

# Сучасний страховий бізнес: визначальні стратегії конкурентного розвитку

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

спеціалізація «Страхування»

## Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретична концептуалізація страхового бізнесу.....	6
РОЗДІЛ 2. Сучасний страховий бізнес в Україні: аналітичний аспект.....	14
РОЗДІЛ 3. Проблеми страхового бізнесу в Україні та розробка стратегії його конкурентного розвитку.....	22
ВИСНОВКИ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31
ДОДАТКИ.....	35

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** З посиленням глобалізаційних та інтеграційних процесів у світі, розвитком комп'ютерно-інформаційних технологій страхування є незамінним механізмом для забезпечення циклічності відтворювального процесу, гарантування соціальної стабільності, безпеки та впевненості у завтрашньому дні. Також страхування можна розглядати і як перспективний вид бізнесу, тобто як діяльність, що приносить прибуток, і при виваженій державній політиці є джерелом наповнення державного бюджету, провідною галуззю фінансово-кредитної системи, що підносить Україну на вищий рівень поряд із високорозвиненими країнами світу та забезпечує їй сталий соціально-економічний розвиток.

Незважаючи на стабілізацію та зростання основних показників діяльності страхових компаній України, варто зазначити, що на фоні високорозвинених країн світу страхування та страховий бізнес у нашій державі розвинуті ще досить слабо. У зв'язку з цим виникає потреба у зміцненні конкурентних позицій страхового ринку України та розробці шляхів його розвитку.

Дослідження теоретичних і практичних аспектів страхування пов'язане з видатними іменами зарубіжних вчених, серед яких: Ю. Панков, А. Вагнер, М. Гольцберг, В. Берг, С. Журавін, А. Манес, Т. Федорова, О. Шахов, Р. Юлдашев, М. Ротшильд, Г. Фідельман, Л. Хасанбек, Г. Фалін та інші. Вагомий внесок у дослідження питань страхового бізнесу, а також конкурентоспроможності страхового ринку зробили і вітчизняні вчені, такі як В. Базилевич, Т. Артюх, В. Борисова, Н. Внукова, А. Єрмошенко, О. Гаманкова, О. Кнейслер, О. Жабинець, О. Д. Заруба, В. Фурман, О. Залетов, М. Мних, О. Огаренко, С. Осадець, В. Плиса, М. Римар, Т. Ротова, К. Шелехов, Я. Шумелда, Н. Налукова та інші. Однак є ціла низка невирішених питань, що стосуються формування стратегії розвитку страхового бізнесу в Україні.

**Мета дослідження** – теоретичний та аналітичний аналіз сучасного страхового бізнесу в Україні, оцінка умов, можливостей та перспектив його конкурентного розвитку.

Відповідно до поставленої мети в роботі передбачено вирішення таких **основних завдань:**

- з'ясування економічної природи страхового бізнесу;
- аналітична оцінка сучасного страхового бізнесу в Україні;
- дослідження проблем у сфері страхового бізнесу та розробка рекомендацій щодо його розвитку.

**Об'єктом дослідження** є страховий бізнес в Україні.

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні та прикладні аспекти розвитку страхового бізнесу в Україні, його проблеми та можливості.

**Методологія та методи дослідження.** Методологічну основу дослідження склали концептуальні положення страхової теорії, а також теоретичні висновки та прикладні напрацювання українських та іноземних вчених із проблем, пов'язаних із конкурентним розвитком страхового бізнесу. При написанні наукової роботи було застосовано ряд загальнонаукових і специфічних методів. Для дослідження теоретичних засад страхового бізнесу використано методи індукції і дедукції, порівняння і спостереження, наукової абстракції та узагальнення, аналізу і синтезу. Для аналізу сучасного стану страхового ринку, вивчення проблем та можливостей страхового бізнесу застосовувались емпіричні методи (емпіричний опис, спостереження, порівняння) та статистичні методи збору та обробки інформації (групування, вибіркові дослідження, статистичні порівняння).

**Інформаційна база дослідження** – звітні дані Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, страхових компаній, дані спеціалізованих інтернет-журналів «Форіншуер», «Insurance TOP», Закон України «Про страхування», матеріали наукових періодичних видань, результати досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних основ страхового бізнесу в Україні, що дозволило одержати теоретичні і практичні результати, які містять наукову новизну,

зокрема, сформульовано практичні рекомендації щодо стратегії його конкурентного розвитку.

Наукова робота складається зі вступу, трьох розділів та висновків. У роботі аналітичну інформацію подано на 6 рисунках та у 2 таблицях. Список використаних джерел складається з 32 найменувань. Робота містить 7 додатків. Текст дослідження викладено на 30 сторінках.

## РОЗДІЛ 1

### Теоретична концептуалізація страхового бізнесу

У зв'язку із посиленням процесів світової інтеграції та глобалізації відбувається поступова монополізація та концентрація капіталу в найбільш економічно розвинених країнах. Особливо вплив світових економічних процесів прослідковується на міжнародному ринку страхування, який є потужною ланкою у системі фінансово-кредитних відносин.

Рівень розвитку страхового ринку відображає можливості економічного зростання країни та є одним із основних показників ефективності функціонування бізнес-середовища [1; 2, с. 43]. Поширення та зростання ролі страхового бізнесу сприяє створенню нових робочих місць, активізації упровадження інновацій, а також створює фундамент для стійкості економіки, пом'якшує наслідки глобальних ризиків [3, с.15].

В. Базилевич вважає страховий ринок «складною, багатофакторною, динамічною, певним чином структурованою системою економічних відносин, що виникають з приводу забезпечення потреби в страховому захисті». А на думку О. Кузьменка, страховий ринок – це «певне середовище, в умовах якого централізовано здійснюються процеси передання і прийняття ризиків на страхування, визначаються попит і пропозиція та діють спеціалізовані суб'єкти, що економічно зацікавлені в реалізації цього механізму» [4, с. 95].

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі часто ототожнюють поняття «страховий бізнес» та «страховий ринок», адже страховий ринок представляє рух взаємопов'язаних бізнес-процесів, що виникають у результаті відносин суб'єктів ринку, якими є страховики та страхувальники, щодо купівлі-продажу страхових послуг. Страховий ринок є сприятливим середовищем для розвитку бізнесу.

Нам імпонує твердження А. Хоскінга про те, що бізнес – це «діяльність, що здійснюється організаціями або приватними особами для перетворення природних благ у виробництві або надання послуг в обмін на інші товари, послуги або гроші, що веде до взаємної вигоди зацікавлених суб'єктів» [5].

Погоджуємось із думкою всесвітньо відомого експерта в галузі фінансового менеджменту Е. Хелферта, що будь-який бізнес можна подати як взаємопов'язану систему руху фінансових ресурсів, викликаних управлінськими рішеннями [6, с.18]. Дійсно, ефективний менеджмент, що здійснюється над операційною (безпосередньо страховою), фінансовою та інвестиційною діяльністю (які є джерелами доходів страховика), а також іншими бізнес-процесами, є запорукою для досягнення успіху та посилення конкурентних позицій страхової компанії.

Опираючись на наукові напрацювання таких вчених, як В. Базилевич, В. Бондаренко, С. Бунін, ми трактуємо поняття «страховий бізнес» як ризикову страхову діяльність, що не суперечить чинному законодавству і здійснюється з метою отримання прибутку.

Страхова діяльність – це врегульована нормами права, здійснювана на підставі ліцензії Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг господарська діяльність страхової організації з надання на платних засадах страхових послуг, як правило, з метою отримання прибутку [7].

Чинне законодавство визначає операційну діяльність як основну діяльність суб'єкта господарювання, яка є метою створення даної організації і приносить найбільшу частку доходу, а також яка не є фінансовою та інвестиційною діяльністю. У даному випадку для страхової компанії – це операції, пов'язані із наданням послуг страхування та перестраховування фізичним та юридичним особам, а також інші страхові операції, передбачені законом. Доходами від операційної діяльності страховиків відповідно є страхові премії, отримані від реалізації страхових продуктів [8]. Розмір чистих страхових премій зменшується на суми премії, переданих на перестраховування, а також на суми відрахувань до резерву незароблених премій (при ризиковому страхуванні).

На початкових етапах своєї діяльності страхова компанія не може стабільно функціонувати, оперуючи лише операційним прибутком. Для забезпечення фінансової стійкості їй необхідно мати достатню кількість

страхових резервів, щоб у разі настання страхових випадків у неї були грошові ресурси для страхового відшкодування. Для цього тимчасово вільні кошти залучають в інші фінансові інструменти та інвестують, здійснюючи таким чином фінансову та інвестиційну діяльність.

