

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА**

Факультет економіки і підприємництва

Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

Допущено до захисту

“ _____ ” _____ 2023 р.

Зав. кафедри, д.е.н., професор

_____ **Прокопчук О.Т.**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
МАГІСТРА**

Розвиток страхового бізнесу в Україні

Виконала – студентка 2 курсу, групи 21 м-зф
освітньої програми «Фінанси, банківська справа та
страхування»

спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та
страхування

Непочатенко Зоя Вікторівна

Науковий керівник – д.е.н., професор

Прокопчук Олена Тодорівна

Реферат

на кваліфікаційну роботу магістра «Розвиток страхового бізнесу в Україні»

студентки факультету економіки і підприємництва
Уманського національного університету садівництва
(спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»)

Непочатенко Зої Вікторівни

Рівень розвитку страхового бізнесу в країні є одним з основних показників ефективності ділового середовища. Існує низка перешкод для нормального функціонування страхового ринку України. До них належать внутрішньополітична нестабільність, слабкі зовнішньоекономічні зв'язки України в страховому секторі, нерозвиненість вітчизняної страхової інфраструктури та низька конкурентоспроможність українських страхових компаній. Хоча український страховий ринок пройшов період становлення, він усе ще перебуває у стадії розвитку. Наразі цифрові технології, включаючи інтернетизацію та діджиталізацію страхової діяльності, мають суттєвий вплив на страховий бізнес. Водночас діджиталізація страхової діяльності супроводжується значними інноваціями, пов'язаними з підвищенням ефективності страхової діяльності, розробкою нових страхових програм, конвергенцією комерційного та взаємного страхування та іншими явищами. Глобальна тенденція до цифрової трансформації бізнесу зумовлює необхідність перегляду традиційних підходів та методологій, у тому числі в управлінні бізнес-процесами.

В даній роботі, яка складається з трьох розділів, використано теоретичний матеріал із сучасних навчальних посібників, наукових статей та інших праць провідних науковців. Загальний об'єм роботи складає 60 сторінок, основний текст розміщений на 52 сторінках. Робота містить 24 рисунки, 4 таблиці, а також 3 додатки. Кількість використаних джерел становить 50 наукових праць та Інтернет-ресурсів.

Мета написання кваліфікаційної роботи магістра – систематизація теоретичних та практичних засад розвитку страхового бізнесу в Україні, а також визначення проблем та окреслення перспектив розвитку останнього.

В першому розділі здійснено теоретичну концептуалізацію страхового бізнесу.

В другому розділі досліджено сучасний стан та тенденції розвитку страхового бізнесу в Україні.

В третьому розділі окреслено сучасні виклики та перспективи розвитку страхового бізнесу в Україні.

Анотація

Кваліфікаційна робота магістра присвячена дослідженню теоретичних та практичних засад розвитку страхового бізнесу в Україні, а також виявленню сучасних викликів та окресленню перспектив розвитку його подальшого розвитку.

Ключові слова: страхування, страховий бізнес, цифровізації, тенденції розвитку, страховик, страхувальник.

The summary

The master's thesis is devoted to the study of the theoretical and practical foundations of the insurance business development in Ukraine, as well as the identification of current challenges and the outline of prospects for its further development.

Keywords: insurance, insurance business, digitalization, development trends, insurer, insured.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ ТЕОРЕТИЧНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СТРАХОВОГО	
1. БІЗНЕСУ.....	6
РОЗДІЛ СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	
2. СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	12
2.1 Оцінка сучасного стану та тенденцій розвитку страхового бізнесу в Україні	12
2.2 Цифровізація страхового бізнесу в Україні	27
2.3 Маркетингова характеристика страхового бізнесу	34
РОЗДІЛ СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	
3. СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	41
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

Страховання виступає досить потужною складовою фінансово-кредитної системи і розглядається як одна з найбільш інтегрованих форм фінансової діяльності. Наразі український ринок страхових послуг лише частково виконує свої соціально-економічні функції. Незважаючи на процеси лібералізації операцій з надання страхових послуг, придбання та рекапіталізації страхових компаній, зростання і підвищення якості окремих видів страхування та впровадження нових страхових продуктів, довіра населення до діяльності страхових компаній залишається дуже низькою. Однією з причин ситуації, що склалася, є низька ефективність державного регулювання та нагляду за страховою діяльністю. У зв'язку з наявністю суперечностей у розвитку страхового бізнесу в Україні необхідні дослідження, що дають змогу виявити основні проблеми страхового ринку та представити шляхи їх вирішення.

Страховий бізнес охоплює вельми широкий понятійний апарат і складну інституційно-функціональну структуру. Розвиток страхового бізнесу розглядається сучасними науковцями як один з ключових чинників соціально-економічної безпеки населення і регіонів, а також економічного зростання країни. Сучасний стан та тенденції розвитку страхового бізнесу виступають предметом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких можна виділити О.В. Абакуменко, О.Г. Абдулова, В.Д. Базилевича, В.А. Борисову, О.О. Гаманкову, Т.Д. Гарматій, Л.В. Гутко, О.В. Золотарьову, М.В. Мних, О. Т. Прокопчук, Н.В. Приказюк, О. Б. Пономарьову, Н.В. Приймак, Н.О. Слободянюк, Н. В. Ткаченко та ін.

Незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених страхуванню, питання підвищення ефективності страхового бізнесу в Україні залишаються недостатньо вивченим з погляду впровадження механізмів розширення меж страхового бізнесу. А також не дивлячись на великий науковий та практичний інтерес до цифровізації страхового бізнесу, ця тема потребує більш глибокого дослідження з точки зору сучасних тенденцій та впливу інвестицій на означені технологічні зміни. Зрештою, цифрове

страхування, з одного боку, породжене цифровою економікою, а з іншого – є її складовою завдяки впровадженню цифрових технологій. Сучасні фактори, такі як глобалізація, війни, епідемії, екологічні проблеми та посилення конкуренції, створюють нові вимоги до роботи з клієнтами, трансформують бізнес-процеси страховиків та розробляють новочасні продукти і способи їх надання.

Отже, враховуючи сьогоденні складні умови функціонування української економіки в умовах пандемії COVID-19 і воєнного стану, постійних нападів з боку РФ, страховий бізнес потерпає від сукупності системних і специфічних проблем, що вимагають додаткової уваги і актуалізує здійснене магістерське дослідження.

Теоретико-методологічною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти, що стосуються провадження страхового бізнесу, навчальна та наукова література з основ страхування, матеріали науково-практичних конференцій, довідкова та періодична література, дані офіційної статистики.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи магістра. Основні положення та результати наукового дослідження обговорювались на VI Всеукраїнській науково-практичній конференції (м. Полтава, 30-31 березня 2023 р.) (Сертифікат СС 00493014/001830 - 23 від 31.03.2023 р.) та XVIII Міжнародній науково-практичній конференції (м. Умань, 25 травня 2023 р.).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ

Страховий ринок в Україні вирізняється серед ринків фінансових послуг, що розвиваються. Захист економічної конкуренції на цьому ринку є важливим і потребує державного регулювання.

Світова інтеграція та поглиблення глобалізації призвели до поступової монополізації та концентрації капіталу в економічно розвинених країнах. Вплив глобальних економічних процесів особливо помітний на міжнародному страховому ринку, який є потужною ланкою в системі фінансово-кредитних відносин. Ступінь розвитку страхових ринків відображає можливості економічного зростання в країні та є одним з основних індикаторів ефективності бізнес-середовища [1-2].

Розширення та зростання ролі страхового сектору сприяє створенню нових робочих місць, посилює інноваційну діяльність і водночас створює основу для економічної стійкості та зменшує вплив глобальних ризиків.

В. Базилевич розглядає страховий ринок як «складну, багатофакторну, динамічну та структуровану систему економічних відносин, що виникають у зв'язку з необхідністю захисту за допомогою страхування» [3-5].

На думку Мних М. В., страховий ринок – це «специфічне середовище, в якому централізовано здійснюється процес передачі та прийняття ризиків на страхування, визначаються попит і пропозиція, діють професійні організації, що мають економічну зацікавленість у реалізації цього механізму» [29].

У вітчизняній та міжнародній науковій літературі терміни «страховий бізнес» і «страховий ринок» часто є синонімами. Це пов'язано з тим, що страхові ринки являють собою рух взаємопов'язаних бізнес-процесів, що виникають у результаті взаємовідносин між учасниками ринку, такими як страхові компанії та страхувальники, у процесі купівлі-продажу страхових послуг. Страховий ринок – це сприятливе середовище для розвитку бізнесу, та на думку Борисової В.А. та Огаренко О.В. « діяльність, яку здійснює організація або фізична особа для перетворення природних благ у продукти або

послуги в обмін на інші товари, послуги або гроші, до взаємної вигоди всіх учасників»[7].

Ми погоджуємося з думкою Внукової Н.М., одного з провідних світових експертів у галузі фінансового менеджменту. Дійсно, ефективне управління бізнес-діяльністю (прямим страхуванням), фінансовою діяльністю, інвестиційною діяльністю (джерелом доходу страхових компаній) та іншими бізнес-процесами є запорукою успіху та конкурентоспроможності страхових компаній [9].

Базуючись на наукових дослідженнях таких вчених, як Гаманкова О.О., Артюх Т.М. та Горянська С.В., поняття «страховий бізнес» трактується як ризикова страхова діяльність, що здійснюється з метою отримання прибутку, за умови, що вона не суперечить чинному законодавству [11].

Таким чином, страховий бізнес – це врегульована законом комерційна діяльність страхової організації, що здійснюється на підставі ліцензії, виданої Національним банком України, з надання страхових послуг за плату, як правило, з метою отримання прибутку.

Відповідно до чинного законодавства, господарська діяльність визначається як основна діяльність, крім фінансової та інвестиційної, яка є метою створення підприємства та забезпечує отримання основної частини його доходу. Для страхових компаній це діяльність, пов'язана з наданням послуг зі страхування та перестрахування фізичним та юридичним особам, а також інша страхова діяльність, визначена законодавством. Відповідно, операційний прибуток страхової компанії – це дохід від реалізації страхових продуктів. Чисті премії зменшуються на суму премій, переданих у перестрахування, та резервів незароблених премій (у випадку страхування від непередбачуваних подій).

На ранніх стадіях своєї діяльності страхова компанія не може стабільно функціонувати, спираючись лише на операційний прибуток. Для забезпечення фінансової стабільності вони повинні мати достатні страхові резерви та грошові ресурси для здійснення страхових виплат у разі настання страхового випадку.

Тому тимчасово вільні кошти інвестуються в інші фінансові інструменти та використовуються у фінансовій та інвестиційній діяльності.

Законодавство України визначає фінансову діяльність як діяльність, яка спричиняє зміни розміру та складу власного і позикового капіталу підприємства [9-11]. Це поняття також можна трактувати як сукупність функціональних завдань, що виконуються фінансовими службами підприємства для досягнення його стратегічних і найближчих цілей, які полягають у фінансуванні господарської діяльності, здійсненні інвестицій та наданні фінансової підтримки, що в кінцевому підсумку призводить до змін у складі та структурі його власного і позикового капіталу [17-18].

Ця діяльність базується на управлінні грошовими потоками. Грошові потоки страхових компаній включають надходження від випуску акцій та інших інструментів капіталу, а також надходження від випуску незабезпечених боргових зобов'язань, облігацій, кредитів, іпотечних кредитів, векселів та інших короткострокових і довгострокових зобов'язань [29-31; 49]. Дослідження показують, що найбільшим джерелом прибутку страхових компаній у розвинених країнах є не операційна діяльність, а інвестиційна діяльність, яка використовується для субсидування збиткових видів страхування, розробки та вдосконалення страхових продуктів, навчання персоналу та фінансування страхових операцій [11; 42].

Страхування як особливий елемент фінансової системи має певні особливості інноваційного розвитку, що є результатом специфіки його функціонування (рис. 1.1).

Високий рівень капіталу на страховому ринку дозволяє страховикам краще управляти своїми грошовими ресурсами і виділяти відносно більшу частку на інвестиції. Вища частка інвестиційного доходу робить страховиків більш конкурентоспроможними та компенсує потенційні збитки від андеррайтингу. Страхові компанії здійснюють інвестиційну діяльність за рахунок чистих страхових премій та страхових резервів, що спрямовуються у резервні фонди [12-13].

Особливості страхового бізнесу

страхова компанія реалізує специфічний продукт – страхову послугу, якій притаманні такі особливості як відсутність матеріально-речового змісту та неналежність страхових послуг до послуг першої необхідності, внаслідок чого ускладнюється їх реалізація.

Страхувальники не відчують якості придбаних страхових продуктів страхової компанії до настання страхового випадку, настання якого має ймовірнісний характер.

невіддільність страхової послуги від страховика, який бере на себе зобов'язання по відшкодуванню збитків, які відбулися внаслідок настання страхового випадку.

відсутність патентування страхових послуг, що означає можливість копіювання вдалих страхових продуктів конкурентами.

значне державне регулювання страхової діяльності, що виявляється у вимогах до платоспроможності страхових компаній, розміщенні страхових резервів, регулюванні страхових тарифів (якщо мова йде про обов'язкові види страхування).

Рис. 1.1. Специфічні особливості страхового бізнесу

Джерело: авторська розробка та інтерпретація.

Загалом інвестиційний дохід можна розділити на дві категорії: доходи від фінансових інвестицій та доходи від операцій з неліквідними активами. При формуванні страхових резервів страховики повинні дотримуватися наступних принципів. При формуванні страхових резервів страховики повинні дотримуватися наступних принципів: безпека, ліквідність, прибутковість, диверсифікація та можливість стягнення. Означене дозволить страховикам максимізувати свої прибутки, підвищити платоспроможність та конкурентоспроможність.

Таким чином, гармонізація трьох складових діяльності страховика (бізнес, фінанси та інвестиції) сприяє успішному функціонуванню страховика на страховому ринку, його економічній стійкості та конкурентоспроможності.

Конкурентне середовище на ринку страхових послуг - це певна сфера конкурентної взаємодії між страховими компаніями, на поведінку яких впливає низка факторів, що визначають відповідний рівень розвитку цього ринку. На формування конкурентного середовища на ринку страхових послуг впливають

дві групи чинників -мікрорівня та макрорівня, які зазвичай визначають інтенсивність та ефективність цього процесу [22-23].

Конкуренція є ключовою складовою страхового ринку і зумовлює суперництво між страховими компаніями за залучення споживачів страхових послуг та вигідне розміщення страхових коштів для досягнення високих кінцевих фінансових результатів.

Конкуренція може бути проаналізована з точки зору конкретних умов функціонування ринку, тобто ринкової структури. Розрізняють досконалу та недосконалу конкуренцію за такими характеристиками, як кількість підприємств, що діють на ринку, їх вплив на ціни, характер продукції, доступ до ринкової інформації, особливості входу та виходу з ринку, а також особливості принципів ведення бізнесу [14-16]. Конкуренцію слід оцінювати відповідно до характеру продукту та особливостей його використання. Можлива конкуренція – це конкуренція на ринку певного виду продукції або послуг з боку різних виробників [29]. Важливим аспектом аналізу специфіки ринку є різноманітні рейтинги. Наприклад, Forbes Global публікує рейтинги світових страхових компаній на основі комплексного поєднання доходів, продажів, активів та ринкової капіталізації. Міжнародне рейтингове агентство Standard & Poor's надає довгострокові рейтинги кредитоспроможності та фінансової стійкості страхових компаній. Міжнародні рейтингові агентства Moody's Investors Service та A.M. Best також присвоюють та відкликають рейтинги фінансової стійкості страхових компаній.

