**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**
**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку

**Кваліфікаційна робота**

магістра

# на тему «Формування та розвиток страхових послуг в Україні»

Виконала: студентка 2 курсу групи 8.0723-фк-з-дн
спеціальності 072 Фінанси, банківська справа, страхування
та фондового ринку, освітня програма фінанси і кредит
Т.А.Кузьміневич

Керівник к.ф.-м.н., доцент Кисільова І.Ю.
Рецензент д.е.н., професор Череп А.В.

Запоріжжя
2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет економічний
Кафедра фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
Освітня програма Фінанси і кредит

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри _____А.В. Череп

«____»_____2024 року

**З А В Д А Н Н Я**
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

Кузьміневич Тетяні Анатоліївні

1. Тема роботи: «Формування та розвиток страхових послуг в Україні»
керівник роботи: Кисільова Інна Юріївна, к.ф.-м.н, доцент
затверджені наказом ЗНУ від 29 грудня 2023 р. № 2251-с.

2. Строк подання студентом роботи: 03 лютого 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: дані щодо стану страхового ринку, Державної служби статистики України, Національного банку України, а також монографічні дослідження та наукові статті вітчизняних і зарубіжних авторів.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): визначити сутність та ознаки страхового продукту та страхової послуги, визначити особливості формування ринку страхових послуг в Україні; розглянути новітні технології на ринку страхових послуг.
Провести аналіз основних показників ринку страхових послуг України, здійснити аналіз динаміки та структури ринку страхових послуг за основними класами страхування; проаналізувати канали реалізації страхових послуг. Розглянути тенденції діджиталізаціі на страховому ринку України та визначити тенденції та перспективи інноваційного розвитку страхових послуг в Україні.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): кваліфікаційна робота містить 19 рис., 45 табл. і 1 формулу.

**6.** Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|---|---|---|---|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| 1 | Кисільова І.Ю., доцент | 08.11.2024 р. | 08.11.2024 р. |
| 2 | Кисільова І.Ю., доцент | 06.12.2024 р. | 06.12.2024 р. |
| 3 | Кисільова І.Ю., доцент | 30.12.2024 р. | 30.12.2024 р. |

7. Дата видачі завдання: 1 жовтня 2024 року

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапі в роботи | Примітка |
|---|---|---|---|
| 1. | Складання бібліографії та вивчення літературних джерел | 01.10.2024 р. – 31.10.2024 р. | виконано |
| 2. | Виконання вступу | 01.11.2024 р. – 07.11.2024 р. | виконано |
| 3. | Виконання розділу 1 | 08.11.2024 р. – 05.12.2024 р. | виконано |
| 4. | Виконання розділу 2 | 06.12.2024 р. – 29.12.2024 р. | виконано |
| 5. | Виконання розділу 3 | 30.12.2024 р. – 16.01.2025 р. | виконано |
| 6. | Формулювання висновків | 17.01.2025 р. – 23.01.2025 р. | виконано |
| 7. | Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії | 24.01.2025 р. – 02.02.2025 р. | виконано |
| 8. | Подання роботи на кафедру | 03.02.2025 р. | виконано |

Студент _____ Т.А. Кузьміневич
( підпис ) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ І.Ю.Кисільова
(підпис) (ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер _____ І.О. Щебликіна
( підпис ) (ініціали та прізвище)

# РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 121 с., 19 рис., 45 табл., 94 джерела

Об’єкт дослідження – процеси формування та стану страхових послуг в Україні.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методичних засад та прикладних проблем, пов’язаних із наданням страхових послуг в Україні.

Методи досліджень: діалектичний; системний, комплексний та структурно-функціональний підхід, кількісний аналіз, аналітичний; математичного моделювання.

Метою роботи є узагальнення, поглиблення і розвиток концептуальних засад розвитку страхових послуг в Україні.

Завдання: виявити сутність і властивості страхових послуг, визначити функції страхових послуг у системі економічних відносин; надати класифікацію страхових послуг та виявити їх якісні характеристики та чинники, які впливають на якість страхових послуг; проаналізувати стан ринку страхових послуг України, виявити основні закономірності, тенденції й особливості у цій сфері; проаналізувати стан страхових послуг за видами та галуззями страхування, виявити найбільш популярні та перспективні послуги; охарактеризувати традиційні та новітні канали реалізації страхових послуг; охарактеризувати тенденції діджіталізації та інноваційні тренди на ринку страхових послуг України.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в систематизації теоретичних положень щодо сутності страхових послуг та функціонування ринку страхових послуг. Практичне значення мають розробки рекомендацій щодо організації та вдосконалення процесу надання страхових послуг на ринку.

СТРАХОВІ ПОСЛУГИ, РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ, КАНАЛИ РЕАЛІЗАЇ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ, РИЗИКОВЕ СТРАХУВАННЯ, СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ, ДІДЖІТАЛІЗАЦІЯ

# SUMMARY

Qualification work: 121 p., 19 figs., 45 tables, 94 sources

In modern conditions, the issues of protecting economic entities from potential threats and creating an effective system of protection from the influence of various negative factors are of particular importance. To do this, it is necessary to ensure the effective functioning of the insurance market, which provides for the provision of a wide range of demanded insurance services. Progressive and steady socio-economic development of the state cannot be ensured without a developed insurance market, which, in turn, contributes to the improvement of the well-being of the population, the safe functioning of business entities.

The relevance of this problem, its theoretical and practical significance determined the choice of the research topic and determined its purpose.

The purpose of the work is to generalize, deepen and develop the conceptual foundations of the functioning of the insurance services market in Ukraine.

In the process of writing the work, in order to achieve the set goal, it is necessary to solve the following tasks:

− to identify the essence and properties of insurance services,

− to determine the functions of insurance services in the system of economic relations;

− to provide a classification of insurance services and to identify their qualitative characteristics and factors that affect the quality of insurance services;

− to analyze the state of the insurance services market in Ukraine, to identify the main patterns, trends and features in this area;

− to analyze the state of insurance services by types and branches of insurance, to identify the most popular and promising services;

− to characterize the traditional and newest channels for the sale of insurance services;

− to characterize the trends in digitalization and innovative trends in the insurance market of Ukraine.

Object of research (activity and state of the insurance services market of Ukraine. Subject of research (a set of theoretical and methodological foundations and applied problems related to the functioning of the insurance market of Ukraine. Research methods: abstract-logical, dialectical, analytical, comparative analysis, economic, mathematical and statistical methods.

The sources of information for the study were the results of scientific research of domestic and foreign scientists, official statistics of insurance organizations and the insurance market, legislative and regulatory acts of Ukraine, periodicals, Internet resources.

The scientific novelty of the results obtained lies in the systematization of theoretical provisions on the essence of insurance services and the functioning of the insurance market.

Of practical importance are the development of recommendations for the organization and improvement of the process of providing insurance services in the market.

INSURANCE SERVICES, INSURANCE MARKET, INSURANCE SALES CHANNELS, RISK INSURANCE, LIFE INSURANCE, DIGITALIZATION

ЗМІСТ

ВСТУП …… 8
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ……..... 12
1.1 Страховий продукт та страхова послуга. Сутність та ознаки……. 12
1.2 Особливості формування ринку страхових послуг в Україні …… 22
1.3 Новітні технології на ринку страхових послуг…… 29
2 СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ…….. 34
2.1 Аналіз основних показників ринку страхових послуг України ……. 34
2.2 Аналіз динаміки та структури ринку страхових послуг за основними класами страхування……. 50
2.3 Аналіз каналів реалізації страхових послуг……. 70
3 СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ …… 85
3.1 Тенденції діджиталізації на ринку страхових послуг України …….. 85
3.2 Тенденції та перспективи інноваційного розвитку страхових послуг в Україні ……..... 95
ВИСНОВКИ……... 108
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 112
Декларація академічної доброчесності здобувача …….. 122

# ВСТУП

В сучасних умовах особливого значення набувають питання збереження господарюючих суб'єктів від потенційних загроз, та створення ефективної системи захисту від впливу різноманітних негативних факторів. Для цього необхідно забезпечити ефективне функціонування страхового ринку, що передбачає надання широкого асортименту затребуваних страхових послуг. Поступальний та неухильний соціально-економічний розвиток держави неможливо забезпечити без розвиненого страхового ринку, який, в свою чергу, сприяє підвищенню добробуту населення, безпечному функціонуванню суб'єктів господарювання.

Динамізм розвитку трансформаційних змін в усіх сферах людського буття обумовлений широким спектром прояву різноманітних ризиків: природних; антропогенних; екологічних; фінансово-економічних; соціально-психологічних тощо, а також їх впливом на оточуюче середовище. Досягнення сталості соціально-економічного зростання можливе лише за умов ефективного реагування та своєчасної протидії прояву ризикових ситуацій. Необхідною ознакою цивілізаційності сучасних економічних процесів є розвиток системи страхування та її складової частини ринку страхових послуг.

Страхові послуги у ринковій економіці являються ефективним інструментом захисту від можливих ризиків, який забезпечує неперервність та безперебійність процесу відтворення, соціальноекономічну стабільність у суспільстві, слугує одним із головних джерел інвестиційного капіталу.

Саме розгалужена система страхових послуг здатна захистити майнові та особисті інтереси фізичних та юридичних осіб під час невизначеності. Виходячи з досвіду провідних країн Європейського Союзу, страхування розглядається як незамінний атрибут ринкової економіки. Наявність страхового полісу з того чи іншого виду страхування сприймається як необхідність у повсякденному житті.

Повномасштабні військові дії на території України значно впливають на економіку держави, і на всі сфери суспільного життя: руйнування житлового фонду та інфраструктури, нанесені значні збитки тощо. Надання страхових послуг, які відповідають нагальним вимогам страхувальників, є одним із дієвих механізмів, що спрямований на забезпечення компенсації та відшкодування збитків громадянам у результаті військових дій.

Практичні та теоретичні, а також методологічні аспекти формування та реалізації страхових послуг досліджували у своїх працях вітчизняні й зарубіжні вчені, такі як В. Д. Базилевич, Н.О. Шишпанова, О.О.Гаманкова, О.А.Боднар, В.В.Хоренженко, Ю.В.Татаренкова, Р.В.Пікус, Ю.М. Клапків та інші.

Віддаючи належне науковим розробкам зарубіжних і вітчизняних вчених, слід зауважити, що деякі питання, пов'язані з розробкою практичних рекомендацій та обґрунтуванням науково-методичних засад щодо стану та перспектив розвитку ринку страхових послуг та питань реалізації страхових послуг потребують подальшого дослідження.

Актуальність зазначеної проблематики, її теоретична та практична значимість визначили вибір теми дослідження та обумовили його мету.

Об’єкт дослідження – процеси формування та стану страхових послуг в Україні.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методичних засад та прикладних проблем, пов’язаних із наданням страхових послуг в Україні.

Метою роботи є узагальнення, поглиблення і розвиток концептуальних засад розвитку страхових послуг в Україні.

В процесі написання роботи для виконання поставленої мети потрібно вирішити такі завдання:

− виявити сутність і властивості страхових послуг, визначити функції страхових послуг у системі економічних відносин;

− надати класифікацію страхових послуг та виявити їх якісні характеристики та чинники, які впливають на якість страхових послуг;

− проаналізувати стан ринку страхових послуг України, виявити основні закономірності, тенденції й особливості у цій сфері;

− проаналізувати стан страхових послуг за видами та галуззями страхування, виявити найбільш популярні та перспективні послуги;

− охарактеризувати традиційні та новітні канали реалізації страхових послуг;

− охарактеризувати тенденції діджіталізації та інноваційні тренди на ринку страхових послуг України.

Методи дослідження: абстрактно-логічний, діалектичний, аналітичний, порівняльний аналіз, економіко-математичні та статистичні методи.

Джерелами інформації для дослідження виступили результати наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, офіційна статистика страхових організацій та страхового ринку, законодавчі та нормативні акти України, періодичні видання, інтернет-ресурси.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в систематизації теоретичних положень щодо сутності страхових послуг та функціонування ринку страхових послуг.

Практичне значення мають розробки рекомендацій щодо організації та вдосконалення процесу формування страхових послуг та надання страхових послуг на ринку.

Кваліфікаційна робота містить три розділи.

В першому розділі розглянуто теоретичні положення щодо сутності та ознак страхового продукту та страхової послуги. Також визначено особливості формування ринку страхових послуг в Україні та розглянути новітні технології, зокрема технології діджіталізації, на ринку страхових послуг.

В другому розділі проведено аналіз основних показників ринку страхових послуг України, здійснено аналіз динаміки та структури ринку страхових послуг за основними класами страхування. Також проаналізовано основні канали реалізації страхових послуг.

В третьому розділі розглянуто тенденції діджиталізації на страховому ринку України та визначено тенденції та перспективи інноваційного розвитку страхових послуг в Україні.

Апробація результатів дослідження.

Результати дослідження представлено тезами в матеріалах IX Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи сучасної науки: теорія та практика», м. Львів, Україна 14-16.жовтня 2024 р.: Kuzminevych T. A., Kysilova I. Yu. Directions of digitalization in the insurance market of Ukraine // Perspectives of contemporary science: theory and practice. Proceedings of the 9th International scientific and practical conference. SPC "Sci-conf.com.ua". Lviv, Ukraine. 2024. Pp. 1171-1175. URL: https://sci-conf.com.ua/ix-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-perspectivesof-contemporary-science-theory-and-practice-14-16-10-2024-lviv-ukrayina-arhiv/. С.1171-1175.

По результатам роботи опубліковано статтю в науковому періодичному виданні: Кузьміневич Т. А., Кисільова І. Ю. Analysis of sales channels for insurance products. *Успіхи і досягнення у науці*. 2024. № 8. С. 634-643. URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/issue/view/287.

# 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

## 1.1 Страховий продукт та страхова послуга. Сутність та ознаки

Страховий продукт (послуга) визначається дослідниками, зокрема Н.О. Шишпановою [1] як «комплекс цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством».

Так, О.Д. Вовчак розуміє страхову послугу як «…договірну послугу на певних умовах, яка укладається для відшкодування матеріальних збитків, понесених особою, що є учасником договірних відносин» [2].

О.А.Боднар, В.В.Хоренженко, Ю.В.Татаренкова [3] визначають, що «страхова послуга – це фінансова послуга у вигляді продажу юридично оформлених зобов'язань по наданню страхового захисту, який пропонують на ринку страховики потенційним страхувальникам».

Г.О. Ільченко [4] формулює поняття страхової послуги як «сукупності дій страховика, спрямованих на задоволення майнових і немайнових інтересів споживачів страхових послуг у випадку настання певних подій страхових випадків, визначених договором страхування, за рахунок коштів страхового фонду». Подібне визначення дає і Ю.М. Клапків [5].

Аналізуючи вищеназвані визначення, можна зробити висновок, що основною ознакою страхової послуги є задоволення інтересів (майнових і немайнових) споживачів.

Однак, за іншим підходом страхова послуга включається у страховий продукт, і є втіленням і практичною реалізацією конкретних продуктів страхової компанії, у зв'язку з чим вона завжди індивідуальна. Тому доцільно розглянути різницю між поняттями «страхова послуга» та «страховий продукт».

Поняття «страховий продукт», «страхова послуга» є взаємозалежними та невіддільними. Клієнт страхової компанії не може отримати страхової послуги без страхового продукту. Зокрема на сайті «Форіншурер» [6] страховий продукт визначається як проміжна «сировина» для формування страхової послуги.

Страхова послуга може не бути страховим товаром, якщо вона не продається і не купується; і може бути страховим товаром, якщо вона виробляється страховиком для продажу, і цей продаж стає регулярним.

Розглянемо існуючі в науковій літературі концепції «страхового продукту» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Концепції страхового продукту

| Назва концепції | Сутність концепції |
|---|---|
| Компенсаційна | Основою страхового продукту є ризикова компенсація з боку страховика |
| Інформаційна | Страхова послуга, що надається страхувальнику, полягає у наданні гарантії, а будь-який страховий продукт є певним обсягом інформації, що містить умови видачі страхової гарантії |
| Концепція 3-х рівневого продукту за Халлером | Виділяється три підсистеми страхового продукту: фінансова, технічна, соціальна |
| Концепція Д.Фарні | Страховий продукт є системою, що містить у собі ризикову, нагромаджувальну та забезпечувальну підсистеми |

На думку В.В.Мальцевої [7], страховий продукт – це комплекс умов щодо надання страхового захисту за окремим об’єктом чи групою об’єктів, що зафіксовано в угоді між страховиком та страхувальником та підкріплено відповідним обсягом коштів страхових резервів, з яких має бути здійснена виплата страхувальнику, застрахованому чи вигодонабувачеві за умов настання страхового випадку.

За думкою А. Прядки [8], характерними ознаками страхових продуктів є :

− невідчутність та невіддільність. Страховий продукт не має матеріального втілення, його не можна побачити, а можна лише відчути через певний період часу при настанні страхового випадку;

- незбереженість. Страховий продукт не можна виробити наперед і зберігати на складах із метою подальшого продажу;
- ризиковість;
- часова обмеженість. Страховий захист діє протягом певного періоду часу, який вказується у договорі страхування;
- страховий продукт не можна запатентувати;
- страховий продукт неможливо заощадити, накопичити);
- страховий продукт не передається як власність, а право скористатись ним можна передати у випадках, передбачених договором страхування.

В.В. Мальцева [7] визначає ключові складові страхового продукту, які зумовлюють його якість (рис.1.1).