Українське законодавство визначає фінансову діяльність як таку, що спричиняє зміни розміру і складу власного та запозиченого капіталів суб'єкта господарювання [9]. Також це поняття можна трактувати як комплекс функціональних завдань, що виконуються фінансовими службами суб'єкта господарювання для реалізації стратегічних і поточних цілей, і полягають у забезпеченні фінансування, інвестування та фінансовому забезпеченні операційної діяльності, що в результаті призводить до зміни складу та структури власного і залученого капіталів [10, с. 107]. В основу цієї діяльності покладено регулювання грошових потоків. Вхідними грошовими потоками страхової компанії можуть бути надходження від випуску акцій чи інших інструментів власного капіталу, надходження від випуску незабезпечених боргових зобов'язань, облігацій, позик, іпотек, векселів та інших коротко- та довгострокових зобов'язань [8].

Дослідження вчених доводять, що у високорозвинених країнах світу найбільшим джерелом прибутку страхових компаній є не операційна, а інвестиційна діяльність, прибуток від якої залучається на дотації збитковим видам страхування, розробку та удосконалення страхових продуктів, підготовку кадрів, фінансування страхових операцій [11]. Високий рівень капіталізації страхового ринку дозволяє страховикам краще оперувати грошовими ресурсами і виділяти порівняно більшу частину на інвестиції. В свою чергу, висока частка інвестиційного доходу дозволяє страховим компаніям бути конкурентоспроможними, цим самим компенсуючи можливі збитки від страхової діяльності.

Страхові компанії здійснюють свою інвестиційну діяльність за рахунок коштів страхових резервів, що формуються за рахунок нетто-ставки страхового тарифу й сум, що спрямовуються у фонд попереджувальних заходів [12]. В



загальному, інвестиційні доходи можна поділити на дві категорії: доходи від фінансових інвестицій та доходи від операцій з необоротними активами. Прикладами інвестиційних доходів можуть бути кошти від продажу основних засобів, нематеріальних активів, власного капіталу, боргових інструментів, коштів від повернення авансів та позик, наданих іншим суб'єктам, доходи від ф'ючерських і форвардних контрактів, опціонів, своп-контрактів та інші.

При розміщенні страхових резервів страховики повинні дотримуватись таких принципів: безпечності, ліквідності, прибутковості, диверсифікації, зворотності. Це дозволить їм максимізувати прибуток, підвищити платоспроможну стійкість та зміцнити конкурентну позицію.

Отже, гармонізація трьох складових діяльності страховика – операційної, фінансової та інвестиційної, сприятиме успішному функціонуванню страхових компаній, зробить їх економічно стійкими та конкурентними на страховому ринку.

Саме явище конкуренції існує у різних сферах життя досить давно, але це поняття настільки всеохоплююче і багатоаспектне, що вчені досі не можуть дати йому єдиного точного визначення. Американський вчений Майкл Портер ототожнює конкуренцію з можливістю суперництва на зовнішньому ринку при наявності глобальної стратегії. Конкурентоспроможність для одних означає позитивний зовнішньоторговельний баланс, для інших – порівняно з конкурентами нижчі витрати на виробництво продукції чи реалізацію послуг. На рівні держави М. Портер визначає конкурентоспроможність як продуктивність використання ресурсів [13, с. 272].

Р. А. Фатхутдінов в ході свого дослідження визначає конкурентоспроможність як деяку властивість об'єкту, що характеризується ступенем задоволення ним певної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що представлені на даному ринку [14, с. 1037].

Звертаємо увагу на висловлення М. Іоніна, який наголошує, що конкуренція (враховуючи сучасні тенденції розвитку бізнесу) – це не зіткнення інтересів сторін, а їх прагнення до сумісного створення цінностей [15, с. 138].

На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин організації вдаються до консолідації та кооперації, що пояснює їх ринкову поведінку як фактично безконфліктну взаємодію, в результаті якої суперництво стає стимулом для власного розвитку та удосконалення, а не для знищення конкурента. Конкурентне середовище, що виникає у процесі діяльності організації, розглядається як засіб оптимізації її економічної діяльності [15, с. 139].

У сфері страхування це поняття Ю. Баглюк трактує як суперництво страхових компаній і брокерів за залучення клієнтів, мобілізацію грошових коштів до страхових фондів, вигідне їх інвестування та досягнення високих фінансових результатів [16, с. 72].

Відштовхуючись від висновків Н. Налукової можна підкреслити, що конкуренція – це вид взаємодії між страховиками для того, щоб учаснику отримати найвигіднішу позицію на ринку, яка забезпечить йому найбільш сприятливі умови для реалізації страхових продуктів та розвитку страхового бізнесу, а також дозволить отримати вигоди в даному конкурентному середовищі [17, с. 105].

Через раціоналізацію економічної поведінки розвиток конкуренції веде до кращого використання страховими компаніями власного потенціалу, формує уявлення про їх переваги та недоліки, адже для підтримки своєї конкурентної позиції на ринку страховику необхідно прикласти значних організаторських, економічних та фінансових зусиль.

Багато вчених різних епох розглядали теорії конкуренції. Основоположник поняття «конкуренція» А. Смітт сформулював теорію досконалої конкуренції, а у своїй праці «Дослідження про природу та причини багатства народів» обґрунтовує теорію абсолютних переваг [15, с. 139]. Д. Рікардо відомий своєю теорією порівняльних переваг, яку спростили прихильники неокласицизму (А. Маршалл, Е. Джоут), висловивши думку, що критерієм конкурентоспроможності є наявність таких факторів, які можуть використовуватись із вищою продуктивністю, і одним з них є людський капітал.

За допомогою численних досліджень олігополії, монополії та монополістичної конкуренції як моделей недосконалої конкуренції Дж. Робертс визначила, що концентрація виробництва є передумовою виникнення олігополії та недосконалої конкуренції [18].

Відомий економіст М. Портер визначає 5 конкурентних сил, які впливають на ринкові позиції організацій: нові конкуренти, існуючі конкуренти, конкуренти, що використовують товарозамінники, влада постачальників та влада покупців [13, с. 273].

Підтримуємо думку українського вченого В. Базилевича, який виділяє важливі функції конкуренції: ціноутворення (формування ринкової ціни страхової послуги), регулювання (капіталовкладення у розвиток найбільш прибуткових страхових продуктів), стимулювання (пошук ефективних способів використання ресурсів, запровадження інновацій), контролювання (відповідність суспільним потребам, співвідношення якості і ціни страхового полісу, попиту і пропозиції на ринку), диференціації товаровиробників (просування на ринок сильніших страховиків, які ефективно використовують свої ресурси і досягають найвищих результатів у своїй діяльності) [19].

У страховому бізнесі на формування конкурентного середовища впливають багато різних чинників. 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 належать: індекс якості життя, індекс конкурентоспроможності країни, система оподаткування, політична ситуація, інвестиційна привабливість країни, інноваційний потенціал внутрішнього страхового ринку [20, с. 843].

Для визначення конкурентоспроможності страхових компаній автори статті «Страховий бізнес: оцінка конкурентоздатності послуг» пропонують такі показники: витрати на навчання персоналу, комісійна винагорода страхових агентів, оподаткування доходів від страхової діяльності та інше. До

організаційних показників вони відносять систему знижок і пільг, що надаються страхувальникам відповідно до умов договору страхування [21].

Аналізуючи наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, можна визначити такі критерії конкурентоспроможності страхових компаній: фінансові показники, які показують рейтингові позиції по активах, діловій активності, співвідношенню власного і залученого капіталів, обсягу страхових резервів та страхових виплат, гарантійному фонду; страхові продукти, що є інтелектуальною власністю страховика і вважаються комерційною таємницею); база клієнтів; співпраця з перестраховими та асистанськими компаніями, що є гарантією виплат у разі страхового випадку за умовами договору; мережа представництв та філіалів, що свідчить про зацікавленість у розвитку страхової компанії та поширення її на ринку; система врегулювання збитків [21].

Для кількісної оцінки конкурентоздатності та цифрового виміру застосовують показники монополізації (ринкової концентрації, CR) та ринкової конкуренції (коефіцієнт Герфіндаля – Гіршмана, ІНН). Рівень концентрації ринку визначає вплив на страховий ринок найбільших його учасників:

$$CR_m = \sum_{k=1}^m O_k$$

( $CR_m$  – коефіцієнт концентрації  $m$  найбільших учасників ринку;  $m$  – кількість учасників;  $O$  – виражена у відсотках частка  $k$ -го найбільшого господарюючого суб'єкта, чинного на товарному ринку;).

Коефіцієнт Герфіндаля – Гіршмана, на відміну від коефіцієнта монополізації, характеризує розподіл «ринкової влади» між усіма суб'єктами ринку і є основним орієнтиром антимонопольної політики:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

( $S_i$  – частка  $i$ -го учасника ринку (за продажами, активами тощо);  $n$  – кількість учасників-продавців страхових продуктів на ринку) [17, с. 105].

Індекс Герфіндаля – Гіршмана показує ступінь концентрації ринку за трьома групами:

- 1)  $HHI < 1000$  – неконцентрований ринок;
- 2)  $1000 < HHI < 1800$  – помірно концентрований ринок;
- 3)  $HHI > 1800$  – висококонцентрований ринок [17].