Отже, поняття «конкуренція» є багатограним і проявляється у багатьох сферах діяльності. Оскільки конкуренція існує з незапам'ятних часів, є актуальною і сьогодні та набирає обертів в умовах глобалізації, її подальший аналіз та дослідження є важливими.

Цінова конкуренція є особливо ефективною у страховому секторі. Це пов'язано з тим, що рівень страхової обізнаності серед споживачів страхових послуг є низьким, а тому для багатьох споживачів основним критерієм вибору послуги є її ціна. Нецінова конкуренція включає використання технологічної

переваги, надійності, дизайну та інших характеристик продукції, різноманітних послуг, що пропонуються споживачам, а також кредитів на придбання необхідних товарів. У самому механізмі конкуренції слід розрізняти цивілізовані та нецивілізовані методи.

Хоча явище конкуренції давно існує в різних сферах життя, це поняття настільки всеосяжне і багатогранне, що вчені досі не змогли дати єдиного точного визначення. На думку Слободянюк Н.О., конкуренція – це потенціал конкурентів на зовнішніх ринках за наявності глобальної стратегії. Конкурентоспроможність може означати наявність позитивного торговельного балансу, але може означати і нижчі витрати на виробництво чи обслуговування порівняно з конкурентами [46]. На національному рівні Пономарьова О.Б. визначає конкурентоспроможність як ефективність використання ресурсів [39]. Нанюк І.С. та Маруженко Д.С. у ході своїх досліджень визначають конкурентоспроможність як специфічну властивість суб'єкта, що характеризується ступенем задоволення певних потреб у порівнянні з аналогічними суб'єктами, представленими на даному ринку [30]. Ми хотіли б звернути увагу на визначення Івашина Г.В.. Він підкреслює, що конкуренція (з огляду на сучасні тенденції розвитку бізнесу) – це не конфлікт інтересів сторін, а прагнення спільно створювати цінність [21].

На конкурентне середовище у страховому секторі впливає низка факторів. До внутрішніх факторів належать різноманітність страхових продуктів, структура агентської мережі страховика, його частка на страховому ринку та співпраця з перестраховувальними організаціями та іноземними страховими компаніями. До зовнішніх факторів належать індекс якості життя, індекс конкурентоспроможності країни, податкова система, політична ситуація, інвестиційна привабливість країни та інноваційний потенціал місцевого страхового ринку.

Наступний розділ магістерської роботи буде присвячений дослідженню сучасного стану та тенденцій розвитку страхового бізнесу в Україні.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

2.1. Оцінка сучасного стану та тенденцій розвитку страхового бізнесу в Україні

Страховий бізнес, як і інші сектори економіки, безпосередньо пов'язані з боротьбою за ринкові позиції та прибутки. Оцінка концентрації страхового ринку вимагає аналізу мікроекономічних, галузевих, регуляторних та макроекономічних аспектів. Це завдання можна вирішити лише на основі комплексного системного аналізу показників функціонування страхових організацій на українському ринку страхових послуг, включаючи розрахунок показників ринкової концентрації та монополізації страхового ринку й виявлення тенденцій. Важливим також є дослідження численних методів, що використовуються страховими компаніями для підтримання або підвищення своєї конкурентоспроможності [37-39]. Під економічною концентрацією розуміють реальну можливість здійснення одним або кількома пов'язаними юридичними (фізичними) особами вирішального впливу на господарську діяльність інших суб'єктів господарювання чи їх частин [3].

Коефіцієнт ринкової концентрації відображає сумарну ринкову частку певної сукупності фірм (найбільших учасників ринку за обсягом товарообігу). Якщо цей показник близький до 100, ринок можна вважати монополізованим, якщо він не набагато перевищує 0, ринок можна вважати конкурентним. Рівень конкуренції впливає на поведінку учасників ринку. Чим вищий рівень конкуренції, тим більше учасники ринку залежать один від одного [30]. Коефіцієнт концентрації (2.1) дорівнює сумі відповідних часток сукупних премій найбільших страховиків, розрахованих за кожним видом страхування, обраним за даними Forinsurer, за період 2018-2022 рр.:

$$CR(m) = \sum_{k=1}^m O_k, \quad (2.1)$$

де **CR(m)** – коефіцієнт концентрації *m* найбільших учасників ринку;
O_k – частка великого учасника ринку;
m – кількість учасників.

Згідно з розрахунками, наведеними в табл. 2.1, можна зробити висновок, що на 20 найбільших страховиків припадає понад 50 % ринку майже за всіма видами страхування, що аналізуються, і їхня вага зростає.

Таблиця 2.1

Показник ринкової конкуренції за видами страхування за 2018-2022 рр.*, %

Вид страхування	2018	2019	2020	2021	2022
Особисте страхування	70,21	71,94	74,44	75,63	76,21
Транспортне страхування	79,15	80,48	80,52	80,25	80,89
Страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ	26,89	27,92	32,80	39,25	40,18
Майнове страхування	35,98	39,67	47,02	46,61	47,76
Страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів	50,58	51,01	55,09	56,51	57,56

* Джерело: дані Нацкомфінпослуг та НБУ, розрахунки автора.

Згідно із законодавством ЄС, найбезпечнішою є ситуація, коли в страховій галузі є 10 і більше конкурентів і частка одного з них не повинна перевищувати 31 % від загального обсягу наданих страхових послуг, двох – 44 %, трьох – 54 % і чотирьох – 64 %. У разі порушення цих співвідношень держава вдаватиметься до економічних санкцій та обмежуватиме присутність на ринку відповідної страхової компанії [33-35].

Таким чином, в Україні протягом аналізованого періоду вищезазначені нормативи не були порушені за жодним видом страхування, і така ситуація є найбезпечнішою для страхового ринку.

Індекс Герфіндаля-Гіршмана (2.2) – показує вплив великих компаній на стан ринку. На відміну від попереднього показника він характеризує не частку ринку, котра контролюється декількома найбільшими компаніями, а розподіл ринкової влади між усіма суб'єктами даного ринку [10].

$$HHI = \sum_{k=1}^m O_k^2, \quad (2.2)$$

де **HHI** – індекс Герфіндаля-Гіршмана;

O_k – частка k-го великого учасника ринку; **m** – кількість великих учасників.

Для оцінки рівня концентрації використовують діапазони [10]:

- 1) $HHI < 1000$ – ринок оцінюється як неконцентрований;
- 2) $1000 < HHI < 1800$ – ринок оцінюється як помірно концентрований;
- 3) $HHI > 1800$ – ринок оцінюється як висококонцентрований.

На основі розрахунків (табл. 2.2) можемо зробити висновок, що впродовж 2018-2022 рр. в Україні за особистим страхуванням та транспортним страхуванням ринок оцінюється як помірно концентрований, а за рештою видів – високо концентрований. Важливо зауважити, що показники мають тенденцію до зниження.

Таблиця 2.2

Значення індекса Герфіндаля-Гіршмана за видами страхування за 2018-2022 рр*.

Вид страхування	2018	2019	2020	2021	2022
Особисте страхування	492,51	483,56	507,36	474,07	471,99
Транспортне страхування	715,89	710,59	719,41	695,61	699,23
Страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ	80,65	79,51	115,48	310,74	312,25
Майнове страхування	110,52	113,82	246,03	261,17	265,23
Страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів	198,25	182,01	187,51	206,96	210,23

* Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розрахунки автора.

По ринку страхування життя у 2022 р. Індекс Герфіндаля – Гіршмана (HHI) склав 1042,55, по ринку ризикових видів страхування становив 206,72. В цілому по страховому ринку індекс Герфіндаля – Гіршмана склав 181,49 (у 2021 році – 166,81). Дані свідчать, що на ринку видів страхування інших, ніж страхування життя, спостерігається значний рівень конкуренції (HHI в 5 разів менше 1000), в той час як на ринку страхування життя наявна помірна монополізація.

Отже, загалом страховий ринок України є концентрованим про, що свідчать вищенаведені розрахунки. Так як з більше ніж 250 діючих компаній (2018-2019 рр.) з ризикових видів страхування більше 50 % питомої ваги мають ТОП-20 компаній і цей показник зростає, а також значення індекса Герфіндаля-

Гіршмана показав, що ринок висококонцентрований, то це питання потребує подальшого дослідження та пропозицій щодо вдосконалення такого становища. У зв'язку з цим виникає питання щодо кількісного складу страховиків, що повинно бути на ринку.

За даними НБУ у 2022 р. на вітчизняному страховому ринку функціонували 144 страхових компанії, у тому числі СК «life» – 16 компаній, СК «non-life» – 128 компаній (рис. 2.1). Частка страхових компаній «life» у загальній їх кількості на страховому ринку України в середньому за п'ять років (2018-2022 рр.) склала біля 11 %.

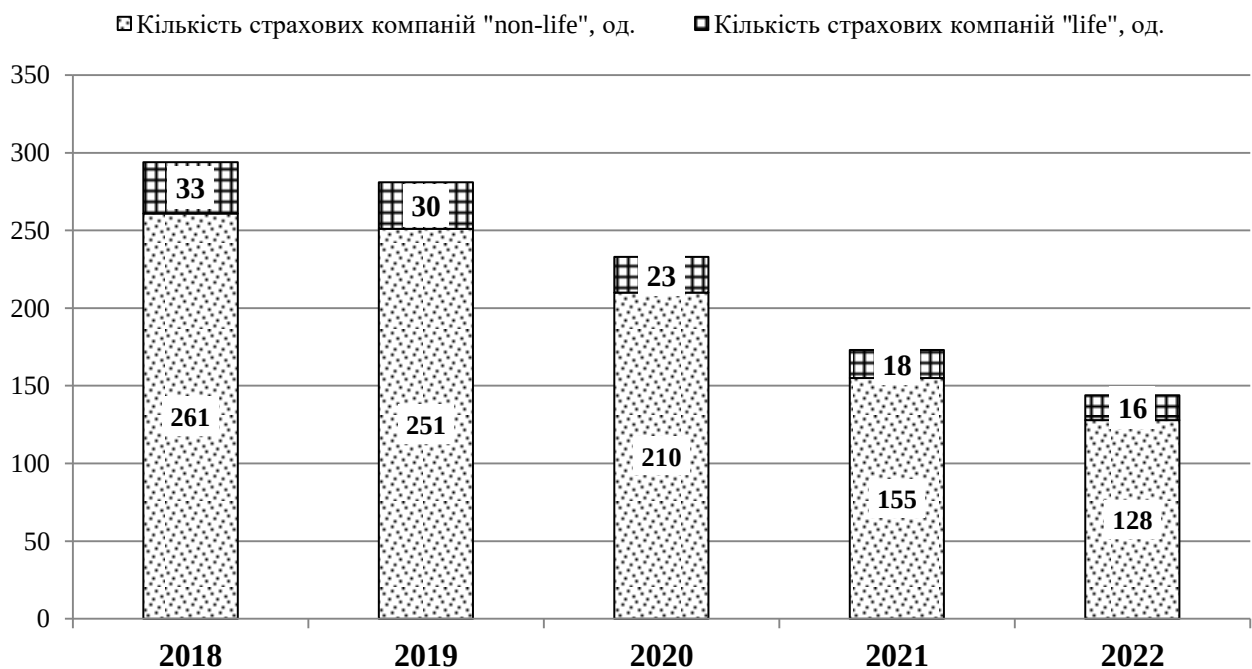


Рис. 2.1. Страхові компанії на страховому ринку України у сегментному розрізі за 2018-2022 рр., од.

[Джерело: дані Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Суттєве зменшення кількості страховиків на страховому ринку, в першу чергу, пов'язано зі зміною регулятора ринку – регулятором ринку страхування став з липня 2020 р. НБУ. Тоді під його опіку потрапило 233 страхові компанії (рис. 2.2). Очевидно, що за два наступні роки (2021-2022 рр.) відбулося колосальне чищення і у 2022 р. на ринку працювати залишилось 144 страхових компаній.

Основними причинами, через які регулятор виводить страхові компанії з ринку, є непрозора структура власності, неподання звітності, недотримання

нормативів, скарги від клієнтів. Орієнтовно 20 % компаній пішли за власним бажанням.

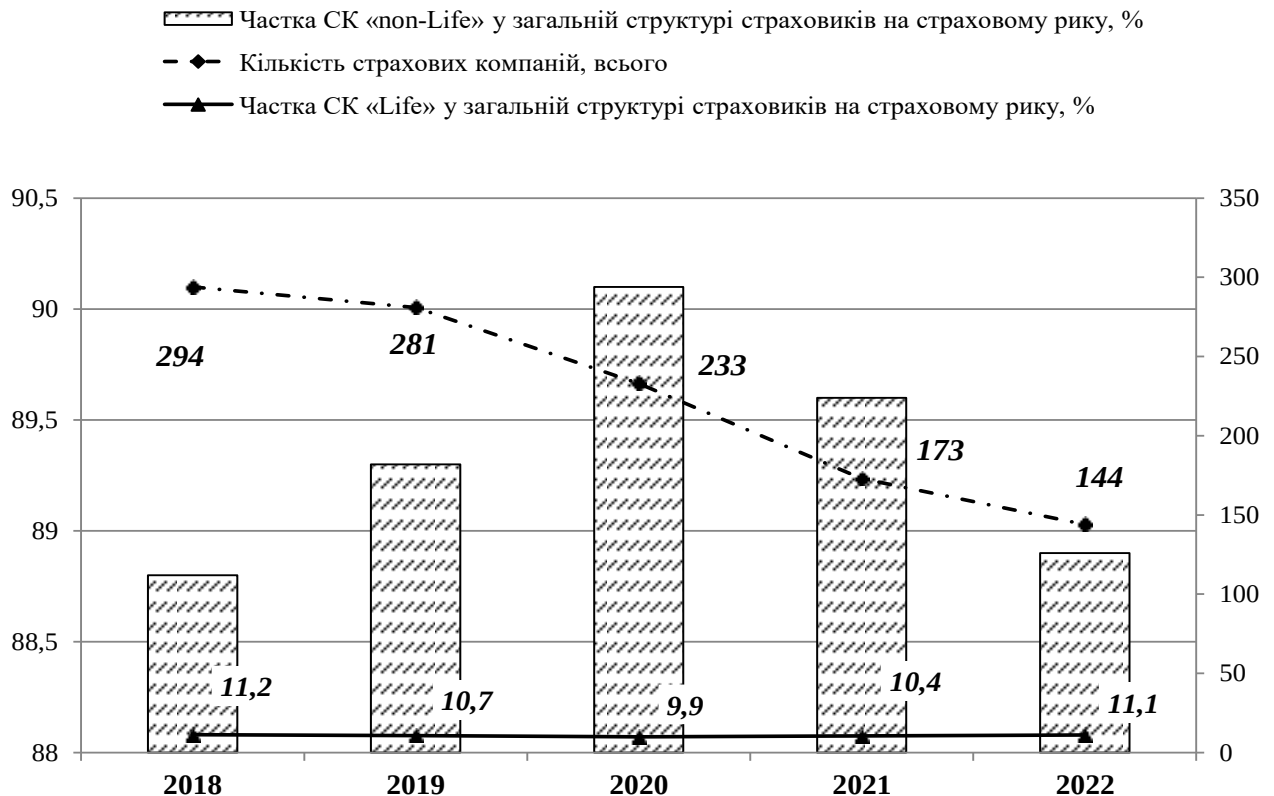


Рис. 2.2. Загальна кількість страхових компаній на страховому ринку України за період 2018-2022 рр.

[Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Власний капітал та страхові резерви є ключовими елементами фінансового управління страхової компанії, відіграючи важливу роль у забезпеченні її фінансової стійкості та надійності.

Сутність концепції власного капіталу та страхових резервів:

1. Власний капітал (*Equity Capital*):

Власний капітал страхової компанії – сума грошей, яка належить власникам або акціонерам компанії після врахування всіх зобов'язань та заборгованостей. Він включає в себе акційний капітал, накопичені прибутки і збитки, а також інші види власного капіталу компанії. Власний капітал є «плащем останньої надії» і використовується для покриття збитків, якщо страхова компанія має дефіцит в страхових резервах. Він також служить показником фінансової стійкості компанії та її здатності виконувати свої фінансові зобов'язання перед клієнтами.

2. Страхові резерви (*Insurance Reserves*):

Страхові резерви – грошові кошти, які страхова компанія відводить для виплати страхового відшкодування та інших зобов'язань перед страхувальниками (рис. 1, Додаток А).

Страхові резерви допомагають забезпечити фінансову здатність компанії виконувати свої страхові зобов'язання перед клієнтами. Вони повинні бути адекватними і відповідати ризикам, які виникають у страховій діяльності компанії (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Власний капітал та страхові резерви за 2018-2022 рр., млн грн
[Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Показник страхових премій є важливим індикатором для страхових компаній і галузі загалом. Він вказує на суму грошей, яку страхова компанія отримує від клієнтів у вигляді страхових платежів. Ключові аспекти важливості означеного показника:

1. Фінансова стійкість: рівень страхових премій є ключовим фактором у забезпеченні фінансової стійкості страхової компанії. Високі страхові премії

допомагають компанії накопичувати достатні фінансові ресурси для покриття майбутніх зобов'язань та створення страхових резервів.

2. Здатність виконувати страхові зобов'язання: страхові премії служать джерелом коштів, які використовуються для виплати страхового відшкодування та інших страхових зобов'язань перед страхувальниками. Високий рівень страхових премій допомагає компанії виконувати свої зобов'язання та забезпечує довіру клієнтів.

3. Визначення рентабельності: рівень страхових премій відіграє важливу роль у визначенні рентабельності страхового бізнесу. Високі премії можуть покривати високі витрати на виплати збитків та управління компанією.

4. Планування та стратегія: знання рівня страхових премій допомагає страховій компанії розробляти свою стратегію та плани на майбутнє. Вона може визначити, чи необхідно змінювати тарифи або продукти для забезпечення фінансового успіху.

5. Регуляторний нагляд: багато країн мають регуляторні органи, які встановлюють обмеження на рівень страхових премій і вимагають, щоб страхові компанії дотримувалися певних стандартів. Показник страхових премій допомагає в оцінці відповідності компанії цим вимогам.

6. Конкурентоспроможність: рівень страхових премій також впливає на конкурентоспроможність компанії. Компанія повинна пропонувати конкурентоспроможні тарифи, щоб привертати нових клієнтів і зберігати існуючих.

Усі ці аспекти роблять показник страхових премій важливим для управління страховим бізнесом та забезпечення його успішності і фінансової стійкості.

Розглянемо більш детально загальний показник зібраних страхових премій за 2018-2022 рр. (рис. 2.4).

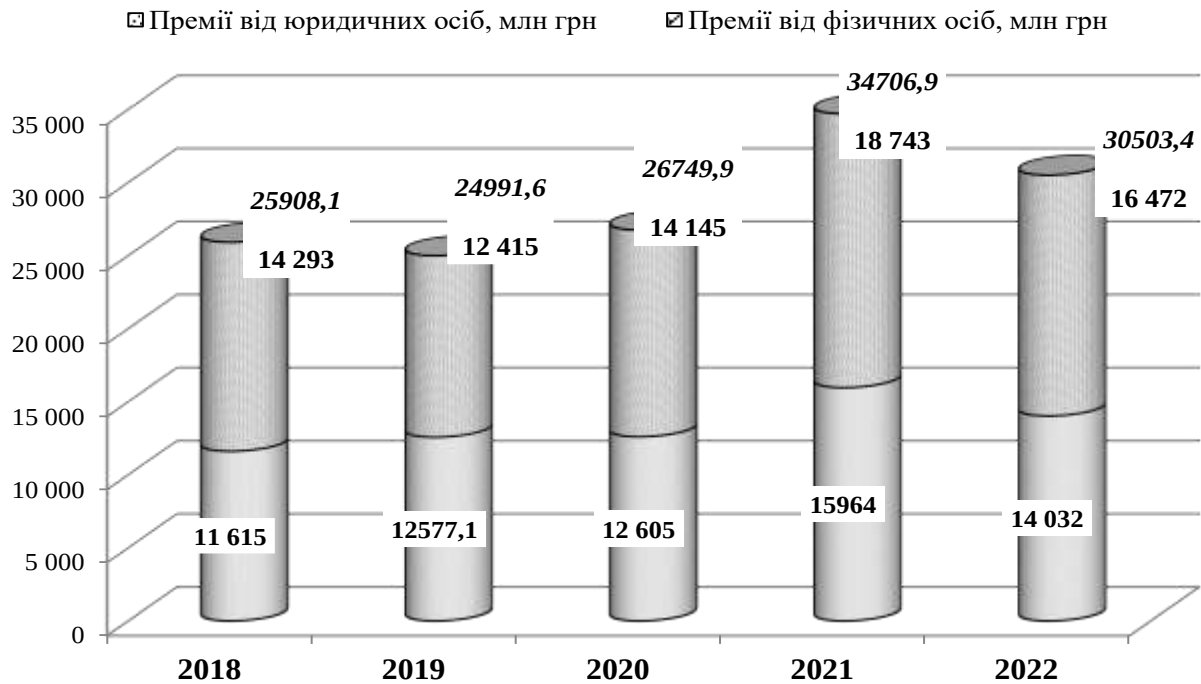


Рис. 2.4. Розмір зібраних страхових премій загальний та від фізичних і юридичних осіб за 2018-2022 рр., млн грн

[Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Аналізуючи дані рис. 2.4 доцільно зауважити, що загальний розмір зібраних страхових премій у часовому проміжку 2018-2022 рр. мав тенденцію до зростання, виключенням став 2022 р., коли розмір зазначеного показника порівняно з попереднім 2021 р. знизився. Причинами такої ситуації звичайно є події, що розпочалися в Україні з 24 лютого 2022 р. та комплексно вплинули на усю економічну ситуацію в країні.

Також слід зазначити, що у структурі зібраних страхових премій лівова частка належить страховим преміям зібраними страховиками від фізичних осіб – середнє значення даного показника за аналізований період 2018-2022 рр. становить 55 % (рис. 2.5).

Рівень страхових виплат – важливий показник в сфері страхування, який вказує на обсяг і частоту виплат, що страхові компанії спрямовують своїм клієнтам (страхувальникам). Цей показник має велике значення з різних причин:

1. Стійкість фінансового стану страховика: високий рівень страхових виплат свідчить про те, що страхова компанія готова виконувати свої зобов'язання перед клієнтами (це важливо для збереження довіри та ділових стосунків з клієнтами та іншими стейкхолдерами).

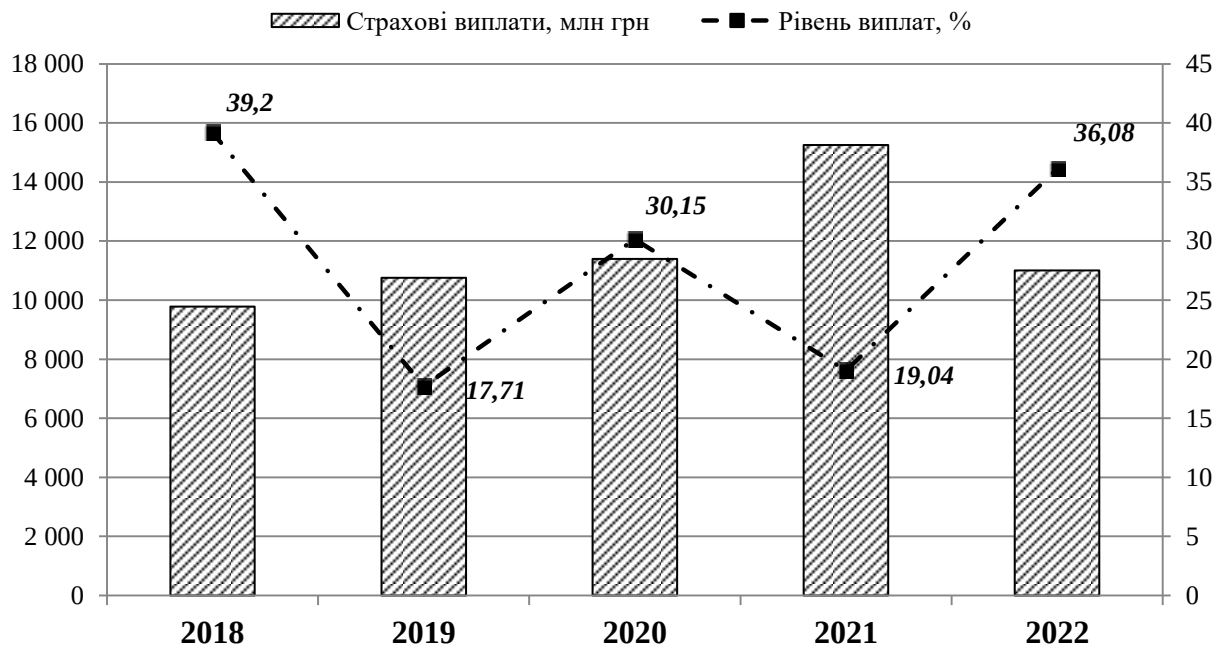


Рис. 2.5. Розмір здійснених страхових виплат (млн грн) та рівень виплат (%) за 2018-2022 рр.

[Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

2. Здатність компенсувати збитки: рівень страхових виплат вказує на те, наскільки успішно страхова компанія вирішує збитки своїх клієнтів, що є головною метою страхування. Висока здатність компенсувати збитки підвищує ефективність страхової послуги.

3. Конкурентоспроможність: страхова компанія, яка забезпечує надійні та своєчасні страхові виплати, привертає більше клієнтів і суттєво збільшує свою конкурентоспроможність на ринку страхування.

4. Довгострокова стійкість: спроможність здійснювати страхові виплати на довгостроковій основі важлива для стійкості страхової компанії та її здатності витримати збитки в разі катастроф та інших негативних подій.

5. Регулювання страхового ринку: державні органи регулювання страхового ринку використовують інформацію про рівень страхових виплат для забезпечення ефективного нагляду та регулювання страхового бізнесу.

6. Задоволеність клієнтів: високий рівень страхових виплат сприяє задоволеності клієнтів, оскільки вони отримують очікувані компенсації у разі події, що страхувалася.

7. Управління ризиками: рівень страхових виплат допомагає страховим компаніям аналізувати ризики та приймати рішення щодо стратегій управління ризиками та цінування страхових послуг.

Розглянемо більш детально показник рівня виплат в розрізі різних видів страхування, зокрема, за ключовими видами транспортного страхування (рис. 2.6), за майновим страхуванням (рис. 2.7) та за медичним страхуванням (ДМС) (2.8).

□ Рівень виплат за КАСКО, % ▨ Рівень виплат за Зеленою карткою, % ▩ Рівень виплат за ОСЦПВ, %

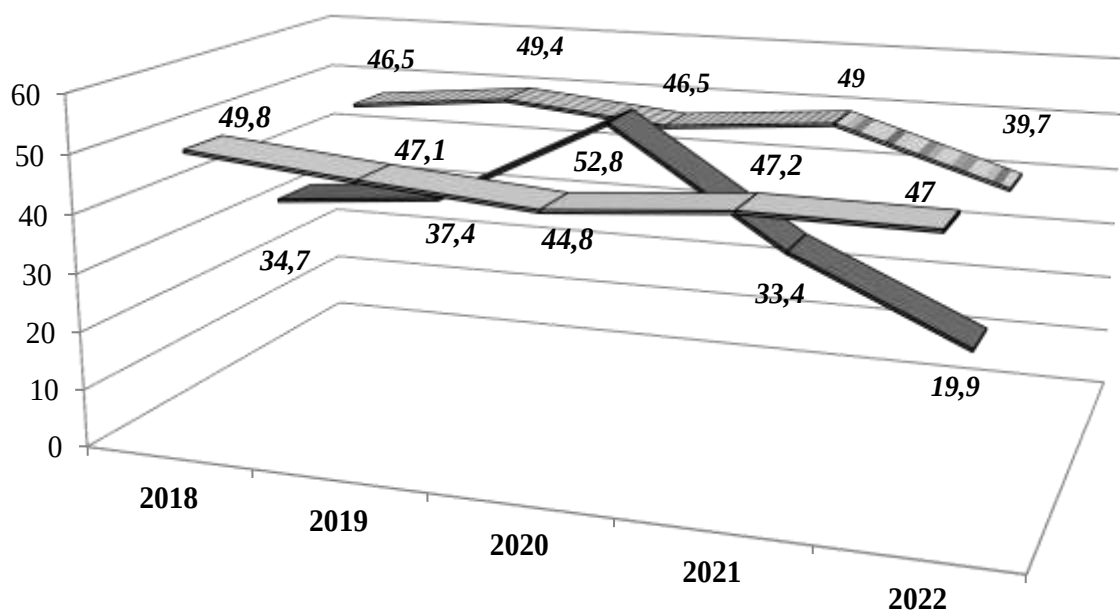


Рис. 2.6. Рівень виплат за ключовими видами транспортного страхування за період 2018-2022 рр., %

[Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Середній показник рівня виплат за ключовими видами транспортного страхування за період 2018-2022 рр. коливався в межах 40 %.



Рис. 2.7. Рівень виплат за майновим страхуванням за період 2018-2022 рр., %
 [Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Середній показник рівня виплат за майновим страхуванням за період 2018-2022 рр. склав 30 %.

