• для більш ризикованих інвестиційних проектів рекомендується встановлювати вищу дисконтну ставку. Отже, інвестор, який має тимчасово вільні кошти може спрямувати їх в більш ризиковані проекти на довготривалий період, бо високі дисконтні ставки забезпечать більший прибуток;

• для менш ризикованих інвестиційних заходів при розрахунку економічної ефективності встановлюється менша дисконтна ставка.

Четвертий підхід: врахування сфери прикладання інвестицій. Є певна специфіка розрахунку ефективності фінансових інвестицій (інвестицій в цінні папери), інтелектуальних інвестицій, інвестицій в державному, приватному секторі і т.д.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, організація вибору ефективних інвестиційних рішень базується на методичних і практичних підходах до проблеми ефективності інвестиційної діяльності. Важливо враховувати внутрішні і зовнішні умови функціонування підприємства, критерії і фактори вибору ефективних інвестиційних рішень, використовувати комплексну систему показників оцінки ефективності інвестиційних рішень.

Література

1. Коваленко Ю.М. Диспропорційність вкладень іноземних інвесторів у галузі та регіони України [Електронний ресурс] / Ю.М. Коваленко, І.А. Скуратівська. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals.
2. Ковтун Н.В. Статистичні методи оцінки концентрації інвестицій. / Н.В. Ковтун // Статистика України. – 2004. – № 4. – С. 54-57.
3. Пересада А. А. Інвестиційний аналіз : [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А. А. Пересада, С. В. Онікієнко, Ю. М. Коваленко. – К. : КНЕУ, 2003. – 134 с.
4. Рогач О. І. Міжнародні інвестиції: теорія і практика бізнесу транснаціональних корпорацій : підручник / О. І. Рогач. – К. : Либідь, 2005. – 184 с.
5. Сазонець І.Л. Інвестування : підручник / І.Л. Сазонець, В.А. Федорова. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
6. Щукін Б. М. Інвестування : курс лекцій / Б. М. Щукін. – К. : МАУП, 2004. – 216 с.
7. Харламова Г.О. Неоднорідність інвестиційного простору України / Г.О. Харламова // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №2 (56). – С. 27-33.
8. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади / О. М. Ястремська. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2004. – 472 с.

УДК 336.012.23

Шакура О.О.,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і банківської справи
Донецький національний університет

«BANCASSURANCE» - ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ФОРМА КОНВЕРГЕНЦІЇ БАНКІВ ТА СТРАХОВИКІВ

Постановка проблеми. Останні роки у сучасному фінансовому секторі почали спостерігатися тенденції, які є типовими для розвинутого фінансового ринку, а саме – інтеграційна, виразником якої є концепція так званих «Загальних фінансів», і дезінтеграційна, котра проявляється у концепції спеціалізації (у розрізі фінансових продуктів чи груп клієнтів) [1, с. 405]. Найхарактернішим прикладом реалізації сучасної концепції «Загальних фінансів» є, в першу чергу, інтенсивна співпраця між банками та страховими компаніями, яка на сьогодні розвивається вже не лише по лінії простого взаємного обслуговування, а й набуває взаємопроникаючого, міжгалузевого та міжринкового характеру. Враховуючи той факт, що розширення обсягу фінансових послуг відбувається в умовах посилення концентрації фінансово-промислового капіталу, інтернаціоналізації фінансових ринків та глобалізації фінансових потоків все більш набуває значущості пошук перспективних напрямів взаємодії банків та страховиків .

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Питання конвергенції банків та страхових компаній в зарубіжній науковій літературі висвітлено в працях Дж. Бойда та Е. Бревера [2; 3], проте проблема пошуку перспективних напрямів взаємодії для ринків, що розвиваються, була порушена лише нещодавно в працях європейських та азіатських вчених [4; 5]. У вітчизняній літературі акцент вже поставлений на теоретичному дослідженні теми, однак досі відсутні роботи, що досліджують

«bancassurance» як форму конвергенції між банками та страховими компаніями. Так, В. Фурман підкреслює необхідність співпраці банків та страхових компаній [6], а В. Кремень досліджує окремі канали реалізації послуг [7]. І вітчизняні, і зарубіжні вчені сходяться в тому, що при правильно побудованому механізмі взаємодії компанії досягають ряду переваг. Наприклад, Ч. Океахалам відзначає можливість зменшення ціни кінцевого фінансового продукту за рахунок зменшення його собівартості [8]. Л. Філдс — можливість підвищення фінансових результатів за рахунок економії від масштабу тощо [9].