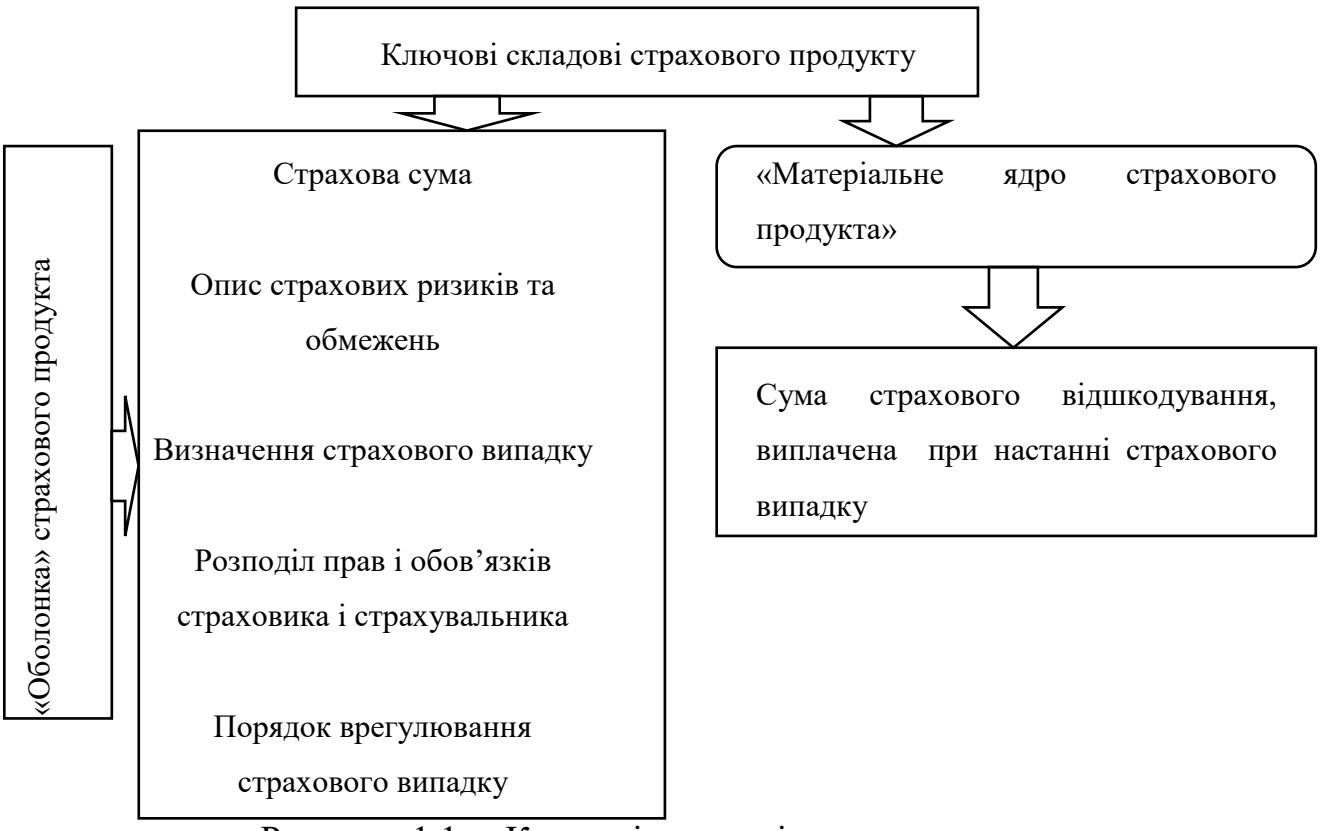



Рисунок 1.1 – Ключові складові страхового продукту

Класифікація страхових продуктів наведена на рис. 1.2.

КЛАСИФІКАЦІЯ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ

| За способом споживання | За тривалістю споживання | За рівнем інноваційності | Залежно від попиту |
|---|---|---|---|
| – індивідуальні страхові продукти;<br>– колективні страхові продукти;<br>комплексні страхові продукти | – страхові продукти короткостроковог о споживання;<br>– страхові продукти з обмеженим строком споживання;<br>– страхові продукти довгострокового споживання. | – принципово нові страхові продукти<br>– частково нові страхові<br>– умовно нові страхові продукти<br>– продукти нові з погляду системи продажів | – страхові продукти масового попиту;<br>– страхові продукти імпульсивного попиту купівля без особливих роздумів);<br>– страхові продукти, які купуються у нагальних випадках;<br>– страхові продукти як результат попереднього вибору;<br>– страхові продукти особливого попиту;<br>– страхові продукти пасивного попиту. |

Рисунок 1.2 – Класифікація страхових продуктів

Дослідження тлумачень поняття страхової послуги в працях вітчизняних і зарубіжних учених дає змогу визначити страхову послугу як специфічний товар, який реалізується страховиком на договірній основі за певну плату страхувальника.

Метою страхової послуги є отримання прибутку й задоволення потреб страхувальника щодо захисту його економічних інтересів від наслідків несприятливих подій, тобто страхових випадків.

Слід зазначити, що дослідження сутності страхової послуги як специфічного товару на страховому ринку та особливостей каналів реалізації страхових послуг забезпечує основу для визначення та адекватної оцінки

факторів формування та розвитку вітчизняного страхового ринку й удосконалення методів його організації та регулювання.

Тлумачення поняття страхової послуги наведено в табл. 1.2:

Таблиця 1.2 – Тлумачення поняття «Страхова послуга»

| | |
|---|---|
| О.Д. Вовчак [2]. | договірна послуга на певних умовах, яка укладається для відшкодування матеріальних збитків, понесених особою, що є учасником договірних відносин |
| Г.О. Ільченко [4]. | сукупність дій страховика, спрямована на задоволення майнових і немайнових інтересів споживачів страхових послуг у випадку настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування, за рахунок коштів, зібраних фондом страхування шляхом сплати страхувальником страхових платежів і одержання страховиком інших доходів від розміщення, інвестування або іншого використання коштів цих фондів |
| С.М.Клейменова [9]. | задоволення інтересів (майнових і немайнових) послугоотримувача у випадку настання позначених у договорі страхування обставин. |
| І. В. Мазурова [10] | фінансові операції страховиків, що здійснюються для забезпечення страхового захисту страхувальників або застрахованих осіб. |
| Н. І.Налукова [11] | Страхова послуга є кінцевим результатом діяльності страхової компанії щодо задоволення потреб клієнтів, пов'язаних із захистом їх майнових та особистих інтересів, є товаром із притаманними йому споживною та міновою вартістю, що пропонується на ринку страхових послуг, і, відповідно, є об'єктом страхового маркетингу. |
| Т.Є.Терещенко [12] | Страхова послуга – різновид страхового продукту і виражається в конкретних діях страхової організації, направлених на задоволення конкретних потреб клієнта в страховому захисті, наповненому грошовим змістом. |
| І.В.Фісун, О.В.Чернявська [13] | Страхова послуга - фінансова послуга у вигляді продажу юридично оформлених зобов'язань по наданню страхового захисту, який пропонують на ринку страховики потенційним страхувальникам |

І.В.Фісун та В.В.Чернявський [13] дають, на наш погляд, найповніше визначення страхової послуги, розглядаючи її в двох аспектах: У першому аспекті страхову послугу доцільно розглядати з погляду страхової премії, яка є авансованими коштами страхувальника, у другому – з погляду отримання прибутку страхової компанії і задоволення потреб страхувальника.

С.М. Клейменова [9] наголошує на тому, що страховим послугам властиві загальні ознаки, характерні для всіх видів послуг:

- страхова послуга характеризується нематеріальністю результату;
- страховій послузі властива невіддільність надання й споживання;
- мінливість якості страхової послуги як об'єкта цивільного права;
- дії, спрямовані на надання страхових послуг пов'язані з фінансовими активами, причому ці дії можуть здійснюватися в інтересах третіх осіб.
- ступінь необхідності страхової послуги залежить від того, яким чином впливає прояв волі клієнта на укладання договору.

З погляду умов надання страхових послуг та умов договору страхування, можна надати наступну класифікацію страхових послуг (рис.1.3):




Рисунок 1.3 – Класифікація страхових послуг

І.В.Фісун та В.В.Чернявський [13] визначають особливості страхової послуги як специфічного товару на страховому ринку як з точки зору попиту, так і з точки зору пропозиції ( табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Особливості страхової послуги як товару

| З боку пропозиції: | З боку попиту: |
|---|---|
| - страхова послуга це обіцянка щодо виконання зобов'язань, передбачених угодою, якщо під час договору настануть страхові події;<br>- труднощі переконання в необхідності страхування;<br>- суб'єктивність в оцінці рівня ризику з боку його носія викликає необхідність проведення андерайтингу ризику;<br>- оплата страхової послуги не має зустрічного (співпадаючого в часі) руху економічного блага;<br>- ціна послуги визначається індивідуально: на умовах певних правил страхування різні договори оплачуються за індивідуальними цінами, розрахованими з урахуванням особливостей клієнта, ризику й інших факторів;<br>- є нормативно регульована залежність пропозиції страхової послуги від фінансових можливостей страхової компанії;<br>- орієнтація на різні цільові групи споживачів вимагає пропонувати страхові послуги з урахуванням їх інтересів. | - психологічний фактор оцінки потреби в придбанні страхової послуги;<br>- невідчутність і складність умов страхування робить страхову послугу «непрозорою», що викликає сумніви щодо її якості;<br>не здобувається конкретний предмет або вигода, задоволення на даний момент часу, але клієнт одержує гарантії спокою, економічної впевненості при несприятливому результаті подій;<br>- споживчою вартістю страхової послуги є забезпечення страхового захисту,<br>що здобуває форму страхового покриття;<br>- ціна послуги виражається в тарифі;<br>- страхова послуга може бути надана в чинність вимог закону (в обов'язковому страхуванні), що принципово змінює схему здійснення добровільного обміну при покупці товару;<br>- страхова послуга може бути продана методом співстрахування або перестрахування;<br>- страхова послуга як товар має характер загальної послуги, тому що є потенційно можливою для всіх страхувальників, що гарантується коштами сформованого страхового фонду. |

А.Г.Беспалова [14] зазначає, що складність процесу розробки й формування страхової послуги страховою організацією зумовлена як значною кфількістю параметрів, які впливають на неї, так і значним обсягом необхідної вихідної інформації.

Для успішної реалізації страхових послуг на ринку, як зазначає більшість вітчизняних та зарубіжних експертів, зокрема M.Eling, R.Jia [15], K. Fotova Čiković, V.Cvetkoska, M.Mitreva [16], A. Vintilă , I.-M. Trucmel , M. D. Roman [17] та інших, важливим процесом є розробка вимог до страхових послуг, тобто

визначення властивостей страхових послуг, які найбільшою мірою сприяють задоволенню потреб страхувальників і відповідають споживчим перевагам.

Аналіз літературних джерел дозволив сформулювати загальні вимоги до страхових послуг:

− наявність суспільної корисності послуги (сформованого страхового інтересу);

− наявність ризикової частини страхової послуги;

− наявність сервісної частини, яка забезпечує реалізацію ризикової частини та надає привабливість послузі, забезпечує створення фірмової послуги, що відрізняє одну страхову компанію від іншої;

− страхова послуга має передбачати систему каналів продажів;

− страхова послуга має бути вбудована в систему управління ризиком.

− страхова послуга повинна враховувати систему зовнішніх факторів: стан економіки країни, її галузева структура, демографічна ситуація, законодавство країни тощо.

Для задоволення потреб клієнтів страховим компаніям необхідно впроваджувати гнучкі технології розробки та розвинену систему каналів реалізації страхових послуг, врахзовуючи нові ризики та інноваційні технології обслуговування. Вимоги до сучасних страхових послуг мають враховувати призначення та економічний зміст страхової послуги, що гарантує надання захисту від ризиків. Поява нестандартних факторів, видів ризиків та інноваційних технологій, передбачає необхідність розробки нових страхових послуг, що формуються відповідно до особливостей ризиків та вимог споживачів.

Питання якості страхових послуг досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, зокрема К.В.Шилікова [18] Т.Є.Терещенко [12], І.А. Чопляк [19], C. Benţe [20], M.Aldossary, K. Siddiqui [21] та інші.

Зазначимо, що якість страхової послуги є мірою того, наскільки рівень страхових послуг відповідає очікуванням клієнта. У зв’язку з цим можна виділити дві групи критеріїв оцінки якості страхових послуг [22] ( табл 1.4).

Таблиця 1.4 – Критерії оцінки якості страхових послуг

| Критерії оцінки якості страхових послуг, які використовуються | |
|---|---|
| при оцінці кінцевого результату (технічної якості) | при оцінці процесу надання послуг (функціональної якості) |
| 1) надійність (визначає здатність фірми виконати обіцяну послугу точно і акуратно);<br>2) доступність (характеризує можливість отримання клієнтом послуги без тривалого очікування);<br>3) безпека (оцінює, чи не піддає дана послуга клієнта небезпеці або ризику, чи не є вона сумнівною);<br>4) довіра (показує, наскільки можна довіряти компанії або особам, що надають послугу);<br>5) розуміння клієнта (оцінює зусилля компанії, направлені на те, щоб дізнатися своїх клієнтів і зрозуміти їх потреби). | 1) реакція у відповідь (характеризує бажання і прагнення співробітників компанії допомогти споживачам у рішенні їх проблем);<br>2) компетентність (визначає, якою мірою персонал володіє навичками і знаннями, необхідними для кваліфікованого надання послуг);<br>3) ввічливість (показує, наскільки люб'язні і чемні співробітники компанії, наскільки вони уважні до своїх клієнтів);<br>4) матеріальне оточення (оцінює відчутний компонент послуги: інтер'єр, освітленість, зовнішній вигляд персоналу і так далі);<br>5) комунікації (характеризує систему інформаційного забезпечення компанії) |

Експерти визначають, що з точки зору страхувальника, якісна страхова послуга повинна відповідати такому:

1) умови страхування мають забезпечити захист страхувальника від ризиків;

2) ціна страхової послуги повинна відповідати застрахованим ризикам, а також не бути значно вище, ніж у конкурентів, і не бути значно заниженою, оскільки це може викликати підозру про її якість;

3) відповідати уявленням страхувальника про гарантовані виплати реальним фінансовим можливостям страхової компанії;

4) демонструвати компетентність і професіоналізм персоналу;

5) забезпечувати популярність бренду компанії, місце в рейтингу, її фінансове становище та репутація.

Таким чином, вищеперераховані фактори впливають на уявлення страхувальника про якість послуги страхової компанії.

Для забезпечення якості страхових послуг необхідно максимально ефективно організувати певну сукупність бізнес-процесів страховика (рис 1.4).

| | |
|---|---|
| Процес 1 | Грамотний вибір цільового сегменту, який забезпечить простоту і результативність продажів |
| Процес 2 | Клієнтоорієнтований продакт-менеджмент, який забезпечить створення страхового продукту, зрозумілого страхувальнику та страховому агенту |
| Процес 3 | Актуальний розрахунок базового тарифу, який повинен бути складений відповідно до можливостей продажів, ємкості вибраного ринку і ринкових орієнтирів |
| Процес 4 | Ефективний андеррайтинг, який повинен успішно використовувати систему індивідуальних знижок і надбавок та оцінювати можливості портфеля страхової організації для збереження його стійкості |
| Процес 5 | Надійна перестрахувальна стратегія, яка гарантує оптимальний захист страхового портфеля від збитків, що перевищують його можливості |
| Процес 6 | Кваліфіковані продажі, які забезпечать компанію необхідною тарифною кількістю договорів, врахованих при визначенні тарифної політики |
| Процес 7 | Професійна оцінка збитку, яка не дозволить провести виплати вище реального збитку |
| Процес 8 | Своєчасне врегулювання збитків |
| Процес 9 | Фінансовий менеджмент, який гарантує втілення всіх зусиль компанії в адекватних страхових резервах і забезпечить можливість своєчасних виплат при гарантії інтересів акціонерів |

Рисунок 1.4 – Сукупність бізнес-процесів в страховій організації з метою забезпечення якості страхових послуг

Однак, слід зазначити, що все це є зовнішнім проявом найважливіших внутрішніх процесів, що забезпечують створення, супровід та якість страхової послуги, що в свою чергу, означає, що споживачу надана саме та страхова послуга, яка за мінімально можливу ціну забезпечить максимально повне, гарантоване страхове покриття.

## 1.3 Особливості формування ринку страхових послуг в Україні

Ринок страхових послуг являє собою систему економічних відносин, де його учасники, зокрема страхувальники, страхові компанії, страхові посередники шляхом купівлі-продажу страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги.

З іншого боку, ринок страхових послуг також можна визначити як складову фінансового ринку, яка є системою правових та організаційних заходів із реалізації страхового продукту.

Зауважимо, що за даними НБУ, ринок страхових послуг є найбільш капіталізованим серед інших небанківських фінансових ринків України.

Питанням дослідження сучасного стану ринку страхових послуг, особливостей його формування та основних перспектив розвитку присвячено роботи О.Л.Рудої [23]., К.Кози, Д.Загорської [24], І.Грубінки, О. Грициної [25], Х. В.Дрималовської, Р.О. Кирилюка [26] та інших дослідників.

Питання трансформації страхової культури на ринку страхових послуг розглянуто в роботі О.В. Пономаренко [27], а в іншій роботі [28] автор досліджує економічні умови функціонування страхового ринку України.

Вітчизняні вчені В.Щербаков [29], О. В. Клименко [30,31], С.Король [32] досліджували питання державного регулювання ринку страхових послуг України, зокрема з точки зору забезпечення економічної безпеки держави та проблеми удосконалення державного регулювання ринку страхових послуг.

Серед фінансових ринків України ринок страхових послуг довгий час залишався одним із найбільш проблемних, передусім, через низький рівень проникнення та щільності страхування.

Але слід зазначити, що науковці не прийшли до єдиної думки щодо тлумачення поняття «Ринок страхових послуг» ( табл 1.5):

Таблиця 1.5 – Тлумачення поняття «Ринок страхових послуг»

| | |
|---|---|
| В.Базилевич [33] | Частина фінансового ринку, де об'єктом купівлі-продажу виступає страховий захист, формуються попит і пропозиція на нього. |
| Н.О. Ботвіна [34] | особлива сфера грошових відносин, де об'єктом купівлі-продажу виступає специфічна послуга — страховий захист, формується пропозиція і попит на неї |
| Ю. Клапків [35] | система економічних відносин, де страхувальники, страхові компанії, страхові агенти та брокери шляхом купівлі-продажу страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги. |
| О.Ю.Коцюрба, Д.С. Насипайко [36] | Сукупність фінансово-економічних відносин, завдяки яким перерозподіляється частина національного доходу та сукупного суспільного продукту шляхом особливого методу утворення страхового фонду грошових ресурсів. |
| Г.І. Мазурук [37] | місце взаємодії між покупцями та продавцями, у результаті чого формуються попит, пропозиція та ціни на страхові послуги, а також здійснюється купівляпродаж страхових ка піталів у межах однієї країни і на міжнародному рівні. |
| І.Лащик, І.Кондрат, П.Віблий, В.Білець [38] | Форма організації грошових відносин з формування та розподілу страхового фонду для забезпечення страхового захисту суспільства. |
| Н.О.Шишпанова О.О. Копайгора [39] | сукупність різноманітних інститутів і механізмів, спрямованих на зниження втрат учасників страхового ринку. |

Функціонування ринку страхових послуг у розвинутих країнах забезпечує активні інвестиційні процеси в різних сферах економіки, оскільки, мобілізуючи значні ресурси, здатен покривати значні потреби в капіталі на тривалі періоди часу. Зокрема Х.В.Дрималовська, Р.О. Кирилюк [26], визначають основні риси сучасного світового ринку страхових послуг:

− світовий ринок страхових послуг є сукупністю національних страхових ринків, які входять як складові частини в різні регіональні страхові ринки;

− проведення міжнародних операцій страховиків зі страхування ризиків зовнішньоекономічної діяльності підприємств;

− проведення міжнародних операцій страховиків зі страхування ризиків великих міжнародних інвестиційних проектів;

− здійснення спільної діяльності страхових компаній різної національної приналежності у міжнародних страхових пулах;

− наявність світового ринку перестрахування, основними операторами якого виступають великі міжнародні перестрахувальні компанії;

− здійснення інвестиційної діяльності страховиків як колективних інвесторів.