Таким чином, ряд якісних і відносних показників є інструментами для визначення конкурентоздатності страхової компанії.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновки, що страховий бізнес є важливим елементом у фінансово-кредитній системі, і страховий ринок є сприятливим середовищем для його розвитку. Гармонізація усіх видів діяльності страхових компаній сприяє розвитку конкурентоспроможного страхового бізнесу в Україні. Для цього існує ряд показників, які потрібно контролювати і розвивати. Хоч на сьогодні вчені не знайшли консенсусу щодо точного визначення поняття «конкуренція», проте однозначно вона повинна бути добросовісною та сприяти розвитку не тільки конкретних страховиків, а й усього національного страхового ринку. Формули монополізації та ринкової конкуренції допоможуть контролювати усі процеси, що впливають на конкурентне середовище страхового ринку.

## РОЗДІЛ 2

### Сучасний страховий бізнес в Україні: аналітичний аспект

Для аналізу сучасного стану страхового бізнесу необхідно прослідкувати сучасні тенденції розвитку міжнародного страхового ринку. Перш за все, він характеризується посиленням зв'язків та взаємодії, прискоренням світової інтеграції та глобалізації страхових ринків. Як наслідок, існує тенденція до невеликої кількості страхових компаній з великими обсягами страхових послуг та страхових премій. Активно прискорюються процеси монополізації та концентрації капіталу в індустріально розвинених країнах, зокрема, в країнах ЄС, США, Японії [22]. Разом із поширенням на міжнародні ринки, відбувається проникнення страхового бізнесу в інші сфери діяльності (банківську, біржову), яке супроводжується виникненням банківсько-страхових груп, що пропонує разом із страховими послугами широкий спектр фінансових послуг: інвестиційних, іпотечних, банківських, консультаційних [3, с. 18]. На рівні страхових компаній відбувається диверсифікація інвестиційних вкладів, розширення страхових портфелів. Створюються транснаціональні СК, які проникли та успішно функціонують на багатьох національних ринках, зробивши страхування доступним для різних верств населення завдяки послугам мікрострахування [22].

Сучасному українському страховому ринку притаманна тенденція до зменшення кількості страхових компаній (додаток А).

Відбуваються різноманітні структурні перетворення, результатом яких стає злиття, поглинання чи ліквідація компаній.

За даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, найбільша кількість страхових компаній була зареєстрована у I кварталі 2009 року (477), і далі їх кількість почала поступово падати: 414 – у IV кварталі 2012 року, 310 – у IV кварталі 2016 року, а станом на 30.09.2018 – 285 СК. У Законі України «Про страхування» були переглянуті правила регулювання діяльності страховиків, підвищено вимог до страхового

капіталу, розміру страхових резервів, платоспроможності, що і посприяло зменшенню кількості страхових компаній.

Вплив на страховий ринок завдала економічна криза 2008-2009 рр., що зумовила нестабільну ситуацію на фінансовому ринку. Посприяла цьому і системна банківська криза 2014-2016 рр., оскільки депозитні рахунки в банках є джерелом розміщення страхових резервів, що і вдарило по виконанню страховиками своїх зобов'язань [24].

Вважаємо явище зменшення кількості страхових компаній в Україні позитивним в плані розвитку конкурентоздатного страхового ринку, бо таким чином відбувається відсіювання слабких та неплатоспроможних організацій, натомість зміцнюються позиції діючих страховиків.

Український страховий ринок вирізняється незначним рівнем його капіталізації у відсотках до ВВП. Середній показник проникності страхування (відношення страхових премій до ВВП) у країнах «Великої сімки» становить 7,8%, у країнах, що розвиваються – 3,3%. В середньому, у високорозвинених країнах світу на одну людину припадає 3 517 дол. США страхових премій; у країнах, що розвиваються – 166 дол. США. Покриття страхового поля в Україні становить за різними даними 3-5%, в той час як у країнах «економічної сили» (ЄС, США, Японії) цей показник сягає 96-98% [2, с. 43]. За цією тенденцією помічаємо значний потенціал для розвитку страхового бізнесу в Україні.

Конкурентоспроможність національного страхового ринку можна визначати, проаналізувавши ряд основних показників його діяльності. За даними Swiss Re у 2017 році страховий ринок України займає 61 місце по розмірах зібраних страхових платежів у валютному еквіваленті, а за темпами розвитку увійшов до Топ-10 найбільш динамічних ринків світу.

У структурі страхових послуг українських компаній має значну перевагу ризикове страхування, аніж страхування життя, що займає 10,8 %. Таке явище притаманне країнам, що розвиваються, і пов'язане із фінансовими труднощами, що виникають при такому виді довгострокового інвестування (life - страхування). На розвинутих страхових ринках частка life-страхування у

структурі страхових послуг є значно більшою, порівняно з Україною (США – 40 %, Китай – 59%, Японія – 73%, Великобританія – 67%, Франція – 64%) (додаток Б) [25].

За 9 місяців 2018 року спостерігалось суттєве збільшення обсягу валових та чистих страхових премій (11,1% та 22,1% відповідно), порівняно із таким же періодом 2017 року, і становить 34 875, 3 млн. грн (валові страхові премії) та 25 388,5 млн. грн (чисті страхові премії), але ці показники є дуже низькі у порівнянні із високорозвиненими країнами світу, де обсяг страхових премій вимірюється десятками, а то й сотнями мільярдів доларів [24, с.1; 25].

Рівень страхових виплат – свідчення надійності страхової компанії. Протягом 9 місяців 2018 року відбулося збільшення валових страхових виплат на 1379,7 млн. грн, а чистих страхових виплат – зменшився на 1 309,6 млн. грн. ( порівняно із 30.09.2017). Рівень чистих виплат зменшився до 33,3%, але такий показник зумовлює значне зростання страхових премій.

Аналіз даних за 2014-2018 рр. показує постійне нарощення страхових резервів страховиками, що робить їх більш стійкими та конкурентними на страховому ринку (додаток В).

Вказане зростання у 2018 році пов'язане як із зростанням кількості договорів страхування, так і з удосконаленням актуарної оцінки страхових зобов'язань, після введення Нацкомфінпослуг в пруденційний нагляд за страховими компаніями актуарного звіту, зауважує Член Комісії Нацкомфінпослуг Олександр Залетов [26, с. 4]. У структурі розміщення цих резервів переважають депозитні вклади і поточні рахунки в банках (52,8%) та ОВДП, що складають 28,6%. Низький рівень якісних пропозицій фондового ринку стали наслідком того, що акції та облігації займають лише 1,5% інвестиційного портфелю страховиків [26, с. 4].

Особливістю українського страхового бізнесу є те, що у сфері ризикового страхування спостерігається конкуренція, а сфера страхування життя характеризується значним рівнем монополізації. Про це свідчать коефіцієнти Герфіндаля – Гіршмана (додаток Г).



Незважаючи на значну кількість компаній, фактично на страховому ринку основну частку валових страхових премій – 98,0% – акумулюють 100 СК "non-Life" (39,4% всіх СК "non-Life") та 96,7% – 10 СК "Life" (32,3% всіх СК "Life"). По ринку страхування життя Індекс Герфіндаля – Гіршмана (ННІ) склав 1 445,23 (за 9 місяців 2017 року – 1 424,91), а по ринку ризикових видів – 248,57 (за 9 місяців 2017 року – 305,70).

Дані свідчать, що за 9 місяців 2018 року на ринку видів страхування інших, ніж страхування життя, мав місце значний рівень конкуренції (ННІ в 4 рази менше 1000), в той час як на ринку страхування життя наявна помірна монополізація [24].

Проаналізувавши індекс Герфіндаля – Гіршмана за 2014-2018 рр., бачимо, що у 2014 році індекс Герфіндаля – Гіршмана в загальному становив 181,49. На ринку страхування життя цей показник був на рівні 1042, 55, а на ринку ризикового страхування – 206, 72 (додаток Д).

У 2015 році спостерігалось зменшення показника монополізації у life-страхуванні до 982, 98, що дає змогу назвати ринок відносно неконцентрованим (ННІ<1000), в той час, як на ринку ризикового страхування індекс Герфіндаля – Гіршмана збільшився до 232, 72.

У 2016 році продовжується зростання концентрації на страховому ринку, проте воно було не таким помітним, як у 2017 році (зростання індексу ННІ у страхуванні життя на 337, 93, а в non-life- страхуванні на 48, 02).

Стає очевидно, що на ринку страхування життя панує помірна монополізація, в той час, як на ринку ризикового страхування є сприятливі умови для розвитку здорової конкуренції між страховими компаніями (ННІ < 1000 у 4-5 разів).

Характерною особливістю українського страхового ринку є те, що він є закритим, йому не притаманна вільна конкуренція, а кожна страхова компанія є монополістом у своїй окремій закритій зоні [15, с. 141]. За даними спеціалізованого інтернет-журналу Форіншуер можна прослідкувати це явище, адже на українському страховому ринку немає компаній – абсолютних лідерів.