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування «bancassurance» як перспективної форми конвергенції банків та страхових компаній з урахуванням її переваг та недоліків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Посилення конкуренції на фінансовому ринку змушує фінансові інститути активно шукати нові інвестиційні можливості, ефективно використовувати наявні ресурси, визначати стратегію протидії конкурентам шляхом організації спільної діяльності.

Конвергенція - термін, який використовувався в економіці для позначення зближення різних економічних систем, економічної та соціальної політики різних країн. Однак на сьогодні він також використовується при описі інтегруючих процесів на фінансових ринках.

На сьогодні можна стверджувати, що найбільш значущим явищем інституціоналізації процесу конвергенції на фінансовому ринку стає фінансовий конгломерат у формі «bancassurance».

Французький термін «bancassurance» передбачає, що фінансовий конгломерат очолюється банком, який продає страхові продукти шляхом перехресного продажу через свої власні канали розповсюдження.

В економічній літературі деяких країн зустрічається і більш широке визначення «bancassurance», під яким розуміється залучення банків, ощадних банків і будівельних товариств (кас) у виробництво, маркетинг і розповсюдження страхових продуктів. З інституційної точки зору «bancassurance» - це спосіб організації співпраці між банками та страховими компаніями. З функціональної точки зору «bancassurance» - це організація системи перехресних продажів банківських та страхових продуктів через одну точку продажів, в основному через мережу банківських філій та відділень банку.

На сьогодні «bancassurance» полягає в інтеграції банків і страхових компаній з метою отримання додаткової вартості бізнесу, який стає можливим завдяки ефективному використанню потенціалів і можливостей як банку, так і страхової компанії в результаті синергічного ефекту від координації продажів, об'єднання страхових і банківських продуктів, загального використання каналів їх поширення та виходу на одну і ту ж клієнтську базу тощо.

Світова практика виробила такі найбільш поширені форм взаємодії банків і страхових компаній в межах «bancassurance», як:

1. Початкова форма співпраці, яка обмежується спрямуванням клієнтів в компанію партнера (у вигляді рекомендацій), досвідом залучення клієнтів тощо. Ця форма ще не є по суті формою конвергенції, оскільки відсутні конвергенція каналів продажів і загальних продуктів.
2. Форма агентських відносин, яка припускає поширення страхових послуг за угодою з банком через його агентську мережу та включає крос-продаж банківських та страхових продуктів.
3. Форма кооперації, за якої партнери утворюють альянс, створюючи на договірній основі режим найбільшого сприяння в усіх галузях співробітництва. Ця форма має більш глибокий ступінь проникнення банку і страхової компанії один в одного. При цьому банк і страхова компанія залишаються незалежними юридичними особами і вибудовують власні бізнес-процеси незалежно один від одного.
4. Форма контролю реалізується шляхом входження банків і страхових компаній у фінансово-промислову групу або холдинг, через участь банків і страхових компаній у капіталі партнера та шляхом створення банко-страхових груп, що дозволяє ефективно використовувати канали продажів, розширити і диверсифікувати продуктовий ряд тощо.
5. Форма фінансового супермаркету за якої структури банку і страхової компанії стають тісно інтегровані між собою не тільки на рівні фронт-офісних структурних підрозділів, які забезпечують загальне використання каналів продажів фінансових послуг, а й на рівні головного офісу.

Порівняльний аналіз зазначених форм конвергенції представлено у таблиці 1.

Задля визначення сутності та завдань що їх повинно вирішувати створення інтегрованого продукту «bancassurance» проаналізуємо та співставимо існуючі підходи щодо визначення банківського та страхового продуктів.

