

Наталія ТКАЧЕНКО, Наталія РЯБОКОНЬ

ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИКА

Обґрунтовано місце системи реалізації страхових продуктів у забезпеченні фінансової стійкості страхової компанії. Сформовано комплекс кількісних і якісних індикаторів системи реалізації страхових продуктів, які дозволяють оцінювати ефективність даної системи.

Ключові слова: *ефективність системи реалізації страхових продуктів, фінансова стійкість страхової компанії, кількісні і якісні індикатори системи реалізації страхових продуктів.*

Дія системи реалізації страхових продуктів об'єктивно направлена на досягнення головної цілі діяльності страхової компанії – систематичне та зростаюче за обсягом отримання прибутку на основі надання страхувальникам (вигодонабувачам, застрахованим особам) необхідних їм страхових продуктів та забезпечення при цьому гарантій виконання своїх зобов'язань на основі фінансово стійкого функціонування страхових компаній.

Ефективність системи реалізації страхових продуктів позначається на кінцевих результатах діяльності страховиків, оскільки система реалізації страхових продуктів охоплює практично всі сторони діяльності страхових компаній.

У вітчизняній страховій практиці до теперішнього часу не сформована загальноприйнята сукупність показників оцінки ефективності системи реалізації страхових продуктів. На нашу думку, це пояснюється тим, що оцінювання системи реалізації страхових продуктів залежить від множини чинників, наприклад: історії страхових відносин клієнтів із даною компанією; менеджменту страхової компанії та її ділової репутації на страховому ринку; тарифної політики; особливості просування та адаптації страхових продуктів; фінансової стійкості страхової компанії тощо. Специфіка функціонування страхових компаній обумовлює *потребу в дослідженні* ефективності системи реалізації страхових продуктів.

Дослідженням окремих аспектів сутності страхових продуктів і особливостей їх реалізації займалися *вітчизняні та зарубіжні учені*, зокрема В. Базилевич [1], В. Балакірєва, Н. Грищенко, Т. Гварліані, С. Куліков, С. Осадець [2], Б. Сербіновський та В. Гаркуша [3], Ю. Тронін [4], Я. Шумелда [5], Р. Юлдашев [6] та ін. Обґрунтуванню ролі та значення реалізації страхових продуктів приділяється достатньо уваги, проте ґрунтовних досліджень щодо визначення індикаторів ефективності системи реалізації страхових продуктів ще недостатньо. До того ж в умовах прояву кризових явищ у світлі останніх подій питання ефективності такої системи набувають особливої актуальності, що й зумовило вибір проблематики дослідження і підтверджує її *актуальність*.

Метою статті є визначення місця системи реалізації страхових продуктів у забезпеченні фінансової стійкості страхової компанії та формування комплексу

кількісних і якісних індикаторів цієї системи, які б дозволяли всесторонньо оцінювати її ефективність.

Проведені попередні дослідження в цьому напрямку дали змогу сформулювати сутність поняття “система реалізації страхових продуктів” як завчасно сплановану, цілеспрямовану сукупність бізнес-процесів, спрямованих на пошук потенційних споживачів і/або напрацювання каналів збуту страхових продуктів та покликаних забезпечувати процес реалізації з урахуванням наявного продуктового ряду, об’єктивних даних щодо попиту цільових груп на конкретні страхові продукти, що опирається на застосування напрацьованих алгоритмів діяльності з метою встановлення стійких і взаємовигідних як для клієнта, так і для страховика (страхового посередника) умов, що відображають фактичне задоволення страхових інтересів у рамках трьох послідовних етапів: підготовчого, етапу комерціалізації та супроводжувального етапу. За таких умов забезпечується, з одного боку, задоволеність клієнтів ціною і якістю страхових продуктів, а з іншого – прибутковість діяльності страховика [7, 275]. На нашу думку, збут страхових продуктів є комплексною проблемою і повинен базуватися на певній моделі, яку можна представити як певним чином впорядковану множину бізнес-процесів (рис. 1) [7, 274].

Разом з тим, як задоволеність клієнтів, так і прибутковість страхового бізнесу досягаються за умови забезпечення фінансової стійкості страхової компанії. Фінансова стійкість є основним чинником, що визначає ефективність страхового бізнесу, зокрема і системи реалізації страхових продуктів (рис. 2).

Водночас правомірним є визнання впливу і самої системи реалізації страхових продуктів на фінансову стійкість страхових компаній.