Результати дослідження страхового ринку за період 2014-2018 рр. показують, що у медичному страхуванні (ДМС) лідером по страхових преміях та виплатах залишається СК «Провідна», зібравши 236 369 тис. грн премій та виплативши 124 423 тис. грн за 9 місяців 2018 року. Конкуренцію їй складають такі страхові компанії, як «Нафтогазстрах», «АХА Страхування», «Уніка», «Альфа Страхування» та інші.

По обов'язковому страхуванню відповідальності власників транспортних засобів перед третіми особами перше місце займає «СГ ТАС», зібравши 351 433 тис. грн страхових премій і виплативши 137 976 тис. грн. Конкуренцію складають компанії «Оранта», «Ю. Ес. Ай», «Княжа», «PZU Україна».

У страхуванні «КАСКО» передові позиції займає «АХА Страхування», котра збрала 813 214 тис. грн премій та виплатила 389 404 тис. грн страхувальникам. Слідом за нею в рейтингу йдуть «Уніка», «Арсенал Страхування», «Українська страхова група», «Інго Україна».

У добровільному страхуванні майна передові місця по розмірах отриманих страхових премій займають такі страхові компанії: «Уніка» (230 418 тис. грн), «Арсенал Страхування» (192 721 тис. грн), «АХА Страхування» (191 653 тис. грн), «PZU Україна» (108 874 тис. грн), «Інго Україна» (70 732 тис. грн) [27].

Ситуація із конкуренцією на ринку страхування життя дещо відрізняється від ризикового страхування (додаток Е).

Практично увесь ринок страхування життя (96,7%) зосереджується в руках 10 компаній, 3 з яких отримують 54,6 % від усіх страхових премій за результатами своєї діяльності. Іншими словами, ринок помірно концентрований, і ситуацію контролюють кілька потужних страхових компаній: Метлайф, Уніка Життя, ТАС, АСКА Життя, PZU Україна Страхування життя та інші. Загалом по ринку відбулося зростання розмірів страхових премій, кількості страхових договорів та страхувальників. Розвивається пенсійне накопичувальне страхування як альтернатива державній

пенсії. Постійне прогресуюче зростання частки на ринку спостерігається в компанії Метлайф, яка займає майже його третину (28,5%) [27].

Оскільки у високорозвинених країнах світу на ринку займає значну частку страхування життя, то можна сказати, що тенденція збільшення капіталізації ринку life-страхування в Україні робить його конкурентоспроможним та є свідченням зростання довіри населення до страхових організацій.

Очевидно, що для аналізу конкурентоспроможності страхових компаній недостатньо показників, що стосуються отриманих страхових премій. Ми погоджуємося із думкою В. Перепелиці, заступника Генерального директора Української федерації убезпечення, що показником надійності страховика є рівень його страхових виплат. У результаті проведеного дослідження страхового ринку на основі фінансової звітності за 2017 рік він виявив закономірність між чистими страховими виплатами та розмірами страхових компаній. До «некласичних» компаній з рівнем чистих страхових виплат менше 20% та рівнем перестраховування більше 70% належить 135 Non-Life компаній, з яких 5 середніх, 20 малих, 110 мікро; 72 з них мають рівень страхових виплат менше 1% [29]. Постає питання: чим займаються ці компанії, якщо при значному обсязі премій та високій маржинальності операційної діяльності вони не звітують про значні обсяги прибутку, а іноді ще й показують збиток при невисокому рівні витрат? Очевидно, що вони не можуть належним чином гарантувати якісні страхові послуги, і є великий ризик несплати страхового відшкодування.

Проаналізувавши дані Нацкомфінпослуг, можна визначити, що найбільш прибутковими видами страхування, завдяки яким український страховий ринок розвиває свої конкурентні позиції, є автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка»; 34,4%), страхування життя(9,7%) та медичне страхування (9,7%), майнове страхування (9,2%), страхування фінансових ризиків (7%) та інші. До уваги бралися розміри чистих страхових премій страхових компаній за 9 місяців 2018 року (додаток Ж).

Більш детальну характеристику конкурентоспроможності національного страхового ринку представимо у Таблиці 2.1, де нами проведено SWOT -аналіз.

Таблиця 2.1

**SWOT-аналіз українського страхового ринку за 2014-2018 р. [2; 3; 22]**

Сильні сторони	Можливості
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Зростання страхових премій</li> <li>– Збільшення розмірів страхових резервів</li> <li>– Очищення ринку від нестійких та неплатоспроможних компаній</li> <li>– Наявність великої кількості потенційних страхувальників</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Великий людський потенціал для розвитку ринку страхових послуг</li> <li>– Запровадження новітніх технологій для реалізації страхових продуктів</li> <li>– Створення досконалих та доступних страхових продуктів</li> <li>– Вихід на міжнародний страховий ринок</li> </ul>
Слабкі сторони	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Низький рівень інвестиційної привабливості</li> <li>– Недостатній рівень фінансової та страхової грамотності населення</li> <li>– Низький рівень платоспроможного попиту на страхові продукти</li> <li>– Відсутній спеціалізований зовнішній аудит</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Вихід з національного ринку іноземних страхових компаній</li> <li>– Фінансово-економічна нестабільність</li> <li>– Неприятлива військово-політична ситуація в країні</li> <li>– Недовіра населення до страховиків</li> <li>– Податковий тиск</li> <li>– Відтік капіталу за кордон</li> </ul>

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок про неоднорідність українського страхового ринку, яка проявляється в різних аспектах та явищах. Разом із поширенням світових тенденцій глобалізації та інтеграції національних ринків, автоматизації операційних процесів, посиленням конкуренції проявляються тенденції, що є характерними особливостями українського страхового ринку. Провівши аналіз даних, поданих на офіційному сайті Нацкомфінпослуг, бачимо тенденцію до зменшення кількості страхових компаній, збільшення розмірів страхових премій та накопичення страхових резервів. Це посилює стійкість та конкурентоспроможність компаній на страховому ринку. Ризиковому страхуванню притаманні умови вільної конкуренції в той час, як на ринку страхування життя панує помірна концентрація. Перспективи для розвитку відкриває низький рівень покриття страхового поля, на відміну від країн «економічної сили». Дослідження прибуткових видів страхування, а також

SWOT-аналіз ринку дозволяє розробити чітку стратегію розвитку та підвищення конкурентних позицій.

## РОЗДІЛ 3

### **Проблеми страхового бізнесу в Україні та розробка стратегії його конкурентного розвитку**

За допомогою SWOT- аналізу ми оцінили сильні та слабкі сторони страхового бізнесу в Україні, визначили його можливості та загрози. Незважаючи на позитивні тенденції зростання українського страхового ринку, існує ряд проблем, що стають на заваді його розвитку.

По-перше, характерною особливістю українського страхового бізнесу є низький рівень платоспроможного попиту на страхові послуги. Через низький рівень доходів населення не може дозволити собі придбання нових страхових полісів, адже значну частину коштів люди витрачають на забезпечення своїх першочергових потреб, і грошей для заощаджень залишається недостатньо. На купівельну спроможність громадян впливає і фінансово-економічна ситуація в країні, особливістю якої є постійне зростання інфляції. Однак, кожна проблема має своє рішення, і ця – не виняток.

Для зростання попиту на страхові продукти та підвищення платоспроможності страхувальників ми пропонуємо акцентувати увагу на розробці спеціальних доступних програм, зокрема, експрес-програм, що виділяються простотою здійснення виплат, високою оперативністю та нижчою вартістю полісу. До прикладу візьмемо німецьку страхову компанію «Allianz», яка створила інноваційний проект з мікрострахування. Це дає можливість 50 млн людей із малорозвинених країн Латинської Америки, Африки, Азії скористатися захистом мікрострахування від компанії «Allianz» [29, с. 70].

По-друге, із низької купівельної спроможності населення впливає проблема високої вартості страхових послуг, яка часто є обмежуючим фактором для страхувальників. Часто вона пов'язана із великими адміністративними витратами (утримання персоналу, страхових агентів, актуаріїв, велика кількість відділень). Додатковим тягарем для страхувальників буде збільшений розмір банківської комісії, яка стягується із заставних договорів страхування. Скорочення витрат на ведення справи (утримання

персоналу, централізація управлінських та організаційних функцій) дозволять зменшити витрати, що в свою чергу призведе до здешевлення страхового полісу. Посприяє цьому і зниження комісійних виплат страховим посередникам і банкам. Використання франшизи у страховому полісі дає змогу як знизити витрати страховика на покриття незначних збитків, так і зниженню вартості страхування. До того ж, це сприятиме зменшенню імовірності фінансового шахрайства.

