

НАУКОВА РОБОТА

на тему:

**«БАНКОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА
ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ»**

Шифр: Банкострахування

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОДІЇ БАНКІВ ТА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ	5
1.1. Сутність та організаційно-правові форми банкострахування	5
1.2. Характеристика бізнес-моделей банкострахування	8
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК БАНКОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	11
2.1. Особливості розвитку Bancassurance в Україні на сучасному етапі.....	11
2.2. Компаративний аналіз продуктів Bancassurance	14
2.3. Вплив психологічних чинників на просування продуктів Bancassurance	17
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ.....	23
ВИСНОВКИ.....	29
ДОДАТКИ.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37

ВСТУП

Глобалізаційні та інтеграційні процеси у сучасній українській та світовій економіці кардинально змінюють господарські та фінансові відносини, спрямовуючи їх в сторону посилення взаємодії та поєднання різних типів фінансових інститутів.

Актуальність наукової роботи полягає у необхідності вдосконалення взаємодії фінансових посередників, а саме банків і страхових компаній, задля покращення якості та збільшення обсягів фінансових послуг, що надаються. Український фінансовий ринок наразі є недостатньо розвиненим для цілковитого задоволення потреб споживачів, а тому посилення зв'язків між його ланками на основі запровадження прогресивного зарубіжного досвіду, в тому числі і з використанням моделей Bancassurance та Assurbanking, істотно підвищить конкурентоспроможність банків і страхових компаній.

Проблематика співпраці банків та страхових компаній є предметом дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Значний внесок у розробку теоретичної бази моделей взаємодії банків та страхових компаній зробили Землячова О.А.[1], Олійник Г.І.[6], Пікус Р.В.[9], Приказюк Н.В.[10], Ткаченко Н.В.[18] та інші. Однак існує потреба у подальшому дослідженні можливостей розвитку Bancassurance в Україні, базуючись на даних Інституту соціології Національної академії наук України, а також щорічних звітах та даних міжнародних дослідницьких центрів, що спеціалізуються на аналізі фінансових ринків, а саме RGA Europe, Insurance Europe, Digital Journal, а також таких консалтингових компаній, як KPMG та EY.

Метою статті є обґрунтування теоретичних і практичних засад взаємодії банків і страхових компаній, а також окреслення інноваційних векторів розвитку банкострахування в Україні.

Досягнення визначеної мети зумовило виконання таких завдань:

- з'ясувати сутність та особливості організаційно-правових форм банкострахування;
- навести характеристику основних бізнес-моделей Bancassurance;
- виявити особливості розвитку Bancassurance в Україні на сучасному етапі;
- провести компаративний аналіз продуктів банкострахування, що пропонуються на ринку фінансових послуг України;
- визначити вплив психологічних чинників на просування продуктів банкострахування;
- обґрунтування перспектив розвитку Bancassurance в Україні на інноваційній основі;

Об'єкт дослідження – теоретичні та практичні аспекти взаємодії банків та страхових компаній задля успішного просування страхових продуктів та покращення функціонування ринку фінансових послуг країни.

Предметом дослідження є банкострахування в Україні та перспективи його розвитку на інноваційній основі.

У роботі використано низку загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Зокрема, при аналізі розвитку банкострахування в Україні, були використані такі методи, як статистичні методи порівняння та створення таблиць для виявлення особливостей використання моделей взаємодії страхових компаній та банків; соціологічні методи та системний метод – з метою виокремлення чинників, які здатні впливати на довіру та загальне сприйняття потенційними споживачами банківської системи та учасників ринку страхових послуг.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОДІЇ БАНКІВ ТА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

1.1. Сутність та організаційно-правові форми банкострахування

Банківські та страхові ринки з неймовірною швидкістю змінюються під впливом мінливого економічного середовища та глобальних трендів, а тому повинні розвивати нові канали збуту, аби залишатися конкурентоспроможними. Фінансовий ринок у світі достатньо насичений фінансовими ресурсами, а тому споживачів потрібно спеціально залучати клієнтів за рахунок скорочення витрат та покращення якості обслуговування, зручності та ефективності послуг.

Банкострахування – це юридично оформлена угода між банком і страховою компанією щодо задоволення потреб споживачів у страховому захисті (банківському обслуговування) через банківські (страхові) канали збуту [10]. Ми вважаємо за доцільне використовувати поняття банкострахування та Bancassurance як синоніми. Bancassurance є сучасним непрямим каналом збуту і в своїй найпростішій формі являє собою продаж страхових продуктів через канали збуту банків. Він є способом економічно ефективного збуту страхових та пенсійних продуктів шляхом проникнення на різні ринки.

Для збуту складних різноманітних фінансових послуг, які об'єднують в собі банківські та страхові послуги, використовують різні організаційні форми для фінансових інститутів. Ця форма залежить як від встановлених цілей установи, так і від нормативно-правової бази країни, в якій функціонує фінансова установа.

З-посеред організаційних структур виділяють 5 основних типів[6],[10],[18]:

- повна інтеграція;
- часткова інтеграція фінансових послуг;
- фінансова група, в якій банк або страхова компанія є основним учасником;
- холдингова компанія;
- спільне підприємство.

Повна інтеграція має місце тоді, коли всі фінансові послуги створюються та збуваються однією компанією, а всі види діяльності підкріплюються єдиним капіталом [25]. Ця форма є дещо теоретичною, адже фактично ні одна з нині існуючих форм взаємодії банків та страхових компаній не діє таким чином. Тим не менш, ця форма є дуже перспективною, адже дає можливість створювати найбільш різноманітні та специфічні фінансові послуги, а також ставить питання про регулювання та управління фінансовими конгломератами всередині країни та створення єдиного фінансового ринку. Схема функціонування моделі повної інтеграції представлена на рисунку 1.



Рис. 1. Модель повної інтеграції

Джерело: побудовано автором

На відміну від моделі повної інтеграції, модель часткової інтеграції представлена здебільшого німецьким варіантом універсального банку, який застосовується в великих банках Німеччини, таких як Deutsche Bank,

Dresdner Bank, Commerzbank, а також в провідних банках Швейцарії, Франції та Італії. Такі компанії об'єднують комерційний та інвестиційний банк в єдину корпорацію, а всі інші види діяльності проводяться через відокремлені підрозділи, якими володіє універсальний банк.

Третьою організаційною формою є створення фінансової групи, що відображена на рисунку 2, де материнською компанією є банк або страхова компанія [25]. Материнська компанія володіє дочірніми, які створюють та надають фінансові послуги які капіталізуються окремо. Такий підхід використовується у Великій Британії, зокрема в таких компаніях як Barclays та Lloyds.



Рис. 2. Організаційно-правова структура реалізації Bancassurance у вигляді фінансової групи

Джерело: побудовано автором

Четвертий варіант – це створення фінансового конгломерату шляхом заснування холдингової компанії, в яку входять різні фінансові інститути, які надають відповідно банківські, інвестиційні, страхові та інші фінансові послуги.

Останньою формою взаємодії є створення спільного підприємства та інші договірні відносини. В цьому випадку два фінансових посередника, банк та страхова компанія, утворюють спільне підприємство, стратегічний альянс або діють у формі агентських відносин, створюючи таким чином спільний канал збуту для продуктів один одного.

1.2. Характеристика бізнес-моделей банкострахування

Для збуту складних різноманітних фінансових послуг, які об'єднують в собі банківські та страхові послуги, використовують різні типи моделей Bancassurance, які класифікуються за специфікою взаємодії та залежності учасників:

- інтегровані, моделі, в діяльність з Bancassurance тісно пов'язана з основною діяльністю банку;
- моделі, засновані на консультаціях, які характеризуються меншою інтеграцією, і збут при використанні яких відбувається за допомогою професійних страхових консультантів;
- моделі відкритої архітектури.

Інтегровані моделі полягають у глибокій взаємодії та інтеграції страхової діяльності з банківською. Премії зазвичай збираються банком, списуючись прямо з рахунку клієнтів, які одночасно є і страхувальниками. Потоки інформації між банком та страховими компаніями також автоматизуються, а управління активами, як правило, здійснюється дочірньою компанією з управління активами. Такий тип функціонування Bancassurance використовується в Італії, Іспанії, також в Бразилії, Гонконгу. Україна, як і інші країни Центральної та Східної Європи, також здебільшого притримується цієї моделі, хоча повна інтеграція банків та страхових компаній в Україні заборонена законом [11].

Наступний тип моделей – неінтегровані, за яких продаж деяких страхових продуктів обмежено нормативно-правовою базою, оскільки більшість інвестиційних продуктів можуть продаватися лише визначеними фінансовими посередниками, які отримали ліцензію.

Останньою моделлю є модель відкритої архітектури. Проводячи діяльність у рамках цієї моделі, банк надає вибір клієнту самостійно приймати рішення в галузі управління та контролю за ефективністю бізнес-процесів. При цьому банк отримує можливість не обмежувати себе вибором

деякої визначеної групи партнерів або одного партнера, а також має змогу реалізувати власні продукти через мережу партнерів.

