Рябоконь Наталія Петрівна. Система реалізації страхових продуктів.- Дис. канд. екон. наук: 08.00.08, Ун-т банк. справи Нац. банку України (м. Київ). - К., 2014.- 235 с.

УНІВЕРСИТЕТ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ  
НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ (м. Київ)

На правах рукопису

РЯБОКОНЬ НАТАЛІЯ ПЕТРІВНА

УДК [368.021:](http://teacode.com/online/udc/36/368.021.html)347.732.6

**СИСТЕМА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ**

Спеціальність 08.00.08 - гроші, фінанси і кредит

Дисертація на здобуття наукового ступеня  
кандидата економічних наук

Науковий керівник:

Ткаченко Наталія Володимирівна, доктор економічних наук, професор

Київ - 2014

**ЗМІСТ**

[**ВСТУП 3**](#bookmark1)

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ 10**

1. Сутність та систематизація видів страхових продуктів 10
2. [Формалізація системи реалізації страхових продуктів 31](#bookmark2)
3. Структуризація каналів збуту в системі реалізації страхових

продуктів 47

[Висновки до першого розділу 62](#bookmark6)

[**РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК СИСТЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ 65**](#bookmark11)

1. Особливості продажу в системі реалізації страхових продуктів

вітчизняними страховиками 65

1. Оцінка впливу продажу страхових продуктів на забезпечення

фінансової стійкості страхової компанії 91

1. Чинники диференціації комплексного продажу в системі реалізації

страхових продуктів 107

[Висновки до другого розділу 129](#bookmark17)

[**РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ 132**](#bookmark19)

* 1. Формування клієнтоорієнтованого підходу до реалізації страхових

продуктів 132

* 1. Методичний підхід до оцінювання якості системи реалізації

страхових продуктів 146

* 1. Стимулювання продажу страхових продуктів за допомогою

варіантизації франшизи 164

[Висновки до третього розділу 182](#bookmark32)

[**ВИСНОВКИ 185**](#bookmark33)

[**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 188**](#bookmark34)

**ДОДАТКИ 205**

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження.** Тенденції розвитку страхової галузі свідчать про вихід страхових компаній на нові сегменти ринку та розробку модернізованих страхових продуктів. Каталізатором цих явищ є зростання процесів глобалізації. Це вимагає від страховиків докорінного переосмислення ролі реалізації страхових продуктів із метою підвищення ефективності власної діяльності. В умовах зростаючої конкуренції на страховому ринку, реалізація страхових продуктів є базовою складовою розвитку страхових компаній, що відображає фактичне задоволення страхових інтересів суспільства. Тому сьогодні страхові компанії приділяють особливу увагу організації та вдосконаленню системи реалізації страхових продуктів.

Окремі аспекти теоретико-методологічного обґрунтування специфіки діяльності страхових компаній та реалізації страхових продуктів розглядають такі зарубіжні фахівці, як: О. Архіпов, А. Бакіров, А. Баутов, Т. Гварліані, Ю. Гризенкова, М. Грищенко, С. Дедіков, С. Єрмасов, С. Єфімов, М. Зубець, М. Калінін, І. Краснова, О. Крутік, Н. Нікуліна, Н. Сахірова, Б. Сербіновський, Л. Скамай, Ю. Сплетухов та інші.

Теоретичним засадам формування та розвитку механізмів реалізації страхових продуктів присвячено роботи вітчизняних науковців: А. Александровой В. Базилевича, В. Бігдаша, О. Барановського, Н. Внукової, О. Вовчак, О. Гаманкової, Т. Говорушко, Л. Горбач, О. Залєтова, О. Кнейслер, Л. Нечипорук, Т. Ротової, Т. Яворської та ін.; оцінці ефективності системи дистрибуції страхових продуктів та її впливу на фінансову стійкість страхової компанії - А. Єрмошенко, М. Клапків, Г. Козоріз, С. Кулікова, Г. Піратовського, Н. Ткаченко та ін.; розробці та обґрунтуванню інструментів покращення організації системи реалізації страхових продуктів - В. Баранової, О. Козьменко, О. Охріменко, В. Тринчука та інших.