Сучасні проблеми ринку страхових послуг зменшують ступінь довіри до страхових компаній та формують перешкоди у їх розвиток. Як зазначають вітчизняні науковці С.П. Зоря [40], В.П. Братюк [41], О.Т. Прокопчук [42] основними проблемами страхового сектору є низька платоспроможність та рентабельність страховиків; недосконаліть пропозиції страхових послуг; недостатня прозорість; проблема захисту та гарантування прав страхувальників. Таким чином, можна констатувати, що низький попит з боку населення на послуги страхових компаній зумовлений певними факторами, зокрема:

– недовіра споживачів до страхових послуг;

– нестабільність економіки та функціонування страхових компаній;

– недосконаліть страхової системи;

– низький рівень купівельної спроможності населення України;

– відсутність страхової культури; послуги страхування не відносяться до пріоритетних;

– нестабільність економічної ситуації, пандемія, військові дії;

– низький рівень фахівців страхових компаній;

– недосконаліть правил страхування.

Однак, незважаючи на існуючі проблеми ринку страхових послуг та перешкоди, в Україні є можливості подальшого розвитку цього ринку та інтеграції у світовий простір, зокрема спостергається позитивна динаміка розвитку страхового сектору, зростання обсягу страхових операцій та пропозицій страхових послуг, здатність страховиків адаптуватися до вимог сучасності, зокрема до складних соціально-політичних умов та інтерес іноземних інвесторів.

На думку науковців, для пожвавлення ринку страхових послуг та забезпечення його активного розвитку, необхідно вжити таких заходів:

– переглянути та оновити у відповідності до сучасних вимог законодавче забезпечення страхування;

– визначити стратегію ринку страхових послуг та вектори його розвитку;

– вдосконалити вимоги платоспроможності страховиків;

– переглянути умови видачі ліцензій, підстави призупинення та анулювання;

– пожвавити маркетингову діяльність страховиків, сформувати нові підходи до пропозиції страхових продуктів.

Ведення військових дій на території України призвело до появи проблем та змін в діяльності страхових організацій. Розгляду питань функціонування ринку страхових послуг під час воєнних дій присвячено роботи В.Волік, М.Базаренко, А.Іванова [43], А.Мариної, М.Пеценко [44], В.В. Думи [45], Т.В. Татаріної [46], А.Бабенко, Д. Андрущенко [47].

З моменту початку військових дій у 2022 р страхові компанії зіштовхнулися з низкою проблем, зокрема із необхідністю переміщення персоналу та організації роботи страхової організації віддалено, розірвання договорів або відтермінування платежів.

Слід зазначити, що зменшення обсягів премій, знищення нерухомості, складності або неможливості виїзду на місця страхових випадків, урегулювання страхових випадків на окупованих територіях та територіях проведення активних бойових дій негативно вплинуло на стан ринку страхових послуг.

Однак, як зазначають Ю.М.Заволока, А.Г.Єфременко, Ю.А.Малашенко [48], досвід організації роботи страхових компаній під час пандемії COVID-19 суттєво полегшив перехід в онлайн режим, що, в свою чергу пришвидшило подальше впровадження цифрових технологій і діджіталізації страхування. Крім того, слід зазначити, що рекомендації НБУ щодо спрощення процедури врегулювання страхових випадків надало можливість страховим організаціям відновити діяльність та продовжувати працювати в надскладних умовах.

Слід також зауважити, що потреба в страхових продуктах, що забезпечують страховий захист від воєнних ризиків, в сучасних умовах. Крім того, страхування воєнних ризиків є витратним та вимагає обов'язкового перестрахування, тому існує нагальна необхідність створення ефективної та дієвої системи перестрахування таких ризиків. Саме з цієї причини в умовах воєнного стану страхові компанії пропонують захист від воєнних ризиків, який найчастіше представлений не окремою послугою, а додатковою функцією до вже існуючих послуг або є вдосконаленням та доповненням існуючого асортименту страхових послуг та покриває часткові ризики воєнних дій.

Як зазначає С. П. Зоря [40], конкуренцію на ринку страхових послуг слід розглядати як здатність страхових компаній вчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища, при цьому основною метою є збереження власного сегменту функціонування, розвиток існуючих або формування нових конкурентних переваг у відповідності до викликів ринку.

Для оцінки рівня конкуренції на ринку страхових послуг найчастіше використовують: показник концентрації (монополізації) ринку, показник цільності страхування, показник рівня проникнення та показник ринкової конкуренції – індекс Герфіндаля-Гіршмана (HHI) [49, 50].

Показник концентрації (монополізації) визначає частину ринку, яку займають найбільші страхові компанії. Індекс конкуренції (індекс Герфіндаля-Гіршмана) розраховується як сума квадратів часток усіх страхових компаній, що функціонують на ринку страхування.

Важливим питанням є дослідження каналів реалізації страхових послуг, чому присвячено роботи О.С.Журавка, О.М.Пахненко, А.А. Сухомлин [50], М.Балицька, Д.Бондарчук [51], І. М. Федорович [52] та інших [53-56]. Каналами продажу страхових послуг є:

1) офісний канал продажу здійснюється персоналом страхової компанії: клієнт самостійно приходить чи запрошується до офісу страховика;

2) канал продажу через страхових посередників: агентів і брокерів на комісійних засадах. Використання посередників підвищує оперативність укладання договорів страхування;

3) канали продажу страхових продуктів за допомогою Інтернету, телефону, новітніх технологій.

4) пули, бюро, консорціуми, які реалізують певну страхову послугу (ядерний пул, авіаційний пул тощо).

В роботі [56] канали реалізації продажу страхових послуг розділяють на офлайн та онлайн ( табл 1.6).

Таблиця 1.6 – Канали реалізації страхових послуг

| | Офлайн | Онлайн |
|---|---|---|
| | 1. Бігборди, сітілайти.<br>2. Друкована преса.<br>3. TV.<br>4. Радіо.<br>5. Спонсорство. | 1. SEO-просування страхових продуктів.<br>2. Контекстна реклама.<br>3. Таргетована реклама.<br>4. SMM для страхових компаній.<br>5. Піар в інтернет-ЗМІ.<br>6. Крауд-маркетинг.<br>7. Email-маркетинг. |
| Переваги | 1. Простіше і зрозуміліше, ніж онлайн.<br>2. Постійні згадки на ТБ та радіо підвищують авторитет та довіру до компанії. | 1. Дешевше, ніж офлайн.<br>2. Демонстрація реклами залежно від категорії цільової аудиторії.<br>3. Можливість виміряти результати кампаній, вибрати найефективніші канали збуту. |
| Недоліки | 1. Цільова аудиторія не підготовлена до сприйняття.<br>2. Не можна дізнатися скільки клієнтів принесла реклама.<br>3. Значні витрати | 1. «Рекламна сліпота» – люди вчаться не зважати на рекламні інтернет-оголошення.<br>2. Потрібен талант та професіоналізм щоб повідомлення дійшли до цільової аудиторії |

Кожна страхова компанія самостійно формує ефективну систему каналів продажу страхових послуг, причому більшість страхових компаній використовує як традиційні (офіс, страхове посередництво), так і інноваційні, зокрема цифрові канали продажу, що є особливо популярним та актуальним останніми роками [52].

Як зазначають дослідники ринку страхових послуг, зокрема Приказюк Н., Т.Моташко [57], О.Т.Прокопчук, Ю. В.Уланич, С. А.Пташник, Н. В. Бутко [58] та інші, Інтернет є новим, маловитратним каналом збуту страхових продуктів, він простий у використанні, одночасно є цілодобовим діючим рекламним носієм. Зауважимо, що найбільш привабливим цей канал продажу є для компаній, які займаються особистим страхуванням, страхуванням майна фізичних осіб, автомобілів, «Зеленою карткою», туристичним страхуванням.

Слід зазначити, що перевагами Інтернету для страхової компанії є:

- менші витрати на організацію віртуального офісу;
- менші витрати з укладання договорів страхування у порівнянні із офісним методом реалізації;
- географічна диверсифікація страхових продуктів страхової компанії.

Зазначимо, що при організації продажу страхових послуг через Інтернет необхідно враховувати, що страхова послуга має бути максимально стандартизованою, та не вимагати здійснення оцінки з боку страховика. Іншою проблемою реалізації страхових продуктів через мережу Інтернет є доставка договора страхування.

Крім того, питома вага продажу страхових послуг через Інтернет на вітчизняному ринку є незначною, оскільки оцінити обсяги «віртуального страхування» досить складно.

Ю.М. Клапків [59] визначає перспективність застосування мобільних додатків для реалізації страхових послуг. Іншим персппективним каналом також може стати реалізація послуг по телефону; таким способом переважно реалізуються страхові послуги, які також не вимагають оцінки об’єкта страхування з боку страховика. Процес реалізації страхових послуг потелефону виглядає таким чином: клієнт телефонує у страхову компанію, відповідає на поставлені запитання; працівник страхової компанії розраховує страхову премію.

Г. Д. Дадико [60] визначає перспективність страхового мерчандайзинга як специфічної маркетингової технології яка використовується для реалізації

клієнтам страхових послуг безпосередньо у точці продажу і являє собою комплекс заходів, які здійснюються у точці продажу та спрямовані на просування і реалізацію певних страхових продуктів. Стратегія страхового мерчандайзингу передбачає вибір оптимального місця розташування точок продажу; ефективне облаштування точок продажу; інформаційно-рекламне оформлення точок продажу та ефективне представлення пропонованих страхових продуктів.

## 1.3 Новітні технології на ринку страхових послуг

В епоху цифрових перетворень ринок страхових послуг стикається з складними викликами, які зумовлені швидким розвитком інформаційних технологій та змінами в поведінці споживачів. Цифрові канали реалізації страхових послуг, такі як онлайн-платформи та мобільні додатки набувають все більшого значення, оскільки сучасний страхувальник вимагає більшої гнучкості, доступності та персоналізованого сервісу. Пандемія COVID-19 та військові дії (на ролі цифровізації в розвитку страхових послуг в умовах війни вказують А.Марина, М.Пеценко [44], А.Бабенко, М.Андрущенко, [47]) на території України прискорили цю тенденцію, змушуючи страхові компанії активно впроваджувати процеси цифровізації, штучний інтелект та інші інноваційні технології, застосовуючи інноваційнні рішення для підтримки та розширення клієнтської бази.

Більшість дослідників зазначає, що застосування цифрових технологій є одним із ключових факторів в забезпеченні економічної безпеки страховиків та ефективному розвитку страхових послуг, на цьому наголошують Н.Г.Мандра, О.Ю.Лактіонова [61], Л.С.Морозова, Ю.І.Маркуц, Н.Г.Савченко [62], І.Федорович [63], Т.Лункіна, О.Задорожна [64] та інші.

М.Устенко, А.Руських [65], Т.М. Моташко [66], О.Т.Прокопчук [67], М.І.Мальований, О.Т. Прокопчук, Ю.В. Уланич [68], І.А.Шубенко [69], Н.О. Гавадзин, Р.І. Запухлий, Н.М. Григорська, Н.В. Гребенюк [70],

І.Самошкіна [71] наголошують на тому, що сучасні цифрові технології сприятимуть забезпеченню конкурентних переваг страхових компаній, збільшенню динаміки основних показників страхового ринку завдяки прозорості, більш низьким операційним витратам і залученню широкої онлайн аудиторії.

За думкою R.Y.Zhelizniak, O.O.Bonetskyy, M.I Zhulevych [72], Р.Пікус, В.Заколодяжного [73], І. Чиницької, А.Ясентюк [74], Л. Хвертко, Т.Корнієнко, О. Вінніцької [75], О.Панченко, І.Садчикової [76], цифрове страхування має великий потенціал для росту. Водночас, дослідники наголошують на необхідності інтеграції цифрових каналів із традиційними методами продажу, що викликає потребу в ретельному аналізі та оптимізації страхових дистрибуційних мереж.

Водночас проблема впровадження інноваційних технологій ускладнюється з огляду на консервативний характер страхового сектору, де страхові агенти та брокери традиційно відігравали домінуючу роль. В сучасних умовах очікування клієнтів щодо швидкості обслуговування та прозорості страхових угод вимагають від страховиків відмови від застарілих практик та впровадження багатоканальних моделей дистрибуції. Незважаючи на активне застосування інноваційних технологій, особистісний підхід залишається ключовим у окремих сегментах страхування, що дозволяє забезпечити безперебійну взаємодію між різними каналами реалізації послуг, одночасно адаптуючи страхові послуги до індивідуальних потреб кожного клієнта.

Рівень діджиталізації страхових компаній можна оцінити за допомогою аналізу інформаційного наповнення офіційних веб-сайтів страхових організацій. За думкою експертів, основним позитивним ефектом впровадження цифрових технологій в страхуванні, зокрема в процеси просування страхових послуг є формування інформаційно відкритого ринку страхових послуг, оскільки забезпечує отримання інформації про будь-яку страхову організацію та будь-які страхові послуги і стан ринку в короткі терміни та в доступній формі.

Зазначимо, що в сучасних умовах активно просувається страхування на основі цифрових технологій або InsurTechs (Insurance Technology). Складові InsurTechs допомагають трансформувати страховий бізнес (табл.1.7) (за [77-80]).

Таблиця 1.7 – Найважливіші компоненти InsurTechs

| Напрями використання | Компоненти | Характеристика компонентів |
|---|---|---|
| 1. Зв'язок з клієнтами страхових компаній | Мобільні технології | Надають страховим компаніям можливість спілкуватись з клієнтами та створювати мобільні застосунки для використання в процесі надання страхового захисту. |
| | Інтернет<br>Програмне забезпечення<br>Мережеві технології<br>Цифрові платформи | Надають страховим компаніям можливість спілкуватись з клієнтами та надавати послуги онлайн, також передбачається використання онлайн-платформ для продажу страхових полісів та обслуговування клієнтів. |
| 2. Робота з даними клієнтів страхових компаній | Аналітичні платформи<br>Збір, обробка та аналіз даних<br>Хмарні обчислення<br>Технології ідентифікації | Дозволяють страховикам збирати важливу інформацію, аналізувати та використовувати великі обсяги даних для оцінки ризиків, прогнозування попиту на страхові послуги та покращення процесів управління ризиками. |
| 3. Використання інноваційних технологій у процесі страхування | Інтернет речей<br>Біометричні технології<br>Безпілотні технології<br>Робот-радник | Інноваційні технології забезпечують підключення різних пристроїв та об’єктів до Інтернету для передачі та обміну інформацією. Інтернет речей дозволяє страховим компаніям вдосконалювати або створювати нові послуги на основі отриманих даних про поведінку клієнта, даних про стан систем безпеки тощо. |
| 4. Штучний інтелект | Технічні засоби, які імітують дії людини та здійснюють логічне і раціональне прийняття рішень | Штучний інтелект мінімізує втручання людини та забезпечує ефективне прийняття рішень за допомогою більш швидкого та ефективного опрацювання інформації, що суттєво підвищує ефективність страхової діяльності та покращує взаємодію з клієнтами. |
| 5. Блокчейн | База даних у вигляді децентралізованого цифрового реєстру | Використання технології блокчейн важливо для покращення безпеки, автентифікації та управління даними у страховому бізнесі |

На сьогодняшній день в науковій літературі та практиці існує єдиний підхід в сфері страхування до розуміння діджиталізації. Зазвичай, під цим поняттям вітчизняні вчені розуміють оцифрування технологій в зовнішніх та внутрішніх процесах страхової компанії. Хоча, на нашу думку, явища та процеси

діджіталізації на сучасному ринку страхових послуг слід розглядати не лише як поширення страхових послуг через сучасні канали телекомунікації та оцифрування інформації, але і як процес впровадження нових телекомунікаційних технологій саме для вдосконалення страхових послуг та покращення обслуговування клієнтів страхової організації.

Як зазначає О. Панченко [76], активне впровадження InsurTechs передбачає використання цифрових рішень для вддосконалення процесів управління страховими ризиками, процесів обслуговування страхових договорів, врегулювання збитків та здійснення страхових виплат. Таким чином впровадження цифрових технологій зумовлює спрощення страхових операцій, покращення взаємодії з клієнтами та забезпечує оптимізацію управління ризиками.Таким чином, InsurTechs є перспективною технологією, яка передбачає використання онлайн-страхування, платформ для порівняння страхових продуктів, розробку нових цифрових страхових послуг, а також впровадження інноваційних підходів до оцінки ризиків, розрахунку тарифів тощо.

Компанії InsurTechs поєднують фінансові послуги і цифрові технології, і, за рахунок модернізації процесу та технологій страхування спрямовують свою діяльність на забезпечення доступності страхових послуг, прозорості організації страхового захисту та покращення взаємодії з клієнтами.

## Висновки до розділу 1

Аналіз літературних даних дозволив зробити такі висновки:

Страхову послугу можна визначити як фінансову послугу у вигляді продажу юридично оформлених зобов’язань по наданню страхового захисту, який пропонують на ринку страховики потенційним страхувальникам. Страхова послуга є кінцевим результатом діяльності страхової компанії щодо задоволення потреб клієнтів, пов’язаних із захистом їх майнових та особистих інтересів. Метою страхової послуги є отримання прибутку й задоволення потреб

страхувальника щодо захисту його економічних інтересів від наслідків страхових випадків.

Визначено характерні ознаки страхових продуктів та ключові складові страхового продукту, які зумовлюють його якість. Розглянуто класифікацію страхових продуктів.

Показано, що страховим послугам властиві загальні ознаки, характерні для всіх видів послуг, надано класифікацію страхових послуг та сформульовано загальні вимоги до страхових послуг.

Показано, що якість страхової послуги є мірою того, наскільки рівень страхових послуг відповідає очікуванням клієнта, у зв'язку з чим виділяють дві групи критеріїв оцінки якості страхових послуг:

Ринок страхових послуг являє собою систему економічних відносин, де страхувальники, страхові компанії, страхові посередники шляхом купівлі-продажу страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги або, з іншого боку, є складовою фінансового ринку.

Основними проблемами ринку страхових послуг в Україні є низька платоспроможність та рентабельність страховиків; недосконаліть пропозиції страхових послуг; недостатня прозорість страхового сектору; проблема захисту та гарантування прав страхувальників.

Для оцінки рівня конкуренції на ринку страхових послуг найчастіше використовують: показник концентрації (монополізації) ринку та показник ринкової конкуренції (індекс Герфіндаля-Гіршмана), і також інші показники.

Каналами продажу страхових послуг є як традиційні способи поширення страхових послуг, так і новітні, зокрема Інтернет.

В сучасних умовах здійснення страхування на основі цифрових технологій або InsurTechs є основним трендом. Активне впровадження InsurTechs передбачає використання цифрових рішень для вддосконалення процесів управління страховими ризиками, процесів обслуговування страхових договорів, врегулювання збитків та здійснення страхових виплат.

# 2 СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

## 2.1 Аналіз основних показників ринку страхових послуг України

Ринок страхових послуг визначимо як складову загального страхового ринку, яка, в свою чергу, є системою правових та організаційних заходів із реалізації страхових послуг.

З іншого боку, ринок страхових послуг можна розглядати як систему економічних відносин, де учасники страхування (страхувальники, страхові компанії, страхові агенти та брокери) шляхом здійснення купівлі-продажу страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги.