Відкрита архітектура – це можливості, що пропонуються клієнтам, інвестувати не лише у фінансові продукти компанії, але й у фінансові продукти конкурентів. Таким чином, відкрита архітектура гарантує, що клієнт може задовольнити всі свої фінансові потреби, і що кредитна організація буде діяти в його інтересах, рекомендуючи фінансові продукти, які найбільш підходять для нього, навіть якщо вони є запатентованими іншою фінансовою установою [20].

Даний алгоритм, що наведений на рисунку 3, включає наступні дії, виділені на рисунку 1 цифрами:

- 1 – клієнт подає заявку в банк, де описує необхідну послугу;
- 2 – банк, який здійснює постійний моніторинг пропозицій партнерів, взаємодіє з постачальником продуктів та послуг;
- 3 – банк обирає найоптимальнішого постачальника та послугу, яка найкраще задовольнить потребу клієнта;
- 4 – банк реалізує клієнту послугу.

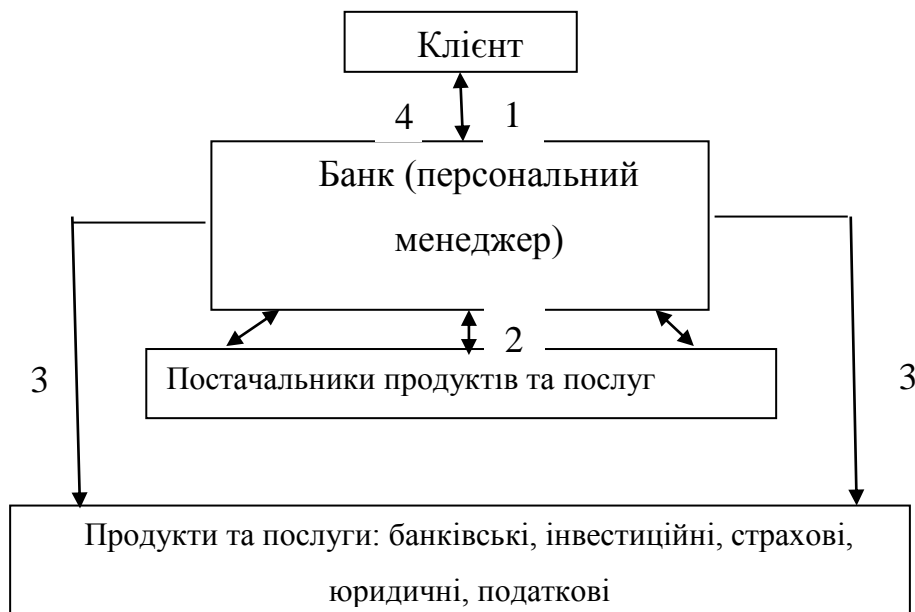


Рис. 3. Алгоритм взаємодії банку з клієнтом і страховою компанією (постачальником фінансових послуг) в рамках відкритої архітектури

Джерело: складено автором самостійно

Модель відкритої архітектури широко використовується в розвинених азіатських країнах, таких як Японія та Корея. Перевагою цієї моделі над усіма іншими є те, що банки не обмежують себе єдиною домовленістю або партнерством. Банки мають можливість вибрати кращих страхових партнерів для кожного типу продукту і в деяких випадках отримувати продукти, спеціально розроблені для їх потреб. Сильна конкуренція серед страховиків за отримання Bancassurance партнерства дозволило банкам отримати конкурентоспроможну продукцію та гарні комісійні. Для страховиків які шукали диверсифікації каналів збуту, ця модель запропонувала партнерства з декількома банками одночасно.

Порівняльна характеристика всіх перелічених моделей, їхні переваги та недоліки наведені в додатку А.

Специфіка застосування Bancassurance залежить від територіального розміщення ринку. Інтегровані моделі переважно застосовуються в південно-західній, центральній та східній Європі. Найбільш активні у взаємодії з банками страхові компанії розташовані у Франції, Італії та Іспанії. Таким чином, Bancassurance є основним каналом збуту продуктів зі страхування життя в Європі, але не є достатньо ефективним для ризикового страхування. В додатку Б представлений аналіз структури каналів збуту страховиків європейських країн в 2017 році залежно від виду страхових продуктів [25].

Зміни у структурі каналів збуту страхових продуктів зумовлені змінами споживчих потреб, а також регуляторними та технологічними змінами. В Європейському Союзі була прийнята Директива про збут страхових продуктів та регулювання пакетних та інвестиційних страхових продуктів. Технологічні досягнення значно змінюють переваги споживачів та їхні критерії до вибору страхових продуктів, а тому як старі страхові компанії, так і новостворені іншуртех стартапи повинні постійно вводити нові технології на ринок. Необхідно, аби нормативна база як Євросоюзу, так і України, залишалася сприятливою для інновацій, що надасть змогу учасникам ринку користуватися перевагами діджиталізації.

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК БАНКОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

2.1. Особливості розвитку Bancassurance в Україні на сучасному етапі

Глобальні економічні процеси на світовому ринку фінансових послуг, а також внутрішні чинники, здійснюють суттєвий вплив на розвиток українського фінансового ринку. Одним з помітних перетворень стала активна взаємодія банківської та страхової сфери протягом останніх років.

Сучасний стан страхового ринку України характеризується особливостями правового поля, де реальною формою найвищої стадії розвитку Bancassurance є створення або спільне володіння системним банком і крупною універсальною страховою компанією, які разом утворюють одну фінансову групу, за допомогою якої досягається ефект конвергенції каналів продажів банківсько-страхових продуктів.

Актуальний рівень автоматизації бізнес-процесів банків і страхових компаній в Україні також істотно відрізняється в негативну сторону від рівня автоматизації у фінансових інститутах розвинених країн. Також свою роль відіграє банкоцентричність нашого фінансового ринку, а отже більшу розвиненість автоматизації бізнес-процесів банків та функціонування банків в цілому, порівняно зі страховими компаніями, хоча рівень технологізації все ще залишається недостатнім.

Одним з найбільш популярних продуктів банківського страхування у світі є Bankers Blanket Bonds (BBB) [2]. Така програма страхування забезпечує відшкодування банку прямих збитків, які були нанесені банку протиправними діями персоналу або третіх осіб. Договір страхування за програмою передбачає набір винятково банківських ризиків, а саме страхування нелояльності персоналу, страхування від електронних і

комп'ютерних злочинів та страхування професійної діяльності банку. Страхуванню відшкодуванню підлягають збитки від нечесних або шахрайських дій, здійснених співробітником банку як одноосібно, так і в змові для нанесення збитків банку або отримання незаконної фінансової вигоди.

За статистикою [8], до 90% всіх злочинів в банківському секторі здійснюється при безпосередній участі власних співробітників, тому основним пунктом комплексної програми страхування банківських ризиків є саме страхування від збитків в результаті нелояльності персоналу.

На жаль, страхування не стало нормою навіть для фінансових інститутів. Недостатній попит на ці послуги можна пояснити тим, що необхідними технологіями та досвідом роботи в цьому напрямку володіють лише декілька страхових компаній, серед яких Альфа страхування. З іншого боку, для проведення актуарних розрахунків тарифів страхування, франшиз та лімітів відповідальності банки мають заповнити анкету, в якій повинна бути представлена повна інформація щодо можливих ризиків, але ця інформація є конфіденційною, тобто існує реальна недовіра банків до страховиків.

Можна виділити суб'єктивні та об'єктивні причини високої ціни на поліси страхування ВВВ. До першої групи причин відносяться:

- Великий обсяг відповідальності підлягає передачі у перестраховання. Але знайти партнера із перестраховання, особливо іноземного, для українських банків, враховуючи їх рейтинги на світовому ринку, досить важко.

- Необхідність при видачі страхувальнику поліса ВВВ обов'язкового проведення аналізу ризикозахищеності – сюрвея. Оскільки основною метою перевірки є оцінка механізму управління ризиками фінансового інституту і надання рекомендацій страхувальнику по поліпшенню його систем безпеки, це передбачає розкриття перед ним всіх таємниць фінансової діяльності.

- Українські страхові компанії не мають достатньої ємкості для розміщення таких ризиків на внутрішньому ринку, андеррайтери не мають достатнього досвіду роботи з таким продуктом.

Сьогодні для банків актуальним залишається покриття ризиків при споживчому кредитуванні та страхування предметів застави, яке тепер стало обов'язковим відповідно до законодавства. Проблема полягає в тому, що згідно з нормативами НБУ резервування застрахованого зобов'язання прирівнюється до незабезпеченого, а отже нівелює всю мотивацію банківських установ активно використовувати інструмент страхування, як елемент гарантування.