По-третє, страховим компаніям України притаманна обмежена пропозиція страхових продуктів. Високорозвинені країни Європи, США, Японія, Китай можуть похвалитися різноманітністю страхових продуктів, розроблених відповідно до інтересів клієнтів різного рівня матеріального забезпечення. Їх страхові компанії функціонують у багатьох країнах світу. Вирішенням цього питання буде запровадження нових страхових продуктів та удосконалення діючих програм страхування. Можна запропонувати введення нових видів обов'язкового майнового страхування: страхування державного майна у використанні; страхування житла фізичних осіб від стихійних лих; страхування відповідальності для акредитованих установ; страхування відповідальності за забруднення навколишнього середовища; страхування відповідальності власників місць масового скупчення людей (ресторани, кінотеатри тощо) [30, с. 208].

Розвиток особистого страхування передбачає активізацію довгострокового страхування життя, що є важливим інвестиційним джерелом, а також розробку і пропозицію дитячих програм добровільного медичного страхування, включення в обсяг страхової відповідальності санаторно-курортного обслуговування населення, реалізацію програм недержавного пенсійного страхування, адаптацію закордонної практики добровільного кредитного та освітнього страхування [31, с. 271].

По-четверте, існує проблема популяризації страхових продуктів серед населення. Велику роль для дистрибуції страхових послуг відіграють страхові посередники: агенти та брокери, оскільки знаходять клієнтів та надають їм

вичерпну інформацію щодо страхових продуктів однієї чи кількох компаній, допомагають підібрати необхідну програму страхування. Агенти є «обличчям» своєї страхової компанії і діють в її інтересах, проте їх діяльність не регламентована законом. Доцільно було б запровадити чітку регламентацію діяльності страхових посередників. Поширювати страхові продукти також можна через прямі (філії страхових компаній, центральний офіс, інтернет-страхування) і непрямі (банки, туристичні фірми, лізингові компанії, агенції нерухомості) канали.

По-п'яте, на невисокий попит впливає недовіра населення до страхових компаній. На це вплинуло декілька факторів, одним з яких є низький рівень якості страхових послуг. Деякі страховики, захоплені бажанням якнайбільше заробити на страхувальниках, недобросовісно виконують свої обов'язки, ухиляються від виплати страхового відшкодування або занижують обсяг цих виплат. Через такі страхові компанії і виникають сумніви щодо чесності та відповідальності перед клієнтами [1, с. 103]. Для забезпечення прозорості діяльності страховиків доцільно: стандартизувати діяльність страховиків на основі принципів Міжнародної асоціації органів нагляду за страховою діяльністю, рекомендаційних вимог Solvency II, що діють в ЄС та положень Міжнародних стандартів фінансової звітності; створити електронну систему контролю за операціями страхування та обліку подібно тій, що є у банківській сфері; підвищити вимоги до платоспроможності страхових компаній на основі оцінки ризиків та якості активів, підвищити контроль за фінансовою та інвестиційною діяльністю; створити єдину базу даних страховиків України; сформулювати вимоги до страхових посередників; забезпечити контроль за вихідним перестрахуванням; розробити дієві схеми державно-приватного партнерства у сфері охорони здоров'я, туризму, страхування сільсько-господарських ризиків [2, с. 47; 3, с. 17].

Страхування не повинно асоціюватися зі словом «страх», а уособлювати «захист» і «безпеку».



По-шосте, перешкодою для розвитку страхового бізнесу стає недостатній рівень страхової та фінансової грамотності населення, що породжує проблеми у змістовому розумінні страхових договорів та умов отримання ними страхового відшкодування при настанні страхових випадків. Велика відповідальність покладена на страховика, який детально ознайомлює клієнта з правилами та умовами договору, пояснює незрозумілі моменти. Велике значення у розвитку страхового бізнесу відіграє інформованість населення не тільки про страхові послуги, але й необхідність самого страхування як методу забезпечення свого життя, здоров'я, майна, бізнесу від можливих ризиків. Враховуючи те, що найбільшими користувачами страхових послуг є люди середнього віку, потрібно розширювати віковий діапазон страхувальників і популяризувати його серед молоді та пенсіонерів. Тенденції XXI століття вимагають вносити корективи у виховання сучасної молоді. Все більш актуальним стає питання вивчення фінансової грамотності як самостійного предмету у закладах середньої освіти. Зростанню середньої кількості страхових договорів також посприє розробка доступних та якісних страхових продуктів, орієнтованих на конкретну соціально-вікову категорію населення. Особливий наголос робиться на поширенні добровільних видів страхування, що підвищують рентабельність страхового бізнесу [1, с. 102].

По-сьоме, при страхуванні майна фізичних та юридичних осіб виділяють страхування іпотеки як застави. Коли підприємство бере кредит в банку, то останній вимагає заставу майна на випадок несплати кредитних коштів, і дуже часто це супроводжується наполегливою рекомендацією застрахуватися у конкретно визначеній страховій компанії, створеній на основі капіталу банку. Вирішення цієї проблеми ми вбачаємо у зменшенні кількості кептивних компаній через їх сумнівну надійність та збільшенні акредитованих компаній з метою запобігання явищу «псевдострахування», де страхові угоди використовуються лише для тіньових фінансових схем.

По-восьме, за результатами дослідження вітчизняного страхового ринку, Україна належить до країн із низьким рівнем конкурентоспроможності та

фінансової стійкості. Для посилення конкурентних позицій необхідно нарощувати страхові резерви, збільшувати якість та розміри активів для виконання своїх зобов'язань перед страхувальниками, провести комплексну оцінку ризиків для розробки досконалих страхових продуктів [1, с. 102].

По-дев'яте, вагомою проблемою залишається підвищення якості освіти працівників та перепідготовки профільних фахівців. Для підвищення кваліфікаційного рівня необхідно закріплювати теоретичні знання практикою страхового маркетингу, фінансового менеджменту страхових компаній. При розробці страхових продуктів – сприяти збалансованості страхового портфелю, розвивати вміння прогнозування і планування змін на ринку та активно реагувати на них упровадженням нових технологій та інновацій [31, с. 270].

Таким чином, в українському страховому бізнесі існує ряд проблем, що стоять на шляху фінансової стійкості та конкурентоспроможності, проте всі вони піддаються вирішенню.

На страховому ринку кожна компанія має свої конкурентні переваги, з якими і пов'язаний її успіх. Аналізуючи п'ять конкурентних переваг М. Портера, можна визначити, що ними є швидкий розвиток діяльності Недержавного пенсійного фонду, банків з надання накопичувально-ощадних страхових продуктів (товари-замінники), іноземні страховики, подолання виникаючих бар'єрів (потенційні конкуренти), значна кількість партнерів та посередників із великим відсотком винагороди (постачальники), швидкість, надійність та якість обслуговування клієнтів, пасивний характер попиту (покупці), висококонкурентний ринок із переважаючими неціновими методами боротьби (інтенсивність конкуренції).

Наявні конкурентні переваги впливають на формування стратегії розвитку страхового ринку. Ці конкурентні переваги мають тривалий характер і дають змогу досягати більш високих прибутків. Якісні переваги, які забезпечуються інноваціями, дають можливість переходити до реалізації конкурентних переваг більш високого рангу, а також збільшувати якість та рівень. Наявність дешевої робочої сили надає переваги низького рангу.

Погоджуємось із висловленою пропозицією В. Бондаренка стосовно того, що залежно від кількості отриманих переваг можна визначити такі стратегії подальшого розвитку конкурентоспроможності страхової компанії: «екстраверт» та «інтроверт». У першій стратегії виділяють 2 напрямки:

- 1) «екстраверт-адаптація», до якого належать страхові компанії з рівнем конкурентоспроможності не вище 0,5, які акумулюють страхові резерви для забезпечення фінансової стійкості в конкурентних умовах, продиктованих компаніями-лідерами страхового ринку;
- 2) «активний екстраверт», що включає компанії з рівнем конкурентоспроможності вище 0,5, які зацікавлені в отриманні додаткових конкурентних переваг шляхом реалізації усіх можливостей використання інноваційних технологій у страховому бізнесі в рамках конкурентного середовища.

Стратегія «інтроверта» найчастіше використовується компаніями, які більшість конкурентних переваг компанія отримали в результаті зовнішніх чинників [32, с. 21].

Таким чином, висвітлення проблем страхового бізнесу – це великий крок до їх вирішення. Для забезпечення конкурентоспроможності українського страхового ринку потрібно подолати проблеми, що перешкоджають його активному розвитку. Зростання конкурентоспроможності українського страхового бізнесу залежить як від законодавчого регулювання страхового ринку шляхом створення відповідних сприятливих умов для його функціонування, так і за допомогою зміцнення конкурентних позицій кожної страхової компанії. Запропонована стратегія діяльності страхових компаній відповідно до чинників їхніх конкурентних переваг дозволяють пояснити їх поведінку в умовах конкурентного середовища страхового ринку.

## ВИСНОВКИ

Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можемо зробити висновок про те, що український страховий ринок перебуває на стадії формування. За короткий період часу свого становлення від уже зіткнувся із певними проблемами, проте це не зупиняє його розвитку. Враховуючи факт, що на ринку небанківських фінансових послуг страховий бізнес займає друге місце, це робить його перспективним та прибутковим напрямом діяльності.

