

Количество условного населения в Республике Беларусь

Население в возрасте, лет	Численность, тыс. чел.	Коэффициент перевода	Численность условного населения, тыс. чел
10–59	6651,53	1	6651,55
0–9	978,63	0,5	489,32
60 и старше	1834,99	0,7	12,84,49
Итого	9465,15		8425,36

Например, количество необходимого для условного населения белка требуется 961 т/сутки (по предыдущему расчёту 975 т/сутки), соответственно жира – 952 т/сутки и углеводов – 3960 т/сутки и 4019 т и энергии – 29067,5 Мккал/сутки и 29324,2 Мккал/сутки. Соотношение в пищевом рационе энергии белка, жира и углеводов имеет вид как 1:2,2:4,1, то есть такой же, что был установлен в первом случае расчёта. Из этого можно сделать вывод, что оба варианта расчётов имеют право на существование.

Таким образом, с учетом численности населения страны и научно обоснованных норм питания, для лиц различных возрастных групп, определены потребности Республики Беларусь в продуктах питания, питательных веществах и обеспечиваемой ими энергии. Полученные данные целесообразно учитывать при планировании объемов производства, экспорта и импорта продовольствия.

Список использованных источников

1. Бабский, Е. Б. Физиология человека: учебн. для вузов / Е. Б. Бабский [и др.]; под ред. Е.Б. Бабского. – М.: Медицина, 1966. – 656 с.
2. Карпышева, В. С. Руководство по диетотерапии / В.С. Карпышева, Г. А. Татарникова. – М. : Медицина. – 1974. – 236 с
3. Адаптивные системы земледелия в Беларуси; под общ. ред. А. А. Попкова. – Минск, 2001. – С. 6–14.
4. Никончик, П. И. Почвенно-экологические возможности производства и экспорта продукции сельского хозяйства при различных уровнях ведения земледелия и животноводства в сельскохозяйственных организациях Беларуси / П. И. Никончик // Земляробства і ахова раслін. – 2010. – № 5. – С. 5–10.
5. Экологические основы природопользования: учеб. пособие; под ред. Э. А. Арустамова. – М. : Издательский дом «Дашков и К», 2001. – 236 с.
6. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – С. 55–90.
7. Гусаков, В. Нормативные показатели производственно-экономической деятельности для обеспечения конкурентоспособности сельского хозяйства / В. Гусаков, В. Бельский, А. Попков // Аграрная экономика. – 2007. – № 10. – С. 12–13.
8. Справочник нормативов трудовых и материальных затрат для ведения сельскохозяйственного производства; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск: Белорусская наука. – 2006. – С. 561–562.
9. Основы физиологии человека: учебн. для вузов; под ред. Б.И. Ткаченко. – Москва, 1994. – 554 с.
10. Мысик, А. Т. Справочник по качеству продуктов животноводства / А. Т. Мысик [и др.]. – М. : Агропромиздат, 1985. – С. 5.

БАНКОВСКО-СТРАХОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В УКРАИНЕ И ЕВРОПЕ

Т.И. Стецюк,

канд. экон. наук, доцент

Государственное высшее научное заведение

«Киевский национальный экономический университет

имени Вадима Гетьмана» доцент кафедры страхования

г. Киев, Украина

В течении последних десяти лет на украинском страховом рынке активно идет процесс объединения финансовых институтов, что приводит к изменению природы взаимодействия страховых компаний и банков, к усилению тенденции консолидации на финансовом рынке. Основными мотивами объединения компаний в финансовом секторе экономики являются экономия средств за счет укрупнения своего бизнеса, а также взаимное увеличение прибылей, при этом компании стремятся помогать своим новым партнерам продвигать на рынок предлагаемые ими продукты. Новое направление в финансовом бизнесе позволяет участвующим сторонам достичь значительных преимуществ на рынке предоставления услуг.