Слід зазначити, що у сучасній економічній літературі не вироблено єдиного підходу до визначення понять «банківська послуга» і «банківський продукт». Більш того, низка економістів ототожнюють ці два поняття. Так Е. А. Уткін під банківським продуктом (послугою) розуміє різноманітні дії на фінансовому ринку, здійснювані комерційними банками за дорученням і в інтересах своїх клієнтів, а також для власних потреб.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика різних форм конвергенції банків та страховиків

Форма конвергенції	Переваги		Недоліки	
	З позиції банків та страховиків	З боку отримувачів послуг	З позиції банків та страховиків	З боку отримувачів послуг
Форма співробітництва	Можливість працювати одночасно з декількома учасниками	Рівень цін	Низький рівень ефективності взаємодії	Відсутність можливості придбання комплексу послуг в одному офісі
	Відсутність значних втрат при припиненні відносин	Отримання консультації щодо фінансової послуги	Невисокий рівень прибутковості	Відсутність інтегрованих продуктів
	Незначні інвестиції в організацію взаємодії	Отримання інформації щодо переліку фінансових установ	Відсутність спільних продуктів	Невисокий рівень обслуговування
Форма агентських відносин	Збільшення комісійних винагород	Територіальна близькість до виробника послуги	Навчання співробіт-ників знанням продуктів партнерів	Обмеженість вибору фінансової установи
	Покращення іміджу	Прийнятний рівень ціна/якість	Підвищення рівня залежності від партнеру	Втрата клієнтом пільг, наявних в інших страхових компаніях
	Збільшення клієнтської бази за рахунок крос - продажів	Отримання рекомендації щодо фінансової установи партнера	Можливість погіршення власного іміджу через недосконалі дії партнера	Обмеженість продуктового ряду
Форма кооперації	Поширення клієнтської бази за рахунок обміну базами клієнтів	Зменшення втрат часу на придбання продукту	Збільшення видат-ків на інвестування в розробку спільних продуктів	Недостатній рівень знань співробіт-никами щодо продуктів партнерів
	Здійснення спільних інвестицій в IT-проекти і персонал	Можливість отримання комплексу послуг	Збільшення видат-ків на інвестування в персонал	Вища ціна на продукти
	Підвищення конкурентоспроможнос ті за рахунок розробки інтегрованих продуктів	Забезпечення більшого різноманіття послуг	Додаткові втрати при розірванні договірних відносин	Складність придбання одного продукту
Форма контролю	Можливість узгодження умов страхування з вимогами банку	Відсутність необхід-ності в проведенні власноруч аналізу фінансового стану страхової компанії	Відсутність вільного доступу до страхування кредитних продуктів банків	Значно вища ціна на продукти
	Отримання додаткового прибутку від отримання доступу до високоприбуткових продуктів	Відсутність необхідності в проведенні власноруч аналізу фінансової надійності банку	Додаткові витрати страховика на сплату комісійної винагороди банкам	Складність відмови від укладання дого-ворів страхування при реалізації послуг банку
	Обмеження потенційних партнерів фінансово надійними	Підвищується якість страхових та банківських продуктів	Втручання банків у страхову діяльність	Конфіденційна інформація про клієнта може бути частково розкрита третім особам
Форма фінансового супермаркету	Отримання конкурентних переваг при страхуванні життя та майна працівників банку	Запропонувати тільки відповідний для даної особи і місця фінансовий продукт чи посугу	Збільшення витрат на збір і аналіз інформації з метою акредитації страхо-виката здійснення подальшого моніторингу.	Наявність умов для тиску на клієнтів шляхом обов'язковості покупки супутніх продуктів
	Залучення додаткових ресурсів за рахунок розміщення коштів страховика на депозити банку	Попереднє обґрунтування потреби у даному фінансовому продукті	Складності при інтеграції мідл-офісу, який здійснює опера-ційну підтримку страхової діяльності.	Обмеження можливості самостійного вибору страхової компанії, банку
	Отримання синерге-тичного ефекту за рахунок ефектів зниження витрат та ефекту доходу	Постійна можливість отримання високої кваліфікованої консультації	Створення банками своїх «неписаних правил» акредитації страховиків	Звуження кола клієнтів до серед-нього та високого рівня фінансової спроможності

Джерело: складено автором

Низка авторів визначають банківський продукт як певну (конкретну або типізовану) банківську послугу або банківську операцію, яку надають клієнтам банку (зовнішній продукт) або що має внутрішнє значення для роботи банку (внутрішній продукт).