Важливим моментом при оцінці системи реалізації страхових продуктів є грамотна побудова комплексу оцінних показників. Тут виникає проблема формування системи показників для моніторингу діяльності страхової компанії, яка б дозволила аналізувати вплив на кінцеві результати діяльності компанії різних факторів системи реалізації страхових продуктів. Система кінцевих результатів діяльності компанії, на нашу думку, може бути представлена трьома групами аналітичних показників (рис. 3).

Для здійснення глибшого аналізу діяльності страховика важливо провести оцінку системи реалізації страхових продуктів. Така система показників повинна враховувати все розмаїття факторів, повинна бути повною (охоплювати всі важливі аспекти проблеми), не надмірною (показники не повинні дублювати один одного), активною (могла бути із користю застосована в аналізі) та мінімальною (розмірність системи показників не повинна виходити за межі можливостей її оцінювання). Бажаною є вимірюваність показників, тобто отримання кількісних оцінок.

Успіх страхової компанії вирішальною мірою визначається ефективністю побудови і управління системи реалізації страхових продуктів та налагодження взаємовигідного співробітництва з незалежними продавцями, а також взаємозв’язками між ними.

Первинними і важливими результатами дії системи реалізації страхових продуктів є, як відомо, кількість укладених і діючих договорів страхування та загальна сума зібраної суми страхової премії (за вирахуванням премії, що належить перестраховику) за аналізований період. Однак ці два показники хоча і є важливими результатами продаж, але не можуть характеризувати ефективність системи реалізації страхових продуктів. Можна укласти велику кількість договорів страхування, отримати великі суми страхової премії, але при цьому допустити значні суми страхових виплат, наприклад, через неточність в оцінці ризиків, збитку та упущень або помилок у процесах врегулювання збитків, особливо за складними страховими випадками.