В 2024 р. ринок страхових послуг України демонструє стабільне зростання за основними показниками діяльності, незважаючи на те, що за цей період відбулось скорочення кількості зареєстрованих страхових компаній. В 2023 р. було зареєстровано 115 компаній, а в першому півріччі 2024 р. їх кількість зменшилася до 90. Це можна пояснити консолідацією ринку та посиленням регуляторних вимог з боку національного регулятора. Водночас, слід зазначити, що у порівнянні із 2023 р. кількість компаній зі страхування життя залишилася незмінною і становила 12 компаній. Також зазначимо, що у 2024 р. 8 компаній було виключено з Державного реєстру, що підтверджує загальний тренд до зменшення кількості гравців на українському ринку ( табл.2.1).

Таблиця 2.1 – Кількість страхових компаній України у 2020-2024 рр.

| Показник | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Кількість компаній, од. | 210 | 155 | 128 | 101 | 73 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Слід зазначити, що кількість страхових компаній, які спеціалізуються на страхуванні життя зменшилась впродовж 2020-2024 рр. від 30 (у 2017 р.) до 11

(у 2024 р.) компаній, і ця кількість становить близько 10% від загальної кількості страховиків на ринку.

Незважаючи на скорочення кількості страхових компаній, ті страхові організації на ринку страхових послуг, які продовжують свою діяльність, поступово збільшують ринкову капіталізацію. У 2020 р. на одну компанію припадало 195,2 млн грн активів, а у 2022 р. – вже 549,5 млн грн. Разом з тим, більш детальні показники розвитку страхового ринку за період 2018-2024 років демонструють нестійку та суперечливу динаміку. Фінансові показники страхових компаній тісно пов'язані з соціально-економічною ситуацією в країні та, в свою чергу, відображають загальні результати функціонування страхового ринку (табл 2.2).

Таблиця 2.2 – Основні показники розвитку страхового ринку України у 2020-2024 рр.

| Показник | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|
| Кількість укладених договорів страхування, тис. штук | 120576,8 | 131561,9 | 88003,0 | 94821,5 |
| Загальна сума страхових премій, млн грн. | 45175,93 | 49708,0 | 39661,8 | 47014,7 |
| Валові премії на один договір страхування, грн | 375 | 378 | 450 | 267 |
| Валові страхові виплати, млн грн | 14853,56 | 17958,3 | 13001,4 | 16867,3 |
| Валові виплати на один договір страхування, грн | 123 | 137 | 148 | 101 |
| Рівень виплат,% | 32,88 | 36,13 | 32,82 | 37,20 |
| Кількість зареєстрованих страховиків | 210 | 155 | 128 | 101 |
| Сформовані страхові резерви | 34192,96 | 36555,7 | 41000,6 | 46781,2 |
| Обсяг страхових платежів, належних перестраховикам | 8487,36 | 8623,0 | 4250,7 | 4650,3 |
| Активи, млрд грн | 64,92 | 64,74 | 70,30 | 74,34 |
| Середній розмір активів одного страховика, млн грн | 310 | 420 | 550 | 735 |
| Власний капітал, млрд. грн | 24,67 | 22,27 | 22,78 | 20,75 |
| Середня величина власного капіталу одного страховика, млн грн | 117 | 126 | 178 | 205 |
| Валові премії, млрд. грн | 2,869 | 1,949 | 4,005 | 3,105 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

На фоні загального зростання кількості укладених договорів за період 2020-2024 рр. (на 17 444 тис. договорів) вартість одного договору суттєво знизилася з 375 грн до 150 грн.

Аналогічна тенденція притаманна і обсягам валових страхових виплат: при зростанні їх загального обсягу у довоєнний період до 17 958 млн. грн. вартість одного договіру у 2021 р. становила 137 тис.грн. Зазначимо, що в 2022 р. у зв'язку з воєнним станом в Україні було порушено загальні тенденції розвитку страхового ринку: кількість укладених договорів страхування скоротилася у 1,5 раза порівняно з 2021 р., а сума валових страхових премій зменшилася до 12969 млн грн, внаслідок чого обсяг страхових премій за 1 договором страхування скоротився і склав 62 грн.

Аналіз економічних показників страховиків (табл. 2.2) виявляє наступні тенденції :

– номінальне збільшення активів страховиків і 2-х кратне зростання середнього розміру активу одного страховика від 310 млн грн (у 2020 р.) до 735 млн грн (у 2023 р.). Також спостерігається поступове зростання середньої величини власного капіталу одного страховика від 117 млн грн до 5205 млн грн на фоні загального тренду зменшення власного капіталу;

– коливання величини валових премій з максимумом у 2021 р. і мінімумом в 2022 р. та зростання середнього прибутку страховика від 13,7 млн грн до 30,7 млн грн.

Валові премії у рік початку повномасштабної агресії зменшилися до 39,62 млрд грн. Подальший розвиток ринку страхових послуг України у 2023 р. показав, що страховий ринок почав відновлюватись і адаптуватись, що привело до зростання премій.

Із 1 січня 2024 р. національним регулятором запроваджено оновлений розподіл страхування за 23 класами, що відображають однорідні страхові ризики. У регуляторних цілях компанії надають інформацію в розрізі 25 ліній бізнесу, що охоплюють страхові продукти ризикового страхування та страхування життя [81].

Можна побачити, що в сучасній ситуації на ринку страхових послуг України переважну частку займають: страхування КАСКО, медичне страхування та страхування майна (рис. 2.1).

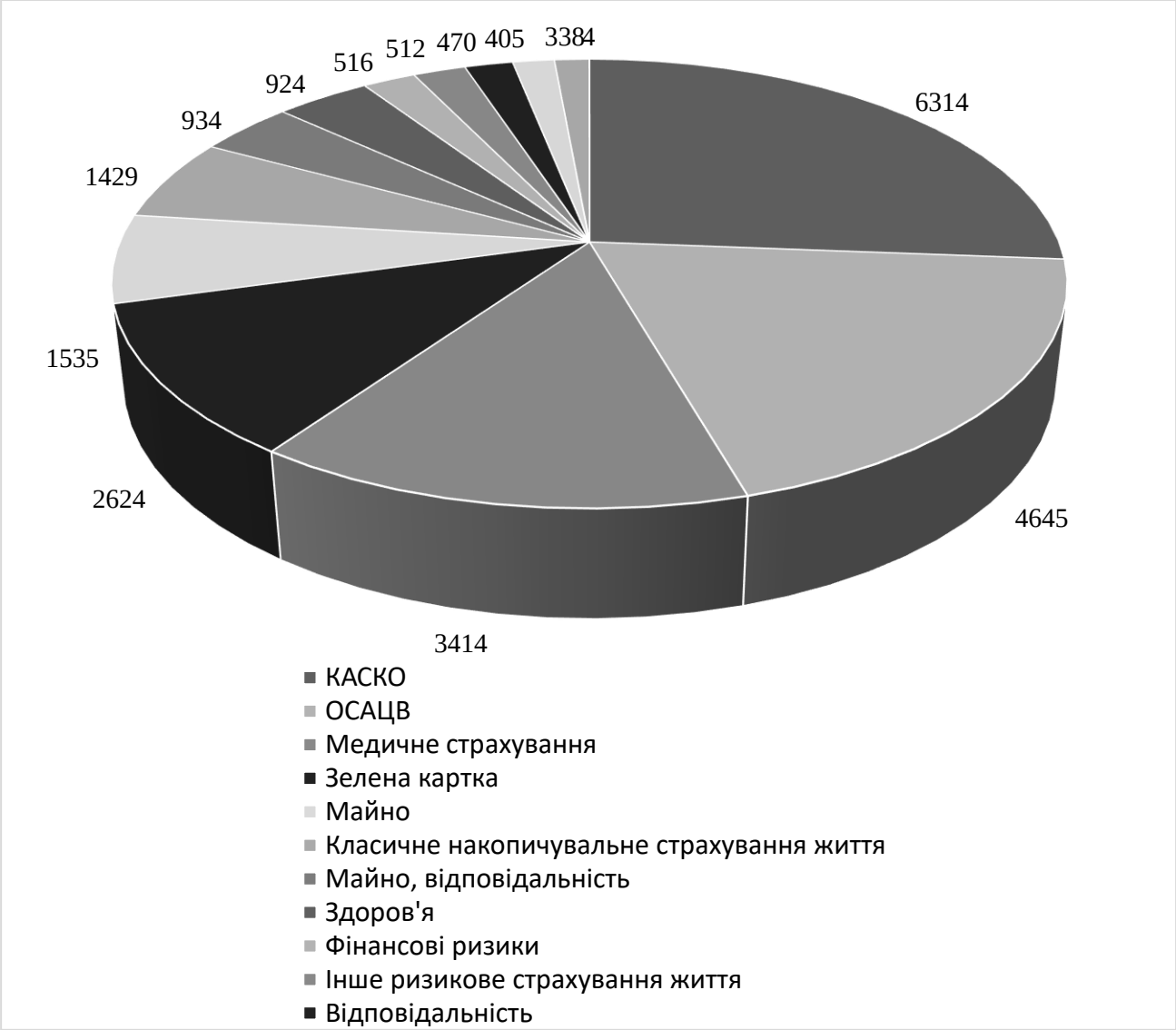



Рисунок 2.1 – Валові премії по класах страхування

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Зазначимо, що вказані страхові продукти залишаються ключовими на ринку: за результатами 2024 р. за ними отримано 84% премій та здійснено 93% усіх виплат. За іншими лініями за цей же період премії переважно скорочувалися, збільшилися лише премії зі страхування вантажів і багажу (+11% кв/кв), відповідальності (+1% кв/кв) та асистансу (+28% кв/кв). Виплати за всіма

страховими продуктами, крім страхування фінансових ризиків, багажу та вантажів і асистансу, зростали. Отримані дані свідчать про високу активність у сегментах страхування транспортних засобів (КАСКО, ОСЦПВ) та медичного страхування, а також значний попит на накопичувальне страхування життя. Протягом досліджуваного періоду страховий ринок України характеризується пріоритетністю укладання договорів страхування КАСКО, медичного страхування, страхування життя.

Кожен із зазначених видів страхування займає понад 10% частки страхового ринку України, крім того, такий вид страхування як «Зелена картка» збільшив свої обсяги на 76%. Слід зазначити, що в абсолютних цифрах зменшилися обсяги всіх видів страхування, крім «Зеленої карти», в той час як частка окремих видів страхування зросла за рахунок зменшення важливості інших видів страхування.

За основними напрямками страхування (ризикове страхування («non-life»-страхування та страхування життя («life» страхування)) на ринку страхових послуг України спостерігалось підвищення обсягів страхових премій у 2024 р. порівняно із аналогічним періодом 2023 р. ( табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Показники ризикового та страхування життя в Україні

| | Показник | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|
| 1. | Премії страхування життя, млрд грн | 3,57 | 4,06 |
| 2. | Премії ризикового страхування, млрд грн | 30,6 | 34,3 |
| 3. | Рівень виплат страхування життя | 22% | 24% |
| 4. | Рівень виплат ризикового страхування | 36% | 41% |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Обсяг валових страхових премій, переданих у перестрахування, зріс на 7% за квартал. Рівень виплат за продуктами транспортного страхування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») за січень – вересень був на 3–4 в. п. вищим, ніж за аналогічний період минулого року. У транспортному страхуванні найбільше зростання зафіксовано за «Зеленою карткою», продовжуючи вже існуючі тенденції.

У класах особистого страхування найбільший приріст показали асистанс та туристичне страхування.

Транспортне та особисте страхування формують понад 80% премій і 90% виплат на ринку. Серед інших продуктів найбільше зросли обсяги премій з страхування фінансових ризиків та вантажів і багажу.

В структурі виплат серед класів страхування в 2024 р. переважають страхові послуги транспортного страхування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») (рис. 2.2).

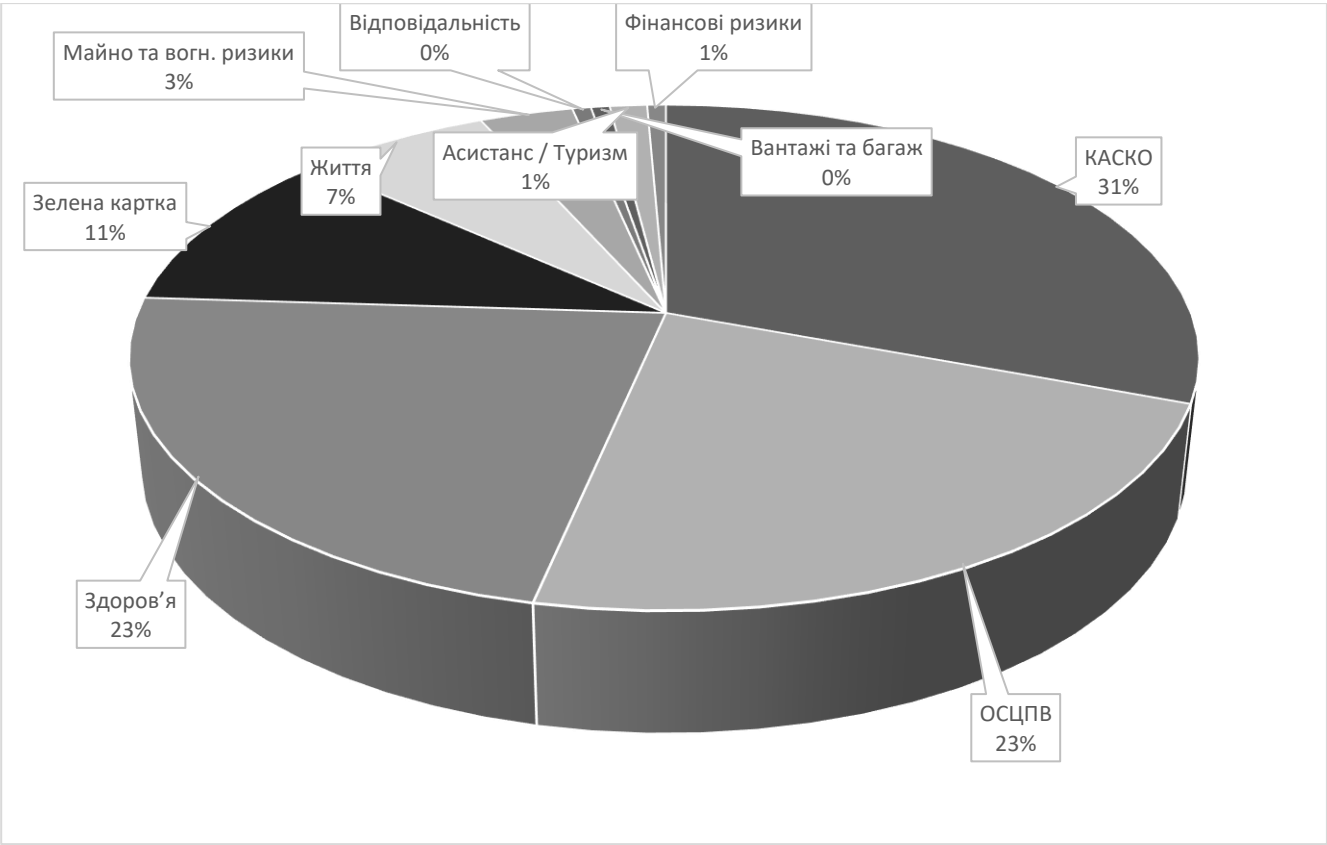



Рисунок 2.2 – Структура класів страхування (виплати), %

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Зазначимо, що найбільші суми виплат по договорам страхування припадають на 10 найбільших страховиків ризикового страхування та 5 страховиків життя, що може свідчити про суттєву монополізацію ринку страхових послуг України, особливо враховуючи істотне зменшення кількості страхових організацій впродовж останніх років ( табл 2.4).

Таблиця 2.4 – ТОП-10 ризикових страховиків за виплатами

| № | Страховик | Виплати, тис.грн. |
|---|---|---|
| ТОР-10 ризикових страховиків за виплатами | | |
| 1 | ТАС СГ | 1 427 534 |
| 2 | ARX | 1 266 327 |
| 3 | УНІКА | 1 185 037 |
| 4 | УСГ | 1 139 067 |
| 5 | ІНГО | 1 083 232 |
| 6 | ВУСО | 1 038 239 |
| 7 | АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ | 940 839 |
| 8 | PZU УКРАЇНА | 753 576 |
| 9 | КНЯЖА | 687 310 |
| 10 | UNIVERSALNA | 614 721 |
| ТОР страховиків життя за виплатами | | |
| 1 | МЕТЛАЙФ | 382 937 |
| 2 | ГРАВЕ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ | 150 654 |
| 3 | УНІКА ЖИТТЯ | 101 842 |
| 4 | ARX LIFE | 44 382 |
| 5 | PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ | 42 296 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Також спостерігається зростання загальних обсягів перестрахування, що свідчить про обережнішу стратегію управління ризиками. Ринок показує зростання в обсягах перестрахування та виплат, попри загальне скорочення кількості компаній та укладених договорів. Тенденція до консолідації і зміщення акценту на перестрахування може продовжуватися, що свідчить про адаптацію галузі до складних умов та прагнення знизити ризики.

Розглянемо зміни основних показників стану ринку страхових послуг в Україні впродовж 2020-2024 рр.

Відкритість ринку є результатом глобалізації та інтеграційних процесів і може визначатись за допомогою оцінювання частки іноземних інвестицій на ринку страхових послуг.

В рамках «Методики розрахунку рівня економічної безпеки України», оприлюдненої Міністерством економічного розвитку та торгівлі України, показник відкритості ринку повинен бути меншим за 30% [82]. В протилежному випадку це означає відсутність незалежності національного ринку.

В табл. 2.8 наведено розраховані показники відкритості ринку страхових послуг України у 2020-2023 рр. по категоріям: «Страхування», «Перестрахування», «Перестрахування «life» (табл 2.5).

Таблиця 2.5 – Показники відкритості ринку страхових послуг і ринку перестрахування, %

| Категорії | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|
| «Страхування» | 33,0 | 37,3 | 37,3 | 37,3 |
| «Перестрахування» | 43,0 | 56,9 | 73,0 | 78,4 |
| «life» перестрахування» | 100 | 100 | 100 | 100 |

Джерело: розрахунки автора на основі даних НБУ [83]

Аналіз виявляє відкритість ринку страхових послуг: так, у 2023 р. показник відкритості становить 37,3%, що відповідає прийнятній ступені відкритості. За показником відкритості ринку перестрахування (78,4% для ризикового перестрахування, і 100% для «life» перестрахування) ринок є суттєво залежним від іноземного капіталу, оскільки більшість премій, переданих у перестрахування залишають країну і належать перестраховикам-нерезидентам.

Таким чином, можна зробити висновок про нерозвиненість національного ринку перестрахування. При цьому існує велика ймовірність того, що вітчизняні страховики фактично виводять кошти за межі країни через нерезидентів і перестрахування набуває форми міжнародної торгівлі капіталом, що негативно відображається на розвитку внутрішнього ринку.

