

**Міністерство освіти і науки України  
Уманський національний університет садівництва  
Бременський університет (Німеччина)  
Міжнародний університет прикладних наук Бад-Хоннеф (Німеччина)  
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана**

***ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:  
ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА  
ГЕОСТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ***

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**



**м. Умань  
20 березня 2020 р.**

*Рекомендовано до друку  
вченою радою факультету менеджменту  
Уманського національного університету садівництва  
(протокол № 4 від 12 березня 2020 р.)*

**Редакційна колегія:**

- НОВАК І.М.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту УНУС;
- ВЕРНЮК Н.О** – к.е.н., доцент, декан факультету менеджменту УНУС;
- ДОВБІШУК І.** – доктор, професор Міжнародного університету прикладних наук Бад-Хоннеф (Німеччина);
- ДИМА О.О.** – д.е.н., професор, заступник декана факультету маркетингу КНЕУ;
- ШКОЛЬНИЙ О.О.** – д.е.н., професор кафедри менеджменту УНУС;
- ПТЕЛЬ Н.Я.** – к.е.н., доцент, заступник декана факультету менеджменту з наукової роботи УНУС;
- ХАЛАХУР Ю.Л.** к.е.н, доцент кафедри менеджменту УНУС.

*За достовірність інформації відповідальність несуть автори публікацій.*

- Л69 **Логістичний менеджмент: проблеми, перспективи та геостратегічні вектори розвитку** / Редкол.: Новак І.М. (відп. ред.) та ін. Умань: Редакційно-видавничий відділ Уманського національного університету садівництва, 2020. 157 с.

Збірник містить доповіді науковців, які були розглянуті на міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Логістичний менеджмент: проблеми, перспективи та геостратегічні вектори розвитку», що відбулася 20 березня 2020 р. у м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються проблемні питання розвитку логістики України.

Розраховано на наукових співробітників, викладачів, аспірантів, студентів та фахівців, які займаються питаннями розвитку системи логістичного менеджменту.

**УДК 658.8**

© Уманський національний  
університет садівництва,  
2020

# СТРАХОВІ ПОСЕРЕДНИКИ ЯК СУБ'ЄКТИ БАГАТОКАНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПРОДАЖІВ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ

**Л. А. Чвертко,**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В нинішніх економічних умовах обов'язковою умовою успішного розвитку фінансових інститутів є визначення пріоритетних каналів продажу. У світовій практиці просування фінансових послуг найбільшої популярності набула мультиканальність.

Для страхових компаній багатоканальна система, що поєднує в певній пропорції різноманітні канали реалізації страхових продуктів, є найбільш ефективною системою продажів. Основними перевагами такої системи реалізації страхових продуктів є: зручність для клієнтів; оперативність роботи та швидка реакція на зміни страхового ринку; повне врахування потреб клієнтів; створення належних умов для правильного вибору клієнтом страхового продукту за великою кількістю критеріїв; активне застосування заходів щодо стимулювання продажу страхових продуктів [1, с. 258-259].

Значна роль у реалізації страхових і перестрахових продуктів належить посередникам. Серед суб'єктів інфраструктури страхового ринку виокремлюють прямих і непрямих страхових посередників. Прямими страховими посередниками є страхові агенти і брокери, які безпосередньо беруть участь у продажу страхових продуктів, оперативно реагують на зміни ринкової кон'юнктури страхових послуг, сприяють підвищенню конкуренції між страховиками та покращенню якості обслуговування клієнтів.

Функції страхових агентів на страховому ринку України виконують як фізичні особи, так і юридичні особи. Страхові агенти-фізичні особи часто не входять до штатного розпису фінансової установи та працюють на основі трудової угоди, що детально регламентує їхню трудову діяльність. Раніше в ролі страхового агента виступав звичайний співробітник страхової компанії, який продавав страхові поліси цієї компанії і крім комісійної винагороди мав постійну оплату праці. Страховим агентом може стати практично будь-яка дієздатна особа, її підготовка повністю перекладається на сумління страхової компанії, чії послуги вона рекламуватиме та реалізуватиме.