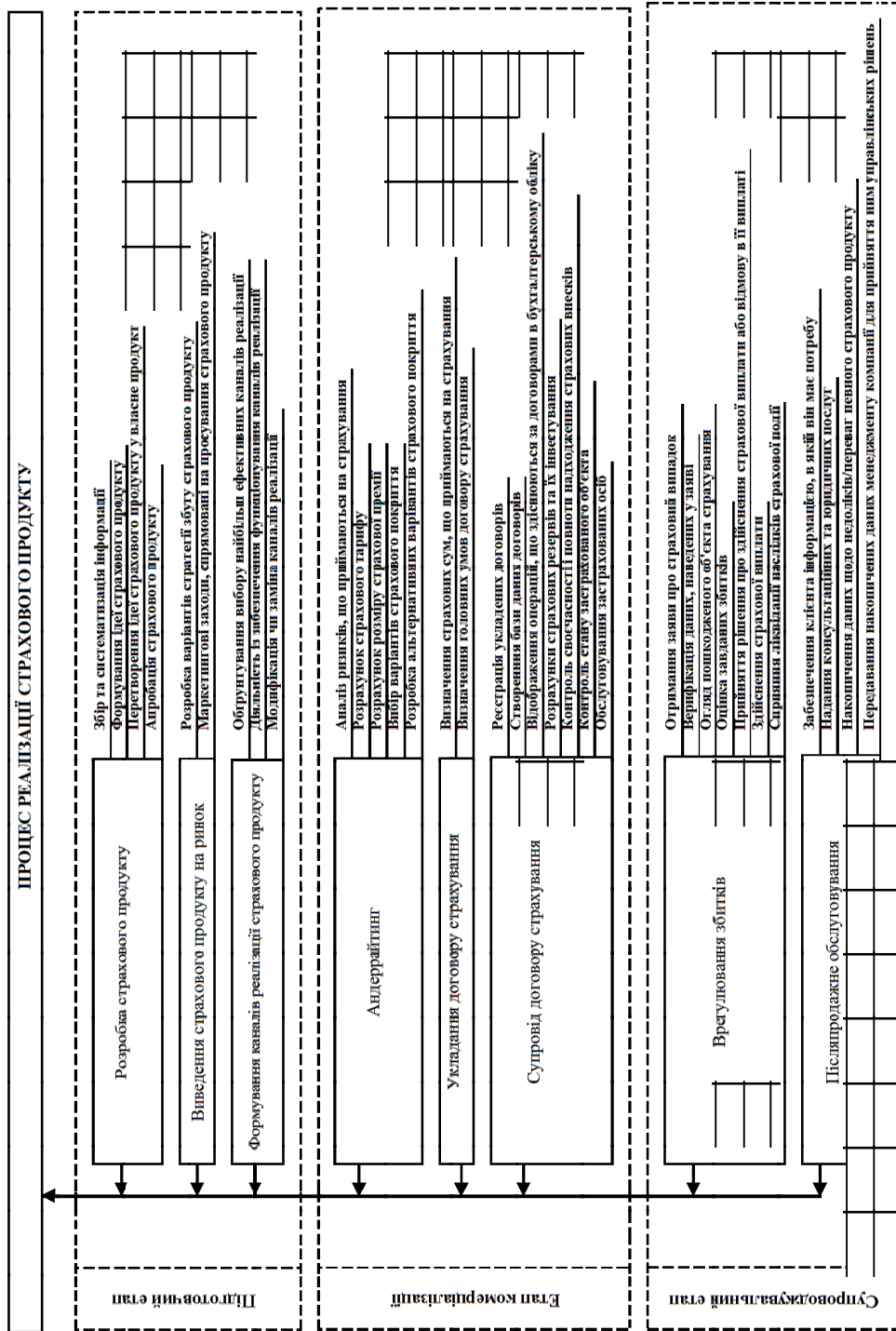


Рис. 1. Бізнес-процеси, які лежать в основі системи реалізації страхових продуктів

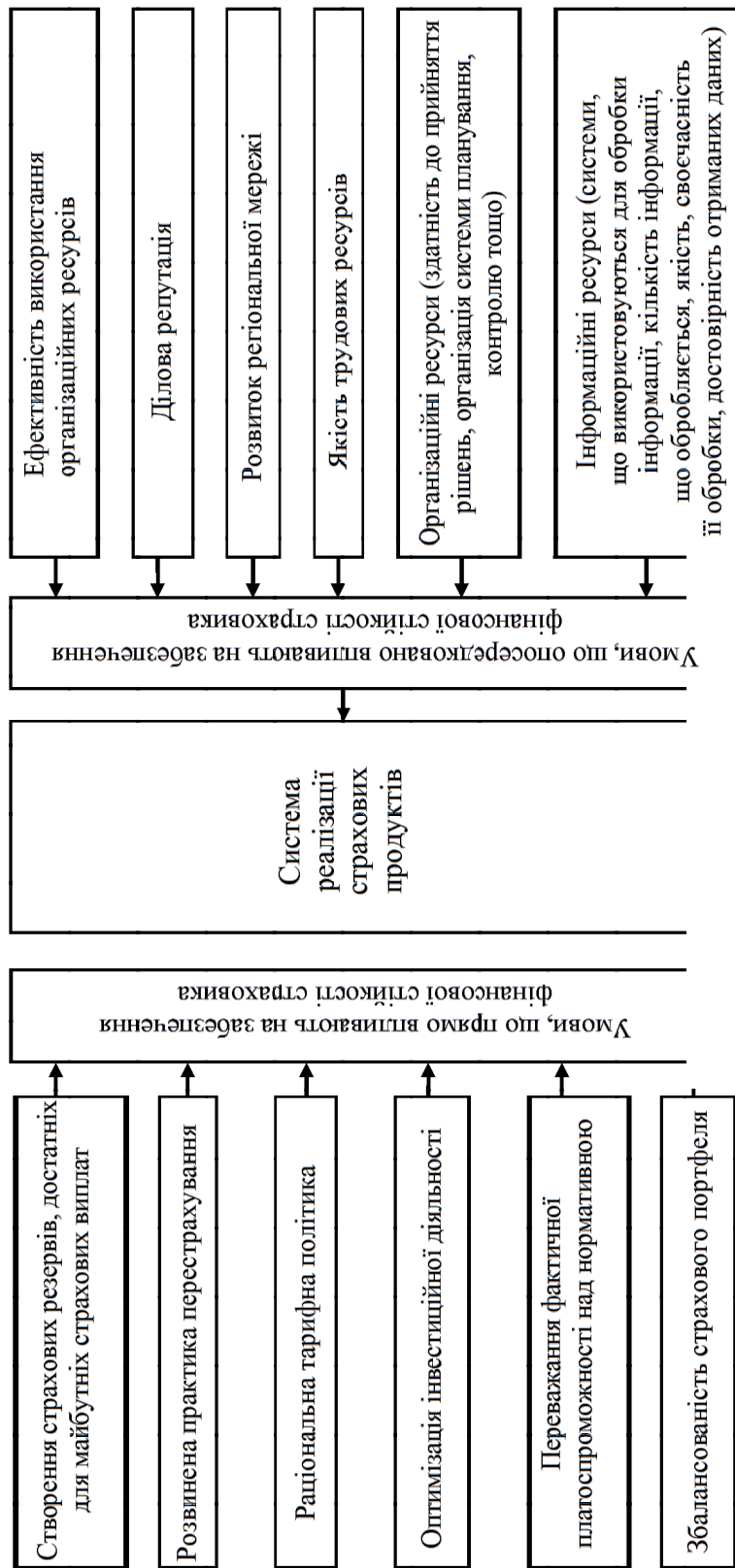


Рис. 2. Роль та місце системи реалізації страхових продуктів у забезпеченні фінансової стійкості страхової компанії