Незважаючи на значну кількість опублікованих праць, недостатньо обґрунтованими залишаються питання створення комплексної системи реалізації страхових продуктів, не лише з позиції маркетингового аспекту - оцінки попиту на страхові продукти, дослідження клієнтів і безпосереднього продажу страхових продуктів, а й позиції впливу на фінансову стійкість та ефективність функціонування страхової компанії, оскільки правильно структурована система реалізації страхових продуктів, дозволяє підвищити обсяги страхових премій, зменшити витрати на ведення справи, а також сприяє прийняттю на страхування якісних ризиків.

Необхідність вирішення проблем, пов’язаних із формуванням ефективної системи реалізації страхових продуктів, є підтвердженням актуальності та практичної значущості обраного напряму наукових досліджень, що зумовило вибір теми дисертаційної роботи, її мету, завдання та зміст.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертація виконувалася у межах науково-дослідних робіт Черкаського державного технологічного університету за темами: «Економічні основи модернізації регіональних господарських комплексів в інвестиційно-інноваційному напрямі» (державний реєстраційний номер 0112U001704), до звіту за якою увійшли пропозиції автора щодо обґрунтування впливу системи реалізації страхових продуктів на фінансову стійкість страховиків та розробки науково-методичного підходу до моделювання граничного розміру франшизи за умов диференціації параметрів страхування; «Теорія та методологія формування моделі «нової» економіки України в умовах глобалізації» (державний реєстраційний номер 0110U000850), у межах якої автором досліджено особливості продажу страхових продуктів вітчизняними страховиками та визначено напрямки удосконалення системи реалізації страхових продуктів.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є розвиток теоретичних засад системи реалізації страхових продуктів, удосконалення науково-методичних підходів та розробка практичних рекомендацій щодо покращення її організації в Україні.

Для досягнення поставленої мети в роботі визначено і виконано такі завдання:

- уточнити сутність поняття «страховий продукт» та його співвідношення із поняттям «страхова послуга»;

* систематизувати види страхових продуктів;
* формалізувати систему реалізації страхових продуктів;
* уточнити класифікацію каналів збуту страхових продуктів;
* виявити особливості реалізації страхових продуктів вітчизняними страховиками;
* з’ясувати роль реалізації страхових продуктів у забезпеченні фінансової стійкості страхової компанії;
* поглибити науково-методичний підхід до організації комплексного продажу у системі реалізації страхових продуктів;
* обґрунтувати наукові засади формування клієнтоорієнтованого підходу до реалізації страхових продуктів;
* розвинути методичний підхід до оцінювання якості системи реалізації страхових продуктів;
* побудувати математичну імітаційну модель оптимізації тарифної політики з використанням франшизи як засобу стимулювання збуту страхових продуктів.

*Об’єктом дослідження* є економічні відносини, що виникають в процесі реалізації страхових продуктів.

*Предметом дослідження* є теоретичні, методичні та практичні аспекти організації системи реалізації страхових продуктів.

*Методи дослідження.* Методологічною базою дослідження є діалектичний і системний підходи до вивчення економічних і соціальних явищ. Для вирішення поставлених завдань у дисертаційній роботі використано такі методи: наукової абстракції, індукції та дедукції, аналізу і синтезу - для уточнення понятійного апарату системи реалізації страхових продуктів, обґрунтування принципів організації ефективного комплексного продажу у роздрібному страхуванні; економіко-статистичні методи збору та обробки інформації, зокрема групування, статистичного порівняння, експертних оцінок - для дослідження сучасного стану розвитку продажу страхових продуктів вітчизняними страховиками; математичної логіки - для оцінки якості системи реалізації страхових продуктів; методи функціонального та кореляційного аналізу, методи теорії ймовірностей та математичної статистики, теорії оптимізації та чисельних методів, математичного та імітаційного моделювання складних систем - у процесі оптимізації тарифної політики компанії при використанні франшизи.