Але, на нашу думку, слід дотримуватися підходу, за яким поняття «банківський продукт» і «банківська послуга» розглядаються відокремлено один від одного. Так, Ю. С. Маслеченков під банківською послугою розуміє форму задоволення потреби клієнта банку. На думку С. І. Лукаш, послуга комерційного банку – це вид діяльності комерційного банку, спрямований на залучення юридичних та фізичних осіб як постійних клієнтів.

Таким чином, специфічними характеристики банківської послуги, що відрізняють її від банківського продукту, є:

- невідчутність послуг, їх абстрактний характер;
- непостійність якості послуг та невіддільність послуг від кваліфікації людей, що їх забезпечують;
- неможливість збереження послуг.

Під банківським продуктом розуміють результат логічного осмислення банківської операції та банківської технології, яка складає її основу, є оформленою у вигляді завершеного документу та зберігається на певному матеріальному носії.

Поряд з поняттями «банківська послуга» і «банківський продукт» необхідно розглянути поняття «банківська операція».

Банківська операція – це форма здійснення угоди між кредитною організацією та її клієнтом. Її слід розглядати як систему дій, передбачених банківським законодавством та нормативними актами Національного банку, яку зобов'язана здійснювати кредитна організація для того, щоб вона могла якісно виконати свої зобов'язання перед клієнтом. За своїм змістом банківська операція - це технологія діяльності кредитної організації, а за для того, щоб ця технологія дотримувалася, вона повинна бути адекватно закріплена в нормах банківського права. Таким чином, банківська операція - це передбачена нормами банківського права технологія здійснення угоди [10, с. 27].

Дослідження сутності страхового продукту дозволило встановити, що різні автори в один і той же термін вкладають різні поняття. Так, С.С. Осадець не диференціює поняття "страховий продукт" і "страхова послуга", які в його трудах виступають синонімами [11, с. 131]. В.Д. Базилевич і К.С. Базилевич, при ототожненні понять "страховий продукт" і "страхова послуга", називають страховий продукт "специфічною послугою" [12, с. 43]. Водночас М.М. Александрова [13, с. 107] зазначає, що поняття "страхова послуга" ширше ніж поняття "страховий продукт", оскільки включає у себе "значний спектр інших операцій".

Інша група дослідників робить акцент у визначенні страхового продукту на комплекті документів, необхідних при наданні страхової послуги [14, с. 46; 15, с. 273; 16, с. 9]. Зокрема, М.М. Сухоруков стверджує, що "страховий продукт – це документально оформлені зобов'язання страховика, згідно з якими він повинен надати страхувальнику на платній основі страхову послугу" на умовах, попередньо узгоджених у договорі страхування [16, с. 9].

М. Клапків наголошує, що страхова послуга – це діяльність, "у процесі якої забезпечується якісний супровід основних фінансово-економічних завдань страхування: трансфер ризику, організація заощаджень страхувальниками та страховий консалтинг" [1, с. 107].

На наш погляд, слід погодитися з точкою зору вчених Д.С Туленди та В.Б. Гомеля щодо визначення поняття страхового продукту [17, с. 30-31], згідно до якої страховий продукт - це набір основних і допоміжних послуг, що надаються страхувальнику при укладенні договору страхування. Властивості страхового продукту і повнота страхового покриття прямо визначають вибір системи збуту, а також цінову політику страховика.

На відміну від банківського продукту у структурі страхового продукту виділяють ядро та оболонку. Ядро - це основа страхового продукту, що включає: технічні характеристики - надані гарантії, рівень гарантій, франшизи, особливі умови; умови виплати страхового відшкодування; економічні характеристики - ціну ризику, страхові суми, франшизи, індексацію страхової суми у разі інфляції, участь у прибутках страховика, можливість одержання позики; додаткові послуги, що надаються страховиком при настанні страхової події. З оболонки страхувальник отримує відомості про споживчі властивості пропонованого покриття.

Таким чином, проаналізував точки зору щодо поняття «банківський продукт» та «страховий продукт», під інтегрованим продуктом «bancassurance» слід розуміти мультиатрибутивний фінансовий продукт, який включає пакет взаємопов'язаних фінансових послуг, фінансових інструментів і технологій, розроблених спільно банком та страховиком, що пропонується ними на фінансовому ринку в якості товару. Схема розробки такого продукту наведена на рис.1.