Структуральні показники фінансової стійкості та методи їх розрахунку	1 група показників оцінки діяльності страхової компанії – показники, що характеризують почову фінансову стійкість	Показник достатності капіталу ($I_{кап}$)	$I_{кап} = K / A$	Визначення стану фінансової стійкості страхової компанії	Оцінка показників, які відображають вплив системи реалізації страхових продуктів на ефективність діяльності страхової компанії	Аналіз отриманих результатів та оцінка їх впливу на кінцеві результати діяльності страхової компанії	Розробка напрямів удосконалення системи реалізації страхових продуктів
		Показник фінансового потенціалу ($I_{ф.п.}$)	$I_{ф.п.} = (CP + K) / ЧСП$				
		Показник платоспроможності ($I_{п.}$)	$I_{п.} = (Фпл - Нпл) / Нпл \cdot 100\%$				
		Коефіцієнт забезпеченості власними коштами ($K_{влас}$)	$K_{влас} = K / CP$				
		Коефіцієнт дебіторської заборгованості ($K_{деб.заб.}$)	$K_{деб.заб.} = ДЗ / К$				
		Коефіцієнт ліквідності активів ($K_{лікв. акт.}$)	$K_{лікв. акт.} = ЛА / ПЗ$				
		Коефіцієнт залежності від перестраховування ($K_{залеж.}$)	$K_{залеж.} = ПСП / СП \cdot 100\%$				
		Коефіцієнт участі перестраховиків у збитках ($K_{уч.зб.}$)	$K_{уч.зб.} = ЧСВ / СВ \cdot 100\%$				
		Коефіцієнт рівня дохідності за інвестиціями ($K_{дох. інв.}$)	$K_{дох. інв.} = Д і д / ЗСП \cdot 100\%$				
		Коефіцієнт покриття інвестиційними активами страхових резервів ($K_{покр. інв. акт.}$)	$K_{покр. інв. акт.} = (Дін + ІК) / СР$				
		Показник рівня виплат ($K_{рівн. випл.}$)	$K_{рівн. випл.} = СВ / СП \cdot 100\%$				
		Показник рівня витрат ($K_{рівн. витр.}$)	$K_{рівн. витр.} = В / ЧСВ \cdot 100\%$				
		2 група показників оцінки діяльності страхової компанії – показники, що характеризують якість перестрахової та інвестиційної кошти	Показник рентабельності капіталу ($K_{рент. кап.}$)				
Коефіцієнт страхового покриття ($K_{стр. покр.}$)	$K_{стр. покр.} = \text{Чисті страх. рез-ви} / \text{Середній обсяг виплат за 3 роки}$						
3 група показників оцінки діяльності страхової компанії – показники, що характеризують прибутковість діяльності страхової компанії	Показник андеррайтерів ($K_{андерр.}$)	$K_{андерр.} = СВ / ЗСП \cdot 100\%$					

Рис. 3. Система показників реалізації страхових продуктів та оцінка рівня фінансової стійкості страхової компанії*

*Таблиця умовних позначень до формул, представлених на рис. 3.

Позначення	Назва
<i>K</i>	сума капіталу
<i>A</i>	загальна сума активів
<i>CP</i>	загальна величина страхових резервів
<i>ЧСП</i>	величина чистих страхових премій
$\Phi_{пл}$	фактична платоспроможність
$H_{пл}$	нормативна платоспроможність
<i>ДЗ</i>	дебіторська заборгованість
Ла	ліквідності активів
Пз	Поточні зобов'язання
<i>ПСП</i>	сума премій
<i>СП</i>	загальна сума отриманих страхових премій
<i>ЧСВ</i>	страхові виплати, компенсовані перестраховиками
<i>СВ</i>	загальна сума страхових виплат, здійснених страховиком
$D_{щ}$	сума зароблених страхових премій
$A_{ин.}$	величина інвестиційних активів
<i>ГК</i>	грошові кошти
<i>B</i>	сума витрат страхової компанії

Для оцінки ефективності системи реалізації страхових продуктів, на нашу думку, необхідно використовувати сукупність кількісних і якісних показників, абсолютних і відносних індикаторів (показників), які можуть дати всесторонню оцінку ефективності системи реалізації страхових продуктів (рис. 4).