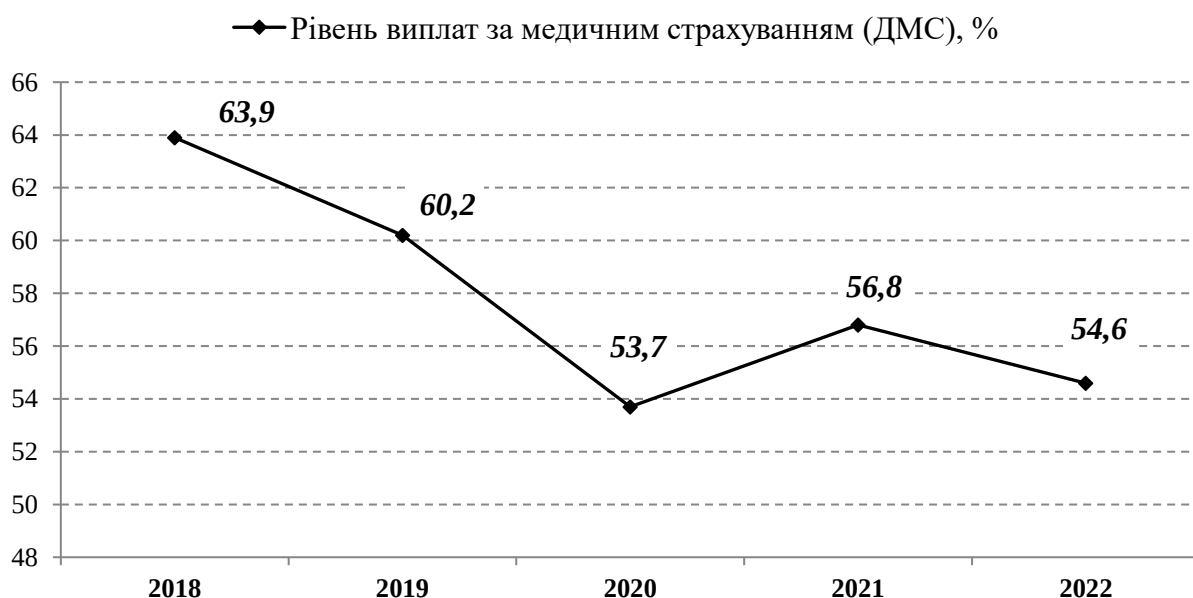


Рис. 2.8. Рівень виплат за медичним страхуванням (ДМС) за період 2018-2022 рр., %
 [Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Середній показник рівня виплат за медичним страхуванням (ДМС) за період 2018-2022 рр. становив 60 %.

Загалом, рівень страхових виплат є важливим показником ефективності та надійності страхових компаній, а також важливою складовою страхового ринку. Високий рівень страхових виплат сприяє довірі клієнтів і стійкості страхової системи загалом.

Ефективне управління активами страховиків є критично важливим аспектом їх функціонування, оскільки допомагає забезпечити фінансову стійкість та здатність останніх виконувати свої зобов'язання.

До ключових аспектів ефективного управління активами страхової компанії належить:

1. Диверсифікація портфелю: страхова компанія повинна розподіляти свої інвестиції між різними видами активів (наприклад, акції, облігації, нерухомість) та різними географічними регіонами. Це допомагає зменшити ризик збитків в разі негативного впливу на один або декілька видів активів.

2. Спрямування на довгострокові інвестиції: страхова компанія має здійснювати інвестиції, спрямовані на довгостроковий приріст вартості. Це допомагає забезпечити достатні ресурси для викупу страхових зобов'язань в майбутньому.

3. Оцінка ризиків: управління активами повинно включати оцінку фінансових ризиків, пов'язаних з інвестиціями. Це включає аналіз кредитоспроможності емітентів облігацій, визначення ліквідності активів та оцінку ринкових ризиків.

4. Управління ліквідністю: страхова компанія повинна мати достатню ліквідність для того, щоб виконувати свої зобов'язання перед клієнтами в разі потреби. Для цього необхідно мати різноманітні ліквідні активи, які можуть бути швидко продані без втрати вартості.

5. Визначення стратегії управління активами: страховик повинен розробити конкретну стратегію управління активами, яка відповідає його фінансовим цілям та ризикам. Ця стратегія повинна враховувати довгострокові та короткострокові цілі, а також рівень прийнятного ризику.

6. Моніторинг та звітність: ефективне управління активами вимагає систематичного моніторингу та звітності щодо фінансової діяльності компанії. Це допомагає вчасно виявляти проблеми та коригувати стратегію, якщо це необхідно.

7. Відповідність із регуляторними вимогами: страхові компанії повинні дотримуватися всіх регуляторних вимог, пов'язаних з управлінням активами, включаючи обмеження щодо видів активів та обсягу інвестицій.

У 2018 р. у порівнянні з 2022 р. дещо збільшився показник загальних активів страховиків, зокрема таке збільшення у 2022 р. відбулося майже у 1,5 рази (рис. 2.9). Показник розміру загальних активів страховиків зазнав збільшення також у 2020 р. порівняно із 2018 р. – таке зростання відбулося на 6 млн грн. Водночас, максимального значення аналізований показник досяг у 2022 р. – його значення склало 41 697,8 млн грн.

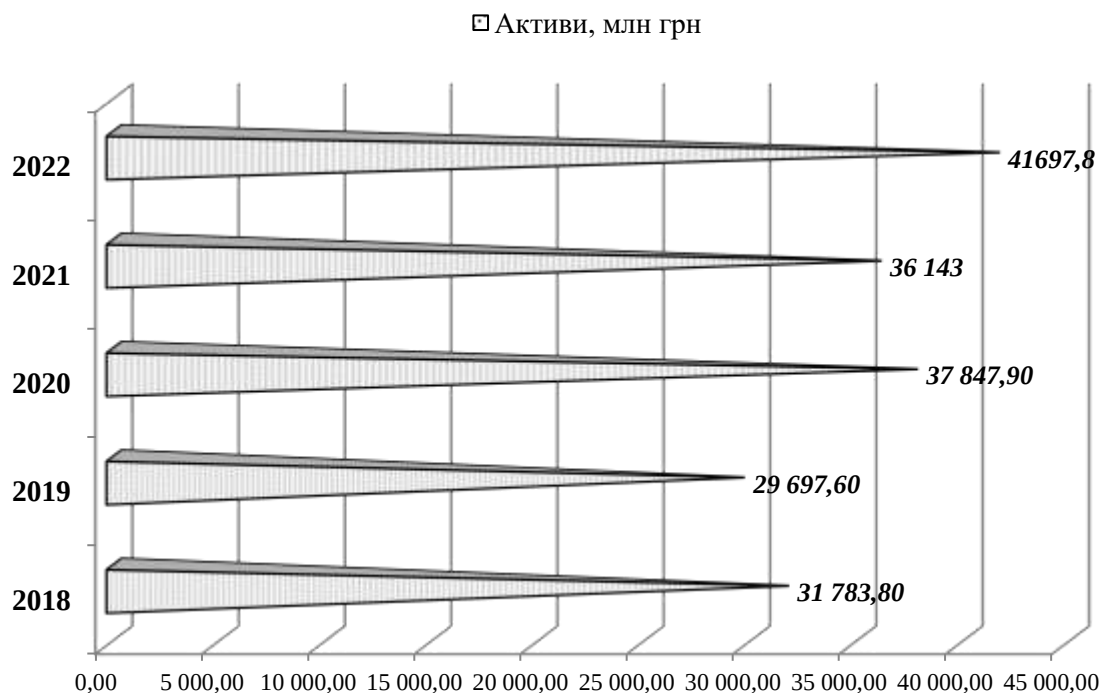


Рис. 2.9. Активи страховиків за 2018-2022 рр., млн грн

[Джерело: дані Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Кількість укладених договорів страхування є важливим показником для страхових компаній з різних аспектів, відображаючи різні сторони їх діяльності (рис. 2.10). Важливість цього показника полягає в наступному:

1. Обсяг бізнесу: кількість договорів страхування вказує на обсяг страхового бізнесу компанії. Більша кількість договорів свідчить про більший обсяг бізнесу, що може бути важливим показником успішності компанії на ринку.

2. Диверсифікація ризиків: збільшення кількості договорів страхування може допомогти компанії диверсифікувати ризики. Оскільки ризики різних договорів можуть варіюватися, більша кількість договорів може допомогти зменшити вплив негативних збитків на загальну фінансову стійкість компанії.

3. Підвищення прибутковості: збільшення кількості договорів страхування може призвести до збільшення прибутковості компанії, оскільки більша кількість договорів може призвести до більшого обсягу страхових премій та прибутку.

4. Залучення нових клієнтів: збільшення кількості договорів страхування може бути індикатором здатності компанії залучати нових клієнтів і конкурувати на ринку.

5. Збільшення впливу на ринку: більша кількість договорів може допомогти компанії збільшити свій вплив на ринку і мати більше переваг у відношенні до конкурентів.

Аналізуючи рис. 2.10 варто зазначити, що за аналізований період з року в рік укладалася більша кількість страхових угод. Виключенням став 2022 р. як у ризиковому, так і у лайфовому сегменті страхового ринку – саме цього року відбулося скорочення кількості укладених страхових угод. Описана ситуація пояснюється, перш за все, функціонуванням страхового ринку України у 2022 р. в умовах війни.

У сегментному розрізі частка угод укладених за ризиковими видами страхування суттєво домінує над часткою угод укладених за видами страхування життя – в середньому за досліджуваний період у загальній структурі укладених страхових угод частка тих, що укладена у ризиковому сегменті складає 95 %. Проте важливо зазначити, що кількість договорів

страхування не є єдиним ключовим показником успішності функціонування страхової компанії.



Рис. 2.10. Кількість договорів страхування укладених на страховому ринку за 2018-2022 рр., тис. шт.

[Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Рейтинг страхових компаній (ТОР-10) за фінансовим результатом у 2022 р. відображено на рис. 2.11.

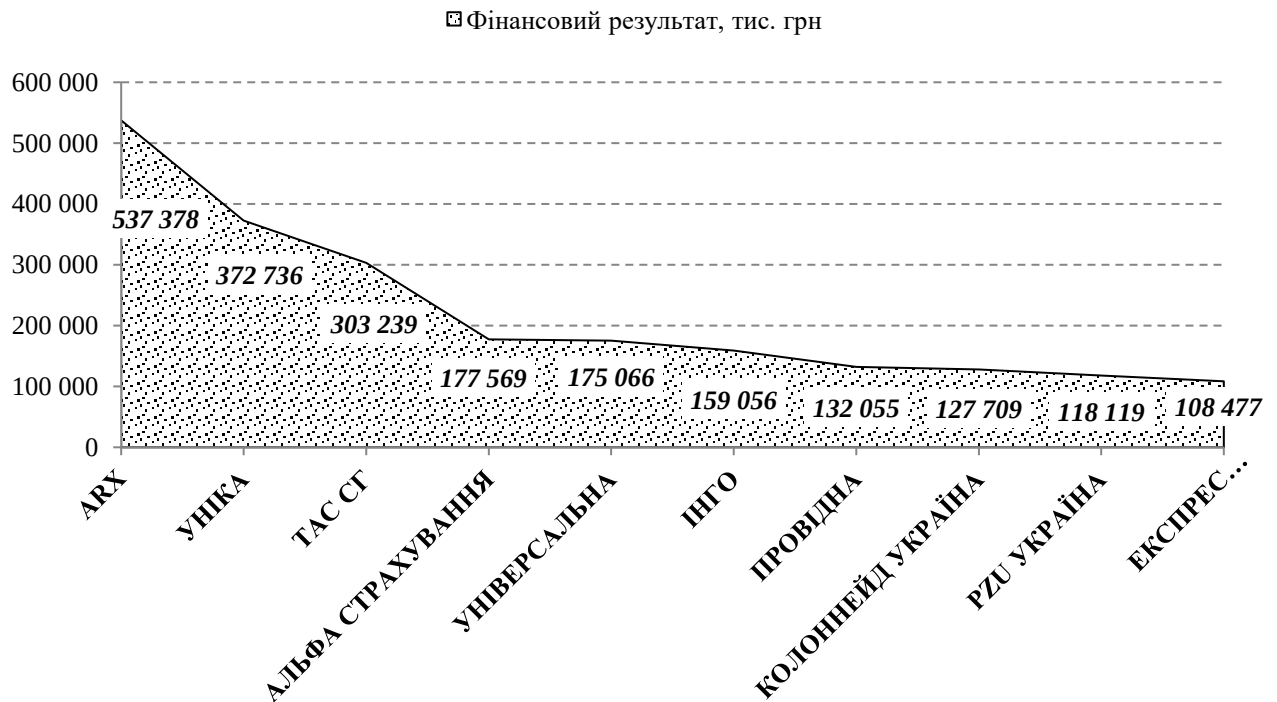


Рис. 2.11. Рейтинг страхових компаній (ТОР-10) за фінансовим результатом у 2022 р., тис. грн

[Джерело: данні Нацкомфінпослуг та НБУ, розраховано та побудовано автором].

Рейтинг страхових компаній (TOP-10) в розрізі видів страхування та в розрізі виплат і премій за 2022 р. представлено у табл. 1, Додаток Б.

Важливо також враховувати рівень ризиків, прибутковість, якість управління та інші фінансові показники. Важливість показника кількості укладених договорів страхування повинна розглядатися в контексті інших аспектів діяльності страхової компанії.

З даних рис. 2.11. видно, що серед страхових компаній (TOP-10) у 2022 р. найкращий фінансовий результат мала СК ARX– 537 млн грн, найгірший – СК ЕКСПЕРС СТРАХУВАЯ – 108 млн грн.

2.2 Цифровізація страхового бізнесу в Україні

Розвиток страхових технологій можна розділити на кілька етапів. На першому, так званому «паперовому» етапі, ознаки цифровізації страхових відносин були відсутні, оскільки весь документообіг здійснювався на папері. Другий етап характеризується впровадженням перших цифрових технологій, тобто базової фіксації інформації та появою автоматизованих систем. Третій етап характеризується базовою цифровізацією, що полягає у продажі страхових послуг через вебсайти, онлайніві служби підтримки, цифровий маркетинг і листування з діловими партнерами електронною поштою. Четвертий етап - етап активної цифровізації, який характеризується використанням телеметрії в страхуванні, віртуальних агентств та інтегрованих партнерських мереж.

На сучасному п'ятому етапі відбувається цифровізація страхових відносин з появою «продажів в один клік» і відмовою від паперових носіїв інформації. На даному етапі у зв'язку з необхідністю комп'ютеризації страхових продуктів, зростаючим використанням онлайн-сервісів для сплати страхових премій, застосуванням даних «*connecting things*» (підключення речей), реальним використанням «*big data*» (великих даних) і застосуванням ботів у поточному обслуговуванні страхових полісів і претензій тенденція цифровізації істотно змінить бізнес-процеси традиційних страховиків. До бізнес-процесів

страховиків, які з найбільшою ймовірністю можуть бути охоплені цифровізацією, належать продажі страхових продуктів, врегулювання збитків, бухгалтерський облік та оподаткування, андеррайтинг ризиків і документообіг (рис. 2.12).



Рис. 2.12. Інструменти цифровізації ключових бізнес-процесів страхових компаній

*Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [19-20; 35].