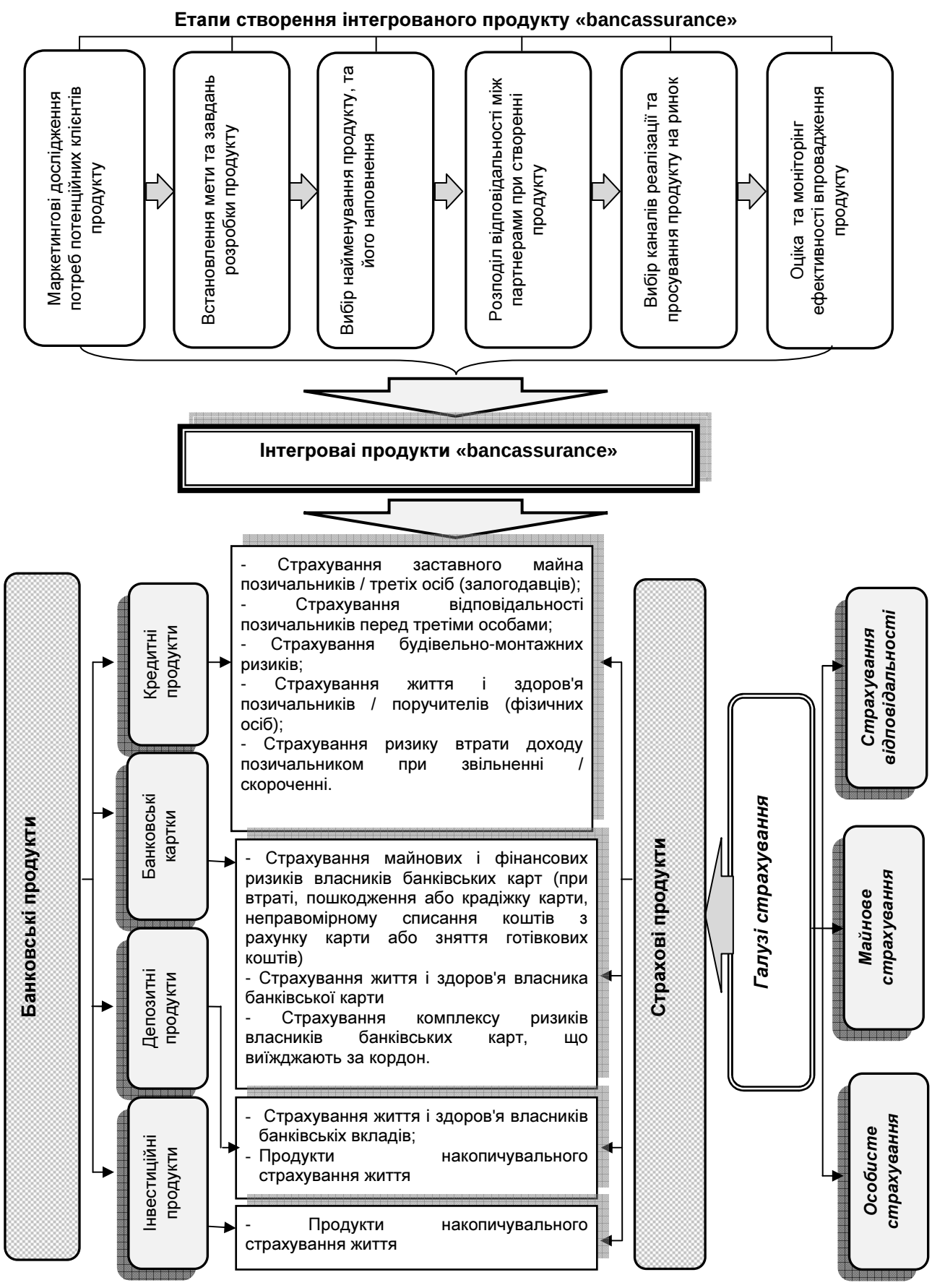

Рис. 1. Схема процесу створення інтегрованого продукту «bancassurance»

Джерело: *розроблено автором*

Отже, в основі результативності розробки продукту «bancassurance» лежать кілька елементів:

- розробка інтегрованих продуктів, які повинні розроблятися спільно банком і страховою компанією;

- управління продажами, яке включає в себе стратегію і універсальний підхід, а також постановку ефективних цілей і мотивацію персоналу;