Так, ключовими кількісними індикаторами, які характеризують результати роботи системи продажів страхових продуктів, є:

- обсяг продажів, який відображає обсяг зібраних страхових премій за визначений період як загалом по компанії, так і в розрізі страхових продуктів, каналів продажів, клієнтських сегментів та їх взаємозв'язку;
- обсяг нового бізнесу, який відображає обсяг зібраних страхових премій по нових клієнтах за визначений період як загалом по компанії, так і в розрізі страхових продуктів, каналів продажів, клієнтських сегментів та їх взаємозв'язку;
- прибуток від страхової діяльності, який визначається як різниця між обсягом отриманих страхових премій та витрат на страхові продукти як загалом по компанії, так і в розрізі страхових продуктів, каналів продажів, клієнтських сегментів та їх взаємозв'язку;
- частка, яку займає страхова компанія на ринку (як по страховому ринку загалом, так і по окремих продуктах та в наданні страхових продуктів окремим сегментам клієнтської бази);
- кількість продуктів на одного страхувальника як загалом по компанії, так і в розрізі клієнтських сегментів;
- число пунктів продажів та обслуговування покупців даних продуктів;
- потужність та оснащеність цих пунктів продажів (чисельність менеджерів, технічна оснащеність пунктів, умови безпеки тощо);
- кількість запитів страхових продуктів, що викликані рекламним зверненням;
- кількість споживачів, які перейшли від конкурентів.

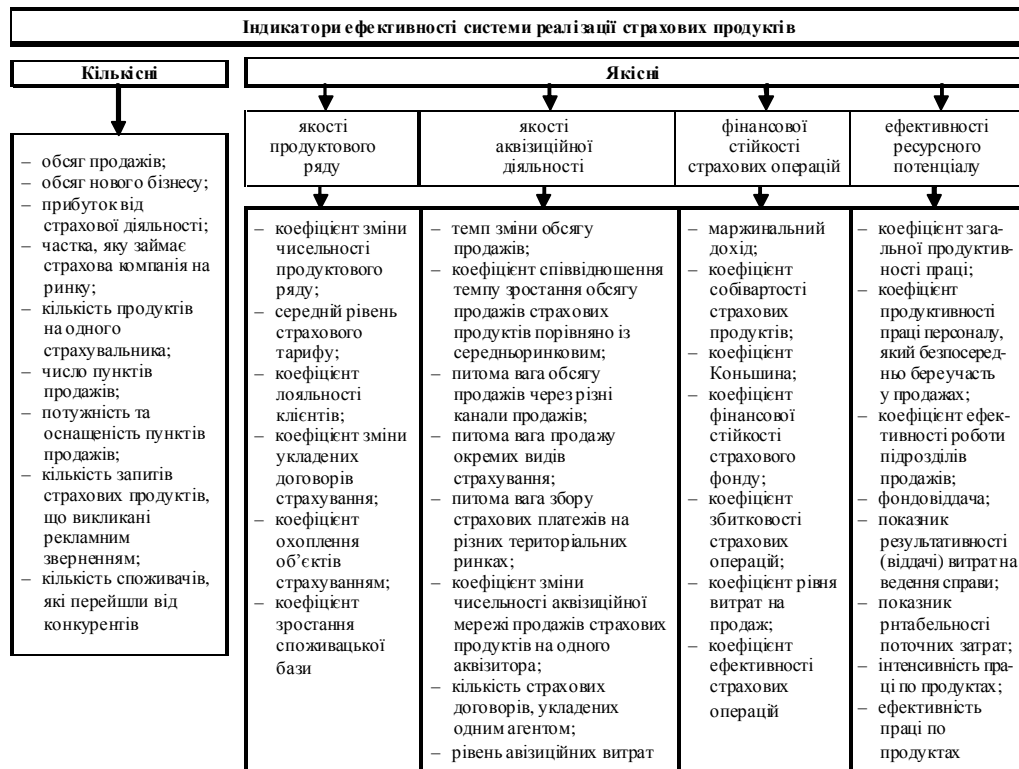


Рис. 4. Система індикаторів ефективності системи реалізації страхових продуктів

До якісних індикаторів, які характеризують систему реалізації страхових продуктів, слід віднести:

1) індикатори якості продуктового ряду (K_1):

– коефіцієнт зміни чисельності продуктового ряду:

$$K_{1.1} = \frac{ЧПР_t}{ЧПР_{t-1}} \quad (1)$$

де $ЧПР_t$ і $ЧПР_{t-1}$ – чисельність продуктового ряду відповідно поточного і попереднього періодів, од.