Ефективне управління операційною, фінансовою та інвестиційною діяльністю дозволяє компанії підвищити свої конкурентні позиції на ринку. Для покращення показників операційної діяльності доцільно врегулювати розміри тарифних ставок (забезпечити стабільність ціни страхового портфеля та зниження страхових ставок до оптимального рівня), а також розширити мережеву структуру страхових компаній для збільшення їх частки на ринку страхування. Ефективність фінансової діяльності проявляється у нарощенні розмірів страхових резервів для забезпечення фінансової стійкості страховиків, контролюванні фінансових показників компанії, регулюванні грошових потоків, фінансовому менеджменті. Запорукою успіху в інвестиційній діяльності страховиків є здійснення довгострокових інвестицій за принципами ліквідності, безпечності, диверсифікованості, прибутковості, зворотності.

Під страховим бізнесом ми розуміємо ризикову страхову діяльність, що не суперечить чинному законодавству, та полягає у взаємодії суб'єктів страхового ринку, тобто, страхувальників, страховиків, органів державного нагляду та контролю, з метою надання страхового захисту та отримання прибутку.

Аналізуючи наукові дослідження різних вчених, робимо висновок про неоднозначність поняття «конкурентоспроможність страхового бізнесу». На позицію страхової компанії на ринку прямий вплив має конкурентне середовище, яке формується під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників.

Рівень конкурентоспроможності визначається за допомогою різноманітних якісних та відносних показників, серед яких є фінансові

показники страхової компанії, страхові продукти, база клієнтів, мережева структура, співпраця зі страховими та перестраховими організаціями, система врегулювання страхових випадків та рівень виплати страхових відшкодувань. Для цифрового виміру застосовують показники монополізації (концентрації ринку) та ринкової конкуренції (Герфіндаля – Гіршмана).

Результати порівняльного аналізу страхових ринків доводять, що страховий ринок України займає нижчі позиції, порівняно із високорозвиненими країнами Європи, США, Китаю, Японії, проте має великий страховий потенціал для свого розвитку. Світові процеси глобалізації та інтеграції торкнулися і до українського бізнесу, що проявляється у тенденції зменшення кількості страхових компаній (ліквідації, злитті, поглинанні). Разом з тим підвищуються основні показники діяльності страховиків: нарощення страхових резервів, збільшення розмірів страхових премій, зростання кількості договорів. Найбільш прибутковими видами страхування залишаються автострахування, медичне страхування, страхування життя, майнове страхування. Для оптимізації структури страхового ринку необхідно вжити дієвих заходів для поширення страхування життя та збільшення конкуренції між life-страховиками.

Поєднавши у SWOT-аналізі сильні сторони з можливостями, а слабкі – із загрозами, можна оцінити усі проблеми та побудувати чітку стратегію поведінки страховиків на ринку. Проблемами, що гальмують розвиток страхового бізнесу, є: низький рівень платоспроможного попиту на страхові продукти, низька купівельна спроможність населення, обмежені можливості пропозиції страхових продуктів, недостатня популяризація в суспільстві, недовіра до страховиків, недостатня фінансова та страхова грамотність страхувальників, рівень інформованості населення про страхові послуги та важливість самого процесу страхування, проблема «псевдострахування», низький рівень конкурентоспроможності та фінансової стійкості вітчизняного ринку, рівень освіти фахових працівників компаній. Кожна з цих проблем має запропоновані варіанти вирішення і формує поведінку страховика у

конкурентному середовищі. Крім того, ми пропонуємо ряд додаткових рекомендацій для розвитку страхового бізнесу та підвищення рівня конкурентоспроможності компаній на страховому ринку:

- проведення активної політики щодо роботи з клієнтами з використанням CRM-систем, які полягають у інтегрованому підході до всіх страхувальників, наявності адресної реклами, оцінці результатів попередніх взаємовідносин, можливості виявляти індивідуальні потреби клієнта;
- взаємозв'язок інтересів держави та регіонів у капіталовкладеннях із інтересами страхових компаній в розміщенні страхових резервів;
- застосування податкових пільг для страхових компаній, що інвестують у програми регіонального розвитку;
- популяризація у засобах масової інформації добровільного страхування;
- розширення спектру страхових послуг, враховуючи економічний, кліматичний, екологічний, соціальний потенціал;
- застосування технологій автоматизованого управління бізнес-процесами, аутсорсингу для скорочення операційних витрат;
- активне застосування інтернет-каналів для збільшення продажів страхових послуг.

Отже, сучасний страховий бізнес має перспективи для конкурентного розвитку. Для цього має бути взаємодія усіх суб'єктів страхового ринку. Завдяки спільним зусиллям український страховий бізнес може вийти на світовий рівень розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Панчук Д.В. Проблеми майнового страхування в Україні / Д.В. Панчук, В.В. Костецький // Актуальні проблеми корпоративних фінансів та фінансових ринків: збірник студентських наукових праць. –Тернопіль, ТНЕУ – 2018. – с. 100-104.
2. Сова О.Ю. Проблеми та перспективи розвитку страхового бізнесу в Україні / О.Ю. Сова // Наука й економіка. – 2015. - № 1 (37). – с. 42-48.
3. Бунін С.В. Сучасний стан і тенденції світового ринку страхових послуг / С. В. Бунін // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2017. – с.15-19.
4. Шолойко А.С. Страховий ринок України: підходи до його класифікації та періодизації // А. С. Шолойко / Вісник АПСВТ. – 2014. – с. 94-102.
5. Філософія бізнесу. Бізнес як вид економічної діяльності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [https://pidruchniki.com/87615/finansii/filosofiya\\_biznesu#gads\\_btm](https://pidruchniki.com/87615/finansii/filosofiya_biznesu#gads_btm)
6. Хелферт З. Техніка фінансового аналізу / Пер. с англ. под ред. Л.П. Белых - М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. - 663 с.
7. Словник страхових термінів. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: // <http://www.grdn.com.ua/glossary.html>
8. Сутність грошових надходжень страховиків та їх класифікація. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [http://dn.khnu.km.ua/dn/k\\_default.aspx?M=k0721&T=02\\_1&lng=1&st=0](http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0721&T=02_1&lng=1&st=0)
9. Наказ Міністерства фінансів України Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 Загальні вимоги до фінансової звітності затверджений 07. 02. 2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/RE22868.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE22868.html).
10. Налукова Н. І. Фінансова діяльність страховика: концептуальні засади теорії і практики. / Н. І. Налукова, М. Бадида // Світ фінансів. - № 2. – 2015. – с. 105-117.

11. Інвестиційна діяльність страхових компаній України – стратегії та пріоритети. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [http://allref.com.ua/uk/skachaty/investiciiyna\\_diyalnist\\_strahovih\\_kompaniiy\\_Ukrayini\\_-\\_strategiya\\_ta\\_prioriteti](http://allref.com.ua/uk/skachaty/investiciiyna_diyalnist_strahovih_kompaniiy_Ukrayini_-_strategiya_ta_prioriteti)
12. Інвестиційна діяльність страхової організації. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [https://pidruchniki.com/1663111642482/strahova\\_sprava/investitsiyna\\_diyalnist\\_strahovoyi\\_organizatsiyi](https://pidruchniki.com/1663111642482/strahova_sprava/investitsiyna_diyalnist_strahovoyi_organizatsiyi)
13. Джоан Магретта. Ключевые идеи. Майкл Портер – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. – с. 272.
14. Сапрун Г.Г. Удосконалення підходу до аналізу конкурентоспроможності підприємств в умовах міжнародної інтеграції. / Г.Г. Сапрун, О.В. Хмеленко // «Молодий вчений» – № 10 (50). – Жовтень, 2017. – с. 1037- 1040.
15. Іонін М. Є. Параметри оцінки конкурентної позиції страхової компанії. / М. Є. Іонін // Фінанси, учет, банки. - №1 (20). – 2014. – с. 137-144.
16. Баглюк Ю.Ю. Страховий ринок України: капіталізація й конкуренція / Ю.Ю. Баглюк // Фінанси України. – 2012. – № 12. – с. 67–75.
17. Налукова Н. І. Конкуренція як запорука успішного розвитку страхового ринку. / Н.І. Налукова // Світ фінансів. - № 3 (48). – 2016. – с. 102-112.
18. Класичні та неокласичні теорії досконалої та недосконалої конкуренції. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <https://msd.in.ua/klasichni-ta-neoklasichni-teorii-doskonaloї-ta-nedoskonaloї-konkurencii/>
19. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія. / В. Д. Базилевич // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <https://westudents.com.ua/glavy/54316-ekonomichniy-zakon-konkurents.html>
20. Пономарьова О.Б. Аналіз конкурентоспроможності страхових компаній України. / О.Б. Пономарьова, А.В. Перетяцько, С.С. Дегтярьова // «Молодий вчений». - № 12 (39). – грудень, 2016. – с. 843-846.
21. Страховий бізнес: оцінка конкурентоздатності послуг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://osvita.ua/vnz/reports/management/14584/>