- процес продажу банківськострахових продуктів, для якого необхідні структуровані інструменти та комплексний розвиток навичок продажів у співробітників відділень банку;

- спеціальна ІТ-платформа, що забезпечує організацію каналів і систему підтримки продажів.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, проведене дослідження дозволило встановити, що найбільш значущим явищем інституціоналізації процесу фінансової конвергенції стає фінансовий конгломерат, який визначається як група компаній під єдиним контролем, чия ексклюзивна і переважаюча діяльність полягає в тому, щоб забезпечувати значну частину послуг принаймні у двох основних фінансових сферах, а саме у банківській та страховій. Обґрунтовано, що найбільш пріоритетним напрямом конвергенції є така форма конгломератів, яка використовуються для визначення конвергенції банків та страхових компаній - «bancassurance».

На основі аналізу існуючих підходів щодо визначення банківського та страхового продуктів було запропоновано схему розробки інтегрованого продукту «bancassurance», під яким автор розуміє мультиатрибутивний фінансовий продукт, який включає пакет взаємопов'язаних фінансових послуг, фінансових інструментів і технологій, розроблених спільно банком та страховиком, що пропонується ними на фінансовому ринку в якості товару.

Література

1. Клапків М.С. Страхування фінансових ризиків : монографія / М.С. Клапків. – Тернопіль: Економічна думка, Карт-баш, 2002. – 570 с.

2. Boyd J. H. Risk, regulation, and bank holding company expansion into nonbanking / J. H.Boyd, S. L. Graham // Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly Review, 1986. – № 10. – P. 2-17.

3. Brewer E. Relationship between bank holding company risk and non-bank activity / Brewer E. // Journal of Economics and Business, 1989. – № 41. – P. 337–353.

4. Korhonen P. A financial alliance compromise between executives and supervisory authorities / Pekka Korhonen, Lasse Koskinen, Raimo Voutilainen // European journal of operational research. – № 175. – P. 1300-1310.

5. Cheng-Ru Wu. Selecting the preferable bancassurance alliance strategic by using expert group decision technique / Cheng-Ru Wu, Chin-Tsai Lin, Yu-Fan Lin // Expert Systems with Applications, 2009. – № 39. – P. 3623–3629.

6. Фурман В. М. Формування ефективної стратегії взаємодії страхових компаній та банків / В. М.Фурман // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 137—141.

7. Кремень В. М. Особливості використання концепції «bancassurance» у діяльності фінансових конгломератів / В. М. Кремень // Економічний простір. – 2008. – № 20. – С. 99-106.

8. Okeahalam C. Charles. Does Bancassurance Reduce the Price of Financial Service Products / Okeahalam C. Charles // Journal of Financial Services Research, 2008. – № 33. – P. 147–162.

9. Fields L. Paige. Bidder returns in bancassurance mergers: Is there evidence of synergy / Fields L. Paige, Fraser R. Donald, Kolari W. James // Journal of Banking & Finance, 2007. – № 31. – P. 3646–3662.

10. Братко А. Г. Банковские операции и сделки кредитной организации / А. Г. Братко // Бизнес и банки, – 2003. – № 4. – С. 25-28.

11. Страхування: Підручник / Керівник авт. колективу і наук. ред. С.С.Осадець. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2002. – 599 с.

12. Базилевич В.Д. Страхова справа. – 2-ге вид., перероб. і доп. / В.Д. Базилевич, К.С.Базилевич. – К. : Знання, КОО, 2002. – 271 с.

13. Александрова М.М. Страхування : навч. - метод. пос. / М.М. Александрова. – К. : ЦУЛ, 2002. – 208 с.

14. Гварлиани Т.Е. Дискуссионные вопросы теории страхования / Т.Е. Гварлиани // Финансы. – 1998. – № 9. – С. 45-46.

15. Ефимов С.Л. Деловая практика страхового агента и брокера / С.Л. Ефимов. – М. : Страховой полис, ЮНИТИ, 1996. – 416 с.

16. Сухоруков М.М. Технология продаж страховых продуктов / М.М. Сухоруков. – М. : Анкил, 2004. – 136 с.

17. Гомелля В.Б. Страховой маркетинг (Актуальные вопросы методологии, теории и практики). Второе издание. / В.Б. Гомелля, Д.С.Тулента. – М. : Анкил, 2000. – 128 с.