Слід зауважити, що страхові агенти в Україні за чинними правовими нормами працюють на одну страхову компанію, тоді як європейське законодавство передбачає для цих суб'єктів страхового ринку можливість представляти інтереси групи страхових компаній, тобто мати статус мультиагента. Згідно з класифікацією, що запропонована Директивою Європейського Парламенту і Ради 2002/92/ЄС, мультиагенти, як і страхові брокери, – це «незалежні» страхові посередники, тоді як страхові агенти у притаманному в Україні трактуванні – це «залежні» страхові посередники [2].

Роль агентів-юридичних осіб виконують транспортні підприємства при здійсненні обов'язкового особистого страхування від нещасних випадків на транспорті, комерційні банки, нотаріальні контори, туристичні агентства,

готелі, відділення зв'язку тощо, які разом з послугами у межах своєї основної діяльності пропонують клієнтам укласти договори з того чи іншого виду страхування. Страхові агенти-юридичні особи частіше представляють інтереси страхових компаній, які здійснюють види страхування інші, ніж страхування життя. Зазвичай їхня діяльність пов'язана з обслуговуванням великої кількості громадян і організацій, яким необхідний страховий захист.

Наразі в Україні немає достовірної інформації щодо кількості страхових агентів, що зумовлено недосконалістю обліку таких осіб. У країні відсутній загальний облік та реєстрація страхових агентів із прив'язкою до конкретного страховика, що, на думку вчених, мало би бути обов'язком страхової компанії, закріпленим на юридичному рівні, за аналогією з посередницькою діяльністю з обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів в Україні. Це актуалізує проблему регламентації діяльності страхового агента на державному рівні та законодавчої внормованості діяльності мультиагентів, тобто таких професійних агентів, які працюють на декілька компаній [3, с. 122-123].

Особливу роль у процесі купівлі-продажу страхових продуктів відіграють страхові брокери, які здійснюють консультативний супровід страхувальника на етапі укладання, виконання, модифікації і припинення договору страхування. В сучасних умовах на ринку страхування (особливо в сегменті великого індустріального бізнесу) брокери є ключовою інфраструктурною можливістю підвищення якості ринкових відносин і ефективності розвитку як ринку страхування, так і тієї галузі, де зайнятий клієнт.

Брокерська діяльність на страховому ринку це посередницька діяльність страхових та перестрахових брокерів пов'язана з підготовкою, укладанням та виконанням (супроводом) договорів страхування (перестраховування) на підставі брокерських угод із страхувальниками або перестраховальниками.

Розвиток брокерського страхового посередництва в Україні співпадає в часі з появою приватного страхування та початком формування страхового ринку. Страхові брокери, володіючи спеціальними знаннями в усіх сферах страхування, орієнтуючись у законодавчій базі, знаючи межі можливостей широкого кола страховиків, порівнюючи та вибираючи найпривабливіші умови страхування серед низки пропозицій, здатні повною мірою забезпечити реалізацію інтересів споживачів страхових послуг. Основна відмінність придбання страхувальником страхового поліса безпосередньо і через брокера полягає в тому, що, намагаючись залучити клієнта, страховик керується власними (суб'єктивними) інтересами, що не дозволяє всебічно проаналізувати пропоновану послугу. Звернення до посередника дозволяє уникнути подібної ситуації, а відтак всебічно оцінити ситуацію та підібрати оптимальний варіант для кожного клієнта. Завдання брокера – забезпечити страхувальнику отримання від страховиків найкращих умов.

Аналіз зарубіжної практики вибору страхових брокерів показав вищий рівень значущості нематеріальних активів страхових брокерів для корпорацій, що мають намір скористатися їхніми послугами. До таких критеріїв відносять такі показники:

- репутація брокера на ринку (найчастіше за даними офіційних незалежних рейтингових агентств);
- якість клієнтської бази (профільна спрямованість, акцент на роботі з промисловими компаніями зі складною специфікою діяльності);
- лояльність клієнтів (наприклад, за тривалістю ведення одного клієнта, частоті повторюваних контрактів);
- темпи зростання кількості клієнтів (з урахуванням високої частки клієнтів минулих років);
- членство страхового брокера в професійних асоціаціях і його експертне положення на ринку (публікації в пресі, виступи експертів компанії про тенденції на ринку страхування та ін.) [4].