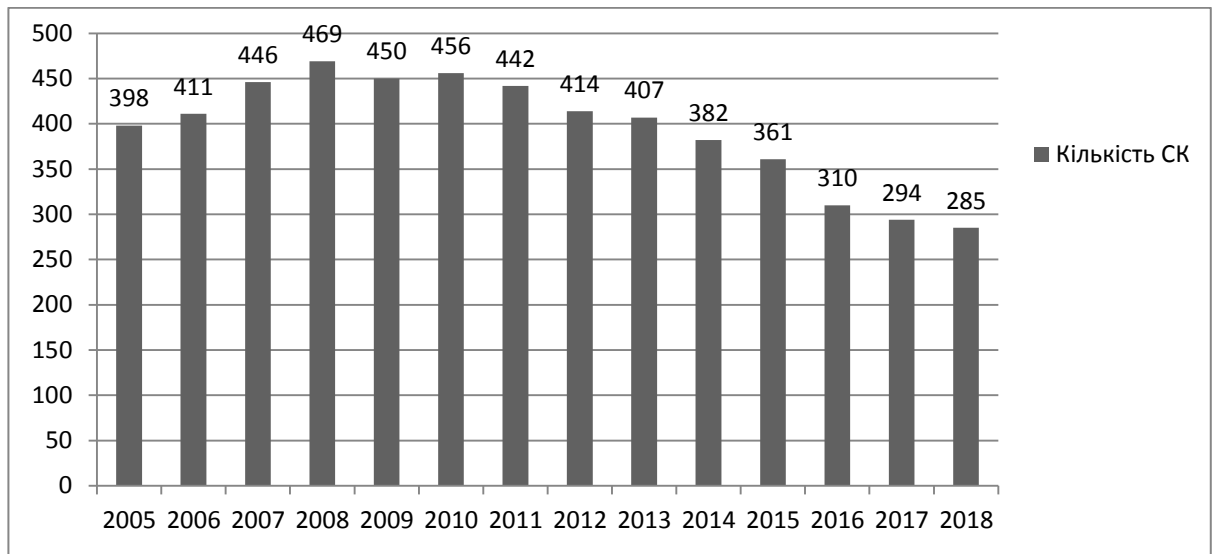


22. Тенденції розвитку міжнародного страхового ринку. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [https://pidruchniki.com/1499031244260/finansi/tendentsiyi\\_rozvitku\\_mizhnarodnogo\\_strahovogo\\_rinku](https://pidruchniki.com/1499031244260/finansi/tendentsiyi_rozvitku_mizhnarodnogo_strahovogo_rinku)
23. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html>
24. Втрати економіки від банківської кризи в 2014-2016 - 38% ВВП - Рада НБУ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <https://www.epravda.com.ua/news/2017/07/5/626764/>
25. Sigma 3/2018: World insurance in 2017: solid, but mature life markets weigh on growth. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2018-03.html>
26. Insurance TOP. Рейтинг страхових компаній. - № 4(64). – 2018. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <https://forinsurer.com/files/file00645.pdf>
27. Рейтинг страхових компаній України за 9 місяців 2018 г. [Електронний ресурс]. Режим доступу: // <https://forinsurer.com/ratings/>
28. Огляд ринку небанківських фінансових послуг України за показниками фінансової звітності за 2017 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ufu.org.ua/ua/news/federation\\_news/12997/](http://www.ufu.org.ua/ua/news/federation_news/12997/)
29. Януль І.Є. Досвід зарубіжних країн у галузі страхування майна / І.Є. Януль, Т.С. Касьянюк. // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 6. – с. 68-73.
30. Канєва Т.В. Проблеми та напрями розвитку страхування майна в Україні / Т.В. Канєва, Д.В. Наливайко // Гроші, фінанси і кредит. – 2017. – Випуск 5(61). – с. 202-209.
31. Шлапак Н.С. Проблеми розвитку страхового бізнесу у сучасних умовах / Н.С. Шлапак, Т.Е. Кривич // Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property 2017. – Issue 15. – 2017. – с. 268-272.

32. Бондаренко В.М. Конкурентна стратегія страхових компаній на ринку фінансових послуг / В.М. Бондаренко // Науковий вісник «Полісся». – № 3 (3). – 2015. – с. 19-27.

## ДОДАТКИ

### Додаток А



**Рис. 1. Динаміка кількості страхових компаній за 2005-2018 рр. [23]**

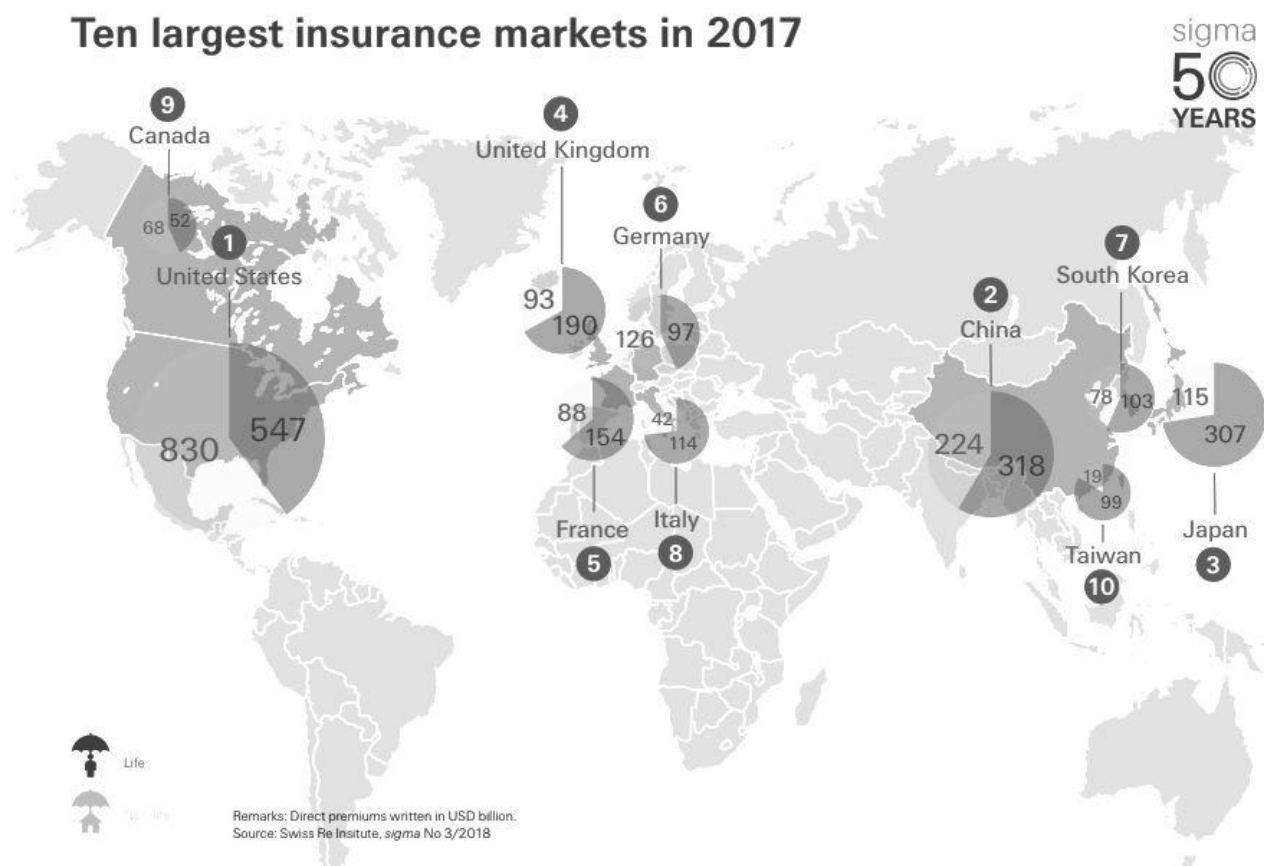
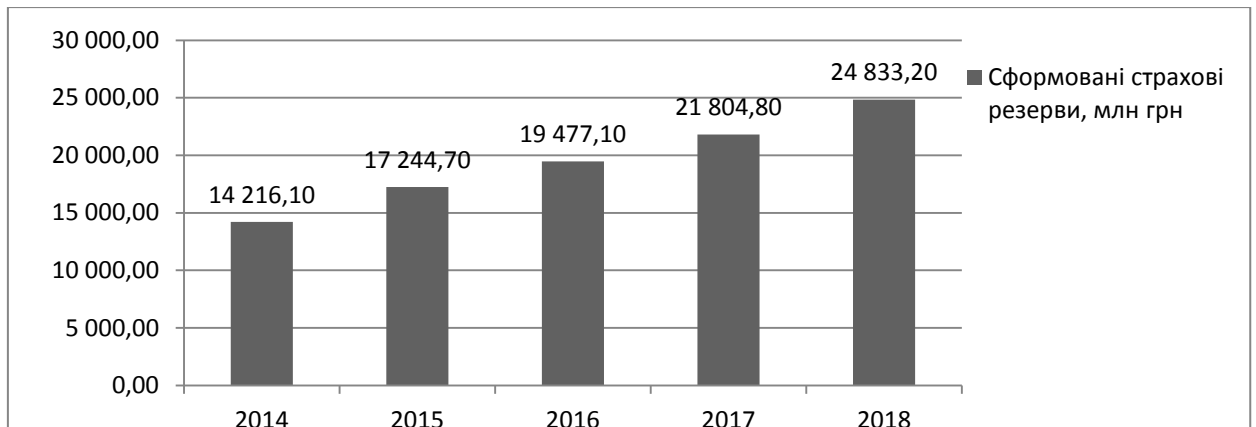