Критерії обрання банком страхової компанії та банку страховою компанією для партнерства наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Критерії та обрання банком страхової компанії та банку страховою компанією для партнерства

Банки	Страхові компанії
<p>Страхування застави у вигляді нерухомості, товарів на складі та в обороті, а також автотранспорту виключно в своїх кептивних компаніях, а банківські ризики у відомих стабільних універсальних страховиків. Приклади: Укргазбанк, Укрексімбанк</p>	<p>Потужні та відомі банки з достатнім стажем на банківському ринку</p>
<p>Обрання однієї-двох страхових компаній на вигідних для себе умовах (комісійна винагорода за агентські послуги, розміщення коштів страховика на депозитному рахунку в банку)</p>	<p>При менш ризикованому підході, співпраця з невеликим банком при страхуванні предмета застави.</p>
<p>Співпраця з багатьма універсальними компаніями, що займають лідируючі позиції в рейтингу страхових компаній Приклади: Приватбанк, Ощадбанк, Кредобанк</p>	<p>При страхуванні банківських ризиків, таких як ризик неповернення кредиту при споживчому кредитуванні, страхуванні фінансового ризику емітента платіжних карток, необхідна наявність у банку та його філіях професійної служби безпеки, технологія надання кредитів, їх забезпечення заставою, організація моніторингу трансакцій та інші аспекти організаційної роботи банку.</p>
<p>Прозахідний підхід акредитації страховиків, що мають здійснювати страхування предмета застави банку та своїх банківських ризиків.</p>	<p>Можливість банківською установою забезпечувати страховика певними обсягами страхових ризиків</p>

Джерело: складено автором на основі [4]

Отже, деякі українські банки до сих пір сприймають банкострахування як допоміжну функцію, яка необхідна для здійснення основної – отримання кредиту. Є також банки, які сприймають продаж страхових продуктів як додаткову послугу для клієнта, а також можливість отримання комісійної винагороди. Тобто банки свідомо обмежуються страхуванням застави і не враховують інтереси та потреби клієнтів, які через таке сприйняття банку ставляться до страхування як до податку, або вимушеної необхідності, однієї з вимог для отримання кредиту. Якщо клієнт буде розуміти сутність страхової послуги, яку він купує, є висока ймовірність того, що він продовжить співпрацювати зі страховою компанією навіть після погашення кредиту.

Хоча наразі Bancassurance в Україні знаходиться на стадії зародження, є позитивна тенденція того, що співпраця між банками та страховими компаніями буде посилюватися і надалі.

2.2. Компаративний аналіз продуктів Bancassurance

Розглянемо практичний аспект співпраці найпопулярніших українських банків зі страховими компаніями та основні страхові продукти, які розповсюджуються через банківську мережу, а також технологічні аспекти взаємодії вітчизняних фінансових інститутів.

Як основа вибірки банків для аналізу був використаний рейтинг надійності банків від аналітичного сайту Мінфін[15]. Рейтинг банків – це ранжування банків України на основі комплексної оцінки їхньої стресостійкості та лояльності вкладників. Рейтинг враховує найбільш важливі показники з відкритих джерел інформації, які впливають на вибір банку для вкладу. Таким чином, цей рейтинг може слугувати орієнтиром для страхових компаній у виборі банка-партнера для співпраці та для споживача фінансових послуг та страхових послуг зокрема, який банк вартий довіри,

аби купувати там страховий продукт. Вибірка банків для рейтингу включає банки, які активно працюють на ринку з обсягом депозитів фізичних осіб більше 1 млрд грн. З рейтингового списку також виключаються неплатоспроможні банки, в яких здійснюється тимчасова адміністрація. Таким чином, ми виключили зі списку Платинум банк, який був визнаний банкрутом у січні 2017 року.

Рейтинг поданий станом на третій квартал 2018 року (Додаток Г). В якості джерел інформації були використані показники фінансової звітності банків та інша відкрита інформація, така як офіційні сайти банківських регуляторів, банків, банківських асоціацій, рейтингових агентств.

При розрахунку рейтингу використовуються наступні фактори, які визначають рівень надійності банків стосовно депозитів фізичних осіб.

По-перше це стресостійкість банку, тобто здатність банку протистояти внутрішнім та зовнішнім ризикам, на яку впливають показники: залежності від вкладів фізичних осіб, якості фондування, прибутковості, ліквідності, достатності капіталу, масштабу діяльності.

По-друге, це лояльність вкладників, лояльність клієнтів банку до його депозитних продуктів та успішність діяльності банку на роздрібному сегменті депозитного ринку, яку визначають за допомогою:

- Частки банку на ринку роздрібних депозитів;
- Абсолютне зростання роздрібною портфеля вкладів за квартал;
- Відносне зростання роздрібною портфеля вкладів за квартал%
- Досвід роботи на ринку;
- Платіжна репутація банку.

Третім визначальним показником для визначення рейтингу банку є оцінка аналітиків, яка зважає не тільки фінансову звітність банків, але й неофіційні джерела отримання інформації про діяльність банку.

Повна таблиця з результатами дослідження сайтів банків на предмет підписаних партнерських договорів зі страховими компаніями та списку страхових продуктів, що реалізуються через банківську мережу, подана у

додатку В. Проаналізувавши страхові продукти, що реалізуються в Україні через мережу банківських установ, відповідно до додатку А можна помітити, що зазвичай це дуже стандартизовані та традиційні продукти, такі як автоцивілка, КАСКО, страхування майна та здоров'я, а також туристичне страхування. При чому, умови страхування є дуже стандартними та не сегментуються залежно від потреб страхувальника, а тому не повністю задовольняють його потребам. Таким чином, 12 з 15 проаналізованих банків мають приблизно однаковий набір страхових послуг.

Стосовно кількості та характеристик страхових компаній, з якими співпрацюють вітчизняні банки, можна також виокремити декілька моделей поведінки. Великі банки, які спеціалізуються на наданні послуг фізичним особам, такі як Приватбанк, Ощадбанк, Ідея Банк, ОТП Банк, мають дуже широкий спектр страховиків партнерів, які поділяються відповідно на лайф та нон-лайф страховиків. Також, вони співпрацюють з успішними страховими компаніями, які лідирують за обсягами страхових премій, таким чином створюючи позитивне ставлення до продуктів, що продаються. Їхніми основними партнерами є АХА страхування, Провідна, Універсальна, Уніка та інші.

В списку проаналізованих банків є також декілька, які спеціалізуються на юридичних особах, тому їхній портфель страхових продуктів та страхові компанії-партнери дещо відрізняються. Такими банками є Райффайзен Банк Аваль, Альфа Банк, які співпрацюють відповідно з АХА, Уніка, Арсенал страхування, а Альфа груп має свою дочірню страхову компанію Альфа страхування, яка обслуговує Альфа Банк. Серед страхових послуг, які хоч трохи відрізняються від абсолютно стандартних, можна виділити страхування від шахрайства з банківською картою від Приватбанку та ОТП банку.

З-посеред нещодавніх контрактів між банками та страховими компаніями виокремлюються Форвард банк та страхова компанія «Гарантія Довіра», які запустили страховий продукт «Ваше право Депозит» 1 серпня

2017 року, а також Універсал банк та його інноваційна програма медичного страхування «Лікар поруч».

Існують також банки, які заключили привілейовані контракти з однією страховою компанією, наприклад Укрсіббанк та АХА Страхування, Кредо Банк та ПЗУ Україна. В списку є два банки, Укргазбанк та Укрексімбанк, які взагалі не надають як таких страхових продуктів фізичним та юридичним особам, а їхня модель Bancassurance зводиться до співпраці з акредитованими страховими компаніями стосовно страхування заставного майна, життя та здоров'я заставодавця.

Отже, перелік послуг, які розповсюджуються через банківську мережу є дуже вузьким і не сприймається потенційними страхувальниками як додаткова корисна послуга, якої вони потребують, а радше як одна з умов надання кредиту, або додатковий обов'язковий платіж. Для покращення ситуації необхідно збільшувати фінансову та страхову грамотність населення і змінювати позиціонування банківського страхування на ринку страхових послуг.

2.3. Вплив психологічних чинників на просування продуктів Bancassurance

Для аналізу рівня довіри до банківських установ ми використали рейтинг надійності від Мінфін[16], а саме інтегрований показник лояльності вкладників, що включає в себе кількісну оцінку таких показників, як частка банку на ринку роздрібних депозитів, абсолютне та відносне зростання роздрібною портфеля вкладів за квартал, досвід роботи на ринку та платіжна репутація банку (Додаток Г).

Ми висунули гіпотезу стосовно того, що пізнаваність бренду банку на ринку позитивним чином впливає на лояльність вкладників до нього, адже за когнітивним упередженням впізнаваності та впевненості люди краще відносяться до більш знайомої інформації та приймають її за цілковиту

правду. За показник впізнаваності бренду ми взяли представленість банків у засобах масової інформації та соціальних мережах, адже вони є іміджевими інструментами для банку[14]. У банків є декілька мотиваційних чинників просувати свій бренд та вкладати кошти в маркетингову діяльність, пов'язану з розвитком бренду:

- діяльність компаній в ЗМІ, в тому числі в соцмережах впливає на результати видачі пошукових систем, таких як Google, а значить і на можливість клієнта знайти банк;
- через просування в ЗМІ банк стає ближчим до своїх клієнтів, а тому зростає і довіра до нього;
- активно просуваючи свої сторінки і оперативно інформуючи про нові продукти, акції або нововведення, банки швидше зможуть дійти до кінцевого споживача та донести йому актуальну інформацію про новинки.

На рисунку 4 зображено рівень представленості п'ятнадцяти обраних в рейтингу банків в медіа.

