

Список використаних джерел

1. Доклад о мировом развитии «Цифровые дивиденды». Группа Всемирного банка. – 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://documents.worldbank.org/> 3.
2. Огляд економіки України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.chamber.ua/Content/Documents/-1635684409Country_Profile_2018_UA.pdf.
3. Цифрова економіка. Що чекає Україну в найближчі три роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://minfin.com.ua/ua/2018/01/30/32121695release/2018/digital-transformation-ofukrainian-economics.html#>.
4. Шелефонтюк В. Р. Цифрова економіка. Реалії та перспективи розвитку. Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (23-25 травня 2019 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2019. С. 247.

Томашевський Ю.М.

канд.екон.наук, доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Агрес О.Г.

канд.екон.наук, доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Львівський національний аграрний університет

м. Львів

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ BANCASSURANCE В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Банківське забезпечення, надання страхових полісів банками або кредитними установами, є однією з найбільш значних змін, що відбулися в страховій галузі за останні роки. У широкому трактуванні bancassurance розглядається як інтеграція фінансових посередників - банків та страхових компаній з розподілу страхових продуктів через банківську мережу [1]. На нашу думку, bancassurance – це взаємовигідна співпраця між банками та страховими компаніями, яка спрямована на залучення клієнтів з метою збільшення прибутку, конкурентоспроможності та довіри населення.

Дослідивши банківське страхування ми визначили, що воно пропонує безліч переваг для клієнтів, одна з яких – зручність. Банк – це єдине вікно для всіх фінансових потреб. Для банків та страхових компаній банківське страхування збільшує диверсифікацію доходів для банку та приносить більший обсяг та прибуток обом гравцям. Розглянемо ж, що являє собою взаємодія банків та страхових компаній для кожного з них. Для банків це можливість: отримання додаткової комісійної винагороди; розширення клієнтської бази; зниження вартості послуг та можливості комплексного

обслуговування будь-якого клієнта; отримання доступу до страхових резервів страхової компанії; мінімізації власних ризиків та зменшення витрат на ведення банківського бізнесу. Страховій компанії ж вигідно здійснювати співпрацю з банком виходячи з наступних факторів: можливість отримання доступу до загальної бази клієнтів; використання бренду або репутації банку; зменшення витрат фінансових ресурсів на реалізацію страхових послуг; підвищення ефективності роботи мереж страховиків.

Крім звичних прямих продажів, міжнародних брокерів і кептивне агентство, серед каналів дистрибуції існує також прямий маркетинг (direct marketing) і банкострахування (bancassurance), які сьогодні займають більше 19% від загальних премій. Прямий маркетинг – це можливість надати клієнту послугу в зручній для нього час, оплачену зручним для нього способом і оформлену через зручний для клієнта канал продажу. Головний секрет успішних проектів прямого маркетингу – це кастомізований підхід і сегментація – те, що допомагає зрозуміти клієнтів, і, як результат, адаптувати продукти під кожен окремий випадок. Основними характеристиками будь-якої програми по проектам прямого маркетингу мають бути такі показники як доступність, простота сприйняття, фокус на сегментації, можливість швидкого налаштування і працюючі механізми оплати. Підсумовуючи, прямий маркетинг – це унікальний спосіб продажів, вигідний як для банку, так і для страхової компанії [2].

Однією з основних послуг страхових компаній, які найбільш активно користуються банківськими установами, є страхування майна, яке передається компаніями як забезпечення для повернення позик. Зростає також попит на іпотечне та лізингове страхування, фінансування проектів та цивільно-правову відповідальність (іпотека, лізинг). Останнім часом важливе значення має страхування у наданні споживчого кредиту фізичним особам із поширенням цього виду страхування як предмета кредитування, а також життя та дієздатності позичальника. Тарифи страхових послуг у різних компаній приблизно однакові і часто відрізняються на соті частки відсотка. У цьому контексті на перший план виходять привабливість програми взаємодії з певною фінансовою структурою та грамотна співпраця з різними управліннями та відділами банку чи небанківської кредитної установи.

Активність на ринку споживчих кредитів останнім часом значно зросла. Багато банків активно кредитують споживачів на автомобілі чи обладнання. У цьому випадку обидві сторони зацікавлені у тому, щоб людина вчасно виконала свої зобов'язання. Страхова компанія може запропонувати свої послуги як продавцям, так і кредиторам. Пакет страхових послуг знову буде всебічним, включаючи страхування від пожежі, повені, механічного впливу, протиправних дій третіх осіб, страхування життя та нещасних випадків прямого позичальника, тобто фізичної особи. Співпраця банківських та страхових структур у сфері обміну та розширення клієнтської бази набуває все більшого значення. Усвідомлення банком діяльності конкурентів, потреба

та уподобань клієнтів має особливе значення для роботи підрозділів обслуговування клієнтів.