У світлі ситуації, що склалася, експерти прогнозують, що з 2015 року частка споживачів, які взаємодіють зі страховиками через цифрові канали, у світі майже подвоїлася, а попит на цифрові страхові послуги з боку бізнесу і споживачів стрімко зростає, і до 2025 р. прогнозується збільшення розвитку *InsurTech*, а обсяг фінансування на впровадження, за прогнозами, зростатиме. Водночас потрібна інноваційна модернізація внутрішніх бізнес-процесів страховиків, оптимізація яких дасть змогу знизити операційні витрати.

Хмарні процеси забезпечують доступ до новітніх технологій для страхового бізнесу при одночасному зниженні витрат на ведення останнього. З урахуванням цих тенденцій інвестиції в розвиток *InsurTech* зростають рік від року, про що свідчить позитивна динаміка вкладень в інновації в глобальному

масштабі. Так, за підсумками 2022 р. було зафіксовано найбільше значення показників розвитку *InsurTech*: глобальні інвестиції в його фінансування склали 7,1 млрд. дол. Кількість угод у сфері *InsurTech* збільшилася до 377 (рис. 2.13).

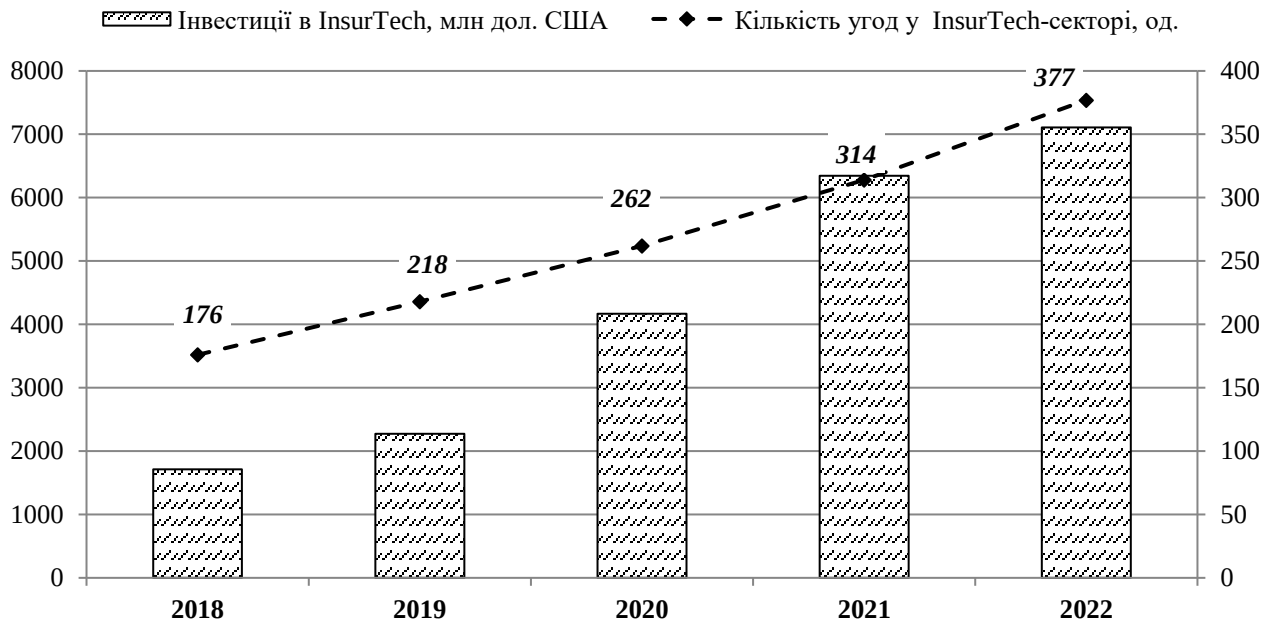


Рис. 2.13 . Обсяги світових інвестицій та укладених угод у секторі *InsurTech* за період 2018-2022 рр.

Джерело: розраховано та складено за даними [8; 9].

Лідером із залучення інвестицій в інноваційні процеси є майнове страхування (P&C), що акумулює 53 % від загального обсягу фінансового кредитування та укладає 63 % угод. Друге місце за цими показниками посідає індустрія особистого страхування (L&H), що зберігає високі обсяги фінансування і позитивні тенденції в освоєнні страхових технологій (рис. 2.14). На думку експертів, галузь L&H, безумовно, приваблива для інвесторів, з огляду на накопичені у 2018-2022 рр. в *InsurTech*-розробках 12,1 млрд дол. США.

Тож варто зазначити, що 2022 р. – це час, коли визнається важливість і роль цифрових технологій у страховій галузі, вектор цифровізації страхового бізнесу визнається цінним, а глобальні інвестиції в розвиток *InsurTech* перебувають на найвищому рівні.

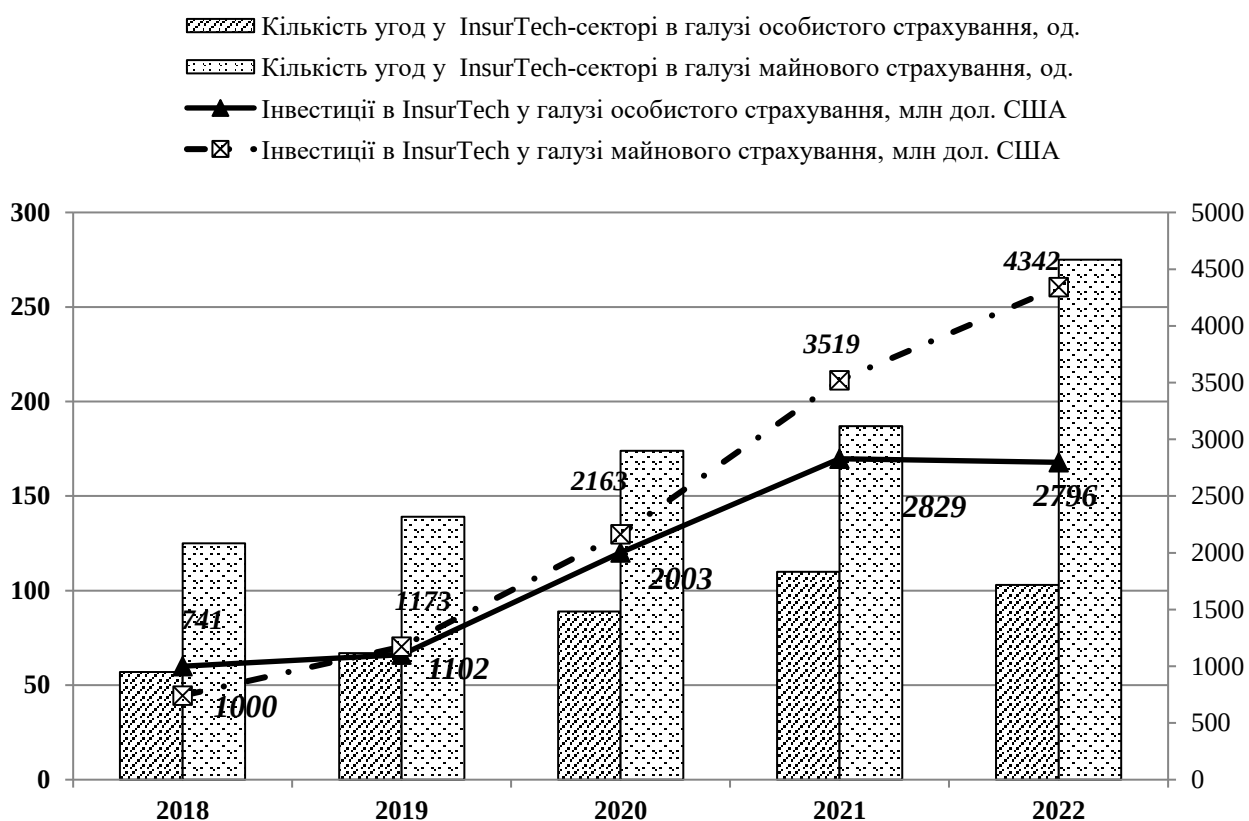


Рис. 2.14. Обсяги світових інвестицій та укладених угод у секторі InsurTech за галузями страхування за період 2018-2022 рр.

Джерело: розраховано та складено за даними [8; 9].

Наразі Інтернет займає значну частку на всіх етапах продажу страхових послуг, у видачі та обслуговуванні страхових полісів і врегулюванні страхових випадків. На сьогодні ключовими страховими послугами, що реалізуються через онлайн-канал на страховому ринку, є поліси страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВ (рис. 2.15), «Зелена картка» (рис. 2.16), страхування водного транспорту, додаткове медичне страхування та страхування подорожуючих.

З даних рис. 2.15. видно, що з кожним роком частка електронних угод з ОСЦПВ укладених через онлайн-канали стрімко зростає. Якщо ще у 2018 р. частка таких угод у загальній структурі укладених угод даного виду страхування була зовсім мізерною – майже 2 %, то у 2022 р. вони склали третину.

Ринок міжнародного страхування «Зелена картка» в Україні у 2022 р. суттєво зріс – таке зростання відбулося на 60,3 % порівняно з 2021 р.

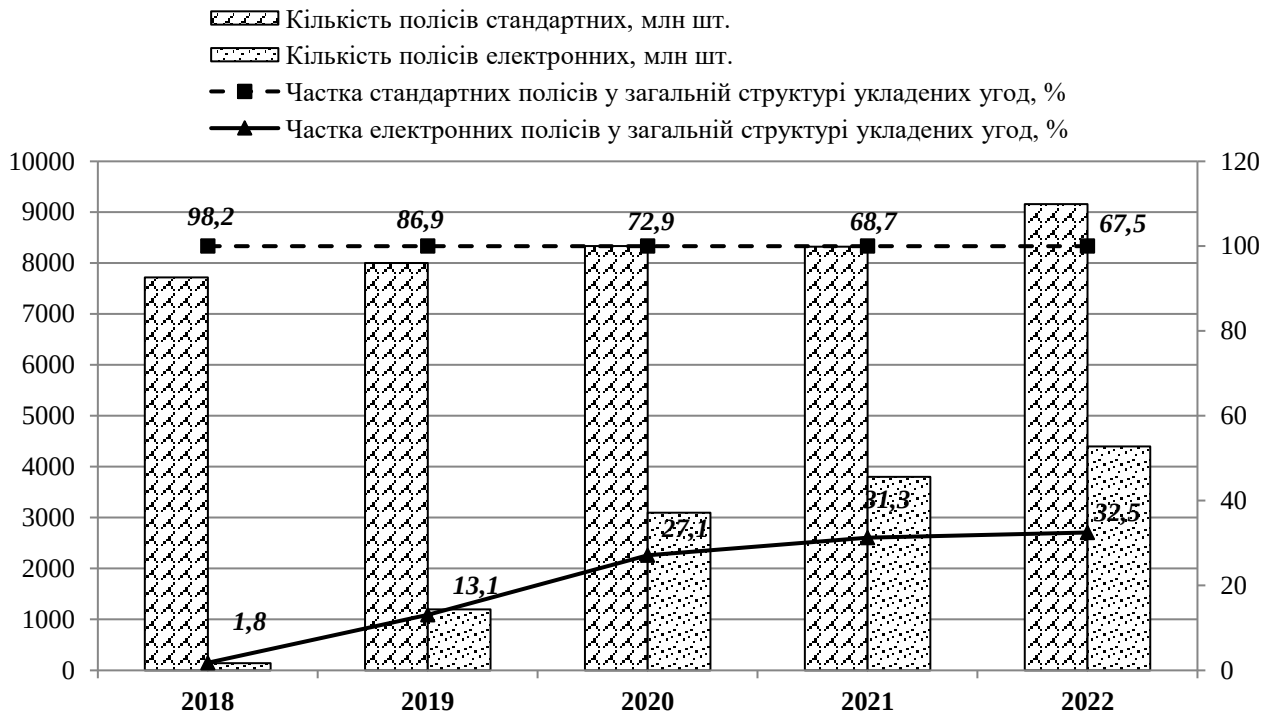


Рис. 2.15. Укладені угоди з ОСЦПВ за 2018-2022 рр.
 [Джерело: розраховано та складено за даними <https://forinsurer.com>].

У 2022 р. кількість договорів страхування цивільної відповідальності автовласників за кордоном «Зелена картка» більше ніж в два рази (+110 %) перевищила показник відповідного періоду 2021 р., склавши 1,2 млн шт.

Це найбільший показник за останні 5 р. (2018-2022 рр.). Слід зауважити, що з 1 вересня 2022 р. кожна з 12 страхових компаній-повних членів МТСБУ надає можливість автовласникам укласти міжнародний страховий сертифікат в електронному вигляді. У 2022 р. було укладено 94 тис. електронних договорів «Зелена картка», що становить 58 % від загальної кількості за цей період. Тобто переважна більшість угод страхування цивільної відповідальності автовласників за кордоном «Зелена картка» (майже 60 %) у 2022 р. укладалася через онлайн-канали.

Нині спостерігається перехід від масової стандартизації страхових продуктів до індивідуального підходу в частині кожного клієнта. Цифрові технології, що мають відношення до персоналізації страхових пропозицій страховиків, включають великі дані (*BigData*), Інтернет речей (*IoT*), штучний інтелект, технологію блокчейн та *RegTech*.



Рис. 2.16. Укладені угоди з цивільної відповідальності автовласників за кордоном «Зелена картка» за 2018-2022 рр.

[Джерело: розраховано та складено за даними <https://forinsurer.com>].

Технологія великих даних (*BigData*) – це обробка великих структурованих або неструктурованих масивів даних за допомогою спеціальних засобів автоматизації для статистики, аналізу, прогнозування та прийняття рішень. У страхуванні вона може використовуватися для накопичення статичних даних та коефіцієнтної інформації про страхові випадки. Технологія також дозволяє швидко приймати та обробляти заявки страхувальників, виявляти шахрайство, аналізувати масиви даних страховиків та надавати клієнтам персоналізовані страхові послуги. Технологія блокчейн допоможе усунути незаконні контракти, подвійні платежі, дублікати заявок та незаконні виплати.

У світі з'явилася нова фінансова технологія, яка може оптимізувати весь бізнес-процес – це *RegTech*. Її можна використовувати в страховому секторі для управління ризиками та дотримання регуляторних норм. Її використовують для ідентифікації клієнтів, виявлення шахрайства, автоматизації процедур та формування звітів для страхових компаній.