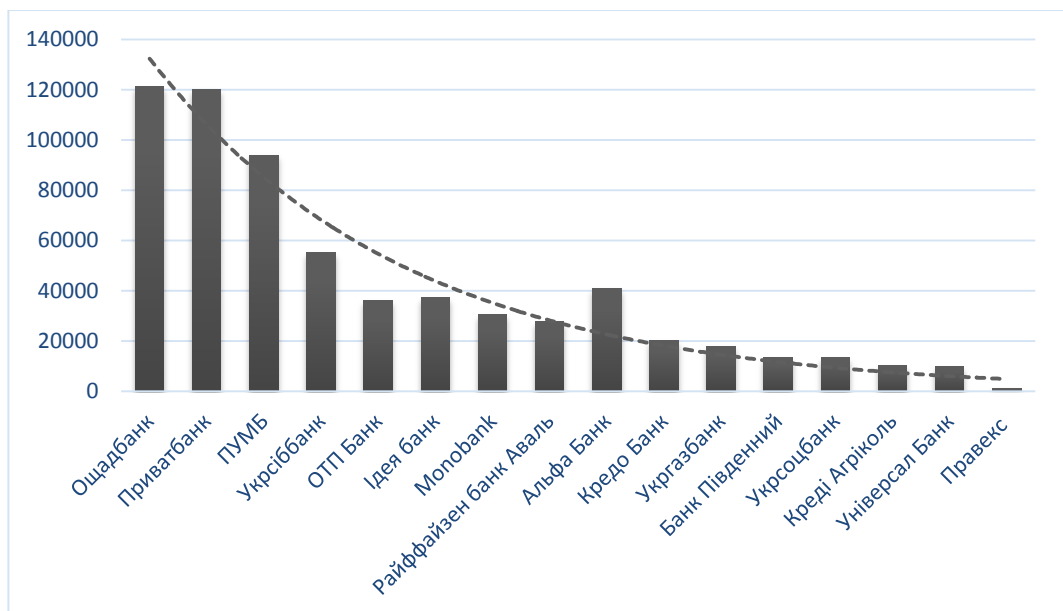


Рис. 4. 15 банків з рейтингу надійності Мінфін за рівнем представлення в соцмережах

Джерело: складено автором на основі [19] [21]

Як бачимо з рисунку 4, найбільш представленими у соцмережах є Ощадбанк та Приватбанк, що не є несподіванкою, адже вони є найбільшими

та найпопулярнішими банками серед населення. Приватбанк є найбільшим банком за кількістю виданих карток та за кількістю банкоматів і має на меті лише подальше розширення, тому приділяє велику увагу своєму бренду та його впізнаваності, особливо враховуючи те, що у найближчі два роки він планує бути реприватизований.

Ощадбанк також турбується про свій бренд та зміну свого позиціонування серед населення. Нещодавно він провів ребрендинг, аби переорієнтуватися на більш молоду аудиторію, а також на малий та середній бізнес завдяки своїй новій програмі кредитування МСБ «Будуй своє», тому представленість у соцмережах є для нього однією з важливих цілей для створення позитивної репутації оновленого Ощадбанку.

Далі в рейтингу йдуть ПУМБ, Укрсіббанк, ОТП банк та Ідея банк, які вже довгий час функціонують на ринку і набрали відповідний обсяг аудиторії. За минулі три роки вони не проводили активної кампанії по залученню нової аудиторії, тому навіть їхня кількість підписників суттєво не змінилася. Наступним є Монобанк, інноваційний банк, створений у 2017 році, який завдяки своїм молодим діджитал клієнтам дуже швидко набув високої впізнаваності. На це вплинув також і гарно продуманий брендинг та дизайн самої картки та мобільного додатку.

Райффайзен Банк Аваль та Альфа Банк є банками, орієнтованими на юридичних осіб, тому в них тема великої мотивації розширювати свою представленість в соцмережах. Всі інші банки є дуже слабкими за своєю представленістю і мають менше 20 тис. підписників.

Кореляція між рівнем лояльності вкладників та рівнем представленості в ЗМІ наведена на рисунку 5. Кореляція є не дуже значною, дорівнюючи 0,42, тобто середнього рівня. Це означає що кількість підписників та відповідно рівень представлення в соцмережах є чинником, що впливає на рівень лояльності вкладників банку та відповідно на рівень довіри до банку в цілому, хоча і не є визначним в цьому плані.

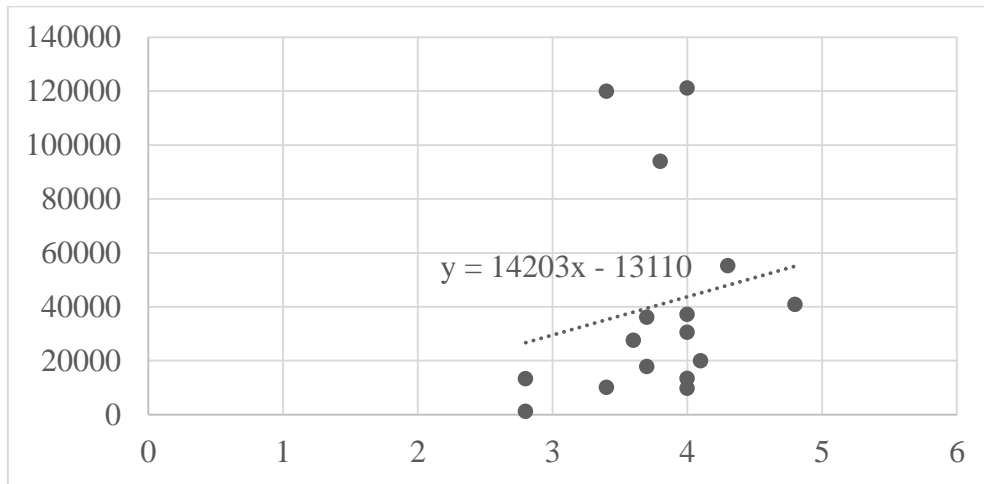


Рис. 5. Кореляція між рівнем лояльності вкладників до банку та рівнем представленості в засобах масової інформації

Джерело: складено автором на основі [17][21]

Ще одна гіпотеза ймовірного психологічного чиннику впливу на довіру до банку є масштаб його діяльності та відповідно власний капітал. В якості показників для оцінки був взятий власний капітал банку станом на 31.12.2017 відповідно до звітності, а також інтегровані рейтингові показники лояльності вкладників. Ймовірно, чим меншим є банк, тим більша лояльність до нього, адже банк є ближчим до своїх споживачів і намагається вибудувати довгострокові відносини. З іншого боку, у великих банків немає можливості постійно підтримувати зв'язок зі своїми клієнтами, а тому наявна висока частка переходу клієнтів до інших банків. На рисунку 6 наведена відповідно кореляція між обсягом власного капіталу та рівнем лояльності вкладників.

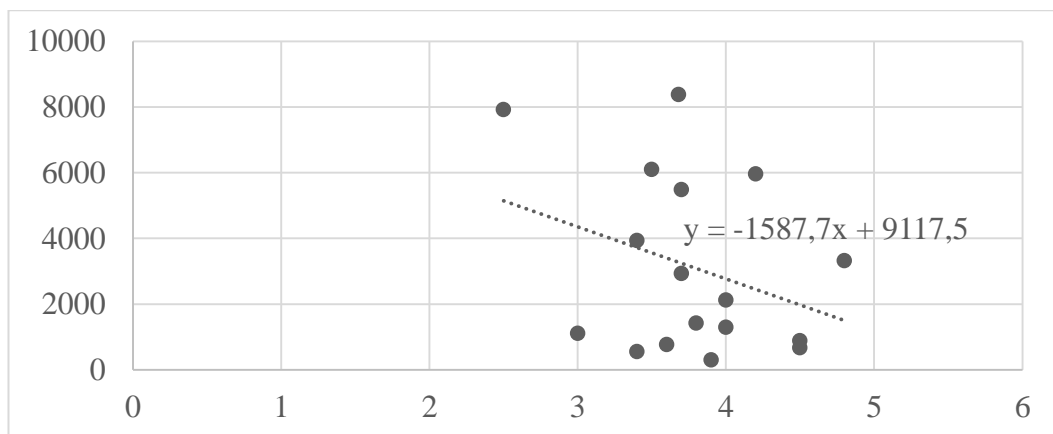


Рис. 6. Кореляція між обсягом власного капіталу в тис. грн. та рівнем лояльності вкладників за шкалою від 1 до 5

Джерело: складено автором на основі [19][21]

Як можна побачити з рисунку 6, пов'язаність власного капіталу та рівень лояльності вкладників досить посередня, на рівні 38%, що ледве перевищує пороговий рівень. Тобто можна зробити висновок, що в середньому меншим банкам довіряють більшою мірою, ніж глобальним та системним, частково через те, що менші банки мають вужчу таргет-аудиторію та більше орієнтуються на задоволення потреб своїх клієнтів. Але все ж таки приклади Приватбанка та Ощадбанка виокремлюються серед інших, адже не дивлячись на їх масштабність та системну важливість рівень довіри до них залишається досить високим.

