial intermediaries - banks and insurance companies for the distribution of insurance products through the banking network. Done monitoring of bank insurance channel around the world, in particular: the EU, China, India, Singapore, Turkey, Indonesia, Thailand, Hong Kong. Dedicated key current trends and problems of cooperation between banks and insurance companies in foreign countries. The study found that the bank insurance has become an important channel for the sale of insurance products, and also allowed not only expand the geographic presence of banks, but their overall product portfolio. In the globalized world of financial services, the concept of bank insurance began to play a central role in the growth strategy of financial institutions. Sales of insurance products through the bank channel became the natural choice for the mass market, which looks simple, accessible and inexpensive products from a trusted financial institution. In a relationship of bank insurance, deep integration and interaction between banks and insurers as partners is very important. This integration should include: operational and cultural integration and the integration of management information reporting. In order to adapt the positive foreign experience identified possible areas for the effective formation and development of national bank insurance model.

Keywords: banking institution, insurance company, bancassurance

Дата надходження до редакції: 13.02.2017

Рецензент: д.е.н., професор Борисова В.А.

УДК 658.336

ВИДИ ТА МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

В. М. Онегіна, д.е.н., професор

А. І. Горенко, аспірант

Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. Петра Василенка

В статті досліджено зміст, види та методи мотивації найманих працівників в умовах інноваційного розвитку. З урахуванням вимог інноваційного розвитку уточнено сутність та зміст мотивації, сформульовані фундаментальні принципи економічної мотивації, наведено можливі методи мотивації для умов інноваційного розвитку підприємства.

Ключові слова: мотивація, інноваційний розвиток, підприємство, найманий працівник.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин головною роллю у системі факторів суспільного прогресу відіграють інформація, знання, інтелект, інновації. Орієнтація еко-

номіки на інноваційні зміни потребує, з одного боку, активного впровадження нововведень, пов'язаних із науково-технічним прогресом, оновлення матеріально-технічної бази, удосконалення організації виробництва, а з іншого – пошуку