Концепция банковского страхового (bancassurance) в последние годы активно разрабатывается банками и страховыми компаниями Украины. Наиболее популярной моделью взаимодействия банка и страховой

компании на украинском рынке является концепция финансового супермаркета. Концепция «финансового супермаркета» предполагает, кроме предоставления всех видов банковских услуг, услуги туристической фирмы, продажу авиа и железнодорожных билетов, а также услуги страховой компании. Первым банком, который открыл операционную точку именно с таким названием (и даже зарегистрировал его как торговую марку), стал в 2002 г. «Кредитпром банк». Концепция «финансового супермаркета» от «Кредитпром банка» предполагает, кроме предоставления всех видов банковских услуг, услуги туристической фирмы, продажу авиа и железнодорожных билетов, а также услуги страховой компании. Все это теперь можно получить в одном месте – в нескольких отделениях ОАО «Кредитпром банка». Физическим лицам в рамках данного проекта банк предлагает депозитные вклады, именные денежные переводы, дорожные чеки, золотые слитки, оплату коммунальных счетов и многое другое. Кроме того, характерной чертой проекта Финансовый супермаркет от «Кредитпром банка» является обслуживание не только физических лиц, но и корпоративных клиентов.

В июне 2002 года аналогичные офисы открыли «ТАС – Комерц банк» совместно с другими компаниями финансовой группы «ТАС», а также «Брокбизнес банк». Примером наиболее полномасштабной (по количеству филиалов в разных городах Украины) модели финансового супермаркета является финансовый супермаркет от «Приват Банка», который в 2002 году предложил услугу «Экспресс-страхование» не только в своих многочисленных отделениях, но и в банкоматах. Таким образом, владельцы пластиковых карт «Приват Банка» получили возможность оплачивать стоимость страховых полисов через банкоматы банка.

«Укрсоц банк» и страховая компания «Укрсоцстрах» предоставляют страховые услуги по технологии обслуживания в «одном окне» с июля 2002 г. А в сентябре 2002 года активно начались продажи еще 8 совместных страховых продуктов, что увеличило общее число предлагаемых банковских и страховых услуг до 12.

Интересен опыт финансовой группы «ТАС». Процесс формирования группы начался в январе 2001 года. В группу «ТАС» вошли:

- ЗАО «Страховая группа «ТАС» (ранее «Международная страховая группа»);
- ЗАО «Страховая компания «ТАС» (ранее Страховая компания «Приват Полис»);
- ЗАО «Международная страховая компания»;
- ЗАО «ТАС-Комерц банк» (ранее банк «Киев-Приват»);
- ЗАО «ТАС-Инвест банк».

Это первый пример украинской финансовой группы, созданной путем объединения нескольких банков и страховых компаний.

Сегодня банки контролируют от 20 до 40 % страхового рынка в Европейском Союзе [1]. В 1999 г. один из крупнейших в Великобритании банк National Westminster (Nat West) приобрел контрольный пакет (75 %) акций страховой компании Legal& General, четвертой по величине в Великобритании. Весь комплекс пенсионных услуг и услуг по страхованию жизни, а также облигации Legal& General стали реализовываться на всей территории страны через сеть банка NatWest. Положительный эффект от слияния со страховой компанией выразился для банка и в том, что в результате слияния инвестиционное направление деятельности банка утроилось в размере. Для Legal& General это слияние также является выгодным, поскольку темпы дальнейшего роста этой компании, выходящей на ведущие позиции на рынке недорогих и удобных для клиента пенсионных и страховых услуг, сдерживало отсутствие достаточно масштабной сети их распространения. Союз с одним из крупнейших британских банков открыл для Legal&General возможности существенного расширения своей деятельности.

Европейские банки стремятся приобрести статус всестороннего провайдера широкого комплекса финансовых услуг, включая пенсионные и страховые услуги. Совместные банковские страховые программы обслуживания клиентов позволяют банкам завоевать позиции на наиболее динамичном направлении этого рынка – долгосрочных сбережениях. Снижение банком Англии базовых учетных ставок в 2000-2002 гг. привело к снижению банковского процента на долгосрочные вклады в британских банках [2.231с.]. Ряд решений правительства Великобритании стимулировал дальнейшее развитие пенсионных программ и программ накопительного страхования жизни, что в свою очередь, явилось очередным аргументом для банков в пользу объединения со страховыми компаниями.

Предоставление клиентам стандартных продуктов под разными марками – продажа продуктов страхования под именем приобретенной страховой компании или предложение страхового продукта под вновь созданной маркой – является, по-видимому, одной из составляющих успешной работы европейских банковских страховых групп. Действуя в таком направлении, они постепенно захватывают ту долю европейского рынка, которая принадлежит традиционному страхованию жизни и пенсий. Другими факторами, стимулирующими сотрудничество Британских банков со страховыми компаниями, является: отлив денежных ресурсов из кредитно-финансовых институтов, конкуренция со стороны крупных универмагов, которые стали предлагать своим клиентам набор финансовых услуг на льготных условиях, инвестирование без посредника через интернет, продвижение американскими банками на британский рынок своих кредитных карт.