Штучний інтелект використовується на різних етапах укладання договору страхування. Методи штучного інтелекту можуть бути використані для виявлення шахрайської поведінки страхувальника при прийомі страхових заявок, для прозорого представлення розрахунків для визначення розміру відшкодування в разі настання страхового випадку, для продовження договору за відсутності страхового випадку, для вибору найбільш підходящого методу оцінки ризиків серед існуючих методів і для розробки нових методів оцінки ризиків, а також для розробки нових тарифних класів. Штучний інтелект також може визначати ефективні канали продажу страхових продуктів. Страховики вже використовують ШІ у вигляді чат-ботів, щоб допомогти страхувальникам отримати страхові виплати та завершити оформлення страхових полісів. Технології Інтернету речей у страхуванні дозволяють проводити індивідуальну оцінку ризиків, реєструвати страхові події, оцінювати збитки та отримувати нові дані з телематичних та інших пристроїв. Інтернет речей є важливим рушієм створення даних. Такі дані можуть надати страховикам цінну інформацію, покращити їхню здатність прогнозувати та запобігати ризикам, а також забезпечити ширше страхове покриття. За останні кілька років Інтернет речей став однією із найсуттєвіших технологій XXI століття. Завдяки недорогим обчисленням, хмарним обчисленням, великим даним, аналітиці та мобільним технологіям фізичні об'єкти тепер можуть обмінюватися та збирати дані з мінімальним втручанням людини. Різноманітність і вплив перших послуг із запобігання ризикам на основі Інтернету речей демонструють величезний потенціал страхової галузі. Концепція «Інтернету речей» має три основні складові: 1) підвищення обізнаності про поточні рівні ризиків; 2) пропозиція зміни поведінки; 3) заохочення зміни поведінки.

У 2022 р. інвестиції в стартапи InsurTech були майже на половину нижче рекордного рівня за 2021 р. У той же час, глобальні інвестиції в сектор InsurTech зменшилися близько на 80 % [16; 44-45].

Тому складна та неоднозначна ситуація в країні впливає на всі сфери життя. Процес діджиталізації вже давно визначив загальну структуру страхових

послуг, але в епоху скорочення витрат виникає потреба у впровадженні гнучких страхових платформ, які гарантують інтенсивний розвиток компаній.

Зростаюче поширення цифрових технологій стає все більш важливим і ключовим фактором не лише для фінансових ринків, а й для національної економіки в цілому. Фінансові компанії можуть застосовувати новочасні технології як для розробки нових страхових продуктів, так і для підвищення ефективності виконання регуляторних вимог в частині мінімізації страхових ризиків. Діджиталізація є однією із глобальних тенденцій розвитку сучасних фінансових ринків. Хоча український ринок страхових послуг вважається найбільш консервативним серед секторів фінансового ринку, він все більше використовує цифрові технології.

На відміну від автоматизації, цифрова трансформація часто базується на інноваційних бізнес-ідеях, які вносять якісні зміни в бізнес-моделі та бізнес-процеси і реалізуються в рамках певної стратегії. На жаль, події, що мали місце в Україні 24 лютого 2022 р. суттєво сповільнили розвиток інвестицій та інновацій не тільки в економіці в цілому, але й на фінансовому та страховому ринках зокрема.

Основними мотивами, що спонукають страховиків пропонувати онлайн-послуги, є потреба у зниженні витрат, розширенні географічного покриття та диверсифікації ризиків. Іншим важливим фактором є простота та зручність придбання страхових продуктів онлайн.

2.3 Маркетингова характеристика страхового бізнесу

Страховий маркетинг – це система взаємодії страхової компанії та застрахованої особи, спрямована на врахування інтересів і потреб обох сторін.

Під страховим маркетингом часто розуміють сукупність дій, спрямованих на максимізацію прибутку страхових підприємств шляхом більш комплексного врахування потреб споживачів.

Ключові особливості маркетингу у страховому бізнесі згруповано і представлено на рис. 1 в Додатку В.

Завданнями структурного маркетингу є вибір найбільш оптимальної системи збуту відповідно до споживчих переваг та характеристик страхового продукту, заходи зі стимулювання збуту, створення організаційної структури компанії та налагодження горизонтальної і вертикальної кооперації і розподілу процесів праці. Особливості сегментації страхового ринку представлено на рис. 2.17.

Страховий ринок представляє собою сферу економічних відносин, які опосередковують купівлю-продаж страхових продуктів.

Структурно страховий ринок представлений наступними учасниками та елементами:

- | | |
|---|--|
| { | <ul style="list-style-type: none"> • страхові продукти; • виробники страхових послуг (страхові організації, перестраховальні компанії); • споживачі страхових послуг (страхувальники, застраховані особи, вигодонабувача); • посередники (агенти, брокери); • професійні об'єднання (страхувальники, страховики); • страхова інфраструктура (професійні оцінювачі, актуарії, сюрвейєра, аудитори та ін.); • наглядові і регулюючі органи і організації. |
|---|--|

Сегментація страхового ринку

Сегментацією є поділ ринку на сегменти або групи за певними ознаками

» Маркетингова сегментація

Виражається в поділі страхового ринку відповідно до поведінки споживачів при придбанні та користуванні страховим продуктом

» Технічна сегментація

Спрямована на формування сегментів, максимально близьких за рівнем ризику настання страхової події для страхувальника. Тут важливо визначити рівень ризику настання страхового випадку та його потенційної тяжкості.

Рис. 2.17. Сегментація страхового ринку
Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [17-18; 21].

Ринковий маркетинг спрямований на розвиток діяльності страховиків та підвищення прибутковості шляхом аналізу зовнішнього середовища та власної ринкової орієнтації. Це передбачає зміну продуктів і політики продажів у відповідь на характеристики зовнішнього середовища та мінливі потреби учасників страхового ринку. Ринковий маркетинг передбачає дослідження ринку, його сегментацію та концентрацію зусиль на найбільш пріоритетних напрямках, формулювання вимог до страхового продукту на основі виявлення потреб споживачів, вибір системи дистрибуції страхових послуг та збільшення обсягів продажів.

У структурі страхового маркетингу можна виділити два напрямки: ринковий маркетинг та організаційний маркетинг.

Організаційний маркетинг спрямований на підвищення ефективності діяльності страхових компаній шляхом побудови та оптимізації їх внутрішньої структури, включаючи систему дистрибуції страхових послуг.

Маркетингова характеристика страхового бізнесу включає в себе різноманітні аспекти, пов'язані з продажем та просуванням страхових послуг. Важливо враховувати, що страховий бізнес має свої особливості порівняно з іншими видами послуг і товарів, оскільки він базується на управлінні ризиками і фінансовому забезпеченні клієнтів. Деякі ключові аспекти маркетингової характеристики страхового бізнесу подано на рис. 2.18.

Маркетинг страхового бізнесу має враховувати ці аспекти та бути орієнтованим на побудову довгострокових відносин з клієнтами, надання їм довіри та вирішення їхніх потреб в управлінні ризиками і фінансовому забезпеченні.

Крім основних видів сегментації в практиці українських та зарубіжних компаній використовуються наступні критерії для поділу страхового ринку:

- критерії сегментації ринку (юридичні особи):
 - географічне положення;
 - галузева приналежність;
 - основні ризики;

- характеристики підприємства (розміри підприємства, фінансовий стан);
- фінансовий стан корпоративного клієнта.
- критерії сегментації ринку (фізичні особи):
- географічна сегментація;
- демографічна сегментація;
- соціально-економічна сегментація;
- поведінкова сегментація.



Рис. 2.18. Ключові аспекти маркетингової характеристики страхового бізнесу

Джерело: авторська розробка та інтерпретація.

Особливості організації продажів страхових продуктів представлено на рис. 2.19.

Основний принцип системи збуту страховика полягає в максимальному задоволенні споживача і завдяки цьому забезпеченні високого рівня продажів страхових продуктів. Сам по собі збут страхових послуг являє собою послідовність операцій, що включають в себе наступні основні етапи:рацій, що включають в себе наступні основні етапи:

- 1) підготовчу діяльність (сегментація ринку, виявлення потенційних клієнтів; визначення наявних і потенційних попиту і потреб; визначення оптимального каналу доступу до страхувальника);
- 2) продаж страхового продукту (встановлення контакту з клієнтом; формування переконання страхувальника в необхідності придбання страховки; оформлення договору страхування);
- 3) Після продажне обслуговування (інформаційне, юридичне та консультаційний супровід договору страхування; розслідування, оцінка збитку, врегулювання страхових випадків; сприяння в ліквідації наслідків страхової події).

Рис. 2.19. Організація продажів страхових продуктів

Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [14-13; 42].

Організація продажу страхових продуктів – це важливий аспект для страхових компаній і агентств, які пропонують різноманітні види страхування, такі як автострахування, страхування життя, майнове страхування, страхування медичних послуг та інше. Організація продажів допомагає компаніям залучити клієнтів, продавати страхові поліси і забезпечувати їм необхідний захист.

Організація продажів страхових продуктів вимагає планування, стратегії та зусиль для привертання та утримання клієнтів. Ключовою є здатність пропонувати якісні страхові продукти і забезпечувати відмінне та якісне обслуговування. Основні технології продажів страхових продуктів згруповано та представлено на рис. 2.20.

Ключові стратегії, які можуть використовуватись для організації продажів страхових продуктів:

1. Аналіз цільової аудиторії: розуміння цільової аудиторії допоможе налагодити комунікацію та створити продукти, які відповідають їхнім потребам і очікуванням.

2. Навчання продавців: постійне забезпечення продавців необхідними знаннями та навичками в галузі страхування. Навчання допоможе їм краще розуміти продукти та доводити їх переваги до клієнтів.

3. Розробка ефективних маркетингових кампаній: використання різних маркетингових каналів, таких як інтернет-реклама, соціальні медіа, реклама в місцевих ЗМІ тощо, для привертання уваги потенційних клієнтів.

Технології продажів страхових продуктів	
<i>Критерії класифікації</i>	<i>Види технологій продажів</i>
1. По продукту 	а) монопродажі; б) мультипродажі; в) крос-продажу.
2. По відношенню до договору страхування 	а) технології нових продажів; б) технології пролонгації договорів.
3. За рівнем автоматизації 	а) вручну з використанням паперових довідників; б) автоматизовані за участю продавця; в) повністю автоматизовані.
4. По каналах продажів 	а) технології прямих продажів; б) технології посередницьких (непрямих) продажів.

Рис. 2.20 Технології продажів страхових продуктів

Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [35-37].

4. Побудова відносин: важливо будувати довгострокові відносини з клієнтами: особисте спілкування з ними, відповіді на їх запитання та підтримка в разі страхових випадків.

5. Створення різних страхових пакетів: пропозиція різних пакетів страхових продуктів, які можуть відповідати різним потребам клієнтів. Це дозволить їм вибрати оптимальний варіант.

6. Використання технологій: застосування сучасних технологій для автоматизації процесів продажу і обслуговування клієнтів. Електронні платформи, мобільні додатки та онлайн-консультації можуть полегшити взаємодію з клієнтами.

7. Забезпечення якості обслуговування: важливо забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів. Це включає в себе швидке вирішення їхніх питань і претензій, а також вчасне виконання страхових обов'язків.

8. Моніторинг та аналіз результатів: постійний моніторинг та аналіз результатів діяльності, щоб вдосконалювати стратегії продажів та пристосовувати їх до змін у ринкових умовах та потребах клієнтів.

9. Дотримання законодавства: важливо дотримуватися всіх страхових законів і нормативів, а також забезпечувати відповідність страхових продуктів і послуг.

Отже, проведені дослідження практики та проблематики розвитку страхового бізнесу в Україні з позиції оцінки його сучасного стану та тенденцій розвитку, цифровізації та маркетингових характеристик дозволили зробити висновок, що український страховий ринок продовжує працювати та розвиватися.

Слід відзначити, що 2022 рік став роком надскладних випробувань у функціонуванні страхового ринку України. Водночас, українському страховому бізнесу вдалося не лише вистояти, але й налагодити роботу в умовах воєнного часу. На ринку залишається чимало викликів, пов'язаних із безпрецедентно складними умовами, в яких доводиться працювати як страховикам і їх клієнтам, так і регулятору відповідно. Незважаючи на те, що страхові компанії зіткнулися із серйозними викликами, останні успішно їх долають.

Далі, у наступному параграфі магістерської роботи, зупинимося на новочасних викликах та перспективах розвитку страхового бізнесу в Україні.

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Зростаюча роль глобалізації та процесу європейської інтеграції призвела до посилення конкуренції на ринку, зокрема на ринку фінансових послуг та його складовій - страховому ринку. Сильна конкуренція іноземних страхових компаній на українському страховому ринку зумовлена насамперед їхнім багаторічним досвідом і розробкою ефективних інновацій на внутрішньому та зовнішньому ринках. У зв'язку з цим інноваційний розвиток страхового бізнесу в Україні є основною передумовою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних страхових компаній. Складність управління інноваційним процесом у страховому бізнесі зумовлена нерозвиненістю інфраструктури вітчизняного страхового ринку, відсутністю довгострокових програм розвитку страхового бізнесу, обмеженістю механізмів інвестування страхових резервів, нестачею компетентних кадрів в інноваційній сфері, низькою страховою культурою населення та загальним економічним розвитком країни, що пов'язані з негативними очікуваннями щодо економічного розвитку країни в цілому.

Реалізація інноваційного розвитку страхової діяльності в Україні є передумовою конкурентної діяльності вітчизняних страхових компаній, чому сприяє сильна конкуренція з боку іноземних страхових компаній. Для іноземних страхових компаній найпоширенішою формою конкуренції є нецінова конкуренція, що проявляється в інноваційних розробках і є запорукою успіху в жорсткій конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Сьогодні актуальність теми дослідження магістерської роботи зумовлена також необхідністю посилення функціонування українського страхового ринку як елемента фінансової системи на інноваційній основі. Для впровадження та розвитку інноваційних процесів у страховій діяльності України необхідно проаналізувати зарубіжний досвід впровадження інновацій, основні напрями розвитку та перешкоди, які необхідно подолати для забезпечення ефективної страхової діяльності.

Процес глобалізації є основою змін у світовій економіці, формуючи сучасні світові фінансові ринки. Його основними явищами є лібералізація фінансових ринків та універсалізація фінансового посередництва, яка реалізується через інтеграцію банківських і страхових операцій. Щоб закріпити та зберегти тенденції розвитку, фінансові посередники змушені адаптуватися до змін у своїй діяльності.

Завдяки консолідації формується нова якість фінансових інститутів. Це універсальні фінансові конгломерати, що пропонують нові продукти.

Виходячи з вищевикладеного, можна дійти висновку, що об'єктами інновацій у страховій діяльності є страхові продукти та їхній супровід, системи аквізиції, процеси управління та процеси взаємодії із зовнішнім середовищем (рис. 3.1).

<i>Об'єкт інновацій</i>	<i>Вид інновації</i>	<i>Приклади</i>
Страховий продукт та його супровід	Продуктова, процесна	Розробка нових страхових продуктів чи їх вдосконалення
Система аквізиції	Продуктова, процесна, маркетингова	Створення нових каналів збуту, автоматизація процесів збуту
Управлінські процеси	Процесна, організаційна	Використання автоматизованих систем управління бізнес-процесами
Процеси взаємодії	Процесна, організаційна	Використання нових методів PR, взаємодії з зовнішнім середовищем

Рис. 3.1. Види інновацій у страховій діяльності

Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [27-29; 32].

Страховий бізнес в Україні, як і в будь-якій іншій країні, стикається з різними сучасними викликами і загрозами. Ключові із них є наступними:

1. Економічні та фінансові виклики: в Україні і світовій економіці відбуваються коливання, які можуть впливати на фінансовий стан клієнтів страхових компаній та їх здатність придбавати страхові поліси. Економічна нестабільність, високий рівень безробіття та інфляція можуть створити проблеми для страхових компаній.