Інститутом соціологічних досліджень проводиться щорічне опитування суспільної думки. Його результати стосовно рівня довіри до банків показані на рисунку 7.

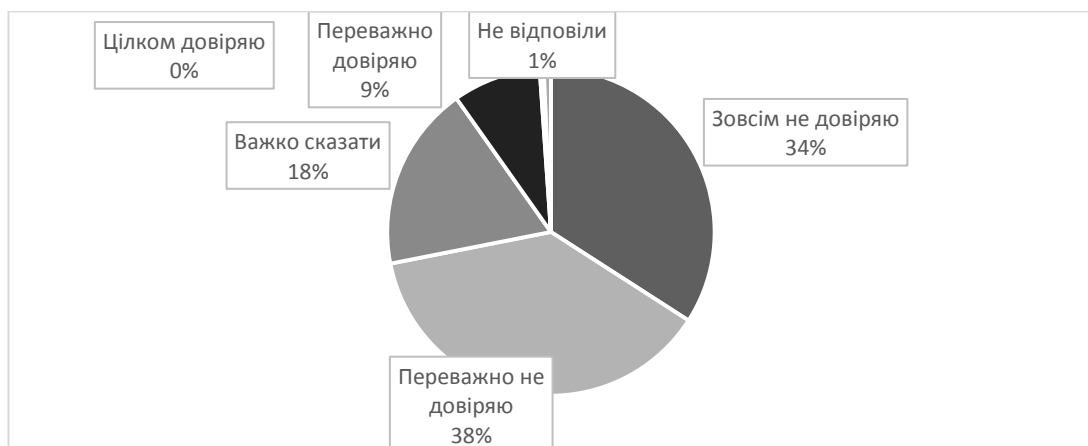


Рис. 7. Рівень довіри до банків, 2016 рік

Джерело: [13]

Вибіркова сукупність для цього опитування становила 1800 осіб і репрезентувала доросле населення України. За її результатами 72% зовсім не довіряють або переважно не довіряють вітчизняним банкам. Лише 9% відповіли, що переважно довіряють банківським установам, а 18% не визначилися. За 2017 рік рівень довіри до банківських установ в Україні впав майже втричі[17]. Цей показник є дуже низьким порівняно з іншими країнами, де рівень довіри досягає 50% або вище. Навіть у Великобританії, яка останні 10 років характеризується стійким рівнем недовіри до банківського сектору в цілому, зареєстрований показник на рівні 34%.

За даними того ж соціологічного дослідження, представленого на рисунку 8, рівень довіри до банків за 5-тибальною шкалою зараз дорівнює 2,0 і тепер зрівнявся зі страховими компаніями. Як можна помітити, довіра до банків до глобальної фінансової кризи 2008 року був достатньо високий для України, іноді навіть перевищував довіру до Президента та Верховної ради України, але після кризи він впав на 0,6 пункти і наразі залишається на тому ж самому рівні. Загальна чистка банківського сектору 2016 року також не виправила ситуацію з рівнем довіри до банків.

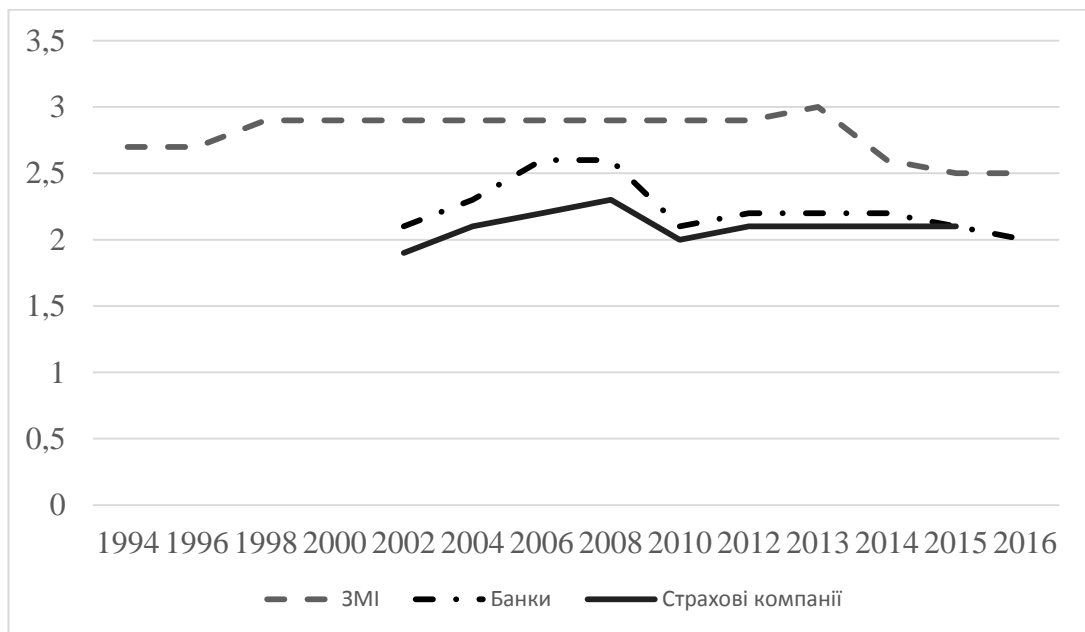


Рис. 8. Рівень довіри до ЗМІ, Президента, банків, СК за 1994-2016 рік

Джерело: [13]

Стосовно страхових компаній, їхня динаміка схожа на динаміку банків, хоча вони завжди і залишалися позаду банків частково і через банкоцентричність нашого ринку фінансових послуг. Тим не менш, криза 2008 року змінила акценти та зрівняла банки та страхові компанії за рівнем стабільності в очах клієнтів.

Отже, рівень довіри клієнтів банку та страхувальників залишається дуже низьким в Україні через низку чинників, серед яких висока волатильність ринку, велика ризиковість та нестабільність економіко-політичної ситуації, а також низький рівень фінансової грамотності, що не дає клієнтам належно раціонально реагувати на зміни на ринку фінансових послуг.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ

Світова економіка перебуває у стані постійних змін, а тому змінюються та вдосконалюються форми співпраці фінансових посередників на ринку фінансових послуг. Однією з основних причин розвитку взаємодії страхових компаній та банків на світовому ринку є жорстка конкуренція, яка потребує постійного покращення та розширення своєї діяльності. Для створення таких конкурентних переваг необхідна злагоджена робота та забезпечення ефективної діяльності обох учасників партнерських фінансових відносин. Bancassurance, а саме його новітні моделі, є однією з найдосконаліших форм співпраці банків і страхових компаній на фінансовому ринку. Для комплексного аналізу переваг та недоліків цієї форми взаємодії використовуємо метод SWOT аналізу (таблиця 3).

Таблиця 3

SWOT аналіз Bancassurance

Переваги	Недоліки
<p>Найбільш підходяща форма для дистрибуції страхових продуктів страхування життя та особистого страхування домогосподарств</p> <p>Другий за обсягом ринковий посередницький сегмент</p> <p>Велика кількість висококваліфікованих професіоналів</p> <p>Не потребує ніяких нових вливань робочої сили</p> <p>Великий портфель продуктів страхування життя</p> <p>На початковому етапі непотрібно суттєвих витрат на R&D</p>	<p>Необхідний інтернет у всіх відділеннях</p> <p>Негнучкість продуктів</p> <p>Фінансово перенавантажений середній клас, тобто залишається мало грошей після вирахування податків</p> <p>Немає мотивації купувати страховку, а отже потрібне заохочення у вигляді зменшення ставок податку</p> <p>Недостатність гудвілу в банках і страхових компаніях</p> <p>Негнучкі тарифи</p> <p>Рейтинги перестають базуватися на чисто актуарних принципах</p>
Можливості	Загрози
<p>Велика інформаційна база банку</p> <p>Можливість виділяти гомогенні групи з бази, серед яких просувати продукти</p>	<p>Необхідна зміна в підходах, корпоративній культурі у всіх учасників</p> <p>Низька прибутковість інвестицій</p>

Майже всі компанії надавали лише страхові послуги протягом 5-10 років, перш ніж перейти до більш ризикової діяльності	Низькі прибутки можуть призводити до неефективності та навіть ліквідації компаній Інертність до змін Недобросовісні партнерства можуть призвести до зниження ставок та погіршення репутації Bancassurance в цілому
---	--

Джерело: [34]

Як можна побачити зі SWOT аналізу Bancassurance як моделі ревалізації співпраці банків та страхових компаній, вона володіє багатьма перевагами та потенційними можливостями для подальшого вдосконалення та розширення, тоді як недоліки і загрози стосуються радше практичності впровадження цієї форми партнерства у визначених економіках та проблемах імплементації, які засновані на вже існуючих недоліках фінансового ринку. Тим не менш, при правильному підході до впровадження, та відповідного регламентування такої форми взаємодії, можна уникнути майже всіх потенційних загроз, якими є, наприклад, недобросовісні партнерства.

Через те, що загрози здебільшого пов'язані саме з імплементацією моделі, а не з її концептом як таким, їх можна знизити за рахунок активної реклами продуктів банківського страхування та відповідно збільшення попиту на цей вид, а також надання доступної та чіткої інформації стосовно таких продуктів, що збільшить обізнаність потенційних споживачів про можливості придбання таких фінансових послуг, а також підвищить загальний рівень фінансової грамотності населення, що наразі є дуже низьким.

