



дасть бухгалтерії істинний сенс. Виникнення та розвиток управлінського обліку було наслідком тісної інтеграції обліку з менеджментом. Така інтеграція має двоаспектний характер зв'язку. Відповідно до першого аспекту, зв'язок цих двох наук відбувається за компонентами менеджменту і ґрунтується на зіставності облікових даних. Другий аспект властивий для циклу прийняття управлінських рішень (план-організація-облік-контроль-аналіз-регулювання).

Роман ЧОБОТАР
науковий керівник:
к.е.н. Фрич А.О.
ІФННІМ THEU

УПРАВЛІННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЮ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

На сьогодні страховий ринок є рентабельним ринком фінансових послуг, і було б недоречно говорити про кризу ефективності управління страхових компаній. Однак економічна нестабільність виробничої сфери, низький рівень доходів населення, що супроводжується зменшенням обсягів страхових премій у страховика, недосконала законодавча база не створюють безпечних умов для сталого економічного розвитку страхових компаній. Виникає необхідність у зміцненні фінансової безпеки страховиків та забезпеченні стабільності їх функціонування. У зв'язку зі складністю і різноманітністю зовнішніх та внутрішніх фінансових відносин виникає потреба у високоєфективному управлінні фінансами страхових компаній, що є необхідною умовою формування їхньої платоспроможності. Таке управління, перш за все, забезпечується завдяки аналізу платоспроможності страховика як елементу фінансової безпеки страхової компанії. Саме фінансова стійкість є однією із найважливіших характеристик фінансової безпеки страховиків з позиції довгострокової перспективи.

Проблемам управління платоспроможності страховиків займалися, зокрема, В. Базилевич, Я. Шумелда, С. Осадець, О. Гоманкова, Л. Орланюк-Маліцька, В. Фурман та інші.

В більшості країн світу основним показником платоспроможності страховика є маржа платоспроможності. Нині європейська концепція визначення платоспроможності страховиків базується на правилах, в основу яких покладено розрахунок мінімальних вимог до розміру капіталу, а також визначення фактичної величини капіталу страхових компаній, який не повинен бути нижчим від встановленого нормативного рівня.

Проте, зміни які спостерігаються в країнах Євросоюзу, основними з яких є євроінтеграція інших країн та спроби протидії коливанням на ринках, Європейська комісія активно веде роботу над новим поколінням директив щодо забезпечення платоспроможності страхових компаній, які отримали назву Solvency II. Особливістю системи Solvency II є зміна підходів до оцінки такого показника, як платоспроможність, який, згідно з новими вимогами



повинен визначатися на основі індивідуальних ризиків, властивих конкретному страховику.

Платоспроможність страховика – це здатність страховика виконати свої зобов'язання. Ці зобов'язання складаються із зовнішніх та внутрішніх зобов'язань. Головна складова зовнішніх зобов'язань – страхові зобов'язання.

Платоспроможність страховика забезпечується з двох основних джерел – страхових резервів, які мають бути адекватними узятим зобов'язанням, і власних вільних коштів. Зарубіжний досвід свідчить, що страховик є платоспроможним, якщо його власні кошти (статутний фонд, вільні резерви, що формуються за рахунок прибутку, резерви, не пов'язані із зобов'язаннями, а також нерозподілений прибуток) перевищують зовнішні зобов'язання. Власні кошти страховика утворюють запас платоспроможності, який визначають окремо за ризиковими видами страхування і за страхуванням життя. У першому випадку оцінка платоспроможності – зіставлення фактичної платоспроможності з розрахунковою нормативною. Страхова компанія є платоспроможною, якщо фактичний запас перевищує розрахунковий нормативний. У закордонній страховій практиці фактичний запас платоспроможності визначають як різницю між активами (за винятком нематеріальних) і зобов'язаннями. Розрахунковий запас платоспроможності має дорівнювати найбільшій із двох сум, одна з яких обчислюється на основі страхових премій, друга – на основі страхових виплат.

В Україні забезпечення платоспроможності страховика регулюється ЗУ «Про страхування», який у свою чергу базується на оцінці достатності власних вільних коштів компанії для погашення можливого негативного впливу технічних ризиків страховика, що передбачена в методиці Європейського Союзу, яка носить назву Solvency I.

Та все ж існує ряд прорахунків, які потрібно впровадити для більш жорсткого регулювання забезпечення платоспроможності страховиків на теренах України, а саме:

- 1) порівняння фактичної платоспроможності не лише з нормативною платоспроможністю, але й з мінімальним гарантійним фондом;
- 2) диференціація поправочного коефіцієнта при розрахунку нормативної платоспроможності залежно від обсягу страхових премій і страхових виплат;
- 3) використання тривалішого періоду спостережень при розрахунку нормативної платоспроможності страхових компаній методом виплат.

Та все ж навіть, якщо враховувати дані корективи, при застосуванні Solvency I специфіка профілю ризиків конкретної страхової компанії не береться до уваги:

- 1) оцінка активів і зобов'язань не враховує збурень ринку;
- 3) неможливо врахувати ринкового і кредитного ризиків при обрахунку маржі платоспроможності;
- 4) до уваги не береться диверсифікація ризиків та залежність між активами та пасивами страховиків;
- 5) перестраховання грає другорядну роль, оскільки не враховується кредитоспроможність перестраховиків.