*Інформаційну базу дослідження* склали законодавчі та нормативно- правові акти з питань регулювання діяльності страхових компаній, статистичні дані Національної комісії, яка здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг України, матеріали Ліги страхових організацій України, інформаційно-аналітичних видань, звітні дані страхових компаній, наукові праці вітчизняних і закордонних учених-економістів. Емпіричною базою стали результати здійснених автором розрахунків.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в поглибленні теоретичних положень та обґрунтуванні науково-методичних підходів до організації системи реалізації страхових продуктів. До найбільш вагомих результатів роботи, що визначають її наукову новизну, належать такі:

*удосконалено:*

* поняття страхового продукту, яке, на відміну від тлумачень попередників, ґрунтується на виокремленні та урахуванні ієрархічних класифікаційних рівнів (типу, класу, родини, роду, виду, різновиду) страхування. Це дозволяє трактувати страховий продукт як різновид страхових послуг, що втілюється у вигляді комплексного страхового покриття, яке надається страховою компанією і призначене для найбільш повного задоволення потреб страхувальника, застрахованого (вигодонабувача) та третіх осіб, через надання їм страхового захисту на обумовлених сторонами умовах, у визначених ними обсягах та/або згідно з чинним законодавством, що досягається за рахунок надання основних і допоміжних послуг, як під час укладання договору страхування, так і в процесі його супроводження;
* класифікацію страхових продуктів за рахунок виокремлення, додатково до існуючих, таких класифікаційних ознак, як: сегмент страхового ринку, контингент споживачів, потреби клієнтів, форма надання, обсяг страхового покриття та наявність додаткових послуг, що дає змогу систематизувати різні види страхових продуктів, а також враховувати їх особливості в процесі формування та задоволення попиту клієнтів;
* тлумачення системи реалізації страхових продуктів, яке, на відміну від наявних, ґрунтується на процесно-орієнтованому підході та представляє її як впорядковану сукупність бізнес-процесів, спрямованих на пошук потенційних споживачів та формування ефективних каналів збуту страхових продуктів, покликаних забезпечувати їх продаж із урахуванням наявної продуктової лінійки, даних щодо попиту цільових груп на страхові продукти, що опирається на застосування напрацьованих алгоритмів діяльності та встановлення стійких і взаємовигідних зв’язків страховика з клієнтами, із метою задоволення їхніх страхових інтересів на кожному з трьох послідовних етапів взаємодії: підготовчому, комерціалізації та супроводжувальному. Таке трактування дозволяє забезпечити гнучке реагування страховика на зміни кон’юнктури страхового ринку в процесі збуту страхових продуктів;

*набуло подальшого розвитку:*

* науково-методичний підхід до оцінювання впливу продажу страхових продуктів на фінансову стійкість страхової компанії, особливістю якого є застосування п’ятифакторної мультиплікативної моделі фінансової стійкості страхової компанії. Такий підхід дає змогу оцінити вплив на коефіцієнт автономії страхової компанії таких факторів, як: 1) забезпеченість власними коштами; 2) достатність страхових резервів; 3) достатність страхових премій для здійснення страхових виплат; 4) частка страхових резервів, яка спрямовується на страхові виплати; 5) частка страхових резервів у загальному обсязі коштів страхової компанії;
* науково-методичний підхід до організації комплексного продажу в системі реалізації страхових продуктів, який, на відміну від традиційних підходів, передбачає розрахунок розміру індивідуального страхового тарифу для страхувальників, із урахуванням трьох потенційних джерел економічно обґрунтованої знижки: антиселекції ризиків, дестимулювання страхового шахрайства та зниження витрат страхової компанії на залучення нових клієнтів. Такий підхід дозволяє забезпечити привабливість страхових продуктів для споживачів та їх комплексний продаж;
* підходи до оцінювання якості системи реалізації страхових продуктів, а саме - запропоновано методичний підхід, що ґрунтується на принципі відкритого циклу (циклу Шухарта-Демінга) та передбачає виокремлення чотирьох груп індикаторів, що характеризують: 1) якість продуктового ряду; 2) якість аквізаційної діяльності; 3) фінансову стійкість страхових операцій; 4) ефективність використання ресурсного потенціалу страхової компанії. Такий підхід дає змогу ідентифікувати якісний стан системи реалізації страхових продуктів та своєчасно вживати заходів щодо його покращення;
* методичний підхід до варіантизації франшизи, який, передбачає застосування імітаційного моделювання для визначення граничного розміру франшизи залежно від базової ставки страхового тарифу, ймовірності настання страхового випадку та прогнозного обсягу збитків, що дозволяє оптимізувати тарифну політку страхової компанії та стимулювати реалізацію страхових продуктів.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у використанні теоретичних висновків і практичних рекомендацій для удосконалення системи реалізації страхових продуктів.