Зростання ролі брокера як посередника, що працює в інтересах клієнта, обумовлює необхідність формування та розвитку ефективного інституту страхових брокерів для страхового ринку України. Нагальною є потреба запровадження механізму надання фінансових гарантій з боку страхових посередників, який забезпечить їхнім клієнтам можливість отримання компенсацій за умови незадовільного виконання посередниками своїх обов'язків та, відповідно, отримання фінансових втрат клієнтами. Міжнародний досвід свідчить про доцільність застосування декількох видів гарантій покриття їхньої професійної відповідальності страхових та перестрахових брокерів. Найпоширенішим, а в багатьох країнах обов'язковим, є страхування професійної відповідальності страхових брокерів, або забезпечення гарантії у формі банківського депозиту.

Прагнення України інтегруватися у світовий економічний простір, стати повноправним членом Європейського Союзу та важливе значення посередницької діяльності у страхуванні й перестраховуванні визначає необхідність удосконалення підходів до державного регулювання цієї діяльності. Перспективним кроком у цьому напрямі може стати прийняття окремого законодавчого акту про страхове посередництво, яким би закріпилися всі необхідні положення про страхових брокерів і агентів, починаючи від поняття, прав і обов'язків, відповідальності, умов здійснення такої діяльності, виплати тощо.

### **Список використаних джерел**

1. «4P» маркетингу страхових компаній: монографія. Кер. авт. кол. О.В. Козьменко. Суми : Університетська книга, 2014. 432 с.
2. Directive 2002/92/EC of the European Parliament and of the Council of 9 December 2002 on insurance mediation. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2002/92/oj>
3. Клапків Ю.М. Особливості діяльності страхових агентів на ринку страхових послуг України Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 3 (09). С. 119-123.

4. Международная практика на рынке страховых брокерских услуг в нефтегазовом секторе. Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ. Москва, 2016. 66 с.

## **ЯКІСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ УПРАВЛІННЯ ОЩАДЛИВОЮ ЛОГІСТИКОЮ**

**О. О. Школьник,**

*доктор економічних наук, професор,*

**О. С. Смірнов,**

*студент 11 м-л групи факультету менеджменту,*

*Уманський національний університет садівництва*

Необхідність удосконалення механізмів управління ланцюгами поставок вимагає формування ефективних методів дослідження в цій сфері. При цьому велике значення мають якісні методи. Останні дозволяють ідентифікувати характеристики та структуру явищ та подій в їх природному контексті, що є передумовою формування концептуальних моделей та теоретичних положень.

Ощадлива логістика передбачає нові відносини зі споживачами, чіткі контрактні умови із постачальниками, ефективну корпоративну культуру, постійне зростання пропускну здатності логістичних мереж за умов зменшення обсягів робочої сили та площі виробничих приміщень, уникнення помилок та збоїв, нівелювання трансакційних витрат, а також скорочення часу на переміщення товарів [1]. При цьому економія за рахунок масштабів логістичної діяльності забезпечує підтримку конкурентних переваг.

Одним із завдань ощадливої логістики є зміцнення зв'язків зі споживачами. Залучення постійних клієнтів забезпечує збільшення обсягів продажу, зниження витрат на маркетингові заходи та логістику, зниження тиску цінової конкуренції. Кращому розумінню запитів споживачів може сприяти розширення бази даних на основі врахування принципів прагматизму, постійного вдосконалення, апроксимації, ретельного аналізу споживачів, оборонних стратегій та оптимальної сегментації. Особлива роль при цьому відводиться ціновим стратегіям. У процесі втілення в життя стратегій ощадливої логістики конкурентні переваги за цінами значною мірою визначаються можливостями уникнення непродуктивних витрат. Останні можуть бути зумовлені такими чинниками [2]:

- значними обсягами виробництва, порівняно з попитом, та наднормативними запасами, занадто рано виробленою продукцією з очікуванням задоволення попиту;
- інноваційними та інвестиційними рішеннями, які не знайшли підтримки з боку ринку;
- неефективними рішеннями персоналу, товарними та технологічними дефектами;
- затримками товарів та інформації в процесі руху товарів вздовж ланцюгів постачання;