Рівень монополізації ринку страхових послуг визначається за допомогою показника концентрації, який характеризує зосередженість обсягів діяльності цілого ринку в певних страхових організаціях. Для оцінки рівня монополізації ринку побудуємо рейтинг вітчизняних страховиків за часткою отриманих премій на ринку. Визначимо страхові організації, які отримали більше 35% премій (1 група), більше 50% (2 група) та більше 70% премій ( 3 група). В Законі України «Про захист економічної конкуренції» [84], визначено умови

монополізації ринку. Саме тому доцільно розрахувати показники концентрації та порівняти з нормативними значеннями (табл.2.6).

Таблиця 2.6 – Концентрація ринку страхових послуг України

| Рік | N | Група 1 | Група 2 | Група 3 |
|---|---|---|---|---|
| Нормативні значення | | >35%; | >50%; | >70% |
| «Non-life» страхування, % | | | | |
| 2020 | 190 | 6,7 | 18,0 | 27,3 |
| 2021 | 142 | 7,8 | 20,3 | 30,5 |
| 2022 | 116 | 9,1 | 24,3 | 36,4 |
| 2023 | 89 | 8,8 | 25,0 | 38,4 |
| «Life» страхування, % | | | | |
| 2020 | 20 | 31,0 | 56,0 | 75,5 |
| 2021 | 13 | 35,8 | 59,7 | 77,5 |
| 2022 | 12 | 44,1 | 65,4 | 82,4 |
| 2023 | 12 | 48,2 | 70,7 | 85,3 |

Джерело: розрахунки автора на основі даних НБУ [83]

Аналіз даних таблиці дозволяє зробити висновки, що сектор страхування життя, починаючи з 2020 р., порушує норми антимонопольного законодавства і є висококонцентрованим, оскільки п’ять «life» страховиків охоплюють 85,3% всього ринку, і можна побачити, що подібна негативна тенденція посилюється. За даними сайту Форіншурер, основним гравцем на ринку страхування життя є страхова організація ПрАТ «МетЛайф», яка охоплює 31,0% ринку у 2020 р., і 48,2% у 2023 р.

Наступними крупними компаніями за рейтингом обсягу страхових премій є страхові організації: АТ СК «ТАС» (приватне), ПрАТ «ГРАВЕ УКРАЇНА Страхування життя», ПрАТ СК «ПЗУ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ». З іншого боку, слід зазначити, що ринок страхування життя в Україні на сучасному етапі є нерозвиненим.

Ринок «non-life» страхування впродовж 2020-2023 рр. виконує законодавчі норми щодо концентрації і може вважатись низькоконцентрованим.

Незважаючи на формальне виконання законодавчих вимог, на ринку «non-life» страхування спостерігається тенденція до зростання монополізації при

одночасному зменшенні кількісті страхових організацій. На ринку основними учасниками є АТ СК «АРКС» , АТ СГ «ТАС», ПрАТ СК «УНІКА», ПрАТ СК «ВУСО», АТ СК «ІНГО», ПрАТ СК «АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ», ПрАТ СК «ПЗУ Україна».

Щільність страхових премій визначає розмір страхової премії на одну застраховану особу. Цей показник можна також оцінити за допомогою показника середнього доходу страховика за страховою діяльністю (СДС), або за допомогою показника середньої вартості одного страхового договору (СВД). Результати наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Показники щільності страхових премій на ринку України

| Рік | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|
| Ринок страхування | | | | |
| СДС, млн грн | 215 | 321 | 310 | 465 |
| СВД , грн | 375 | 378 | 450 | 496 |
| Ринок «non-life» страхування | | | | |
| СДС, млн грн | 211 | 308 | 300 | 470 |
| Ринок «life» страхування | | | | |
| СДС, млн грн | 251 | 452 | 401 | 430 |

Джерело: розрахунки автора на основі даних НБУ [83]

Аналіз зміни показника щільності страхування (табл 2.7) дозволяє зробити висновки про зростання відповідних показників, зокрема середня вартість договору (СВД) страхування зросла від 375 грн. у 2020 р. до 496 грн у 2023 р. Річна премія одного страховика збільшилась від 215 млн. грн. у 2020 р. до 465 млн. грн. у 2023 р.

«Non-life» страхування впродовж 2020-2023 рр. демонструє тенденцію зростання середньорічної премії (СДС) від 211 млн. грн. до 470 млн. грн. За цей же період середньорічна премія з «life» страхування зростає від 251 млн грн до 430 млн грн.

У 2022 р. спостерігається падіння середньорічної премії, що було зумовлено воєнним станом і тимчасовими обмеженнями діяльності страхових організацій з боку регулятора.

Показник страхового проникнення (ємність страхування) дозволяє оцінити ступінь впливу на формування ВВП та означає значимість страхування для економіки країни. Показник визначається відношенням обсягу валових премій до ВВП держави.

Показник рівня проникнення страхування відображає розвиток страхового сектору в країні. Дослідження показника проникнення свідчать, що загальна тенденція за період 2020–2023 рр. в цілому є негативною. Досягнуті значення показника свідчать про дуже низький рівень розвитку вітчизняного страхового ринку, зокрема внаслідок погіршення його стану внаслідок війни (рис. 2.3).

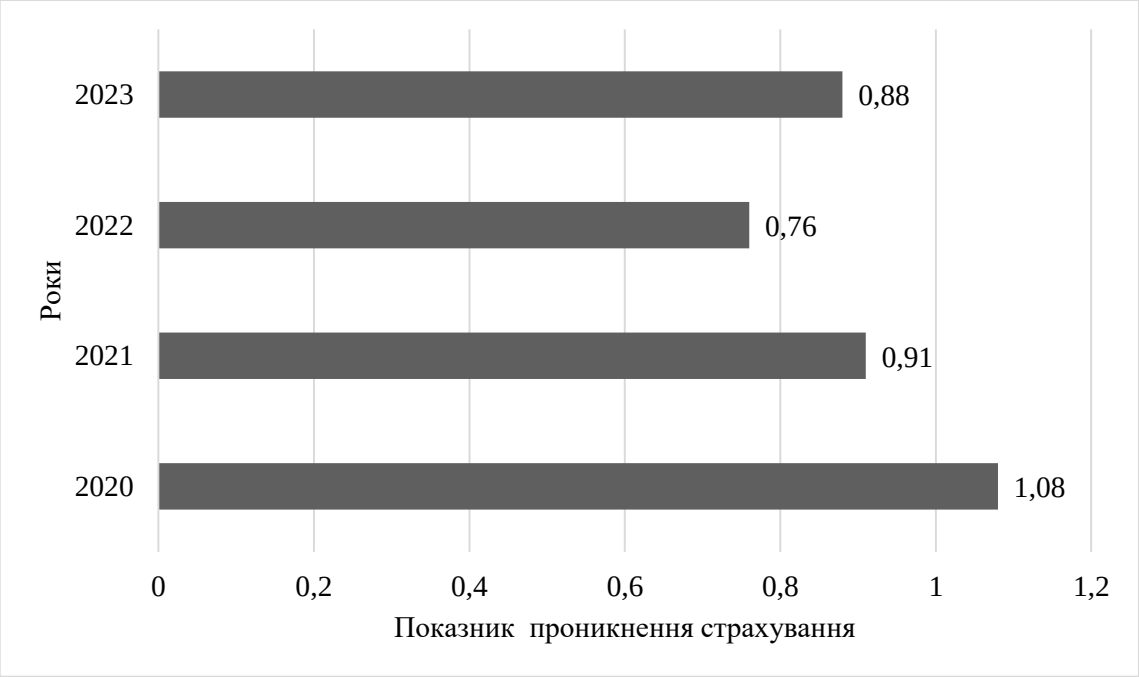



Рисунок 2.3 – Показник проникнення страхування

Регресійний аналіз динаміки зміни показника проникнення страхування дозволив побудувати регресійну модель у вигляді ( t – номер року):

$$Ппр = – 0,075\ t + 152,52 \quad (2.1)$$

В порівнянні з європейськими країнами, рівень проникнення страхування в Україні знаходиться на дуже низькому рівні. Зокрема показник проникнення в Франції, Фінляндії, Великобританії становить близько 10–11% ВВП, в Німеччині становить 5–7% ВВП, а в Польщі, Угорщині його значення не перевищує 3% [49].

Значення показника проникнення свідчить про те, що темп темп зростання ВВП перевищує зростання валових страхових премій.

Рівень конкуренції на ринку страхових послуг України можна оцінити за допомогою показника конкуренції або індексу Герфіндаля-Гіршмана (HHI). Зазначимо, що цей показник використовується для визначення ступеню монополізації ринку та оцінюється за допомогою визначення частки страховика на ринку.

Значення вказаного показника, яке перевищує 1000, свідчить про присутність на ринку конкуренції ( рис. 2.4). Показник HHI = 491 для ринку «non-life» страхування у 2023 р. відповідає пропорційно розподіленому ринку з наявною конкуренцією постачальників і низькою монополізацією. Показник HHI>2000 для ринку страхування життя у 2021–2023 роках відповідає умовам монопольної конкуренції з високим рівнем монополізації ринку. Детальний аналіз виявляє, що значну частку страхових премій зосереджує компанія ПрАТ «МетЛайф» і вносить значний внесок у загальний показник HHI на рівні 2420, що відповідає домінуванню на ринку. Тобто, ринок страхування життя є монополізованим.

Коефіцієнт збитковості видів страхування являє собою показник діяльності страховика, який характеризує відношення страхового відшкодування до страхової суми всіх застрахованих об’єктів у розрізі ризикових видів страхування.

Збитковість страхової суми визначається у відсотках, показує ймовірність збитку і зіставленням фактичного і тарифного рівнів, використовується для оцінювання ризиків (табл 2.8).

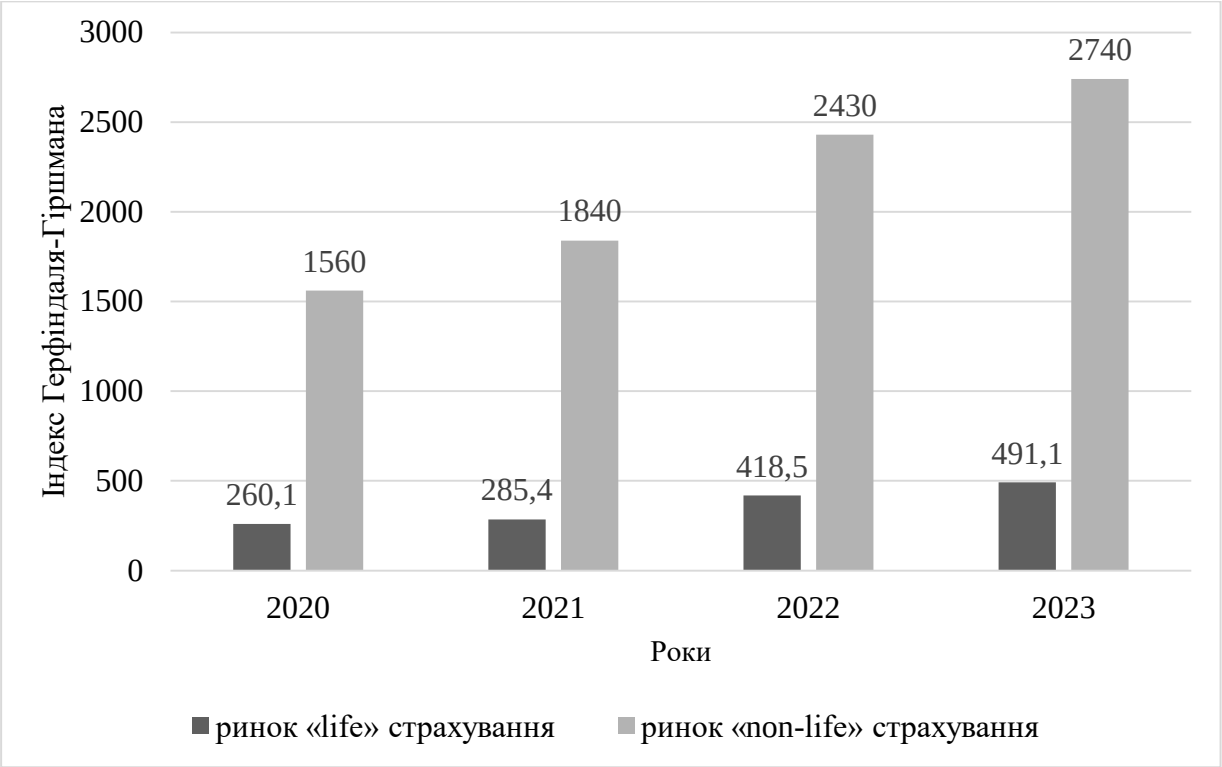



Рисунок 2.4 – Показники конкуренції HHI

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Таблиця 2.8 – Показники ринку страхових послуг 2020-2024 рр, %

| Показник | Роки | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Коефіцієнт збитковості обов'язкових видів страхування | 36 | 41 | 47 | 45 | 45 |
| Коефіцієнт збитковості добровільних видів страхування | 35 | 39 | 48 | 43 | 42 |
| Загальний коефіцієнт збитковості страхування | 46 | 45 | 43 | 39 | 37 |
| Рентабельність капіталу ризикових страховиків | 13 | 16 | 18 | 15 | 17 |

Застосуємо методи регресійного аналізу і побудуємо регресійні моделі основних показників розвитку ринку страхових послуг в Україні та побудуємо прогнозні значення цих показників на 2025 р. (табл 2.9).

Таблиця 2.9 – Показники розвитку ринку страхових послуг в Україні 2020-2024 рр, % ( t- номер року)

| Показник | Регресійна модель | Прогнозне значення показника на 2025 р |
|---|---|---|
| Коефіцієнт збитковості обов'язкових видів страхування | $К_{зо} = -4405{,}6 + 2{,}2t$ | 49,4 |
| Коефіцієнт збитковості добровільних видів страхування | $К_{зд} = -3598{,}2 + 1{,}8t$ | 46,8 |
| Загальний коефіцієнт збитковості страхування | $К_{з} = 4898{,}6 - 2{,}4t$ | 38,6 |
| Рентабельність капіталу ризикових страховиків | $Р = -1399{,}6 + 0{,}7t$ | 17,9 |

Аналіз отриманих регресійних моделей та розрахованих за їх допомогою прогнозних значень показників розвитку ринку страхових послуг в Україні свідчать про те, що надалі очікується зниження показників, що розглядяються.

Слід зауважити, що скорочення ринку страхових послуг в Україні зумовлено не лише військовими діями та пандемією, а також встановленням жорстких заходів законодавчого регулювання діяльності страховиків з метою виведення з ринку компаній, які не відповідають міжнародним стандартам та новій моделі розвитку страхового ринку. Для урегулювання ситуації на страховому ринку Асоціацією Страхового бізнесу було розроблено план підтримки страхової галузі [6].

На фоні скорочення страхового покриття та обмеженості ризиків, нехватку кількості працівників та існуючих перешкод для безперебійної роботи страхових організацій через систематичне відключення електроенергії та постійних обстрілів українських міст, ринок страхових послуг в Україні продовжує забезпечувати відповідний рівень обслуговування клієнтів та надійність страхових послуг.

Проведемо аналіз ринку страхових послуг і використаємо SWOT-аналіз, який дозволяє визначити внутрішні та зовнішні фактори впливу на компанію (табл. 2.10).

Таблиця 2.10 – SWOT-аналіз українського ринку страхових послуг

| Внутрішні фактори | |
|---|---|
| Сильні сторони: | Слабкі сторони: |
| - розвиток нормативної бази регулювання ринку<br>- поступове зростання страхової культури населення<br>- різноманітність страхових компаній та продуктів<br>- зростаючий попит на страхування, зокрема страхування життя та медичне страхування<br>- використання новітніх технологій для покращення обслуговування клієнтів | - недостатня фінансова стійкість страховиків<br>- обмеження страхового покриття в окремих сегментах ринку<br>- низький рівень довіри населення до страхових компаній<br>- недостатній рівень фінансової грамотності серед населення<br>- відсутність страхових продуктів, що відповідають специфіці українського ринку |
| Зовнішні фактори | |
| Можливості: | Загрози: |
| - збільшення попиту на фондові страхові послуги<br>- поява нових видів страхування під впливом інновацій<br>- поглиблення співпраці з іноземними компаніями<br>- використання технологій Інтернету та мобільних додатків для покращення доступності та зручності страхових послуг.<br>- партнерство з іншими галузями для створення інтегрованих рішень | - погіршення економічної ситуації внаслідок війни<br>- зменшення чисельності населення внаслідок війни<br>- посилення конкуренції з боку іноземних страховиків<br>- зміни в законодавстві та регулюванні, які можуть вплинути на умови діяльності страхових компаній<br>- витік капіталу за межі країни через офшори |

На основі проведеного SWOT-аналізу українського ринку страхових послуг, можна припустити, що ринок має можливості для подальшого розвитку за рахунок зростання обізнаності та страхової культури населення.

Проблеми на ринку страхових послуг пов’язані з недостатньою фінансовою стійкістю страхових компаній, зменшенням кількості фактичних та потенціальних страхувальників через окупацію частини території України, виїзд населення за кордон, загибель військових і цивільного населення.

Для зменшення негативного впливу та для розвитку ринку страхових послуг необхідно посилити вимоги щодо капіталізації страховиків, запровадити систему гарантування страхових виплат, створити рівні умови конкуренції між учасниками ринку, стимулювати розробку спільних страхових продуктів із

банками та рітейлом, доповнити традиційні послуги онлайн-каналами продажу та супроводу клієнтів.

PEST-аналіз є ефективним інструментом для вивчення впливу політичних, економічних, соціокультурних та технологічних факторів на ринок. Враховуючи специфіку ринку страхових послуг в Україні в умовах конфлікту, розглянемо вплив кожного з чотирьох аспектів PEST (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – PEST-аналіз українського ринку страхових послуг

| Політичні фактори: | Економічні фактори: |
|---|---|
| - політична нестабільність та ризик пов'язані з війною<br>- зміни в законодавстві та регулюванні страхової галузі<br>- політичні реформи, які можуть вплинути на економічну ситуацію країни | - економічна нестабільність та зміни курсу національної валюти.<br>- вплив інфляції та інших економічних факторів на страхові премії.<br>- рівень доходів населення та його спроможність оплачувати страхові послуги. |
| Соціальні фактори: | Технологічні фактори: |
| - зростання свідомості про важливість страхування серед населення<br>- зміна демографічних та соціокультурних тенденцій | - розвиток інтернет-технологій та цифровизація суспільства<br>- використання інноваційних технологій для покращення обслуговування клієнтів<br>- застосування штучного інтелекту та аналітики даних для прогнозування ризиків<br>- розвиток мобільних додатків та онлайн-платформ для продажу страхових продуктів |

Отже, політична та економічна нестабільність створюють значні ризики для страхового бізнесу. Тому необхідно відстежувати зміни та вживати заходи для хеджування ризиків.

Війна та економічна криза негативно впливають на доходи населення та попит на страхові послуги. Страховим компаніям потрібно адаптувати цінову політику та продуктову лінію з врахуванням фінансових можливостей клієнтів. Розвиток технологій відкриває можливості для інновацій та залучення нових клієнтів онлайн, тому слід активно інвестувати в діджиталізацію.