2. Зміни в законодавстві: страхове законодавство регулярно змінюється в Україні, і це може вплинути на правила гри для страхових компаній. Важливо відстежувати всі зміни і адаптувати страхові продукти та практики відповідно до нових вимог.
3. Конкуренція: страховий ринок в Україні є досить конкурентним, і компанії повинні змагатися за клієнтів та пропонувати конкурентні ціни та якість обслуговування.
4. Корупція і шахрайство: проблема корупції і шахрайства може мати вплив на страховий бізнес також, оскільки останні можуть призводити до незаконних виплат страхових компаній та підвищувати ризики.
5. Технологічні та цифрові трансформації: в усьому світі спостерігається ріст використання цифрових технологій у страхуванні. Страхові компанії в Україні повинні вдосконалювати свої технологічні процеси, включаючи онлайн-продажі, аналітику даних та кіберзахист.
6. Зміна підходів до ризиків: зміна клімату та природні катастрофи можуть призводити до нових ризиків для страхових компаній. Страховики повинні адаптувати свої продукти та стратегії для врахування цих змін.
7. Поведінкові трансформації у страховому бізнесі (зміни в споживчих поведінках): поступово змінюються підходи споживачів до страхування. Багато людей віддають перевагу короткостроковим полісам або розглядають альтернативні методи збереження фінансів, такі як криптовалюти.
8. Регуляторні вимоги: регулятори страхового ринку можуть встановлювати нові правила та вимоги для страхових компаній, що вимагає від них дотримання високих стандартів управління ризиками та фінансами.

Для того щоб впоратися з цими викликами, страхові компанії в Україні повинні бути готові до постійних змін і вдосконалення своїх стратегій, продуктів та технологічних рішень.

Розвиток страхового бізнесу в Україні має свої перспективи, які варто враховувати для успішного функціонування останнього. Ключові із них згруповано та представлено на рис. 3.2.

Зростання свідомості про страхування Україна є однією з країн, де свідомість населення про необхідність страхування є низькою. Поширення інформації про важливість страхування та його переваги може сприяти зростанню попиту на страхові послуги
Збільшення обсягу ринку Наразі страховий ринок України є невеликим порівняно з ринками розвинених країн. Проте, він має потенціал для зростання через розширення асортименту страхових послуг та покращення якості обслуговування клієнтів
Цифрова трансформація Впровадження сучасних технологій та цифрових рішень може полегшити доступ до страхових послуг та оптимізувати процеси управління ризиками та виплатами
Розвиток нових продуктів Страхові компанії можуть розглядати можливість створення нових страхових продуктів, які відповідають сучасним потребам клієнтів, такі як страхування кібербезпеки, страхування від натуральних лих, тощо
Законодавчі зміни Політичні та законодавчі зміни можуть впливати на регулювання страхового ринку. Реформи у сфері страхування можуть створити більш сприятливі умови для розвитку бізнесу
Зростання конкуренції З появою нових гравців на ринку може зростати конкуренція, що спонукає страхові компанії до покращення якості послуг та конкурентоспроможності
Глобалізація Зростання зовнішньої торгівлі та міжнародних бізнес-операцій може створювати попит на страхування ризиків, пов'язаних з міжнародними операціями
Страхування великих інфраструктурних проектів З розвитком інфраструктури в Україні може з'являтися попит на страхування великих інфраструктурних проектів, що вимагає спеціалізованих рішень
Зростання фінансової грамотності Збільшення фінансової грамотності населення може зробити страхування більш доступним та ефективним і збільшити свідомий попит на страхові послуги
Збільшення кількості страхових агентів і брокерів Розвиток мережі страхових агентів та брокерів може полегшити доступ до страхових послуг та підвищити їх популярність серед населення

Рис. 3.2. Перспективні напрями розвитку страхового бізнесу в Україні

Джерело: авторська розробка та інтерпретація.

Найважливішим стратегічним завданням у страховій галузі є забезпечення правопорядку для розвитку страхового бізнесу та конкуренції на світовому ринку.

Ефективне функціонування та поступальний розвиток страхового бізнесу багато в чому залежить від розмаїття та гармонійної взаємодії суб'єктів страхування.

Незважаючи на те, що останніми роками страхування стало невід'ємною і важливою частиною фінансової системи, слід зазначити, що проблема підвищення ефективності страхових операцій стає дедалі серйознішою.

У сучасних умовах розвиток страхової галузі стає одним із стратегічних напрямів національної соціально-економічної політики. Це зумовлено тим, що страхова галузь здійснює істотний внесок в економічне зростання і забезпечує високий рівень активності населення.

Загалом, страховий бізнес в Україні має потенціал для зростання та розвитку, але це вимагає від страхових компаній активної адаптації до змін в економічних, технологічних та законодавчих умовах, а також підвищення якості обслуговування клієнтів та підвищення рівня довіри населення до страхових компаній.

Як відомо, Україна останнім часом демонструє великий інтерес до розвитку інноваційної діяльності. В країні було вжито низку заходів для сприяння розвитку інноваційної діяльності, таких як створення законодавчої бази, надання податкових пільг для заохочення розвитку інноваційного бізнесу, створення «точок інноваційного розвитку» та організація наукових семінарів і конференцій для обміну досвідом розвитку *InsurTech*. Однак більшість заходів, спрямованих на стимулювання інноваційної діяльності, характеризуються як неповні, складні для реалізації на практиці, не орієнтовані на результат, не призводять до очікуваних ефектів та є надто дорогими. Про це свідчать повільні темпи впровадження інновацій та низька конкурентоспроможність вітчизняних страхових компаній у сфері діджиталізації ключових бізнес-процесів, що призводить до домінування іноземних страхових компаній на

українському страховому ринку. У зв'язку з цим можна виділити низку факторів, які стимулюють або стримують інноваційну діяльність українських страхових компаній (табл. 3.1).

Таблиця 3. 1

Фактори інноваційної активності страхових компаній в Україні*

Група факторів	Фактори, що стимулюють інноваційну активність страховиків	Фактори, що гальмують інноваційну активність страховиків
Економічні	Зміна споживчого попиту, збільшення рентабельності, збільшення рівня конкурентоспроможності, зростання вартості компанії	Тривалий період окупності інноваційних проєктів, нестача коштів для фінансування, невідповідні умови кредитування
Технологічні	Науково-технічні інновації, великий ступінь зносу обладнання	Проблематичність доступу до науково-технічних досягнень, домінування класичних методів ведення бізнесу, відсутність резервних потужностей
Організаційно-управлінські	Гнучкість організаційної структури, підвищення кваліфікації персоналу, використання матричної структури та децентралізація управління, впровадження принципів проєктного управління	Консервативність та інертність менеджерів усіх рівнів, стала організаційна структура компанії, орієнтованість на сформовані ринки, надмірна централізація функцій управління, нестача кваліфікованих кадрів
Правові	Заохочувальні законодавчі заходи, державна підтримка розвитку інноваційної моделі національної економіки	Недосконалість інституційного забезпечення та законодавства, обмежена кількість державних програм підтримки інновацій
Соціально-культурні	Широкий попит на цифрові послуги, моральне заохочення учасників інноваційного процесу, забезпечення можливостей професійного зростання	Зниження креативної складової в діяльності, прагнення уникнення нових ризиків, ризик невизначеності та зміни статусу

*Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [18-20].

Таким чином, огляд проблем і слабких сторін, пов'язаних із бажаними темпами впровадження страхових інновацій в цифровій економіці, можна відобразити в матриці SWOT-аналізу доцільності впровадження *InsurTech* (табл. 3.2).

Як видно з наведеного вище, діджиталізація чинить тиск на всі сектори, змушуючи їх персоналізувати свої продукти і послуги та пропонувати їх на різних платформах в режимі реального часу і одночасно. Страховики

зосереджуються на модернізації своїх систем, покращенні якості обслуговування страхувальників та розробці нових продуктів, платформ і послуг.

Таблиця 3.2

SWOT-аналіз доцільності впровадження *InsurTech**

Переваги (Strengths)	Недоліки (Weakness)
– оптимізація ключових бізнес-процесів; – розширення каналів комунікацій та широке охоплення цільової аудиторії; – зручність та оперативність організації страхових відносин; – зростання інвестиційної привабливості страхового бізнесу; – зниження випадків страхового шахрайства; – підвищення ефективності тарифної політики страховиків; – підвищення ефективності управління ліквідністю страхових операцій.	– висока вартість ІТ-технологій; – недосконале інституційне та нормативно-правове забезпечення; – низька інноваційна активність вітчизняних страховиків; – недостатність кваліфікованих ІТ-фахівців; – низький рівень кібербезпеки; – відсутність прямої комунікації між суб'єктами страхових відносин; – невідповідність бізнес-моделей ведення страхового бізнесу.
Можливості (Opportunities)	Ризики (Threats)
– інтеграція у світовий страховий простір; – збільшення обсягів страхових операцій і капіталізації страхового ринку; – поява альтернативних каналів продажу страхових послуг; – забезпечення конкурентних переваг вітчизняних страховиків; – розширення асортименту страхових продуктів; – підвищення досконалості страхового бізнесу.	– зростання волатильності страхового ринку; – негативні коливання показників, ефективності надання страхових послуг; – низькі обсяги зовнішнього інвестування інновацій; – підвищення плинності кадрів; – низький рівень цифрової грамотності населення; – посилення загроз операційного та технологічного характеру.

*Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [21-22; 45].

Однак багато страховиків наразі зосереджені на вдосконаленні своїх застарілих систем, а не на справжніх інноваціях. За оцінками експертів, менше 10 % інноваційних ресурсів спрямовані на фундаментальну зміну способу ведення бізнесу, тоді як 90 % зосереджені на традиційних методах.

Розвиток страхового бізнесу в Україні все більше залежить від використання нових цифрових економічних технологій, які впливають на технологію страхування, але не змінюють його економічної сутності. В результаті використання цифрових технологій у страховій діяльності буде

досягнуто підвищення ефективності та прибутковості страхової діяльності, конвергенція взаємного та комерційного страхування, соціалізація страхових відносин, поява нових страхових послуг та продуктів, зміни на ринку праці у сфері страхування (частина страхових агентів, фахівців нижчої та середньої управлінської ланки замінюється автоматизованими системами управління та роботами).

Водночас, слід зауважити, що існує ціла сукупність проблем, що перешкоджають розвитку в Україні цифрових трендів та трансформації української економіки в цифрову (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Проблеми, що перешкоджають розвитку в Україні цифрових трендів та трансформації української економіки в цифрову

Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [14-15].

Як наслідок, використання цифрових технологій у страховому бізнесі може сприяти підвищенню конкурентоспроможності страховиків на фінансовому ринку, підвищенню доступності та якості страхових послуг,

зниженню витрат та ризиків для страховиків. Цифрове середовище сформує необхідні умови для високотехнологічного бізнесу в частині підвищення безпеки клієнтів та покращення якості життя. Наразі страховики повинні розглядати розвиток технологій та превентивних послуг на основі даних як цілісну трансформацію бізнесу, а регулятори повинні адаптувати свою нормативну базу для сприяння впровадженню цифрових технологій у страховий бізнес.

Отже, сучасні тенденції розвитку цифрової економіки вимагають створення нових бізнес-архітектур для розширення співпраці у сфері сталих інновацій, впровадження в практику нових управлінських підходів та швидкої адаптації до сучасних вимог для успішного ведення бізнесу. У цьому контексті розвиток страхування на основі інновацій та діджиталізації сьогодні має велике значення для страхових компаній майбутнього, оскільки є каталізатором таких процесів, як стратегічний розвиток страхового бізнесу, підвищення якості страхових продуктів та успіх бізнесу у фінансовому секторі, що стає все більш клієнтоорієнтованим.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження сучасних засад розвитку страхового бізнесу в Україні дало змогу визначити, узагальнити, розробити і запропонувати практичні рекомендації щодо перспектив розвитку останнього:

1. За результатами дослідження дефініцій категорії «страховий бізнес» трактуємо поняття останньої як ризикову страхову діяльність, що не суперечить чинному законодавству і здійснюється з метою отримання прибутку.

За результатами проведеного дослідження визначено, що у страховому бізнесі на формування конкурентного середовища впливають багато різних чинників. Визначено, що внутрішніми факторами є: різноманітність страхових продуктів, мережева структура представництв страхової компанії, її частка на страховому ринку, співробітництво із перестраховими організаціями, а також із іноземними страховими компаніями. До зовнішніх факторів впливу віднесено: індекс якості життя, індекс конкурентоспроможності країни, система оподаткування, політична ситуація, інвестиційна привабливість країни, інноваційний потенціал внутрішнього страхового ринку

2. Проведена оцінка сучасного стану та тенденцій розвитку страхового бізнесу в Україні дозволила зробити наступні висновки:

2.1. Функціонування страхового бізнесу в Україні у 2019-2022 рр. супроводжувалося надскладними випробування, зокрема наслідками пандемії COVID-19 і воєнного стану. Водночас, українському страховому бізнесу вдалося не лише вистояти, але й налагодити роботу в цих складних умовах.

2.2. Показник страхових премій є важливим індикатором для страхових компаній і галузі загалом. Він вказує на суму грошей, яку страхова компанія отримує від клієнтів у вигляді страхових платежів. загальний розмір зібраних страхових премій у часовому проміжку 2018-2022 рр. мав тенденцію до зростання, виключенням став 2022 р., коли розмір зазначеного показника порівняно з попереднім 2021 р. знизився. Причинами такої ситуації звичайно є події, що розпочалися в Україні з 24 лютого 2022 р. та комплексно вплинули на

усю економічну ситуацію в країні. У структурі зібраних страхових премій лєвова частка належить страховим преміям зібраними страховиками від фізичних осіб – середнє значення даного показника за аналізований період 2018-2022 рр. становить 55 %.

2.3. Ефективне управління активами страховиків є критично важливим аспектом їх функціонування, оскільки допомагає забезпечити фінансову стійкість та здатність останніх виконувати свої зобов'язання. У 2018 р. у порівнянні з 2022 р. дещо збільшився показник загальних активів страховиків, зокрема таке збільшення у 2022 р. відбулося майже у 1,5 рази. Показник розміру загальних активів страховиків зазнав збільшення також у 2020 р. порівняно із 2018 р. – таке зростання відбулося на 6 млн грн. Водночас, максимального значення аналізований показник досяг у 2022 р. – його значення склало 41 697,8 млн грн.

2.4. Кількість укладених договорів страхування є важливим показником для страхових компаній з різних аспектів, відображаючи різні сторони їх діяльності. За аналізований період з року в рік укладалася більша кількість страхових угод. Виключенням став 2022 р. як у ризиковому, так і у лайфовому сегменті страхового ринку – саме цього року відбулося скорочення кількості укладених страхових угод. Описана ситуація пояснюється, перш за все, функціонуванням страхового ринку України у 2022 р. в умовах війни. У сегментному розрізі частка угод укладених за ризиковими видами страхування суттєво домінує над часткою угод укладених за видами страхування життя – в середньому за досліджуваний період у загальній структурі укладених страхових угод частка тих, що укладена у ризиковому сегменті складає 95 %.