Ще одним напрямом покращення є позиціонування використання Bancassurance як інструмент зменшення витрат коштів та економії часу як окремої людини, так і великої юридичної особи. Основні детермінанти успішної взаємодії банків та страхових компаній з використанням Bancassurance наведені на рисунку 9.



Рис. 9. Фактори для успішної взаємодії банків та страхових компаній на основі Bancassurance

Джерело: складено автором на основі [37]

На нашу думку, найголовнішою проблемою впровадження Bancassurance в Україні на сучасному етапі є відсутність мотивації та загальна нездатність банків та страховиків співпрацювати, частково і через невігластво про позитивні риси використання такої моделі взаємодії для досягнення ефекту синергії та об'єднання заради спільної мети: отримання прибутку та задоволення потреб клієнтів всіма можливими видами фінансових послуг.

Як було вказано в першому розділі, дуже перспективною формою подальшого вдосконалення взаємодії банків і страхових компанії на українському страховому та банківському ринку є модель відкритої архітектури, яка передбачає встановлення зв'язків одного банку з багатьма страховими компаніями залежно від продуктів, які вони пропонують. Така система створює високий рівень конкуренції серед страхових компаній за високорейтинговий банк як за платформу для ефективної реалізації своїх страхових продуктів, що спонукає їх для подальшого вдосконалення як самих продуктів, так і системи організації компанії в цілому. Наразі таку

модель можуть собі дозволити та використовують, хоча і не широкомасштабно, лише деякі українські банки, такі як Приватбанк, Ощадбанк, ОТП Банк, Ідея банк, але для створення позитивного ефекту на конкуренцію на страховому ринку, такої концепції повинні притримуватися переважна більшість банків, а страховики відповідно повинні бути зацікавлені у співпраці з банками як з ефективними партнерами.

Глобалізація та розвиток технологій наклали відбиток на всі сектори економіки, кардинально змінивши систему взаємодії суб'єктів та формат надання послуг. Ринок фінансових послуг не став винятком і на разі в ньому стрімко розвивається фінтех індустрія.

Більшість страховиків у світі планують інвестувати ресурси в різні канали дистрибуції та маркетингу, включаючи колл-центри, співробітників, продажі через мобільні додатки та інше. Оскільки технологічні інновації вже стали невід'ємною частиною світового Bancassurance, посилюється присутність страховиків в діджитал сфері. Наприклад, Малайзійські регулятори вже зобов'язали страховиків збувати страхові продукти ризикового страхування через прямі або онлайн канали продажу, а до 2019 року включно кожен страховик повинен забезпечити можливість придбати страховий поліс страхування життя, здоров'я, нещасних випадків онлайн.

Окремо варто зупинити увагу на використанні штучного інтелекту фінтех компаніями, зокрема і для успішного впровадження Bancassurance. Використання штучного інтелекту дає можливість автоматизувати багато важливих банківських послуг, оскільки завдяки методикам навчання нейронних мереж, якість таких послуг постійно підвищується.

Виникнення чат-бот інструментів для повідомлень також краще персоналізує фінансову грамотність та може сприяти покращенню фінансового здоров'я у тих додатках, які люди вже використовують кожного дня. Ще одним прикладом застосування штучного інтелекту є попередження та виявлення шахрайства за рахунок аналізу великих масивів даних для прийняття рішення щодо того, чи притаманна така поведінка даному клієнту.

Як приклад використання новітніх технологій у страховій галузі можна привести компанію Clark, німецьку іншуртех компанію, яка підписала контракт з мобільним банком N26 щодо надання програмного забезпечення у сфері обслуговування клієнтів. Ця технологія дозволить клієнтам банку краще розуміти свої поточні тарифи та покращити свій страховий захист, адже наразі клієнти часто відмовляються від страхування або мінімізують його через високу складність, непрозорість визначення витрат, відсутність компетентного консалтингу[34].

В Туреччині була створена інтегрована технологічна платформа під назвою Bankasurans Platform[36], яка суттєво зменшує операційні витрати банку на обробку інформації. Ця платформа інтегрована і виконує низку важливих завдань:

- є гібридним онлайн/офлайн продуктом процесного менеджменту;
- інтеграція з колцентром, тобто вся інформація стає одразу доступна та можлива для наступного використання для вирішення проблем, що виникли, або для обробки заявок;
- автоматична обробка документів, їхня конвертація в формат PDF, щоб їх можна було одразу надіслати споживачу;
- детальна звітність в реальному часі, всі трансакції можуть оформлюватися одразу та поділятися залежно від каналу продажу, відділення, користувача, компанії, дати або іншого критерію;
- постійний зв'язок зі страховими компаніями;
- забезпечення можливості крос-продажів. В разі заповнення страхувальником заявки на один страховий продукт, вона автоматично записується в список потенційних споживачів супутньої страхової послуги.

Така високотехнологічна інтегрована платформа, яка використовує штучний інтелект, нейромережі для оцінки потенційних споживачів, розпізнавання тексту та його класифікації, допомагає банкам ефективно співпрацювати із страховими компаніями та мінімізувати затрати на

здійснення обміну інформацією та на створення інтегрованих фінансових продуктів.

Окрім інноваційного рішення Bankassurans, що реалізовується банками Туреччини, існує розроблена в США методика Agilis Bank assurance solution, яка забезпечує всі бек-офіс операції банку, дозволяючи працівникам банку зосередитися на стратегічній діяльності та роботі з клієнтами. Цей продукт дозволяє створювати та підтримувати достовірні профілі клієнтів та синхронізувати їх між банком та страховою компанією[22].

Ще одним прикладом нещодавньої технологічної інновації в Bancassurance є створення технологічного рішення банкострахування на основі блокчейн. Воно було вперше використано AIA Hong Kong [33]. Ця технологія дозволяє страховій компанії та банкам-партнерам обмінюватися інформацією та документацією в режимі реального часу, тим самим зменшуючи час на обробку заявок на страхування та підвищуючи прозорість всього бізнес процесу. Використання блокчейн також забезпечує високий ступінь захищеності даних та конфіденційність інформації. Ця страхова група також створила AIA Акселератор, який шукає стартапи з високим потенціалом в страховому секторі, наприклад їхнє нещодавнє партнерство з KPMG Digital Village[35].

Отже, в світі існує багато прикладів використання новітніх технологій для покращення ефективності функціонування фінансових установ, що утворюють собою тенденцію для подальшої технологізації світового ринку фінансових послуг, зміщуючи акценти та компетенції співробітників від підтримання документації та паперової роботи до вивчення психології клієнтів та становлення довгострокових відносин з ними.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження приходимо до наступних висновків:

1. Шляхом дослідження теоретичних аспектів взаємодії банків та страхових компаній було виявлено основні організаційно-правові форми, в яких функціонує банкострахування в Україні та за кордоном. Bancassurance є відносно новою моделлю взаємодії страхових компаній та банків та новим каналом збуту страхових послуг на ринку фінансових послуг. Завдяки постійному вдосконаленню, були вироблені різноманітні моделі співпраці на основі банківського страхування, аби якнайкраще пристосуватися до особливостей фінансового ринку окремої країни.

2. За допомогою аналізу бізнес-моделей банкострахування, виокремлення переваг та недоліків кожної з них, ми дійшли висновку, що найбільш перспективною в Україні є модель відкритої архітектури, адже окрім досягнення прямих фінансових результатів учасників партнерства, вона також дозволить посилити конкуренцію між страховими компаніями, а отже і підвищити якість страхових послуг, а також збільшити обізнаність споживачів про фінансові послуги та функціонування ринку в цілому.

3. Серед найважливіших особливостей розвитку банкострахування в Україні варто виділити суттєву банкоцентричну модель ринку фінансових послуг, низьку фінансову інклюзивність населення та відсутність досвіду побудови довгострокових партнерських відносин, як банків зі страховими компаніями, так і фінансових інститутів зі своїми клієнтами

4. Під час проведення компаративного аналізу продуктів банкострахування, що наразі пропонуються на ринку фінансових послуг в Україні, ми виділили сильну стандартизованість та недиференційованість страхових продуктів, що не відповідають ані потребам споживачів, ані вимогам ринку.

5. Зважаючи на результати дослідження психологічних чинників, задля успішної діяльності як банк, так і страхова компанія, повинні проводити активну інформаційну та маркетингову політику для підвищення рівня впізнаваності свого бренду, адже він суттєво впливає на рівень довіри потенційних споживачів.

6. Стосовно технологічного розвитку, Україна стрімко розвивається у фінтех галузі, але всі розробки направлені здебільшого на сферу розрахунків, а сфера Bancassurance оминається вітчизняними стартапами. З огляду на зарубіжний досвід, технологічні рішення у сфері оптимізації взаємодії банків та страхових компаній стосовно аналізу клієнтів, обміну інформацією та інших форм, можуть та вже є дуже прибутковими та популярними серед зарубіжних фінансових установ.