Для мінімізації наслідків політико-економічної кризи потрібно оптимізувати витрати, диверсифікувати портфель та партнерську мережу. Але,

незважаючи на виклики, є можливості для розвитку страхового бізнесу через діджитал-трансформацію та освоєння нових напрямків страхового ринку.

## 2.2 Аналіз динаміки та структури ринку страхових послуг за основними класами страхування

Для проведення певного дослідження ринку страхових послуг доцільно буде ввести його сегментування за основними видами страхування. У відповідності до загальноприйнятих норм поділу ринку страхових послуг за основними видами страхування необхідно виділити дві основні галузі: страхування життя (страхування «life»), і здійснення страхування інших ніж страхування життя, видів (страхування «non-life»).

Страхування життя являє собою вид страхування, який передбачає захист майнових інтересів застрахованої особи, що пов’язані з її життям та смертю. Страхування життя зазвичай пов'язано з довгостроковими інтересами страхувальника або застрахованої особи в силу того, що життя розглядається як довгий стан, і, відповідно, подія смерті є непрогнозованою та віддаленою.

Дуже часто страхування життя є комплексом індивідуальних видів страхування, до яких входять страхування життя, страхування дітей до досягнення ними повноліття, до весілля або до моменту вступу до вищого навчального закладу, добровільне пенсійне страхування, страхування від безробіття тощо.

В структурі загального страхування життя в 2024 р. більшу частку займає накопичувальне страхування життя, і майже нерозвиненим залишається сектор страхування життя виключно на випадок смерті та страхування життя до досягнення пенсійного віку ( рис. 2.5).

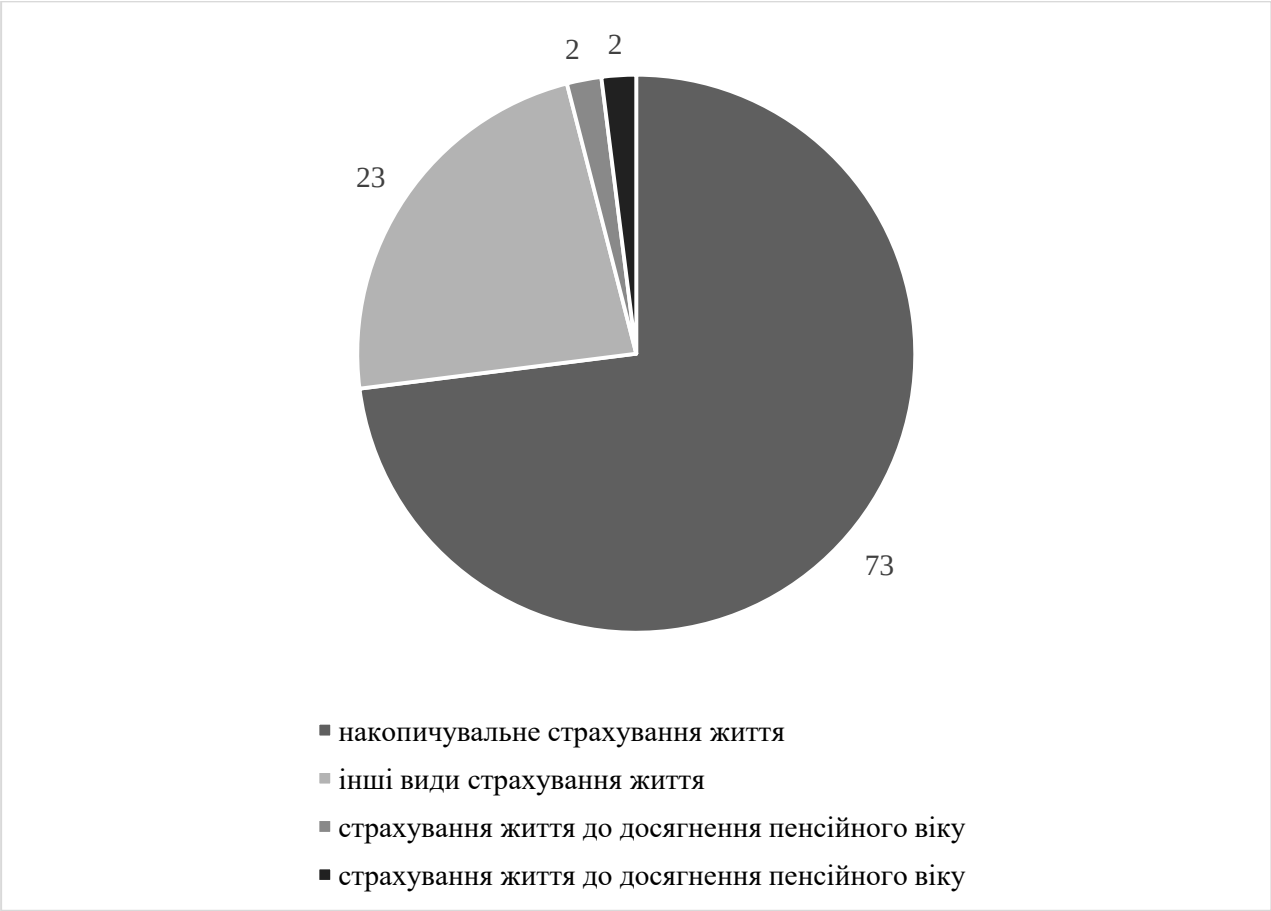



Рисунок 2.5 – Структура валових страхових премій із страхування життя в розрізі певних видів у 2024 р.,%

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Розглянемо динаміку основних показників ринку України з страхування життя ( табл. 2.12).

Таблиця 2.12 – Показники діяльності з страхування життя

| Показник | Роки | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Премії , тис. грн | 4719698 | 5604025 | 4801005 | 5163717 | 2815632 |
| Кількість укладених договорів страхування , шт | 4104561 | 1598605 | 1822213 | 1585048 | 705242 |
| Виплати, тис. грн | 640614 | 800070 | 882115 | 1262844 | 571457 |
| Викупна сума, тис. грн | 175140 | н.д. | 262734 | 247544 | 182883 |
| Кількість застрахованих осіб на 31.12., осіб | 1915891 | 2870579 | 2308749 | 2313803 | 1615507 |
| В т.ч за рік | 4162490 | 2076107 | 1240659 | 1381593 | 594707 |

Отже, можна побачити, що впродовж 2020-2024 рр. зменшились обсяги надходжень страхових премій зі страхування життя з 4719698 тис. грн у 2020 р. до 2815632 тис грн за 9 міс 2024 р., при цьому також зменшилась кількість укладених договорів страхування, причому зменшення відбулось майже в чотири рази. Ззазначимо, що тенденція до зниження обсягів премій та кількості договорів страхування життя спостерігалась і до 2020 р.

Обсяги страхових виплат впродовж досліджуваного періоду зростали, причому найбільш різке зростання спостерігалось в 2023 р. (рис 2.6).

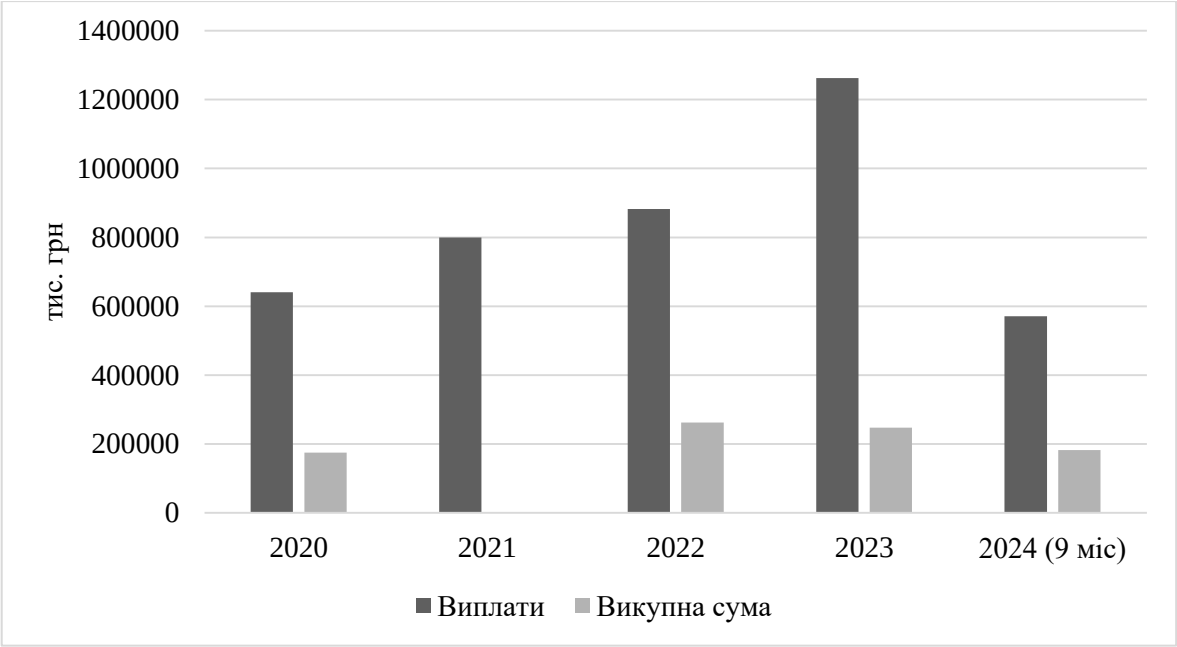



Рисунок 2.6 – Динаміка страхових виплат та величини викупної суми за договорами страхування життя

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

В той же час спостерігаємо негативну тенденцію зростання величини викупної суми, тобто грошової суми, яка виплачується страховиком страхувальнику (іншій особі, визначеній договором страхування або законодавством) у разі дострокового припинення дії договору страхування життя. Як відомо, викупна сума зростає пропорційно до внесених страхових платежів і пропорційно терміну, протягом якого вносились внески. Якщо

відбувається дострокове розірвання договору страхування життя, страхова компані втрачає певну частину страхових резервів і майбутній дохід.

Можна побачити, що впродовж 2020-2024 рр. величина викупної суми зросла від 175140 тис.грн у 2020 р. до 247544 тис. грн у 2023 р. і зростання в 2024 р. продовжується. Серед інших негативних тенденцій на ринку страхування життя слід відзначити зменшення кількості застрахованих, які уклали договір страхування життя впродовж року, що можна пояснити відтоком їх із-за військових дій.

Страхування життя може передбачати додаткове покриття, зокрема інвестиційне страхування життя, яке являє собою фінансовий інструмент, який поєднує в собі страховий захист і можливість примножити свої накопичення за допомогою інвестицій. За рахунок такого механізма можливо створити накопичення для реалізації планів або в якості фінансового резерву або заробити інвестиційний дохід на свої заощадження. Банківське страхування життя передбачає супровід купівлі автомобіля у кредит або іпотечного кредитування щорічним страхуванням життя, що допоможе уникнути штрафних санкцій чи додаткового фінансового навантаження на позичальника.

Розглянемо показники розвитку за іншими видами страхування життя в Україні, зокрема за банківським страхуванням (табл 2.13).

Таблиця 2.13 – Рейтинг компаній зі страхування життя за іншими видами страхування (банківське тощо)

| № | Назва компанії | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | УНІКА ЖИТТЯ | 391809 | 203614 | 190879 | 167182 | 315587 |
| 2 | АСКА-ЖИТТЯ | 378183 | 31863 | 19395 | 22 088 | Н.д |
| 3 | ТАС | 277949 | 385226 | 340322 | 381 253 | Н.д |
| 4 | ARX LIFE | 183628 | 169054 | 3239 | 2204 | 251180 |
| 5 | МЕТЛАЙФ | 173186 | 1878650 | 1890703 | 2224326 | 1968858 |
| 6 | PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ | 43020 | 355533 | 301184 | 289497 | 280007 |
| 7 | ІНГО ЖИТТЯ | 24983 | Н.д | Н.д | Н.д | Н.д |
| 8 | ГРИНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС | 6653 | 87584 | 62624 | 57637 | Н.д |
| 9 | КНЯЖА ЛАЙФ ВІЄННА ІНШУРАНС ГРУП | 3452 | Н.д | 58502 | 62408 | Н.д |
| 10 | КД-ЖИТТЯ | 383 | 56974 | 52962 | 57410 | Н.д |
| | Разом | 1483246 | 3188045 | 3008955 | 3364897 | 2815632 |

Можна побачити тенденцію до зростання загального обсягу надходжень страхових премій за договорами іншого страхування життя (рис. 2.7).

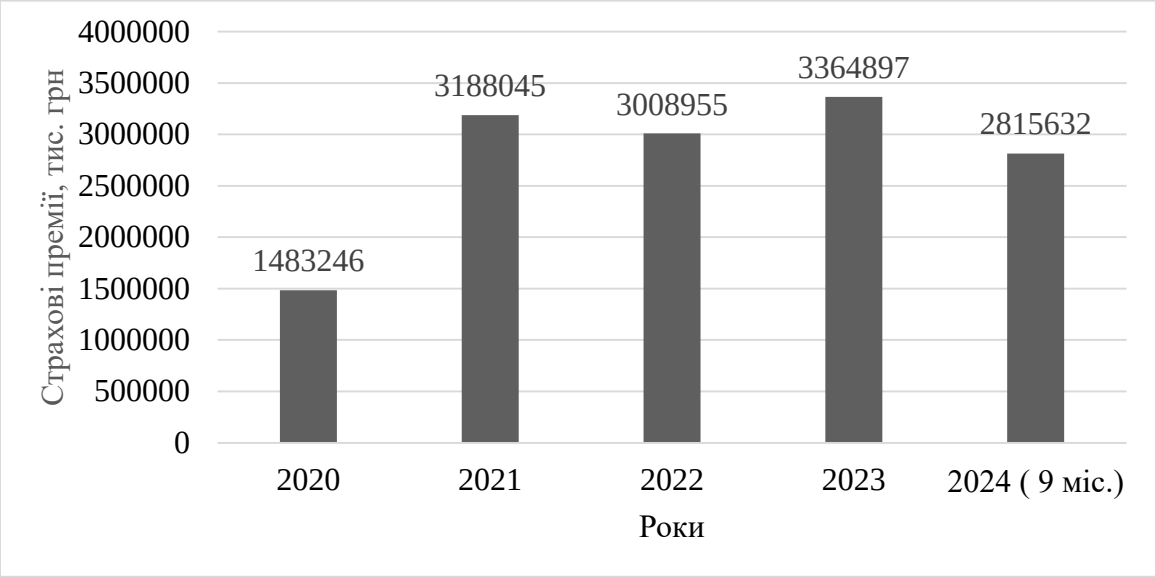



Рисунок 2.7 – Динаміка загального обсягу надходжень страхових премій за договорами іншого страхування життя

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Можна побачити, що впродовж 2020-2023 рр. відбулось зростання показника на 1881651 тис. грн., тобто в 2,27 разів.

Накопичувальне страхування життя поєднує страхування життя і здоров'я людини з накопиченням капіталу, тобто одночасно надає страховий захист і дає змогу зберігати й примножувати грошові кошти. Переваги та недоліки накопичувального страхування життя наведено в табл. 2.14.

Таблиця 2.14 – Переваги та недоліки накопичувального страхування життя

| Переваги | Недоліки |
|---|---|
| 1 | 2 |
| – фінансовий захист вашого життя та здоров'я, а також забезпечення фінансової підтримки родини в разі втрати працездатності або смерті застрахованої особи; | – Що коротшим є строк дії договору, то нижчим буде розмір викупної суми, який зазначається в договорі страхування (як певний відсоток від сплачених страхових премій чи страхової суми або в грошовому вимірі). |

Продовження таблиці 2.14

| 1 | 2 |
|---|---|
| – можливість поєднання в одному договорі страхування накопичувальної та ризикової складових, що забезпечить можливість накопичення капіталу на гідну старість з одночасним захистом від ризику втрати життя, здоров'я та/або працездатності. У такий спосіб ви також можете накопичити гроші до свого виходу на пенсію і розраховувати на додаткову пенсію від страхової компанії;<br>– ви маєте можливість на власний розсуд установлювати розмір страхової суми, зважаючи на ціль страхування, індивідуальні потреби та можливості;<br>– договори страхування життя можуть передбачати звільнення від обов'язку сплати страхових премій у випадку повної втрати працездатності страхувальника чи встановлення йому інвалідності;<br>– за рахунок невеликих внесків, які не обтяжують бюджет родини, ви матимете змогу без особливих труднощів накопичити значну суму коштів;<br>– договори страхування життя можуть передбачати індексацію – збільшення розміру страхової суми та страхових премій відповідно. Завдяки цьому на момент отримання страхової виплати збережеться реальна вартість грошей;<br>– отримання інвестиційного доходу, розмір якого залежатиме від результатів інвестиційної діяльності страхової компанії;<br>– у разі дожиття до зазначеної в договорі страхування дати, віку або події ви отримаєте суму, що може значно перевищити розмір сплачених страхових премій за накопиченням.<br>– | – Неможливо без фінансових втрат достроково розірвати договір.<br>– В разі дострокового розірвання договору, який у розумінні Податкового кодексу України є договором довгострокового страхування життя, виплата викупної суми буде оподатковуватися.<br>– Договір накопичувального страхування життя буде дорожчим для людей старшого віку. Договори накопичувального страхування у фінансовому плані є привабливішими для людей молодого і середнього віку. У тому числі й тому, що договори з такими особами можуть укладатися на довший строк і страхові компанії матимуть більше часу для інвестування коштів і відповідного збільшення суми накопичень за такими договорами накопичувального страхування життя.<br>– Страхові компанії можуть установлювати обмеження щодо страхування осіб певних категорій (наприклад, для людей, що страждають на тяжкі захворювання). Якщо страхувальник з будь-яких причин припинить сплачувати страхові премії за договором накопичувального страхування життя, його страхова сума може бути редукована – її розмір зменшується (розраховується, зважаючи на фактично сплачені страхові премії). Сплата страхових премій за таким договором припиняється, договір продовжує діяти зі зменшеним (редукованим) розміром страхової суми. |

Динаміка надходжень та виплат з накопичувального страхування життя наведена в табл. 2.15.

Таблиця 2.15 – Показники розвитку накопичувального страхування життя, тис. грн.

| № | Показник | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Премії | 2553987 | 3188045 | 3008955 | 3364897 | 1672949 |
| 2 | Загальні резерви | 8726483 | 9669766 | 11947848 | 14148381 | н.д |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Можна побачити зростання обсягів надходжень страхових премій та обсягу страхових резервів з накопичувального страхування життя впродовж 2020-2024 рр.

Страхування життя дає змогу вирішувати одночасно надзвичайно важливі завдання соціальної стабілізації, інвестування економічного зростання і всіляко повинно підтримуватися державою. Отже, незважаючи на зростання обсчягів премій та виплат, можна стверджувати, що галузь страхування життя в Україні на сьогодняшній день є недостатньо розвинутою та має певні проблеми.

Розглянемо показники ринку ризикового страхування в Україні.