2.5. Встановлено, що нині спостерігається перехід від масової стандартизації страхових продуктів до індивідуального підходу в частині кожного клієнта. Цифрові технології, що мають відношення до персоналізації страхових пропозицій страховиків, включають великі дані (BigData), Інтернет речей (IoT), штучний інтелект, технологію блокчейн та RegTech.

Основними мотивами, що спонукають страховиків пропонувати онлайн-послуги, є потреба у зниженні витрат, розширенні географічного покриття та диверсифікації ризиків. Іншим важливим фактором є простота та зручність придбання страхових продуктів онлайн.

3. Визначено, що страховий бізнес в Україні має потенціал для зростання та розвитку, але це вимагає від страхових компаній активної адаптації до змін в економічних, технологічних та законодавчих умовах, а також підвищення якості обслуговування клієнтів та підвищення рівня довіри населення до страхових компаній. Новочасні тенденції розвитку цифрової економіки вимагають створення нових бізнес-архітектур для розширення співпраці у сфері сталих інновацій, впровадження в практику нових управлінських підходів та швидкої адаптації до сучасних вимог для успішного ведення бізнесу. У цьому контексті розвиток страхування на основі інновацій та діджиталізації сьогодні має велике значення для страхових компаній майбутнього, оскільки є каталізатором таких процесів, як стратегічний розвиток страхового бізнесу, підвищення якості страхових продуктів та успіх бізнесу у фінансовому секторі, що стає все більш клієнтоорієнтованим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абакуменко О.В. Моделювання рівня конкуренції на страховому ринку України. *Бізнесінформ*. 2021. № 7. С. 303-312.
2. Абдулов О.Г. Стан та перспективи розвитку страхового ринку України у глобальному світовому просторі. Глобальні проблеми економіки та фінансів: зб. тез доп. міжнар. наук.–практ. конф., м. Прага, 26 груд. 2022 р. Прага, 2022. С. 128-131.
3. Базилевич В. Д., Базилевич А. С. Страхова справа. Київ: Знання, 2016. 352 с.
4. Базилевич В. Д. Страховий ринок України : монографія. Київ: Товариство «Знання КОО», 2014. 374-378 с.
5. Базилевич В.Д. Новітні тенденції та протиріччя на страховому ринку України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2021. Вип. 134. С. 7-11.
6. Бондар І. О. Сучасний страховий ринок України. *Вісник академії економічних наук України*. 2019. № 5. С. 18-22.
7. Борисова В. А., Огаренко О. В. Організаційно-економічний механізм страхування. *Ефективна економіка*. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 220 с.
8. Василишин Р. Д., Кашенко О. Л., Борисова В. А. Економічні основи страхування. Суми: Довкілля, 2019. 420 с.
9. Внукова Н. М., Успенко В. І., Временко Л. В., Кондратенко Д. В. Страхування: теорія та практика: навч.-метод. посібник / за заг. ред. Н. М. Внукова. Харків, 2004. 371 с.
10. Вовчак О.Д. Страхові послуги: навч. посіб. / за заг. ред. О. Д. Вовчак. Львів, 2017. 656 с.
11. Гаманкова О. О., Артюх Т. М., Горянська С. В. Страхування: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Київ: КНЕУ, 2015. 118 с.
12. Гаманкова О.О. Інформаційні вади дослідження ступеня монополізації ринку страхових послуг України. *Актуальні проблеми економіки*. 2021. № 10. С. 80-87.
13. Гарматій Т. Д. Проблеми розвитку ринку страхових послуг в Україні. *Фінанси України*. 2020. № 9. С. 19-23.
14. Гарматій Т. Д. Проблеми розвитку страхового ринку України. *Банківська справа*. 2018. №5. С. 223-228.
15. Гутко Л. В. Страховий ринок України: стан, проблеми розвитку та шляхи їх вирішення. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 7. С. 19-24.
16. Городніченко Ю.В. Сутність, значення і необхідність інституційних інвесторів на фондовому ринку України. *Економічний аналіз*. 2018. № 31. С. 102-107.
17. Гринчишин Я.М. Стан та перспективи розвитку страхового ринку України. *Молодий вчений*. 2019. № 3 (43). С. 622-626.
18. Диба В.А. Сучасний стан та перспективи розвитку страхових компаній в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 80-83.
19. Заруба О. Д. Основи страхування: навч. посібник для студ. екон. спец. Київ: УФМБ, 2005. 180 с.
20. Золотарьова О.В. Ключові тенденції та пріоритети розвитку ринку страхових послуг в Україні. *Економіка і суспільство*. 2019. № 10. С. 417-425.

21. Івашина Г. В. Страховий ринок України перехідного періоду. Банківська справа. 2016. № 7. С. 2-7.
22. Кінашук Л. Л. Страхування: теорія та практика проведення. Київ: Атіка, 2017. 111 с.
23. Криклій А. С. Ринок страхування життя в Україні : тенденції та європейський досвід. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 13-19.
24. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2025 року: Постанова Правління Національного банку України від 18.06.2019 р. №391. URL: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog>. (дата звернення: 11.09.2022).
25. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2022 року [Електронний ресурс]. Постанова Правління Національного банку України від 18 червня 2017 року № 391 (у редакції рішення Правління Національного банку України від 16 січня 2017 року № 28). Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297>
26. Кулина Г. Світовий ринок страхових послуг в умовах зміни парадигми глобального економічного розвитку. *Світ фінансів*. 2019. № 3(52). С. 48-59.
27. Марина А., Пеценко М. Страховий ринок України в умовах війни. *Цифрова економіка та економічна безпека*, 2023, (5 (05), 44-51. <https://doi.org/10.32782/dees.5-7>.
28. Малікова І.П. Оцінка концентрації страхового ринку України, її зв'язок з процесами монополізації та конкуренції. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». 2019. Вип. 23. Частина 3. С. 76-79.
29. Мних М. В. Страхування та його роль у забезпеченні соціального захисту населення. *Фінанси України*. 2018. №6. С. 39-45.
30. Нанюк І. С., Маруженко Д. С. Визначення категорії «Фінансова стійкість страхових компаній». *Фінанси України*. 2006. № 11. С. 77-82.
31. Непочатенко З.В., Кравченко С.В., Заблоцька А. О. Сучасні тенденції розвитку страхового ринку України. [Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції]. Частина 1. м. Полтава, 30-31 березня 2023 р. Полтава, 2023. С. 718-720.
32. Nepochatenko Z. Current state of operation of Ukrainian insurance market in the context of the main segment. [Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції]. 25 травня 2023 р. Умань : 2023. С. 25-26.
33. Прокопчук О. Т., Улянич Ю. В., Мирошніченко М. М. Цифрова трансформація страхового ринку України. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва* / Редкол.: О. О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2022. Вип. 101. Ч. 2 : Економічні науки. С. 152-164. DOI: 10.32782/2415-8240-2022-101-2-152-164.
34. Прокопчук О. Т., Пенькова О. Г., Харенко А. О. Теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю у страховому бізнесі. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва* / Редкол.: О. О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2022. Вип. 101. Ч. 2 : Економічні науки. С. 120-130. DOI: 10.32782/2415-8240-2022-101-2-120-130.

35. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України із змінами, внесеними законами України № 607/97-ВР від 04.11.97 р.
36. Про страхування: Закон України від 07.02.2019 р. № 2473-VIII. Голос України. 1996. № 68. Ст. 78.
37. Про страхування: Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/2937>. (дата звернення: 15.05.2022).
38. Підсумки діяльності страхових компаній за 2022 рік [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/SK/2017_rik/sk_%202022.pdf
39. Пономарьова О.Б. Визначення проблем страхового ринку та їх вирішення / А.В. Бодня, М.А. Іванченко, О.Б. Пономарьова. Глобальні та національні проблеми економіки [Електронний ресурс]. 2020. № 5. Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/5-2020/166.pdf>.
40. Приказюк Н.В. Страхування як механізм фінансування ризиків та інструмент страхового захисту держави. *Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. праць*. 2018. Вип. 1 (28). Том 2. С. 236-247.
41. Пономарьова О. Б. Визначення проблем страхового ринку та їх вирішення. Глобальні та національні проблеми економіки. 2022. №5. URL: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/166.pdf>. (дата звернення: 15.05.2023).
42. Перспективи розвитку страхового ринку України. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3/144.pdf>. (дата звернення: 15.05.2022).
43. Підсумки діяльності страхових компаній за 2018 рік. URL: <https://forinsurer.com/files/file00654.pdf>. (дата звернення: 15.05.2021).
44. Приймак Н. В. Страховий ринок України: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Стратегічні орієнтири*. Суми, 2020. № 9. <http://www.libfor.com/>. (дата звернення: 15.05.2022).
45. Самойловський А. Л. Пропозиції щодо вдосконалення страхового ринку України. *Фінанси України*. 2018. № 5. С. 12-19.
46. Слободянюк Н. О. Стан страхового ринку України на сучасному етапі, проблеми та перспективи його розвитку. *Молодий вчений*. 2018. № 5. С. 66-68.
47. Ткаченко Н. В. Страхування : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. Київ: Ліра, 2019. 270 с.
48. Simionescu M. Non-life Insurance Market and Macroeconomic Indicators in Baltic States (Bulgarian Economic Paper No. BEP 05-2022). 2022, *Center for Economic Theories and Policies*. Retrieved from <https://econpapers.repec.org/paper/skowpaper/bep-2022-05.htm>.
49. Teece D. Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 2019, 43(2-3), 172-194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2019.07.003>.
50. Tilson, D., Lyytinen, K., & Sørensen, C. Digital infrastructures: the missing IS Research Agenda. *Information Systems Research*, 2018, 21(4), 748-759. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0318>.

ДОДАТКИ

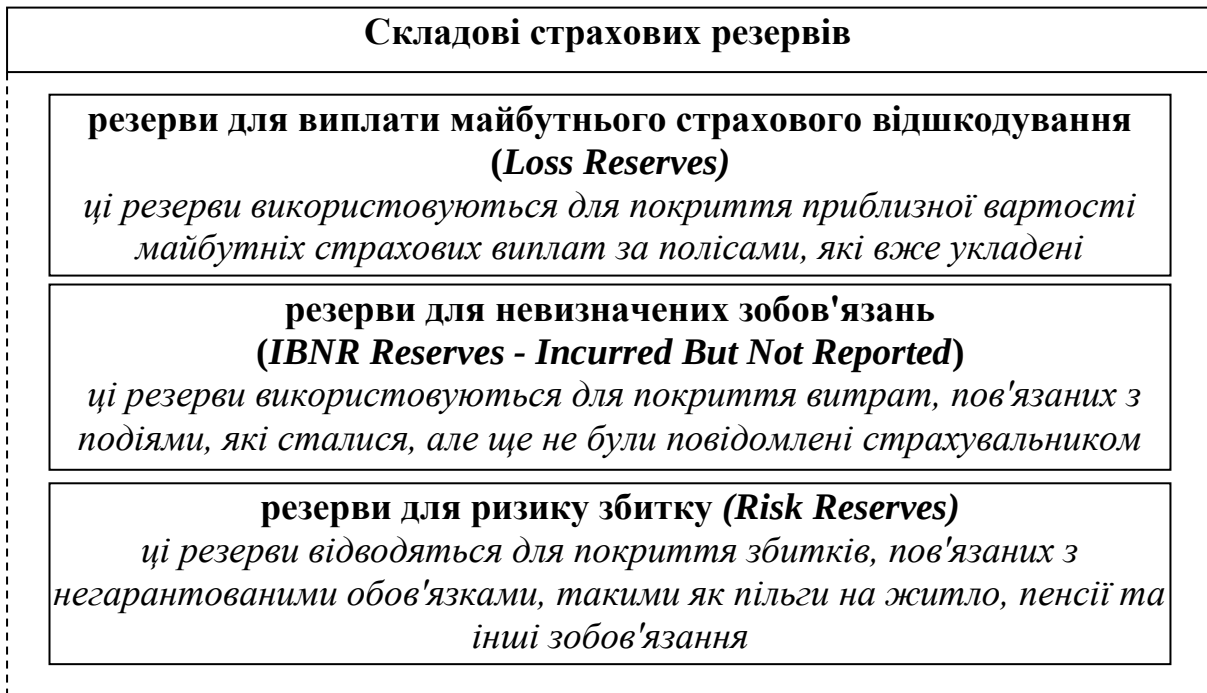


Рис. 1. Ключові складові страхових резервів

Джерело: авторське узагальнення за даними джерел [11-12].

Додаток Б

Таблиця 1

Страхові компанії (ТОР-10) в розрізі видів страхування та в розрізі виплат і премій за 2022 р., тис. грн

Страхова компанія	Премії	Виплати
КАСКО		
ARX	837 037	383 669
АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	666 869	306 120
УНІКА	443 695	208 652
ТАС СГ	316 562	188 157
VUSO	301 820	118 297
ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	281 516	129 557
UNIVERSALNA	277 366 86 118	86 118
ІНГО	267 331	158 555
PZU УКРАЇНА	160 019	80 395
ОРАНТА	28 173	11 871
ОСАЦВ		
ТАС СГ	496 616	233 691
ОРАНТА	435 725	173 47
PZU УКРАЇНА	182 229	85 425
ЄВРОІНС	169 716	87 803
VUSO	159 524	78 123
АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	130 077	67 412
ARX	124 471	50 062
ІНГО	117 518	52 440
УНІКА	113 041	65 398
UNIVERSALNA	61 445	34 109
Туризм		
ЄТС	54 010	18 595
ARX	35 987	20 003
PZU УКРАЇНА	35 195	14 658
VUSO	34 825	9 988
UNIVERSALNA	28 047	1 552
ТАС СГ	20 392	7 532
УНІКА	11 721	8 344
ІНГО	10 195	2 551
ОРАНТА	6 412	2 025
АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	3 331	2 355
ДМС		
УНІКА	604 635	266 772
ІНГО	395 019	222 986
UNIVERSALNA	345 092	82 685
ARX	332 630	122 231
VUSO	197 212	102 721
ТАС СГ	134 630	60 841
PZU УКРАЇНА	104 952	54 527
АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	55 071	35 519
ЄВРОІНС	51 599	22 183
ОРАНТА	10 776	1 704

продовження табл. 1

Life		
МЕТЛАЙФ	1 091 258	238 223
ТАС	258 973	121 643
PZU УКРАЇНА ЖИТТЯ	184 896	22 587
УНІКА ЖИТТЯ	171 959	31 246
ARX LIFE	152 185	31 818
Майно		
ARX	185 032	29 604
VUSO	118 345	7 834
УНІКА	88 346	41 859
ІНГО	81 129	8 289
АРСЕНАЛІ СТРАХУВАННЯ	46 657	35 834
ОРАНТА	37 715	2 161
UNIVERSALNA	34 082	39 987
ТАС СГ	28 861	118 345
PZU УКРАЇНА	13 649	3 765
ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	1 408 18	18

* Джерело: складено та розраховано автором за даними джерел 30; 32; 41.

Додаток В