Тому, цілком логічним кроком є адаптація страхового ринку України, щодо забезпечення платоспроможності страховиків на основі Директив Європейського Союзу, які отримали назву Solvency II.

Solvency II передбачає виділення трьох структурних блоків показників, які підлягають вивченню у межах контролю діяльності страхових компаній з метою гарантування їх платоспроможності.

Очевидно, що з часом певні показники, які входять в той чи інший блок, можуть бути певною мірою зміненими, проте сама концепція контролю трьох блоків показників для оцінки платоспроможності страховиків у цілому нині визнається беззаперечною.

1 блок (кількісні вимоги) – окреслює вимоги до обсягу мінімального нормативного капіталу, нормативної маржі платоспроможності, структури капіталу, правил оцінки страхових резервів, а також принципів інвестиційної діяльності страхових компаній;

2 блок (якісні вимоги) – базується на основних принципах ризик-менеджменту та внутрішнього контролю, методології проведення останнього, визначенні структури органів контролю, їх компетенції та інструментів впливу, а також урегулюванні міжнародного співробітництва органів контролю;

3 блок (ринкова дисципліна) – окреслює основні вимоги, щодо відкритості та прозорості функціонування страхових компаній, тобто оприлюднення страховиками інформації про обсяг капіталу, його структуру, профіль ризику та показники адекватності капіталу.

Отже, для покращення забезпечення платоспроможності страхових компаній слід звернутися до методологій розроблених Європейським Союзом і адаптувати їх для українського страхового ринку, що у свою чергу посприє тому, що страхувальники і застраховані отримують гарантії, що страховики будуть вдосконалювати свою практику ризик-менеджменту і матимуть необхідний рівень капіталу, що в свою чергу, сприятиме підвищенню довіри страхувальників до страхових компаній, через мінімізацію ймовірності їх банкрутства. Також, як результат впровадження європейських методологій підвищиться керованість і прогнозованість страхової системи України, що, в свою чергу, дозволить повноцінно виконувати властиві їй функції та підтримувати платоспроможність компаній на належному рівні.

Список використаних джерел

1. Баранов А. Л. Ідентифікація страхових ризиків та її значення для управління страховим портфелем / А. Л. Баранов // *Фінанси України*. – 2011. – № 8. – С. 115-124.

2. Єрмошенко, А. М. Ризики діяльності страховиків і шляхи їх зменшення / А. М. Єрмошенко // *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – № 6. – С. 207-215.

3. Гаманкова, О. О. *Фінанси страхових організацій : навчальний посібник* / О. О. Гаманкова. – К. : КНЕУ, 2007. – 328 с.

4. Говорушко, Т. А. *Управління фінансовою діяльністю страхової компанії з метою забезпечення її ефективного розвитку : монографія* / Т. А.



Говорушко, В. М. Стецюк, О. Ю. Толстенко. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 168 с.

5. Охріменко О. О. *Страховий захист: менеджмент, маркетинг, економіка безпеки (туристичне підприємство): навч. посіб.* / О. О. Охріменко. – К. : Міжнародна агенція “BeeZone”, 2005. — 416 с.

6. Ткаченко, Н. В. *Забезпечення фінансової стійкості страхових компаній : теорія, методологія та практика : монографія / Н. В. Ткаченко ; Нац. Банк України, Ун-т банк. справи. – Черкаси : Черкаський ЦНТІ, 2009. – 570 с.*

7. Шірінян, Л. В. *Визначення фінансової стійкості страхових компаній і підприємств / Л. В. Шірінян // Фінанси України. – 2005. – № 9. – С. 70-80.*

Орест МАЛИЦЬКИЙ

науковий керівник:
к.е.н., доц. Синиця С.М.
ІФННІМ THEY

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СТРАХОВИКА

На сьогодні страхування за своїми економічними показниками, соціальною значущістю та інституційним забезпеченням є найвагомішим сектором небанківських фінансових послуг в Україні.

Динамічний розвиток багатьох сфер життя, економічний і соціальний розвиток призводить до збільшення кількості та різноманітності природи ризиків. Це вказує на важливість зусиль по виявленню та створенню потреб клієнтів в області страхування, а також є основою маркетингових компаній, орієнтованих на страхування. У діяльності страхових компаній значний вплив на успіх покладається на якість відносин між співробітниками і клієнтами та враховуються вимоги до безпеки клієнта.

Сучасні маркетингові технології розширюють частку ринку страховика, сприятливо впливають на забезпечення стійкості страхового бізнесу, на результати діяльності національних страхових компаній, і на стан ринку як такого. Не можна не помітити використання страховими компаніями своїх Інтернет-представництв, для залучення нових клієнтів. На ринку з'явилися маркетингові Інтернет-компанії типу aweb-marketing.com.ua, що допомагають компаніям досягти максимального результату у Інтернет-просуванні.

Над даною проблематикою працювали такі науковці як Грузнов І.І., Новіков Д.О., Сахарчук О.І., Інговатова В.О., Гончарук А.Г. та інші.

Служба маркетингу створюється для гнучкого пристосування функціональної діяльності страхової компанії до мінливої економічної ситуації в умовах ринку. Введення принципів управлінського маркетингу в практику роботи страхових компаній дає конкретні орієнтири на досягнення оптимальних результатів страхової діяльності, з урахуванням наявних у розпорядженні кожного страховика фінансових, трудових та інтелектуальних ресурсів. Таким чином, за допомогою служби маркетингу забезпечується