Рис. 1. Тор-10 найбільших страхових ринків у 2017 році [25]

## Додаток В



**Рис. 3. Обсяг сформованих страхових резервів за 9 місяців 2014- 2018 рр. [23]**

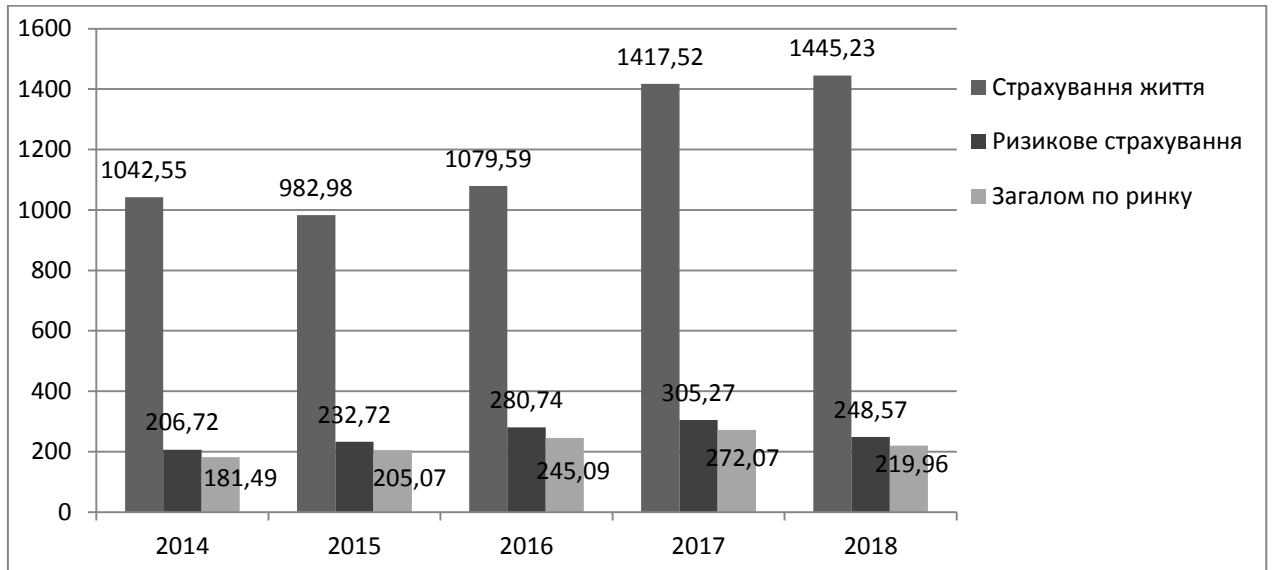
## Додаток Г

Таблиця 1

**Концентрація страхового ринку за 9 місяців 2018 року [23]**

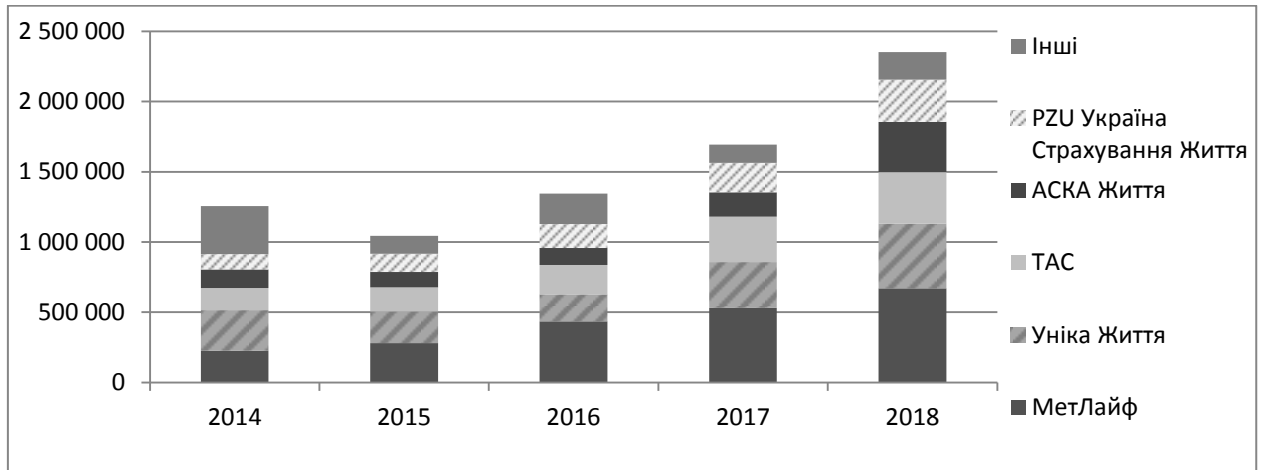
Перші (Top)	Life - страхування		Non-Life – страхування		
	Страхові премії, млн грн	Частка на ринку, %	Страхові премії, млн грн	Частка на ринку, %	Кількість СК, які більше 50% страхових премій отримали від перестраховальників
Top 3	1 496,3	54,6	4 791,4	14,9	2
Top 10	2 650,7	96,7	12 734,2	39,6	4
Top 20	2 740,0	100,0	19 992,9	62,2	9
Top 50	X	x	28 440,2	88,5	11
Top 100	X	x	31 481,2	98,0	13
Top 150	X	x	32 042,6	99,7	16
<b>Всього по ринку</b>	<b>2 741,1</b>	<b>100,0</b>	<b>32 164,2</b>	<b>100,0</b>	<b>23</b>

### Додаток Д



**Рис. 4. Рівень концентрації страхового ринку у 2014-2018 рр. [23]**

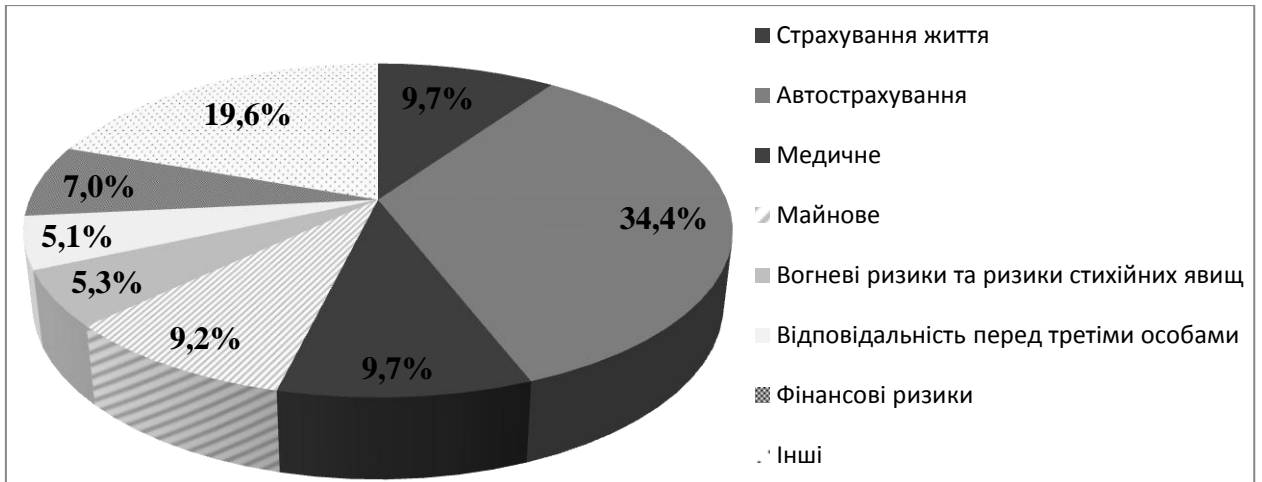
## Додаток Е



**Рис. 5. ТОП-5 страхових компаній, що надають послуги по страхуванню життя, за розмірами страхових премій за 9 місяців 2014-2018рр. [27]**



Додаток Ж



**Рис. 6. Найбільш прибуткові види страхування за розмірами чистих страхових премій у 2018 році [23]**