У 1 півріччі 2024 р. валові страхові премії з ризикового страхування зросли до 24 210 млн. грн. порівняно з 21 355 млн грн у 2023 р., що свідчить про збільшення попиту на страхові послуги, зокрема зріс обсяг премій, отриманих від фізичних осіб та підприємств. Премії за класами страхування, іншими ніж життя, становили 21 572 тис. грн, що також більше порівняно з попереднім роком.

Частки страхових премій, що повертаються страхувальникам, становлять 566.8 млн грн., причому значна частина цих коштів припадає на юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців (279,3 млн грн).

Загальні зароблені премії в 2024 р. склали 20,37 млрд. грн., з яких чисті премії становлять 18,19 млрд грн., що свідчить про достатньо високу ефективність діяльності страховиків та зростання частки ринку ризикового страхування.

Слід зазначити, що у структурі валових премій з ризикового страхування транспортне та особисте страхування переважають і охоплюють понад 80%

премій (у т.ч. КАСКО – 28%, ОСЦПВ – 21%, Здоров'я – 19%, «Зелена картка» – 12%) та 90% страхових відшкодувань ринку.

Зазначимо, що частка премій за ризиковим страхуванням, переданих у перестрахування, залишалася низькою – усього 8% від обсягу валових премій. Проте, за окремими лініями бізнесу ця частка була значно вищою (зокрема, зелена картка – 21,1%, майно – 25,5 %). Лише незначна частка перестрахових премій передавалася на внутрішньому ринку.

Чисті страхові виплати також зросли з 7 744 млн. грн. у першому півріччі 2023 р. до 9 089 млн грн в першому півріччі 2024 р., що підтверджує загальний тренд до зростання страхових випадків та виплат клієнтам.

Розглянемо показники ринку ризикового страхування ( табл. 2.16).

Таблиця 2.16 – Показники ринку ризикового страхування 2020-2023 рр.

| Показник | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|
| Валові премії, тис. грн | 31395457 | 34706884 | 28041050 | 37381048 |
| Виплати, тис. грн | 12128782 | 15249919 | 11006935 | 14299736,5 |
| Фінансовий результат, тис. грн | 1928941 | 1114483 | 2821419 | 1920688 |
| Рівень виплат, % | 22,05 | 19,04 | 28,86 | 35,59 |
| Страхові резерви, тис. грн | 19677471 | 19911000 | 22100581 | 24033373 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Отже, можна побачити, що впродовж 2020-2023 рр. зріс обсяг страхових премій після деякого зниження у 2022 р. Найбільше зростання зафіксоване в транспортному страхуванні, зокрема за програмою «Зелена картка», продовжуючи минулі тренди. У класах особистого страхування найбільший приріст показали асистанс та туристичне страхування.Також спостерігається зростання страхових виплат до 14299736 тис. грн. у 2023 р.

Спостерігається падіння фінансового результату діяльності ризикових страховиків до 1920688 тис. грн. у 2023 р, причому різке падіння даного показника спостерігалось в 2021 р.

Можна також побачити, що рівень виплат впродовж досліджуваного періоду зріс до 35,59%.

Основний обсяг страхових премій за ризиковим ситрахуванням в 2024 р. припадає на 10 найбільших страховиків ( табл 2.17).

Таблиця 2.17 – ТОР-10 найбільших страховиків non-life за преміями та виплатами, тис. грн

| № | Страхова компанія | Страхові платежі | Страхові виплати |
|---|---|---|---|
| 1 | ТАС СГ | 2 057 546 | 1 427 534 |
| 2 | УНІКА | 2 033 026 | 1 185 037 |
| 3 | ARX | 1 955 154 | 1 266 327 |
| 4 | ІНГО | 1 526 708 | 1 139 067 |
| 5 | УСГ | 1 408 935 | 1 083 232 |
| 6 | ВУСО | 1 394 987 | 1 038 239 |
| 7 | АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ | 1 273 089 | 940 839 |
| 8 | UNIVERSALNA | 1 200 191 | 614 721 |
| 9 | КНЯЖА | 1 139 868 | 687 310 |
| 10 | PZU УКРАЇНА | 1 066 842 | 753 576 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

В структурі ринку ризикового страхування можна побачити переважання страхування авто-КАСКО, ОСАЦВ, добровільного медичного страхування та страхування «Зелена картка» ( табл 2.18).

Таблиця 2.18 – Структура ринку ризикового страхування по класам страхування за 9 міс. 2024 р.

| Клас страхування | Тис. грн | | Структура, % | |
|---|---|---|---|---|
| | Страхові платежі | Страхові виплати | Страхові платежі | Страхові виплати |
| Страхування здоров'я на випадок хвороби | 1 097 216 | 220 949 | 3,59 | 1,72 |
| Страхування майна | 1 871 902 | 300 549 | 6,12 | 2,34 |
| «Зелена картка» | 3 925 067 | 1 534 522 | 12,84 | 11,93 |
| ДМС | 4 970 421 | 2 923 360 | 16,26 | 22,73 |
| Страхування відповідальності | 498 453 | 21 226 | 1,63 | 0,17 |
| ОСАЦВ | 6 600 879 | 2 959 597 | 21,59 | 23,02 |
| Страхування фінансових ризиків | 605 118 | 47 412 | 1,98 | 0,37 |
| Страхування туристів | 754 627 | 229 291 | 2,47 | 1,78 |
| Агрострахування | 82 605 | 128 428 | 0,27 | 1,00 |
| КАСКО | 9 251 866 | 4 401 705 | 30,26 | 34,23 |
| Страхування від вогневих ризиків | 917 266 | 92 268 | 3,00 | 0,72 |

Інші види страхування займають незначну частку Серед страхових виплат також переважну частку займають страхування КАСКО, ОСАЦВ та ДМС. Надалі більш детально розглянемо динаміку основних видів страхування на ринку страхових послуг.

Страхування КАСКО (Страхування наземного транспорту (КАСКО) захищає на випадок знищення, викрадення, пошкодження внаслідок ДТП, пожежі, вибуху, стихійного лиха, протиправних дій третіх осіб тощо.

При цьому застрахувати можна фактично будь-який наземний транспорт: легкові та вантажні автомобілі, автобуси, комерційний та спеціальний транспорт тощо.

Зазвичай українські страховики пропонують цілий перелік договорів КАСКО, розрахованих на різні сегменти автовласників, зокрема повне КАСКО, Євро КАСКО для подорожуючих за кордон, часткове КАСКО

Також КАСКО є обов`язковою умовою страхування заставних автомобілів. На відміну від страхування відповідальності, страхування КАСКО допомагає повністю убезпечити власний автомобіль навіть якщо власник сам винний у настанні ДТП. Зауважимо, що обов'язкове страхування цивільної відповідальності власників автотранспорту покриває збиток постраждалим, а страхування КАСКО покриє збитки завдані власному автомобілю. А крім ДТП, КАСКО покриває ще й стихійні лиха, протиправні дії, пожежі, незаконне заволодіння та ін.

Наприклад, страхова компанія ARX [85] пропонує такі послуги з страхування КАСКО:

- Часткове КАСКО (покриває лише певні ризики, зокрекма дорожньо-транспортна пригода (ДТП), «Міні-КАСКО»;
- «Є-КАСКО» ( передбачає захист і від викрадення);
- КАСКО «Класік» (включає страхування на випадок пошкодження внаслідок стихійних лих (град, повінь і т.і). пожежі або вибуху).

Наведемо рейтинг страхових організацій, які надають послуги зі страхування КАСКО (табл 2.20).

Таблиця 2.20 – ТОР-10 страхових організацій з страхування КАСКО

| № | Страхова компанія | Премії, тис.грн. | Виплати, тис.грн. |
|---|---|---|---|
| 1 | ARX | 1 739 342 | 756 221 |
| 2 | АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ | 1 419 812 | 676 607 |
| 3 | УНІКА | 825 526 | 388 451 |
| 4 | ВУСО | 721 495 | 298 640 |
| 5 | УСГ | 651 018 | 340 167 |
| 6 | UNIVERSALNA | 637 875 | 181 985 |
| 7 | ТАС СГ | 633 445 | 398 419 |
| 8 | ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ | 540 310 | 317 200 |
| 9 | ІНГО | 510 663 | 290 158 |
| 10 | PZU УКРАЇНА | 307 933 | 159 706 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Розглянемо зміст страхування КАСКО в трьох провідних страхових організаціях [85-87] (табл 2.21).

Таблиця 2.21 – Зміст договорів КАСКО автотранспорту

| Ризик | ARX Страхування | УНІКА | Арсенал Страхування |
|---|---|---|---|
| Викрадення | Незаконне заволодіння ТЗ шляхом крадіжки, грабежу, розбою, що призвело до втрати (відсутності) ТЗ | «Незаконне заволодіння»<br>Будь яке незаконне заволодіння ТЗ | Незаконне заволодіння ТЗ шляхом крадіжки, грабежу, розбою |
| Збиток внаслідок ДТП | Будь яке пошкодження або знищення ТЗ , його окремих складових частин або додаткового обладнання внаслідок ДТП | «ДТП»<br>Дорожньо-транспортна пригода, в тому числі викид каменів з під коліс транспорту | «Збитки в наслідок ДТП»<br>Будь яке пошкодження або знищення ТЗ, його окремих частин |
| Збиток внаслідок інших причин | Викрадення частин ТЗ, повне пошкодження внаслідок ПДТО, стихійного лиха, пошкоджень від інших причин | «ПДТО»<br>Протиправні дії третіх осіб, крім незаконного заволодіння ТЗ | Збитки від ПДТО, стихійного лиха, падіння різних предметів на ТЗ |
| Інші види ризиків | «Збиток внаслідок поломки»<br>Повне або часткове припинення функціонування ТЗ внаслідок поломки окремих частин ТЗ | «Стихійне лихо», «Пожежа»,<br>«Інші випадки» | Інші види ризиків не передбачені Правилами страхування |

Найбільшими страховиками, які надають страхування КАСКО, пропонуючи широкий спектр програм страхування, які відрізняються обсягом відповідальності є страхові організації «ARX», «АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ», «УНІКА», «ВУСО».

Можна побачити чітку тенденцію до зростання обсягів надходжень страхових премій з страхування КАСКО впродовж 2020-2023 рр., за єдиним виключенням – в 2022р. спостерігалось зменшення обсягу премій, що може бути пов'язано із початком військових дій. Аналогічну тенденцію спостерігаємо стосовно обсягу страхових виплат ( табл. 2.22).

Таблиця 2.22 – Показники страхування КАСКО

| Показник, тис. грн | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 9 місяців 2024 р. | Відхилення 2023/2020 | Темп росту 2023/2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Страхові премії | 7878636 | 9933429 | 7935674 | 10484533 | 9251866 | 2605897 | 1,33 |
| Страхові виплати | 3532802 | 4691108 | 3730862 | 4649817 | 4401705 | 1117015 | 1,32 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Як повідомляє МТСБУ [88], за січень-грудень 2024 р. в Україні було укладено понад 8,0 млн внутрішніх договорів ОСЦПВ, що на 5,61% більше за аналогічний період 2023 року. При цьому 76,8% страхових полісів було оформлено в електронному вигляді, що становить 6,2 млн договорів від загального числа (табл 2.23).

Таблиця 2.23 – Динаміка договорів ОСПЦВ

| Показник | 2023 | 2024 | Зміна, % |
|---|---|---|---|
| Кількість укладених договорів страхування ОСЦПВ, од. | 7668851 | 8098774 | +5,61% |
| В т.ч. електронних договорів страхування | 5294637 | 6221525 | +17,51% |
| Сума нарахованих страхових премій за договорами ОСЦПВ, тис. грн | 8750417,4 | 11028671,5 | +26,04% |
| В т.ч. за електронними договорами страхування, тис. грн | 6597062,3 | 9070295,1 | +37,49% |
| Середній розмір страхової премії, грн | 1141,1 | 1362,3 | +19,3% |

За 2024 р. середній розмір виплати за вимогами від потерпілих у ДТП становить 33 849 грн, що 12,5% більше ніж в аналогічному періоді 2023 року (30 088 грн). У порівнянні з показниками 2023 р. на 6,52% збільшилася кількість врегульованих вимог з використанням Європротоколу. За той же період за допомогою цього інструменту страховими компаніями врегульовано 54 849 вимог від потерпілих у ДТП та сплачено понад 1,0 млрд грн страхового відшкодування ( табл 2.24).

Таблиця 2.24 – Виплати з страхування ОСЦПВ

| Показник | 2023 | 2024 | Відхилення,% |
|---|---|---|---|
| Кількість вимог, за якими прийнято рішення пров виплату | 127837 | 142110 | +11,6% |
| В т.ч. врегульованих з використанням «європротоколу» | 51493 | 54849 | +6,52% |
| Нарахована сума страхового відшкодування | 3846480,6 | 4810288,8 | +25,06% |
| В т.ч. врегульованими з використанням «європротоколу» | 854009,3 | 1034013,3 | +21,08% |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Страхування ризиків автотранспорту є основою договорів КАСКО, які мають високу популярність серед всіх видів страхових послуг в країні, насамперед з того, що достатньо чітко відстежується страховий інтерес споживача такої послуги. Значна кількість страхових компаній і, в першу чергу, провідних та достатньо великих за обсягами операцій, а також компаній з іноземним капіталом, мають в портфелі значну частку договорів КАСКО.

ОСАЦВ (Обов’язкове страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів) являє собою форму державного захисту потерпілих при ДТП. Страхування компенсує збитки потерпілим в результаті ДТП. Страховик оплатить ремонт постраждалої машини, лікування водія і пасажирів, а також компенсацію у випадку пошкоджень нерухомості.

Страхування ОСЦПВ є обов’язковим для всіх власників автомобілів, зареєстрованих в Україні або тимчасово ввезених в країну. Завдяки такому страхуванню страхувальник може заощадити чималі гроші.

З полісом ОСЦПВ страхувальнику гарантовано відшкодування заподіяної шкоди за рахунок фонду МТСБУ в результаті ДТП, якщо її буде завдано невстановленим транспортним засобом або автомобілем, власник якого не застрахувався або керував ним, не маючи на те права.

Зазначимо, що страхування ОСЦПВ не компенсує витрати на ремонт автомобіля винуватця ДТП, не покриває ризики її викрадення та пошкодження в разі злому і аварій, викликаних природними або техногенними факторами. Поліс також не врятує водія від штрафів або позбавлення водійських прав за створення аварійної ситуації. Застрахованими повинні бути власники легкових і вантажних автомобілів, мотоциклів, моторолерів, мікроавтобусів і автобусів, причепів для легкових і вантажних авто. Основою для формування ціни ОСЦПВ є базовий тариф, який залежить від певних факторів: (табл 2.25).

Таблиця 2.25 – Фактори, які впливають на тариф ОСЦПВ

| Фактор | Зміст |
|---|---|
| Тип транспортного засобу | Чим більшим є об'єм двигуна, тим більшим є тариф. |
| Місце реєстрації транспортного засобу | Для різних населених пунктів застосовується коефіцієнт розрахунку. Враховується розмір міста, кількість автомобілів, інтенсивність руху. Чим ці параметри вищі – тим більший коефіцієнт і дорожчий поліс. |
| Водійський стаж. | Чим меншим є водійський стаж, тим більшим є тариф |
| Термін дії поліса | Чим меншим є термін дії поліса (в розрахунку на день), тим більшим є тариф |
| Кількість аварій | За кожен безаварійний рік водій отримує знижку (бонус-малус). При укладанні нового договору, страхова компанія може запросити дані з попереднього поліса або його ксерокопію. |
| Наявність пільг. | Згідно із законодавством України на 50% знижку при купівлі поліса ОСЦПВ мають пенсіонери, учасники війни, інваліди 2 групи, чорнобильці 1 та 2 категорії. |
| Період використання транспортного засобу. | Враховуєтьтся при побудові тарифів для таксі або автомобілів, що використовуються для перевезень пасажирів або вантажів з метою отримання прибутку і які підлягають обов'язковому технічному контролю |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Добровільне медичне страхування (ДМС) гарантує громадянам страхове забезпечення у разі виникнення страхового випадку отримання медичної допомоги та фінансування профілактичних заходів.

Найбільші страхові компанії, які надають послуги добровільного медичного страхування на ринку України, наведені в табл. 2.26.

Таблиця 2.26 – TOP–20 Рейтинг страхових компаній з добровільного медичного страхування за 9 місяців 2024 року.

| № | Страхова компанія | Премії, тис.грн. | Виплати, тис.грн. |
|---|---|---|---|
| 1 | УНІКА | 1 035 733 | 557 928 |
| 2 | UNIVERSALNA | 569 897 | 308 006 |
| 3 | ІНГО | 525 450 | 352 330 |
| 4 | ВУСО | 512 706 | 309 004 |
| 5 | ARX | 374 784 | 230 931 |
| 6 | ТАС СГ | 373 458 | 203 008 |
| 7 | УСГ | 318 637 | 210 637 |
| 8 | PZU УКРАЇНА | 242 519 | 174 236 |
| 9 | АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ | 209 198 | 113 788 |
| 10 | КОЛОННЕЙД УКРАЇНА | 148 745 | 62 975 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Можна побачити, що обсяг страхових платежів з добровільного медичного страхування впродовж 2020-2024 рр. постійно зростав, що означає підвищення попиту на цей вид страхування. ( табл.2.28).

Таблиця 2.28 – Показники добровільного медичного страхування

| Показники | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 9 міс. 2024 | Відхилення 2023/2020 | Темп росту 2023/2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Страхові платежі | 4552254 | 5476151 | 4344624 | 5420880 | 4970421 | 868626 | 1,19 |
| Страхові виплати | 2445946 | 3108819 | 2370548 | 2934908 | 2923360 | 488962 | 1,20 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Аналогічно, впродовж цього ж періоду спостерігається підвищення обсягів страхових виплат.

Тарифи на медичне страхування залежать від переліку ризиків, рівня програм, кількості застрахованих, регіону обслуговування та стану здоров’я страхувальника. Комплексні програми медичного страхування включають захист від непередбачених витрат на оплату медичної допомоги та медикаментів

у разі захворювання, а також відшкодування збитків у разі отримання травми, настання інвалідності або смерті. ДМС включає: стаціонарну допомогу, поліклінічну допомогу, забезпечення та оплату медикаментів, невідкладну медичну допомогу, стоматологічну допомогу.

Система охорони здоров'я в Україні в сучасних умовах потребує реформування, оскільки вдосконалення системи медичного страхування і існуючих страхових послуг дасть можливість забезпечити ефективне фінансування лікувальних установ та медичних закладів відповідно до обсягу та якості наданих ними послуг. Крім того, побдібні реформи забезпечать впровадження контрактної медицини.

Формування інноваційних та вдосконалення існуючих послуг з добровільного медичного страхування здатне посилити конкуренцію між державними та приватними лікувальними установами, що в свою чергу створить умови розвитку добровільного медичного страхування.

В Україні поліс «Зелена картка» реалізують страхові компанії, які отримали ліцензію на цей вид страхування (табл.2.29).