Найкращим є більше значення даного показника. Водночас якщо відбувається уповільнення даного коефіцієнта, то однозначно вважати це негативним явищем не можна. Слід проводити причинний аналіз цього, і це може бути нормальним явищем в умовах постійно змінюваного ринкового середовища;

– середній рівень страхового тарифу (загалом та в розрізі видів страхування):

$$K_{1.2} = \frac{\sum CT}{\text{Кількість видів страхування}} \quad (2)$$

де $\sum CT$ – сума страхових тарифів загалом по страховій компанії, %.

Оптимальним є значення даного показника на рівні середньоринкового або нижче середньоринкового;

– коефіцієнт лояльності клієнтів, тобто процент утримання клієнтів порівняно з показниками попереднього року як загалом по компанії, так і в розрізі клієнтських сегментів:

$$K_{1.3} = \frac{\text{Кількість клієнтів поточного періоду}}{\text{Кількість клієнтів попереднього періоду}} \cdot 100\% ; \quad (3)$$

– коефіцієнт зміни укладених договорів страхування (загалом та в розрізі видів страхування):

$$K_{1.4} = \frac{\text{Кількість укладених договорів поточного періоду}}{\text{Кількість укладених договорів попереднього періоду}} ; \quad (4)$$

– коефіцієнт охоплення об'єктів страхуванням:

$$K_{1.5} = \frac{\text{Кількість застрахованих об'єктів певного виду}}{\text{Загальна кількість об'єктів певного виду, які можуть бути застраховані}} ; \quad (5)$$

– коефіцієнт зростання споживацької бази:

$$K_{1.6} = \frac{\text{Кількість нових споживачів страхових продуктів}}{\text{Загальна кількість споживачів страхових продуктів}} ; \quad (6)$$

2) індикатори якості аквізиційної діяльності (K_2):

– темп зміни обсягу продажів:

$$K_{2.1} = \frac{\text{Обсяг продажів}_t - \text{Обсяг продажів}_{t-1}}{\text{Обсяг продажів}_{t-1}} \cdot 100\% ; \quad (7)$$

– коефіцієнт співвідношення темпу зростання обсягу продажів страхових продуктів порівняно із середньоринковим:

$$K_{2.2} = \frac{\text{Зміна обсягу продажів страховика}}{\text{Середньоринковий темп зміни обсягу продажів}} ; \quad (8)$$

– питома вага обсягу продажів через різні канали продажів, у тому числі й по кожному страховому продукту:

$$K_{2.3} = \frac{\text{Обсяг продажів за окремим каналом}}{\text{Загальний обсяг продажів страховика}} \cdot 100\% ; \quad (9)$$

– частка витрат на рекламу даного продукту в загальній сумі продажів:

$$K_{2.4} = \frac{\text{Витрати на рекламу}}{\text{Загальний обсяг продажів страховика}} \cdot 100\% ; \quad (10)$$

– питома вага продажу окремих видів страхування:

$$K_{2.5} = \frac{\text{Обсяг продажів окремих страхових продуктів}}{\text{Загальний обсяг продажів страховика}} \cdot 100\% ; \quad (11)$$

– питома вага збору страхових платежів на різних територіальних ринках:

$$K_{2.6} = \frac{\text{Обсяг продажів на окремих територіальних ринках}}{\text{Загальний обсяг продажів страховика}} \cdot 100\% ; \quad (12)$$

– коефіцієнт зміни чисельності аквізиторів мережі (страхові агенти, відокремлені підрозділи страховика):

$$K_{2.7} = \frac{\text{Загальна чисельність аквізиторів мережі}_t}{\text{Загальна чисельність аквізиторів мережі}_{t-1}}; \quad (13)$$

– продаж страхових продуктів на одного аквізора:

$$K_{2.8} = \frac{\text{Загальний обсяг продажів страхових продуктів}}{\text{Кількість аквізиторів}}; \quad (14)$$

– кількість страхових договорів, укладених одним агентом:

$$K_{2.9} = \frac{\text{Загальна кількість укладених страхових договорів через страхових агентів}}{\text{Кількість страхових агентів}}; \quad (15)$$

– рівень аквізиторських витрат:

$$K_{2.10} = \frac{\text{Загальна величина витрат страховика}}{\text{Витрати на аквізиторську діяльність}} \cdot 100\%; \quad (16)$$

3) індикатори фінансової стійкості страхових операцій (K_3):

– маржинальний дохід – дозволяє оцінювати та порівнювати рентабельність різних видів страхування і різних страхових продуктів та, відповідно, вчасно вносити зміни в продуктову стратегію та стратегію дистрибуції:

$$K_{3.1} = \frac{\text{Обсяг продажів окремих страхових продуктів} - \text{Обсяг змінних витрат за окремими страховими продуктами}}{\text{Обсяг продажів окремих страхових продуктів}}; \quad (17)$$