Проаналізувавши досвід за кордоном ми можемо стверджувати, що уже понад 75% європейських банків реалізують страхові продукти, і близько 40% страхових організацій пропонують банківські послуги. На відміну від України іноземні банки значну частину прибутку отримують від реалізації страхових продуктів. У Європі таким шляхом продається кожен третій поліс страхування життя. У країнах з розвинутою економікою банки займають перше місце серед продавців страхових продуктів. За кордоном, де банківське страхування працює давно і успішно, продаж страхових продуктів в банку сприймається клієнтами як абсолютно звичайна практика – вони не відчують різниці, купуючи страхові продукти в банку або безпосередньо у страховій компанії.

Співпраця страхових компаній з банками в Україні – явище досить поширене, але, на жаль, реалізується воно далеко не в формі класичного bancassurance. Якщо говорити про це в загальноприйнятому сенсі, bancassurance полягає в тому, що банк виступає повноцінним каналом продажу страхової послуги. Саме продажу послуги, як такої, а не виключно предметів застави. В цьому випадку для співробітників банку ця операція така ж як, наприклад, відкриття кредитного рахунку або видача пластикової карти. Вони проходять спеціальні тренінги і добре знають продукти, які пропонують.

Так історично склалося, що в Україні bancassurance тісно пов'язаний зі страхуванням предмета застави. З недавніх пір на ринку спостерігається незначний розвиток в Україні класичної для Європи схеми bancassurance, а саме незаставного страхування. Саме таке страхування стане найактуальнішим трендом найближчого часу. Безумовно, це питання довгострокової перспективи і головною перешкодою на цьому шляху є загальна незрілість ринку.

Співпраця з банками для страхових компаній – це не тільки стабільний канал збуту страхових послуг і взаємне користування загальною базою клієнтів. Однозначно відповісти на питання наскільки велика зацікавленість обох фінансових структур в даному виді співробітництва складно, так як все залежить від ставлення до співпраці обох партнерів. Деякі банки сприймають bancassurance як допоміжну операцію, необхідну для здійснення основної – отримання кредиту. На нашу думку, одним з головних і безумовних переваг bancassurance для страхової компанії і її клієнтів є отримання додаткових точок продажів і, відповідно, каналів доступу до страхових послуг. Клієнт отримує можливість придбати поліс в зручному для нього місці: в офісі компанії, в банку або, наприклад, у автодилера. Перспективи успішної моделі банківського страхування важко недооцінити, адже, в своєму класичному вигляді, вона вигідна всім сторонам: і банку, і страховій компанії. А їхні клієнти при цьому отримують повний набір послуг з максимальним комфортом [3].

За сучасних умов розвиток bancassurance в майбутньому може стати потужним фундаментом для подальшого стабільного зростання, формування прозорого фінансового ринку, де основними пріоритетами стане захист інтересів громадян та зміцнення довіри до страхування як засобу захисту суспільства від нових викликів і підвищення добробуту населення в цілому. Можна припускати, що в наступних роках банківсько-страхове співробітництво розвиватиметься ефективно, а купівля страхового захисту за посередництва банку стане звичною річчю для клієнта.

Основними рекомендаціями у напрямку розвитку банкострахування будуть такі: удосконалення законодавчої бази з питань регулювання діяльності взаємодій банків та страхових компаній; збільшення довіри населення до фінансових посередників шляхом забезпечення прозорості та передбачуваності державної політики щодо страхового ринку; зниження вартості кредитних ресурсів задля створення фундаменту розвитку bancassurance в Україні.

Список використаних джерел

1. Лилик О. (2017). Bancassurance та перспективи його розвитку в Україні, Вісник НБУ, № 2 (132) С. 32-34.

2. Прямой маркетинг — уникальный способ продаж, выгодный как для банка, так и для страховой компании – Режим доступа: <https://forinsurer.com/public/13/01/25/4535?hl=bankassurance>. (accessed 08.05.2020).

3. Успешная модель банковского страхования. Украинский опыт построения bancassurance – Режим доступа: <http://bancassurance.com.ua/review/747>. (accessed 08.05.2020).

Тютюнник С.В.

канд.екон.наук, доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,

Тютюнник Ю.М.

канд.екон.наук, доцент, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень

Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава

ВПЛИВ РІВНЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання