

Список використаної літератури

1. Базилевич В.Д. Страхування [Текст]: Підручник / В.Д. Базилевич. – К.: Знання-Прес, 2008. – 1019 с.
2. Страхова медицина в Україні покращить якість лікування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/2026844-strahova-meditsina-v-ukran-pokraschit-jakst-lkuvannja.html>.
3. Карлін М.І. Фінансова система України [Текст] : навчальний посібник / М.І. Карлін. – К. : Знання, 2007. – 324 с.
4. Плюси та мінуси страхової медицини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gorod.cn.ua/news/gorod-i-region/64667-plyusi-ta-minusi-strahovoyi-medicini.html>.

УДК 369

Н.В. Кудрявська,

аспірант кафедри страхування та ризик-менеджменту,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ ЧЕРЕЗ ПРЯМИХ СТРАХОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ

Невід’ємним елементом страхового ринку є страхові посередники, неможливо забезпечити поступальний соціально-економічний розвиток держави, безпечне функціонування суб’єктів господарювання без їх функціонування на ринку страхування. Страхове посередництво, як спосіб реалізації страхового продукту, є традиційним для страхового бізнесу, а страхові посередники є одними з основних учасників ринку страхування розвинутих країн. Реалізація страхових послуг має важливе значення для формування належних відносин між страховою компанією і клієнтами, що впливає на імідж не лише окремого страховика, а й усього страхового ринку.

Питанням дослідження діяльності посередників на страховому ринку на сьогодні приділяється надзвичайно пильна увага і завдяки цьому можна

виділити переваги та недоліки реалізації страхових продуктів через прямих страхових посередників (табл. 1).

Таблиця 1

**Переваги та недоліки реалізації страхових продуктів через прямих
страхових посередників**

Канал продажів	Переваги	Недоліки
Через брокерів	– можливість одночасного залучення великого клієнтського портфелю; – присутність там, де немає доступу через інші канали продажу; – економія ресурсів за рахунок спілкування клієнта з професійним посередником; – можливість продажу не тільки стандартних, а й складних (відповідно дорогих) продуктів; – диверсифікація продажів.	– можливість втрати клієнтів з вини посередника; – можливість спотворення посередником інформації про ситуацію на ринку; – орієнтація на розмір комісії, нав'язування брокером високої комісійної винагороди в обмін на об'єм бізнесу; – низька керованість; – співпраця одночасно з кількома компаніями; – недостатня юридична захищеність.
Через агентів	– розширення клієнтської бази та можливість охоплення нових сегментів ринку; – низькі початкові витрати; – висока мотивація на залучення нових клієнтів; – мобільність у виборі місця зустрічі з клієнтом; – постійний контакт клієнта з одним й тим же представником компанії.	– можливість втрати клієнтів з вини посередника; – можливість спотворення посередником інформації про ситуацію на ринку; – високі комісійні; – низька керованість процесу продажу; – при переході агентів у іншу компанію висока ймовірність втрати всього його клієнтського портфелю; – низька кваліфікація агентів; – велика кількість помилок у договорах страхування; – орієнтація на прості продукти; – висока ймовірність шахрайства; – ймовірність роботи агента одразу на декілька компаній; – недостатня юридична захищеність.

Джерело: [2]

Страхові посередники відіграють важливу роль у просуванні страхових послуг страхової компанії до споживача, а так само в консультативному супроводі споживача страхових послуг на етапі укладання, виконання, модифікації і припинення договору страхування. Розвиток страхових брокерів впливає на загальний розвиток страхового ринку в країні та допомагає їй вийти на світовий страховий ринок та посісти на ньому гідне місце. Тобто страхові посередники спроможні сприяти розвитку конкуренції на страховому ринку, сприяючи при цьому його розвитку [1].

У різних країнах світу співвідношення між кількістю агентів та брокерів, що діють на страховому ринку, помітно різні. На одних ринках переважають агенти, на інших – брокери. Наприклад, нідерландський страховий ринок називають «брокерським». У Франції 42 % страхових продуктів зі страхування життя продається через банки. Брокери Великої Британії забезпечують 70 % страхування, відмінного від страхування життя, та 44 % страхування життя. У Німеччині 50 % ризиків у промисловості страхується за посередництвом кептивних брокерів, а 65 % страхування життя та автомобільного транспорту провадять страхові агенти [3].

Отже, серед різноманітних способів реалізації страхового продукту ключове місце займає реалізація через страхових посередників. Найбільш розповсюдженими страховими посередниками є агенти та брокери. Основною відмінністю між агентом та брокером є те, що брокер діє від свого імені в інтересах клієнта, а страховий агент – від імені та в інтересах страховика. В залежності від форми організації та специфіки діяльності виділяють різні типи страхових агентів. Агентські канали продажів є ефективними з точки зору розширення клієнтської бази, мобільності, постійної підтримки контакту з клієнтом та вимагають низьких початкових витрат на створення. Проте реалізація страхового продукту через агентську мережу має також і суттєві недоліки, пов'язані з ризиками компетенції посередника, низькою керованістю та високими комісійними.

Список використаної літератури

1. Страхування: [підручник]: / [Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Пікус Р.В.]; за ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2008. – 648 с.
2. Страхові послуги: [підручник]: у 2 ч. / [Базилевич В.Д., Пікус Р.В., Приказюк Н.В., Моташко Т.П. та ін.]; за ред. В.Д. Базилевича. – Ч. 2 – К.: Логос, 2014. – 524-527 с.
3. Cummins J.D. The economics of insurance intermediaries / J.D. Cummins, N.A. Doherty // Journal of Risk and Insurance. – 2007. – № 73. – С. 347-349.

УДК 368

В.Г. Курасов,

студент V курсу ФЕФ,

магістерська програма «Страховий менеджмент»,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»,

науковий керівник: С.С.Осадець,

д.е.н., професор, професор кафедри страхування,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

ІННОВАЦІЇ В АВТОСТРАХУВАННІ – НЕ РОЗКІШ, А НЕОБХІДНІСТЬ

Автомобільний транспорт є найбільш ризикованим. Тому у всьому світі страхування на випадок таких ризиків є дуже поширеною послугою.

Вивчення особливостей авто-каско, аналіз ринку даного виду страхування дозволить виявити тенденції і перспективи його розвитку в Україні, визначити актуальність придбання полісів КАСКО для споживача страхових послуг.

У складній економічній ситуації багато автовласників ретельно зважують всі плюси і мінуси КАСКО, все частіше відмовляючись від добровільного страхування автомобіля. До того ж переважна більшість автовласників вважає, що добре водить автомобіль, тому обов'язкового страхування цивільної