Отже, Bancassurance є надзвичайно перспективним каналом продажу для страхових компаній, який заслуговує на увагу та подальше впровадження на українському фінансовому ринку, хоча і передбачає низку попередніх покращень.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А1

Переваги та недоліки різних моделей Bancassurance

Модель	Переваги	Недоліки
Інтегрована	<p>Найуспішніша бізнес модель Bancassurance</p> <p>Банкостраховики повною мірою користуються лояльною клієнтською базою банку та можливостями продажів за допомогою їхніх великих галузевих мереж.</p> <p>Чітка економічна перевага над традиційними страховиками</p>	<p>Продажі засновані на досягненні кількісних цілей відділень банку, а не на аналізі потреб клієнта. Це інколи призводить до втрат клієнтів, особливо коли банки виходять на ринок індивідуального пенсійного страхування.</p> <p>Ускладнює продаж більш складних продуктів з високою додатковою вартістю</p>
Неінтегрована на модель	<p>Продукти страхування життя пропонуються спеціалізованими консультантами на більш вибірковій основі після проведення аналізу потреб клієнта.</p> <p>Дозволяє побудувати довгострокові відносини з клієнтами, пропонуючи поради щодо якості на основі потреб клієнтів.</p> <p>Можливість продавати продукти з високою доданою вартістю з вищою маржею</p>	<p>Обсяги не достатньо високі.</p> <p>Через меншу інтеграцію банкостраховики не виграють від значного зниження витрат в порівнянні з традиційними страховими компаніями</p>
Модель відкритої архітектури	<p>Банки не обмежують себе єдиною домовленістю або партнерством.</p> <p>Банки мають можливість вибрати кращих страхових партнерів для кожного типу продукту і в деяких випадках отримувати продукти, спеціально розроблені для їх потреб.</p>	<p>Менш ефективна, ніж інтегрована з точки зору витрат, через те, що рівень інтеграції між банком та страховими компаніями нижчий</p>

	<p>Сильна конкуренція серед страховиків за отримання Bancassurance партнерства дозволило банкам отримати конкурентоспроможну продукцію та гарні комісійні.</p> <p>Для страховиків які шукали диверсифікації каналів збуту, ця модель запропонувала партнерства з декількома банками одночасно</p>	
--	---	--

Джерело: складено автором на основі [1]

ДОДАТОК Б

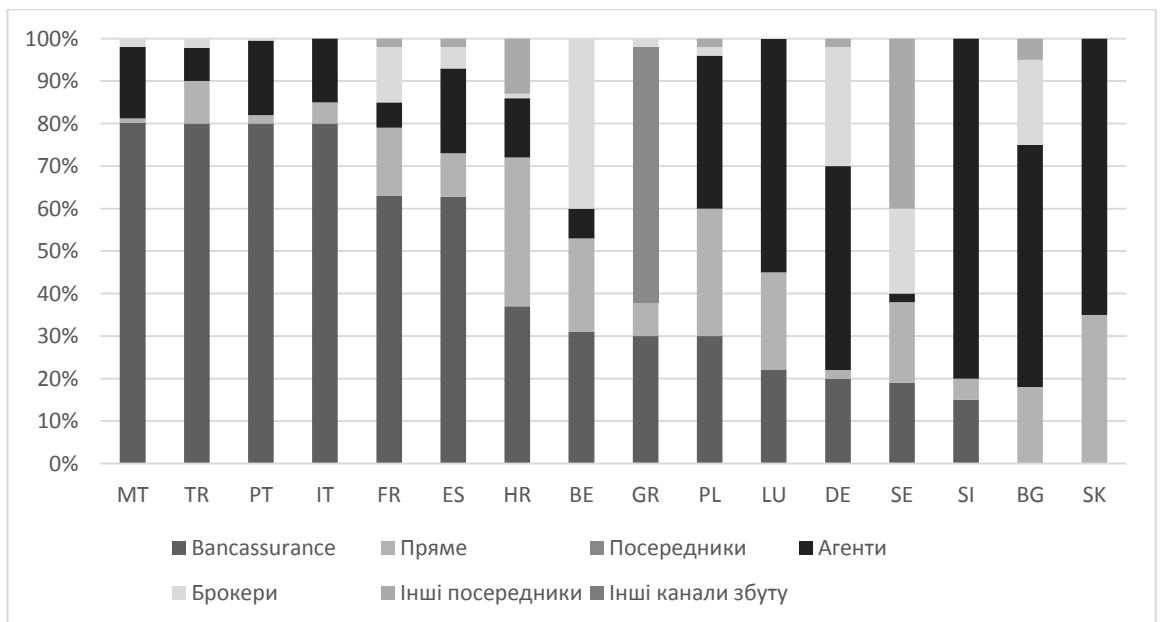


Рис. Б1. Канали збуту продуктів страхування життя в Європі за країнами станом на 2017 рік

Джерело: [32]

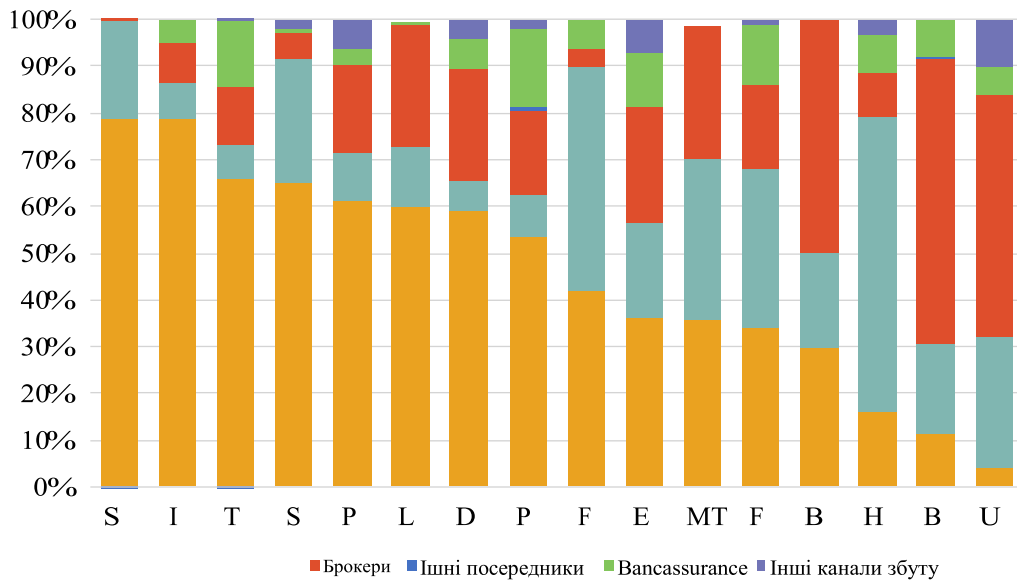


Рис. Б3. Канали збуту продуктів ризикового страхування в Європі за країнами станом на 2017 рік.

Джерело: [32]

ДОДАТОК В

Банки, страхові компанії-партнери та страхові продукти, які розповсюджуються за допомогою Bancassurance

№	Банк	Рейтинг	Страхова компанія-партнер	Страхові послуги, що реалізуються
1	Укрсіббанк	4,5	АХА Страхування	Фізичні особи: 1) КАСКО - все включено 2) ОСЦПВ 3) страхування виїзджаючих за кордон, для преміум клієнтів 4) страхування нерухомості за програмою страхування "АХА Комфорт-Надійна" 5) добровільне медичне страхування 6) Медицина без меж, яка гарантує лікування низки серйозних захворювань у кращих світових клініках.

№	Банк	Рейтинг	Страхова компанія-партнер	Страхові послуги, що реалізуються
2	Райффайзен Банк Аваль	4,26	Уніка Страхування, Уніка Лайф, УСГ, АХА страхування	1) програма "Впевненість 24/7", отримання фінансової допомоги при переломах, опіках, втраті працездатності при нещасних випадках 2) довгострокові накопичувальні програми, які дозволяють накопичити кошти для отримання якісної вищої освіти, власного бізнесу або пенсії. 3) програми страхування заставного майна та особистого страхування заставодавців
3	ОТП Банк	4,08	АХА Страхування, ІНГО Україна, РЗУ Україна, Метлайф, Уніка, Арсенал Страхування, Універсальна, ТАС, УСГ, Кардіф, Княжа	1) страхування майна 2) КАСКО 3) страхування нещасних випадків 4) страхування смерті внаслідок нещасного випадку або хвороби 5) страхування постійної повної втрати працездатності 6) страхування титулу 7) страхування життя для виїзду за кордон 8) страхування заставного майна 9) страхування платіжної карти від шахрайства та крадіжки готівки
4	Креді Агріколь Банк	3,99	АХА, АХА страхування життя	1) КАСКО 2) ОСЦПВ 3) страхування життя 4) медичне страхування 5) страхування майна 6) страхування подорожуючих 7) Страхування операцій з картою
5	Укргазбанк	3,88	20 акредитованих страхових компаній для страхування заставного майна	страхування майна фізичних та юридичних осіб, що передається в забезпечення по кредитах, особистого страхування позичальників
6	Кредобанк	3,82	ПЗУ Україна	1) страхування подорожуючих за кордон 2) ОСЦПВ 3) КАСКО 4) страхування нерухомого майна 5) страхування життя
7	Прокредитбанк	3,75	-	-