Результати дисертаційної роботи застосовано в діяльності окремих установ, що підтверджується відповідними довідками про впровадження, зокрема: Ліги страхових організацій України - під час розробки Концепції розвитку страхового ринку до 2015 року, в частині авторського погляду на систему реалізації страхових продуктів, класифікації каналів такої реалізації (довідка від 03. 10. 2013 р. № 349/Ш-б); ПАТ «Страхова компанія «Універсальна» - підхід до оцінки якості системи реалізації страхових продуктів (довідка від 10. 10. 2012 р. № 78); ПрАТ «Страхова компанія «Еталон» - пропозиції щодо підвищення ефективності системи реалізації страхових продуктів (довідка від 22.08.2012 р. № 23-3819); ПАТ «Страхова компанія «Скайд» - науково-методичний підхід до визначення граничного розміру франшизи за умов диференціації параметрів страхування (довідка від 07.07. 2013 р. № 188-К).

Окремі теоретичні та науково-методичні положення дисертаційного дослідження впроваджено в навчальний процес Черкаського державного технологічного університету при викладанні дисциплін «Страхування», «Маркетинг» та «Стратегічне управління» (довідка від 06.06.2012 р. № 1068/01.11.01).

**Особистий внесок здобувача.** Всі результати дослідження, які викладені в дисертації і виносяться на захист, отримані автором самостійно і є його науковим доробком. Із наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використані лише ті положення, які є результатом особистих досліджень автора.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення дисертації доповідалися та отримали схвальну оцінку на міжнародних науково- практичних конференціях «Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю» (м. Черкаси, 2010 р., 2013 р.), «Теорія і практика сучасної економіки» (м. Черкаси, 2010 р., 2011 р.), «Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків» (м. Черкаси, 2010 р., 2011 р.), «Страховий ринок України в умовах фінансової глобалізації» (м. Київ, 2012 р.), а також Всеукраїнських науково-практичних конференціях «Методи фінансового забезпечення стійкого економічного розвитку» (м. Севастополь, 2011 р.), «Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України» (м. Суми, 2011 р.), «Методи та моделі фінансового забезпечення сталого економічного розвитку» (м. Севастополь, 2012 р.).

**Публікації.** Основні наукові положення, висновки та результати досліджень опубліковано в 23 наукових працях загальним обсягом 7,97 друк. арк., з яких особисто авторові належать 7,43 друк. арк., у тому числі: 12 статей у фахових наукових журналах і збірниках наукових праць, 10 публікацій тез доповідей на науково-практичних конференціях.

**ВИСНОВКИ**

**У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та реалізовано авторський підхід щодо вирішення важливого наукового завдання, яке полягає в розвитку теоретичних положень та удосконаленні науково-методичних підходів до організації системи реалізації страхових продуктів. Результати дослідження дозволили сформулювати такі основні висновки:**