Самый успешный подход к модели банковского страхового сотрудничества с точки зрения европейского финансового рынка заключается в том, что банк использует свои каналы для распространения стандартных продуктов страхования жизни и пенсионного обеспечения. Существует тенденция превращения финансовых институтов в организации, предлагающие клиентам множество продуктов по различным каналам. Они могут удовлетворить все потребности своих клиентов, предлагая им продукты под своим или чужим брендом. Чужой бренд может находиться в их собственности или иметь иной источник получения в зависимости от того, будет ли компания специализироваться на производстве или распространении страховых продуктов. Развитие такой тенденции приведет к тому, что банки и страховые компании будут продолжать образовывать союзы.

Так, например, немецкая компания Allianz Versicherung способствовала слиянию двух крупнейших банков страны: Deutsche Bank и Dresdner Bank, – так как вновь образованный банк должен был предоставить ей доступ к своей объединенной сети по обслуживанию населения. В объявлении о данном проекте даже отмечались планы объединения банковской и страховой деятельности [1. С.48-53].

Процесс банковского страхования в Европе успешно развивается. По мнению финансовых аналитиков из лондонского офиса Moody's Investor Service, французские банковские страховщики добились больших успехов, в распространении стандартных страховых продуктов [3. С.199-203]. Продукты, которые они предлагают, в высшей степени стандартизированы и пользуются большим спросом, они доступны пониманию клиентов и легко продаются. Кроме того, они выгодны с точки зрения налогообложения и поэтому находят большой спрос в таких странах, как Испания, Италия и Португалия [3. С.199-203].

Выводы произведенного исследования. Анализируя опыт украинских финансовых институтов, можно выделить основные отличительные черты банковского страхового сотрудничества на Украине:

- одним из самых популярных на Украине совместных банковских страховых проектов является проект «Финансового супермаркета»;
- на Украине бренд крупного банка более известен и узнаваем потребителем, чем бренд крупной страховой компании. Поэтому, продавая страховые продукты под именем банка, страховщики могут получить большую лояльность клиентов и соответственно более весомый результат;
- банкиры пользуются большим доверием клиентов, чем страховщики, вкладчики часто советуются с банкирами, на какой вид вклада им размещать свои средства. Поэтому, если сотрудник банка станет предлагать в числе возможных вариантов размещение средств программы накопительного страхования жизни, это будет гораздо результативнее, чем аналогичное предложение, сделанное страховым агентом. То есть, учитывая низкую финансовую грамотность и страховую культуру населения, продажу полисов через банки страховщики считают одним из наиболее удачных способов продвижения страховых продуктов.

Список использованных источников

1. Зайцев, О. Альянс банков и страховых компаний в новых рыночных странах / О. Зайцев // Банковская практика за рубежом. – 2004. – № 5. – С. 48–53.
2. Романова, А. О. Формирование механизма взаимодействия страховых компаний с банковскими учреждениями : дис. канд. экон. наук : 08.00.10 / Анна Александровна Романова ; ФГБОУ ВПО «Всероссийская государственная налоговая академия Министерства финансов Российской Федерации»; науч. рук. Цыганов А. А. – М. : [б. в.], 2005. – 231 с.
3. Пасько, О. М. Определение понятия эффективного механизма взаимодействия страховых компаний и банков / О. М. Пасько // Економіка ринкових відносин. – 2010. – № 5. – С. 199–203.

СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

А.Л. Дыбань

соискатель кафедры менеджмента банковской деятельности
ГВУЗ «КНЭУ имени Вадима Гетьмана»

г. Киев, Украина

Слияния финансовых институтов является в последнее время почти повседневным явлением. Слияние и поглощение – это общее определение для сделок, где происходит передача корпоративного контроля, включая покупку и обмен активами [1]. К сделкам слияния, поглощения относятся:

- слияние – сделки между двумя и более компаниями, в результате которых появляется новая компания, устанавливающая контроль и управление над активами и обязательствами старых компаний;