– коефіцієнт собівартості страхових продуктів:

$$K_{3.2} = \frac{\text{Витрати на ведення справи за видом страхування}}{\text{Обсяг страхових премій за видом страхування}}; \quad (18)$$

Чим нижче значення цього показника, тим ефективніше працює страхова компанія в даному напрямку страхування;

– коефіцієнт Коньшина, який застосовується при однорідності страхового портфеля [9, 241]:

$$K_{3.3} = \sqrt{\frac{1-g}{n \cdot g}}, \quad (19)$$

де g – середня тарифна ставка по всьому страховому портфелю; n – кількість застрахованих об'єктів, од.

Чим менше значення даного коефіцієнта, тим вища фінансова стійкість страхових операцій;

– коефіцієнт фінансової стійкості страхового фонду, який розраховується як відношення доходів до витрат за тарифний період [9, 125]:

$$K_{3.4} = \frac{D + 3\Phi}{B}, \quad (20)$$

де D – сума доходів страховика за тарифний період, тис. грн.; 3Φ – сума коштів у запасних фондах, тис. грн.; B – сума витрат страхової компанії за тарифний період, тис. грн.

Нормальним вважається значення $K_{3,4} > 1$, коли сума доходів з урахуванням страхових резервів перевищує всі витрати страховика;

– коефіцієнт збитковості страхової суми, який визначається як відношення обсягу страхових виплат до сукупної страхової суми за укладеними договорами страхування і є основою нетто-частини страхових тарифів за видами страхування:

$$K_{3,5} = \frac{\text{Загальний обсяг страхових виплат}}{\text{Величина сукупної страхової суми}}; \quad (21)$$

– коефіцієнт збитковості страхових операцій, який визначається як відношення обсягу страхових виплат-нетто до обсягу страхових премій-нетто. Цей коефіцієнт повинен розраховуватися як по компанії загалом, так і в розрізі кожного страхового продукту, каналу продажів, сегмента клієнтської бази:

$$K_{3,6} = \frac{\text{Обсяг страхових виплат – нетто}}{\text{Обсяг страхових премій – нетто}}. \quad (22)$$

Для забезпечення ефективності страхової діяльності повинна дотримуватися умова:

$K_{3,5} \geq K_{3,6}$. Якщо рівень виплат перевищує норму виплат, то значить страхові тарифи розраховані неправильно і страхові операції збиткові, тобто фінансово нестійкі;

– коефіцієнт рівня витрат на продаж, який визначається як відношення витрат на продаж до доходів страхової компанії як загалом, так і в розрахунку на один страховий поліс загалом по компанії, за видом страхування:

$$K_{3,7} = \frac{\text{Витрати на продаж страхових продуктів}}{\text{Обсяг доходів страхової компанії}} \cdot 100\%; \quad (23)$$

– коефіцієнт ефективності страхових операцій:

$$K_{3,8} = \frac{\text{Обсяг валових страхових премій}}{\text{Обсяг страхових премій – нетто}} \cdot 100\%; \quad (24)$$

Значення даного показника повинно бути більше 15% [9, 127];

4) індикатори ефективності ресурсного потенціалу страховика (K_4):

– коефіцієнт загальної продуктивності праці, який характеризує ефективність використання трудового потенціалу страховика в процесі реалізації страхових продуктів та розраховується як за кількістю укладених і діючих договорів страхування в аналізованому періоді на одного працівника, так і за зібраною страховою премією:

$$K_{4,1} = \frac{ДС \text{ (або ЗСП)}}{ЧП}, \quad (25)$$

де $ДС$ – загальна кількість укладених і діючих договорів страхування за аналізований період, од.; $ЗСП$ – загальна сума отриманих страхових премій за укладеними і діючими договорами страхування за аналізований період, тис. грн.;

$ЧП$ – середньспискова чисельність зайнятих штатних (і позаштатних) працівників підрозділів продажів (продавців), органів управління ними та персоналу мідл-офісу за аналізований період, чол.;

– коефіцієнт продуктивності праці персоналу, який безпосередньо бере участь у продажах:

$$K_{4.2} = \frac{\text{Загальний обсяг надходження страхових премій}}{\text{Кількість співробітників, зайнятих у продажах}}; \quad (26)$$

– коефіцієнт ефективності роботи підрозділів продажів:

$$K_{4.3} = \frac{\text{Витрати на ведення справи} + \text{Виплати за збитками} + \text{Витрати з врегулювання}}{\text{Обсяг нарахованих страхових премій}}; \quad (27)$$