1. **Страховий продукт є різновидом страхових послуг, який втілюється у вигляді комплексного страхового покриття, яке надається страховою компанією і призначене для найбільш повного задоволення потреб страхувальника, застрахованого (вигодонабувача) та третіх осіб через надання їм страхового захисту на обумовлених сторонами умовах, у визначених ними обсягах та/або згідно з чинним законодавством, що досягається за рахунок надання основних і допоміжних послуг, як при укладанні договору страхування, так і в ході його супроводження.**
2. **Систематизація наявних видів страхових продуктів на основі виокремлення таких класифікаційних ознак, як: сегмент страхового ринку, контингент споживачів, потреби клієнтів, тривалість страхового захисту, форма надання, обсяг страхового покриття та наявність додаткових послуг, принцип маркетингової взаємодії, рівень прибутковості, ступінь інноваційності, характер новизни, дозволяє враховувати особливості страхового продукту в процесі його просування.**
3. **Застосування процесно-орієнтованого підходу до тлумачення системи реалізації страхових продуктів дає змогу трактувати її як впорядковану сукупність бізнес-процесів, спрямованих на пошук потенційних споживачів та формування ефективних каналів збуту страхових продуктів, покликаних забезпечувати їх продаж з урахуванням наявної продуктової лінійки, даних щодо попиту цільових груп на страхові продукти, що опирається на застосування напрацьованих алгоритмів діяльності та встановлення стійких і взаємовигідних зв’язків страховика з клієнтом з метою задоволення їх страхових інтересів на кожному з трьох послідовних етапів взаємодії: підготовчому, комерціалізації та супроводжувальному.**
4. **Уточнена класифікація каналів збуту страхових продуктів, яка передбачає виокремлення таких класифікаційних критеріїв, як: рівень активності (активні, пасивні, комбіновані); рівень залежності (залежні, незалежні); ступінь новизни підходів до збуту страхових продуктів (традиційні, нові); специфіка укладання страхових договорів (прямі продажі, непрямі продажі); метод організації збуту (власний продаж, аутсорсинг); форма зв’язку зі страхувальниками (безпосередня реалізація в офісах страхової компанії; реалізація через страхових посередників; реалізація через альтернативну мережу розповсюдження) сприяє оптимізації їх вибору.**
5. **Продаж страхових продуктів вітчизняними страховиками**

**характеризується такими особливостями, як: переважання непрямого продаж**у **через агентські мережі в структурі каналів збуту страхових продуктів; домінування автострахування та туристичного страхування порівняно з іншими видами страхових продуктів; зростання продаж**у **страхових продуктів добровільного характеру; збільшення обсягів продаж**у **страхових продуктів через мережу Інтернет; незатребуваність телемаркетингу як інструменту збуту страхових продуктів.**

1. **Застосування п’ятифакторної мультиплікативної моделі фінансової стійкості страхової компанії дозволяє визначити вплив на коефіцієнт автономії страхової компанії таких факторів, як:** 1**) забезпеченість власними коштами; 2) достатність страхових резервів; 3) достатність страхових премій для здійснення страхових виплат; 4) частка страхових резервів, яка спрямовується на страхові виплати; 5) частка страхових резервів у загальному обсязі коштів страхової компанії.**
2. **Організація комплексного продажу страхових продуктів повинна грунтуватись на застосуванні науково -методичного підходу до обчислення величини індивідуального страхового тарифу для страхувальників із урахуванням трьох потенційних джерел економічно обґрунтованої знижки: антиселекції ризиків, дестимулювання страхового шахрайства та зниження витрат страхової компанії на залучення нових клієнтів.**
3. **Основою формування клієнтоорієнтованого підходу до реалізації страхових продуктів є такий принцип роботи страхової компанії, що сприяє формуванню стійких перспективних довготривалих відносин з клієнтами, за допомогою підвищення їх лояльності, основою якого є прагнення зрозуміти і ефективно задовольнити потреби та очікування споживачів щодо продуктів компанії при збереженні інтересів страховика. Оптимальне співвідношення ціни, якості та асортименту страхових продуктів сприяє підвищенню лояльності клієнтів, що дає можливість збільшити обсяги комплексних продажів.**
4. **Оцінювання якості системи реалізації страхових продуктів варто здійснювати на основі розрахунку чотирьох груп індикаторів, які характеризують:** 1**) якість продуктового ряду;** 2**) якість аквізаційної діяльності; 3) фінансову стійкість страхових операцій; 4) ефективність використання ресурсного потенціалу страхової компанії.**

Імітаційне моделювання граничного розміру франшизи дозволяє оптимізувати тарифну політику страхової компанії через врахування базової ставки страхового тарифу, імовірності настання страхового випадку, прогнозного обсягу збитків та на підставі цього стимулювати реалізацію страхових продуктів.