№	Банк	Рейтинг	Страхова компанія-партнер	Страхові послуги, що реалізуються
8	Ощадбанк	3,6	1) страхування життя Ейгон Лайф Україна Брокбізнес 2) страхування майна та відповідальності: АХА страхування, ПРОСТО, Княжа, УПСК, УСГ, Уніка, Універсальна, ПСК-ЗАХІД, ЗЛАГОДА, Кредо, Арсенал страхування, ПЗУ Україна, ВіДі, Експрес	1) ОСЦПВ 2) Автоцивілка+ 3) страхування від нещасного випадку "Оберіг" 4) "Моє здоров'я" 5) туристичне страхування для подорожуючих за кордон 6) страхування в рамках кредитів для фізичних осіб на придбання 7) транспортних засобів страхування в рамках кредитів для фізичних осіб на інвестування об'єктів будівництва
9	Альфа-Банк	3,6	АХА Страхування, ІНГО Україна, Уніка, УСГ, Арсенал Страхування ПЗУ Україна, Універсальна Експрес, УПСК	1) медичне страхування 2) страхування майна 3) добровільне страхування від нещасних випадків 4) страхування фінансових ризиків 5) туристичне страхування
10	Ідея Банк	3,54	Уніка, ПЗУ Україна, ВУСО, ТАС, Арсенал страхування, АХА страхування, Універсальна, Країна Альфа страхування, УСГ, Експрес, Індіго, Граве Україна	1) страхування життя та здоров'я від нещасних випадків 2) страхування будинку чи квартири 3) медичне страхування за кордоном 4) ОСЦПВ

№	Банк	Рейтинг	Страхова компанія-партнер	Страхові послуги, що реалізуються
11	Укрексімбанк	3,52	18 акредитованих компаній для страхування заставного майна	Страхування заставного майна, особисте страхування заставодавців
12	Приватбанк	3,44	Княжа, МетЛайф, ВУСО, АХА страхування, ТАС, Провідна, Універсальна, Уніка	1)страхування комунальних платежів 2) ОСЦПВ 3)страхування кредитного ліміту 4)страхування здоров'я "Захист на кожен день" 5)туристичне страхування 6)страхування нерухомості 7) захист від шахрайства 8)КАСКО

Джерело: складено автором на основі [18] [20] [27]

ДОДАТОК Г

Таблиця Г1

Рейтинг банків за лояльністю вкладників

№	Банк	Лояльність вкладників	Активи, млн грн	Капітал, млн грн
1	Укрсіббанк	4,3	56673	5964
2	Райффайзен Банк Аваль	3,6	60763	8695
3	ОТП Банк	3,7	25012	2931
4	Креді Агріколь Банк	3,4	35543	3927
5	Укргазбанк	3,7	74443	5486
6	Кредобанк	4,1	12080	1285
7	Прокредитбанк	3,6	12340	1420
8	Ощадбанк	4	215594	15440
9	Альфа-Банк	4,8	37660	3322
10	Ідея Банк	4	3282	299
11	Укрексімбанк	3,8	163956	8380
12	Приватбанк	3,4	245882	27536
13	Правекс Банк	2,8	3908	1105
14	ПУМБ	3,8	52090	6094
15	Таскомбанк	4,5	9430	662

Джерело: складено автором на основі [16][17]

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Землячова О.А. Взаємодія банків і страхових компаній: передумови, тенденції, шляхи розвитку: дис. к-та екон. наук: 08.00.08; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2018. 240 с.
2. Комплексне страхування фінансових і майнових ризиків банку (поліс ВВВ), Альфа страхування. URL: <https://alfaic.ua/page/kompleksnoe-strahovanie-finansovyh-i-imuschestvennyh-riskov-banka-polis-bbb>
3. Модели Bancassurance для страхования жизни, Bancassurance. URL: <http://bancassurance.com.ua/review/196>
4. Огляд ринку Bancassurance: стратегічний напрямок розвитку страхового ринку України, форіншурер, 2017. URL: <https://forinsurer.com/public/04/11/21/1762>
5. Олексин А.Г. Особливості та проблеми співпраці страхових компаній та комерційних банків. *Ефективна економіка*, 2015. №2.
6. Олійник Г.І. Механізм взаємодії страхових компаній та банків на ринку фінансових послуг: дис. к-та екон. наук: 08.00.08; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2014. 224 с.
7. Офіційний сайт Національного банку України URL: <https://bank.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <https://www.nfp.gov.ua/>
9. Пікус Р.В. Олійник Г.І. Взаємодія страхових компаній і банків на ринку фінансових послуг України: монографія, Київ: Компринт, 2015. 186 с.
10. Приказюк Н.В. Страхова система України: теорія, методологія, практика. Монографія. Київ. Логос, 2017. 611 с.
11. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> (дата звернення 10.11.2018 р.).

12. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 р. № 2664-III. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14> (дата звернення 10.11.2018 р.).

13. Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992-2016 років, Українське суспільство. Моніторинг соціальних змін. Інститут соціології НАН України, 2017.

14. Рейтинг українських банків у соціальних мережах, news finance. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/391387/rejtyng-ukrayinskyh-bankiv-u-sotsialnyh-merezhah-infografika>

15. Рейтинг устойчивости банков. Методика, Минфин. URL: <https://minfin.com.ua/banks/rating/method/>

16. Рейтинг устойчивости банков по итогам 3 квартала 2018 года, Минфин. URL: <https://minfin.com.ua/banks/rating/>

17. Рівень довіри українців до банків минулого року впав майже втричі, mind.ua, 2017. URL: <https://mind.ua/news/20185603-riven-doviri-ukrayinciv-do-bankiv-minulogo-roku-vpav-majzhe-vtrichi>

18. Ткаченко Н.В. Моделі взаємодії банків і страхових компаній. Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка, 2015, н.2, с.326-334. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25477898>

19. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог, USAID, 2017. URL: http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf

20. Фомичева О.Е. Модель открытой архитектуры в сфере индивидуального банковского обслуживания и практика ее внедрения. Москва, 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/model-otkrytoy-arhitektury-v-sfere-individualnogo-bankovskogo-obsluzhivaniya-i-praktika-ee-vnedreniya>

21. 2018 Trust in financial services, Edelman, 2018. URL: <https://www.edelman.com/research/trust-in-financial-services-2018>

22. AGILE financial Technologies. Agilis bancassurance solution, 2017. URL: http://www.agile-ft.com/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=364

23. Allen, Leigh. RGA Europe Quarterly Key to Bancassurance Success: Partnership, Innovation and Alignment. URL: https://www.rgare.com/media-center/Pages/Newsletters/EQ_Dec/bancassurance.html
24. Bancassurance Market 2018 Global Industry – Key players, Size, Trends, Opportunities, Growth – Analysis to 2025. URL: <http://www.digitaljournal.com/pr/3832917>
25. Bancassurance Models. Shodhganga, 2004. URL: http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/132483/11/11_chapter%204.pdf
26. Bankers Blanket Bond(BBB) как форма распределения банковских рисков URL: <http://bancassurance.com.ua/review/300>
27. BNP Paribas Cardif Business Report 2017, 2017/ URL: https://www.bnpparibascardif.com/documents/583427/601157/BNPPARIBASCA RDIF_BusinessReport2017_.pdf/e76a8472-2a03-4503-b135-adb37064252f
28. BNP Paribas Cardif, full-year 2017 results and 2017-2020 development plan URL: https://www.bnpparibascardif.com/en_US/key-figures#
29. Consumer trust in banking: good news, bad news, EY, 2017. URL: <https://www.ey.com/gl/en/industries/financial-services/banking---capital-markets/ey-trust-without-it-youre-just-another-bank>
30. Credit Agricole Predica. Notre métier, vous protéger, vous et vos proches. URL: <https://www.ca-assurances.com/CAA/Nos-entites-juridiques/Predica>
31. Ennew, Christine. Measuring trust in financial services: the Trust Index. The University of Warwick, 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/285769675_Measuring_trust_in_financial_services_the_Trust_Index
32. European Insurance in figures, 2016 data, insurance Europe, 2017. URL: https://www.insuranceeurope.eu/sites/default/files/attachments/WEB_European%20Insurance%20in%20Figures%20-%202016%20data.pdf
33. First blockchain-based bancassurance network launched in Hong Kong, Fintech Futures. URL: <https://www.bankingtech.com/2017/11/first-blockchain-based-bancassurance-network-launched-in-hong-kong/>

34. Insurtech firm Clark and N26 launch digital insurance service, fintech futures. URL: <https://www.bankingtech.com/2017/06/insurtech-firm-clark-and-n26-launch-digital-insurance-service/>

35. Kotler, Keller Marketing Management, Dartmouth College, Pearson, 2015. URL: http://socioline.ru/files/5/283/kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf

36. Technologies of Bancassurance, Bankasurans. URL: <https://www.bankasurans.com.tr/technologies-of-bancassurance/?lang=en>

37. The power of alliances. Partnering for growth in the insurance sector, KPMG, 2017. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/03/power-of-alliance.pdf>