– фондвіддача, що характеризує результативність використання об'єктів основного та оборотного капіталу в процесі реалізації страхових продуктів:

$$K_{4.4} = \frac{\text{Загальний обсяг надходження страхових премій}}{CB_{\text{кап.}}}; \quad (28)$$

де $CB_{\text{кап.}}$ – середня вартість об'єктів основного і оборотного капіталу, що використовуються в системі реалізації страхових продуктів в аналізованому періоді, тис. грн.;

– показник результативності (віддачі) витрат на ведення справи:

$$K_{4.5} = \frac{\text{Загальний обсяг надходження страхових премій}}{BVC}, \quad (29)$$

де BVC – загальна сума страхових виплат за аналізований період, створених страхових резервів (за вирахуванням частки перестраховиків), витрат на ведення справи та відрахувань до резерву превентивних заходів, часток страхових премій, які передані перестраховикам, та відрахування до інших фондів;

– показник рентабельності поточних затрат:

$$K_{4.6} = \frac{\text{Прибуток страхової компанії за звітний період}}{\text{Поточні затрати страховика за звітний період}} \cdot 100\%; \quad (30)$$

– інтенсивність праці по продуктах:

$$K_{4.7} = \frac{\text{Фактичні трудовозатрати з обслуговування } i \text{ – го продукту}}{\text{Кількість персоналу, задіяного у продажі } i \text{ – го продукту}}; \quad (31)$$

– ефективність праці по продуктах:

$$K_{4.8} = \frac{\text{Фактичний обсяг продажів } i \text{ – го продукту}}{\text{Кількість персоналу, задіяного у продажі } i \text{ – го продукту}}. \quad (32)$$

Моніторинг і комплексний аналіз даних показників повинен проводитися на постійній основі з короткими часовими проміжками.

Слід зазначити, що такий аналіз дозволяє зробити висновок про перспективи подальшого розвитку системи реалізації страхових продуктів, можливі позитивні тенденції і негативні фактори, що здійснюють вплив на розвиток бізнесу та забезпечення фінансово стійкого функціонування страхової компанії. Показники системи реалізації страхових продуктів дозволяють також зробити висновок про ефективність організації продажів страхових продуктів та можливі напрямки покращення діяльності страхової компанії в даному напрямку. Сьогодні, коли подальший розвиток економічної ситуації важко спрогнозувати, а тенденції сьогодення не дозволяють багатьом підприємствам малого і середнього бізнесу активно розвивати співробітництво зі страховою галуззю, страхові компанії все більше прагнуть активізувати роботу із сегментом роздрібною споживача з використанням комплексних продажів.

Література

1. Страхування : підруч. / за ред. В. Д. Базилевича. – К. : Знання, 2008. – 1019 с.
2. Страхування : підруч. / кер. авт. колективу і наук. ред. С. С. Осадець. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2002. – 599 с.
3. Сербиновский Б. Ю. Страхование дело: уч. пособ. для вузов / Б. Ю. Сербиновский, В. Н. Гарькуша. – [6-е изд., доп. и перераб.]. – Ростов на Дону : Феникс, 2008. – 476 с.
4. Тронин Ю. Н. Основы страхового бизнеса / Ю. Н. Тронин. – М. : Альфа-Пресс, 2006. – 472 с.
5. Шумелда Я. Страхування : навч. посіб. для студ. екон. спец. / Я. Шумелда. – Тернопіль : Джура, 2004. – 280 с.
6. Юлдашев Р. Т. Страховой бизнес : словарь-справочник / Р. Т. Юлдашев. – М. : Анкил, 2005. – 832 с.
7. Рябоконт Н. П. Система реалізації страхових продуктів: модифікація усталеного підходу / Н. П. Рябоконт // Вісник УБС НБУ. – 2011. – № 3(12). – С. 272–275.
8. Морозко Н. Й. Методология управления финансами страховой системы автореф. дис. на соискание степ. докт. экон. наук : 08.00.10 / Н. Й. Морозко. – М., 2007. – 49 с.
9. Грищенко Н. Б. Основы страховой деятельности : уч. пособ. / Н. Б. Грищенко. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 352 с.
10. Куликов С. В. Финансовый анализ страховых организаций : уч. пособ. / С. В. Куликов. – Ростов на Дону : Феникс ; Новосибирск : Сибир. соглашение, 2006. – 224 с.
11. Гварлиани Т. Е. Денежные потоки в страховании / Т. Е. Гварлиани, В. Ю. Балакирева. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 336 с.

Редакція отримала матеріал 14 грудня 2012 р.