Таблиця 2.29 – ТОП 10 Рейтинг страхових компаній з міжнародного страхування Зелена картка за 9 місяців 2024 року.

| № | Страхова компанія | Премії, тис.грн. | Виплати, тис.грн. |
|---|---|---|---|
| 1 | ТАС СГ | 1 024 894 | 307 978 |
| 2 | УСГ | 553 679 | 343 629 |
| 3 | КНЯЖА | 475 469 | 160 652 |
| 4 | PZU УКРАЇНА | 411 019 | 123 240 |
| 5 | ОРАНТА | 334 167 | 68 244 |
| 6 | ПЕРША | 331 836 | 112 581 |
| 7 | ГАРДІАН | 301 844 | 227 586 |
| 8 | ІНГО | 262 769 | 104 859 |
| 9 | ВУСО | 115 088 | 55 179 |
| 10 | ARX | 114 302 | 30 574 |
| | Разом | 3 925 067 | 1 534 522 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

«Зелена Карта» – це міжнародний страховий поліс автоцивільної відповідальності, який надає забезпечення фінансового захисту у разі дорожньо-

транспортної пригоди за межами країни реєстрації автотранспортного засобу. Чинність «Зеленої картки» підтверджується в усіх країнах, що є учасниками відповідної міжнародної угоди.

Основною метою страхування «Зелена картка» є забезпечення відшкодування збитків, які можуть виникнути внаслідок того, що треті особи потерпають від дорожньо-транспортної пригоди. Обов'язковою умовою є те, що винуватцем ДТП за кордоном є водій автівки, зареєстрованої в Україні.

Наявність полісу «Зелена картка», з іншого боку, дозволяє уникнути штрафів та фінансових витрат страхувальника одразу після аварії.

Аналіз статистичних даних свідчить, що обсяг страхових платежів з страхування «Зелена картка» впродовж 2020-2024 рр. постійно зростав, що означає підвищення попиту на цей вид страхування. Аналогічно, впродовж цього ж періоду спостерігається підвищення обсягів страхових виплат ( табл.2.30).

Таблиця 2.30 – Показники страхування Зелена картка

| Показники | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 9 міс. 2024 | Відхилення 2023/2020 | Темп росту 2023/2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Страхові платежі | 1341311 | 1633 968 | 3978 330 | 4988562 | 3925067 | 3647251 | 3,72 |
| Страхові виплати | 707 928 | 545 497 | 792 272 | 1877255 | 1534522 | 1169327 | 2,65 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Також відзначимо, що попит на «Зелену картку» є постійним, і особливо різке зростання премій і кількості договорів з такого страхування припадає на 2022-2023 рр.

З початком повномасштабної війни на території Україні всі сфери життя суспільства зазнали в більшій чи меншій мірі впливу воєнних дій. Внаслідок військових дій багатьом суб'єктам завдано значних збитків. Тому в Україні сформувався попит на страховий захист від військових ризиків, і вже деякі страхові організації почали пропонувати подібні продукти, і включати елементи подібного страхування в своїх вже існуючих страхових продуктах.

Страхування воєнних ризиків покриває ризики, пов'язані з воєнними діями, тероризмом та диверсіями, які зазвичай не включаються в страндартні договори страхування майна та призначено для фізичних та юридичних осіб. В 2024 р НБУ у співпраці з Міністерством економіки та Міністерством фінансів розробили законопроєкт «Про систему страхування воєнних ризиків», що пропонує впровадження загальнодержавної системи страхування від воєнних ризиків для захисту інтересів громадян та бізнесу [6].

Законопроєкт спрямований на забезпечення відшкодування збитків, які можуть виникнути внаслідок реалізації воєнних ризиків в Україні. Основною метою є захист майнових інтересів як фізичних осіб, так і юридичних, що постраждали в результаті бойових дій.

Деякі страхові організації пропонують власні спеціальні програми страхування військових ризиків, які включають страхування від дронів та ракет, та враховують особливості окремих регіонів і рівень ризику, зокрема, страхуванню не підлягають збитки, отримані у зонах бойових зіткнень та на тимчасово окупованих територіях. Зазначимо, що в сучасних умовах страхування військових ризиків стає одним із найважливіших інструментів забезпечення і збереження економічної стабільності, забезпечення захисту активів і зниження фінансових ризиків для бізнесу та громадян України.

В умовах військових дій страхові організації зіштовхнулися з певними проблемами, серед яких є організація віддаленої роботи персоналу, проблема розірвання договорів або відтермінування платежів. Також негативно вплинуло на стан страхового ринку зменшення кількості надходжень страхових премій, знищення об'єктів нерухомості, складності виїзду на місця страхових випадків, особливо урегулювання страхових випадків на територіях проведення активних бойових дій тощо.

Практика засвідчила, що в процесі страхування військових ризиків страхові компанії можуть застосувати такі підходи: 1. Покриття військових ризиків виключно силами вітчизняного страхового ринку із одночасним перестрахуванням ризиків іноземними перестраховиками. 2. Передбачено

залучення держави в якості основного гаранта, який би здійснював часткову компенсацію страховим компаніям сум страхових премій за договорами страхування військових ризиків.

Враховуючи запит суспільства на страхування військових ризиків, вітчизняні страхові організації в умовах воєнного стану почали пропонувати захист від воєнних ризиків (табл. 2.31).

Таблиця 2.31 – Страхові продукти українських страховиків, які передбачають захист від воєнних ризиків [44]

| Назва СК | Страховий продукт | Ризики, які покриває | Сума покриття | Що не покриває |
|---|---|---|---|---|
| «ВУСО» | КАСКО Patriot | пошкодження транспортного засобу осколками, ризик прильоту ракети, інших об'єктів, підрив на міні, прямий обстріл | 10% від вартості авто | прямий обстріл ядерних, біологічних, хімічних атак; повна загибель авто |
| «АРКС» | Бронезахист | влучення снарядів, мін, куль, обрушення будівель, наслідки пожежі, мінування територій | до 4500 грн | участь в активних бойових діях; територія на якій відбуваються воєнні дії, окупована, в оточенні |
| «ІНГО» | КАСКО (опція воєнні ризики КАСКО) | за розділом договору: КАСКО (руйнівна дія ударних хвиль; пошкодження вогнем або темпом при близькому розташуванні від місця пожежі, в наслідок воєнних дій; зіткнення чи наїзд військової техніки; падіння сторонніх об’єктів оборонного і спеціального військового призначення) | КАСКО: 10% від страхової суми за договором, але не більше 300 тис. грн | території високого ризику (перелік представлений на сайті) |
| TAC life | Страховка для бізнесу: страхування від військових ризиків | запропонований продукт створює захист від наслідків військових дій для вашого колективу | 200 тис. грн | |

Джерело: побудовано автором на основі [44]

Однак слід зазначити, що вищенаведені пропозиції не є окремими продуктами, а являють собою додаткові опції до існуючих, або вдосконаленням. Крім того, зазначимо, що пропоновані послуги лише частково покривають ризики воєнних дій. Також зазначимо, що передбачено особливі умови, які пов'язані зі характристиками завданого ризику; географічним обмеженням; лімітом страхового покриття.

З іншого боку, запропоновані послуги страхового покриття від воєнних ризиків не можна вважати повноцінним страхуванням, оскільки надається страховий захист лише невеликих об'єктів та фізичних осіб, що обумовлено тим, що величину можливого збитку страхові компанії не в змозі будуть покрити.

Можна зробити висновок, що обмеження суми виплати збитку є найбільшим стримуючим фактором, оскільки пропоноване покриття є дуже малим, тому премії за даними продуктами становлять невелику частину.

З іншого боку, отримання незначних компенсацій є кращим варіантом у порівнянні із відсутністю відшкодування. Саме тому, можна очікувати, що надалі зростатитиме потреба в страхових продуктах, що надаватимуть покриття внаслідок настання воєнних ризиків.

Одночасно зазначимо, що оскільки страхування воєнних ризиків пов'язано із виплатами значних сум страхового відшкодування та високою ймовірністю настання страхових ризиків, воно вимагає обов'язкового перестрахування, у зв'язку з чим виникає доцільність та необхідність створення дієвої системи перестрахування таких ризиків.

Узагальнюючи дані щодо стану ринку страхових послуг України під час війни, варто відзначити його знаходження майже в кризовий ситуації, проте він продовжує працювати та забезпечувати страховий захист суспільства та суб'єктів господарювання. Зазначимо, що в складних умовах, страховики адаптуючись до нових реалій, почали створювати нові страхові продукти та поряд із традиційними каналами реалізації страхових послуг, освоювати нові.

## 2.3 Аналіз каналів реалізації страхових послуг

Для страхової організації вибір каналів реалізації страхових продуктів та формування системи каналів реалізації належить до стратегічних рішень. В сучасних умовах ситуація на страховому ринку України характеризується незначною диференціацією цін, продуктів і послуг, які реалізуються з використанням різних каналів реалізації, що певною мірою звужує можливості клієнта щодо вибору найбільш зручного і вигідного для нього каналу продаж та не сприяє підвищенню рентабельності продаж страхових продуктів.

Зауважимо, що просування страхових послуг на страховому ринку характеризується певними складнощами:

1. Страхувальники охоче купують те, що принесе їм миттєву користь.
2. Пересічній людині складно розібратися в роботі страхових агентств.
3. Асортимент послуг розрахований на різні, майже не пов'язані між собою категорії цільової аудиторії, тому кожну страхову послугу доцільно та необхідно просувати окремо, що призводить до значного підвищення рекламного бюджету.

Необхідно також враховувати, що клієнти можуть віддавати перевагу різним каналам реалізацій, навіто якщо мова йде про продажі одного і того ж страхових послуг. З цієї причини страховикам доцільно формувати та використовувати мультиканальну систему продажів, чутливу до потреб клієнтів. Така система продажів може забезпечити реалізацію страхових послуг як свмою страховою компанією, так і за рахунок системи агентських продаж, налагодження зовнішніх каналів збуту, використання телефонних call-центрів, мережі Інтернет та інших засобів розповсюдження інформації. В свою чергу, подібні заходи сприятимуть інтенсифікації реалізації страхових послуг.

Отже, можна зробити висновок, що побудова оптимальної ефективної системи продажу страхових послуг є одним з найголовніших бізнес-процесів страховика.

Зауважимо, що на обсяг продажу страхових послуг впливають такі фактори (рис. 2.8):

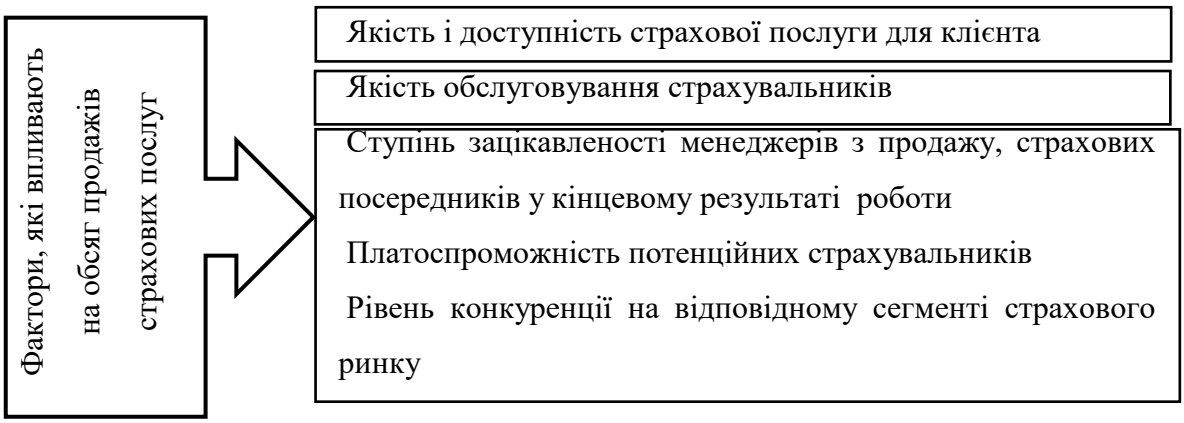



Рисунок 2.8 – Фактори, які впливають на обсяг страхових послуг

Зауважимо, що більшість з вищевказаних факторів визначаються налагодженою системою каналів продажу страхових послуг.

Основні учасники каналу реалізації страхових послуг виконують ряд ключових функцій [53]:

- інформаційну (збір інформації, проведення маркетингових досліджень, поширення результатів досліджень, необхідних для створення планів та здійснення продажу);
- просування товарів (розробка та поширення реклами страхових послуг);
- встановлення контактів (пошук потенціних клієнтів);
- проведення переговорів (узгодження умов страхування та ціни).

В цілому можна виділити такі канали реалізації страхових послуг: прямий (безпосередній); за допомогою страхових посередників; за допомогою об’єднань страховиків і через альтернативні мережі розповсюдження.

Прямий (безпосередній) продаж страхових послуг здійснюється через головний офіс або через відокремлені підрозділи страхової компанії. Необхідною умовою застосування цього каналу для забезпечення територіального охоплення страхового поля має бути наявність широкої мережі пунктів продажу. Крім цього, слід зазначити, що прямий продаж послуг

розрахований в основному на активних споживачів, які самостійно цікавляться страхуванням і обирають страхові послуги та страховиків.

Останнім часом прямий метод продажу страхових послуг вдосконалюється, охоплюючи нові форми продажу страхових послуг:

− телефонний маркетинг і близькі до нього факс-маркетинг, SMS-повідомлення, використання телефонного автовідповідача;

− поширення послуг поштою, коли у поштову скриньку вкладаються безкоштовні листівки або конверти із примірниками договорів страхування. Страхувальник може заповнити бланки та надіслати до страховика;

− реклама у пресі з відривним купоном. Якщо страхувальник заповнює купон і сповіщає про це страхову компанію, він вважається застрахованим;

− Інтернет-реалізація страхових послуг.

Страхові посередники відіграють важливу роль у просуванні страхових послуг і також здійснюють активний супровід страхувальника на різних етапах просування договору страхування. Мережа посередників забезпечує розширення охоплення страхового поля та оперативність укладення договорів страхування без відчутних додаткових витрат.

Діяльність страхових агентів забезпечує високий рівень персоналізації послуг, що в свою чергу здатне забезпечити встановлення тривалих плідних відносин із клієнтом. Хоча, слід зазначити, що такий варіант реалізації страхових послуг потребує значних регулярних витрат.

Страхові брокери за рахунок доступу до більшої кількості страхових компаній пропонують страхувальникам достатньо широкий спектр можливостей. З іншого боку, страховим організаціям брокери забезпечують доступ до широкого кола клієнтів. Для підвищення ефективності процеса реалізації страхових послуг страховики також залучають нестрахових посередників.

Якісні характеристики каналів реалізації страхових послуг, які впливають на ефективність реалізації страхових послуг, і які в сукупності складають систему реалізації страхових послуг страховика, наведено в табл. 2.32.

Таблиця 2.32 – Якісні характеристики каналів збуту страхової продукції

| Характеристики системи збуту страхової продукції | Канали збуту страхової продукції | | |
|---|---|---|---|
| | Страхові агенти | Брокери | Нестрахові посередники |
| Активність збуту страхової продукції | ++ | ++ | + |
| Можливість надання додаткових послуг | + | + | – |
| Поглиблений аналіз ризику | - | + | – |
| Широкий доступ і дешевизна каналу збуту | + | – | + |
| Забезпечення прозорості страхового договору | + | ++ | – |

Примітки. ++ – характеристика, притаманна каналу збуту та має високу інтенсивність; + – характеристика, притаманна каналу збуту; – – характеристика, непритаманна каналу збуту.

Динаміка кількості укладених страхових та перестрахових договорів за участі брокерів впродовж 202–2022 рр. наведена на рис. 2.9.

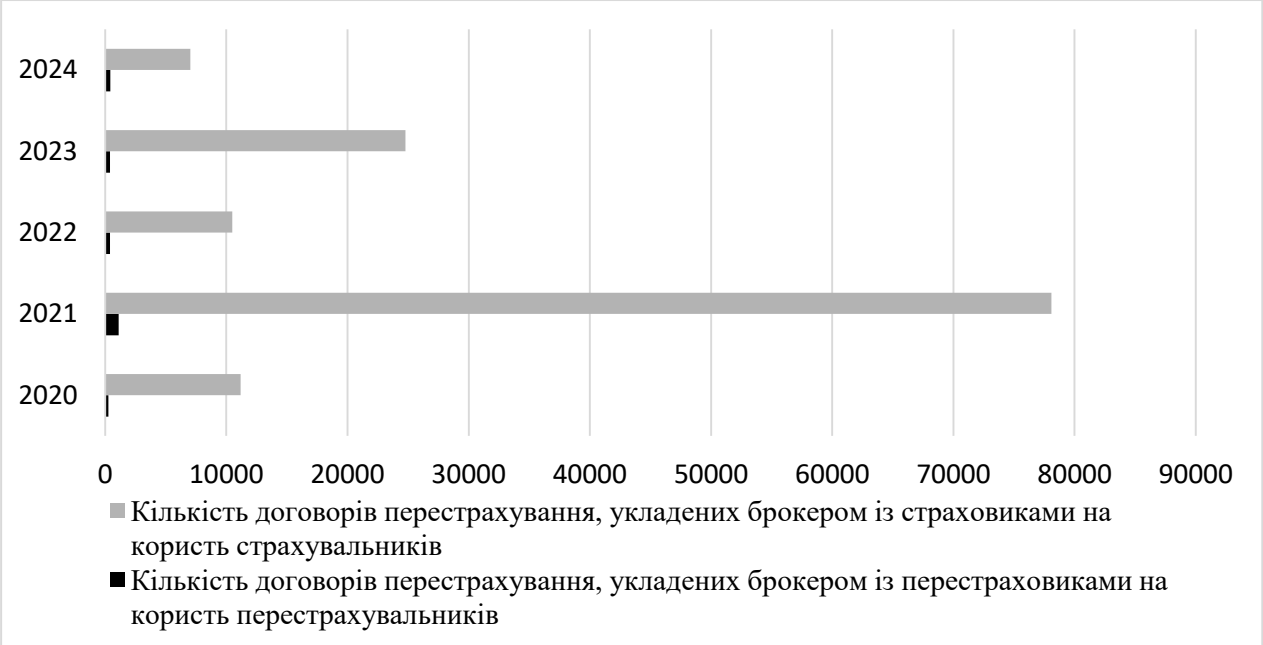



Рисунок 2.9 – Динаміка кількості укладених страхових та перестрахових договорів за участі брокерів впродовж 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Можна побачити, що на страховому ринку України кількість договорів перестрахування, укладених брокерами зросла з 386 у 2020 р. до 1109 у 2021 р. Проте, у 2022 р. кількість таких договорів знизилась до 272 договорів.

Кількість договорів страхування, укладених брокерами є значно вища, у порівнянні із договорами перестрахування, і свідчить про загальну тенденцію зростання їх кількості.

Помітно, що ринок перестрахування відзначається порівняно меншою кількістю угод у порівнянні з сектором страхування, що свідчить про тенденцію страхових посередників до зосередження зусиль на більш прибуткових сегментах.

Можно побачити, що суми винагороди за надання посередницьких послуг за договорами страхування та перестрахування впродовж 2020 –2024 рр. демонстрували різке коливання (рис.2.10).

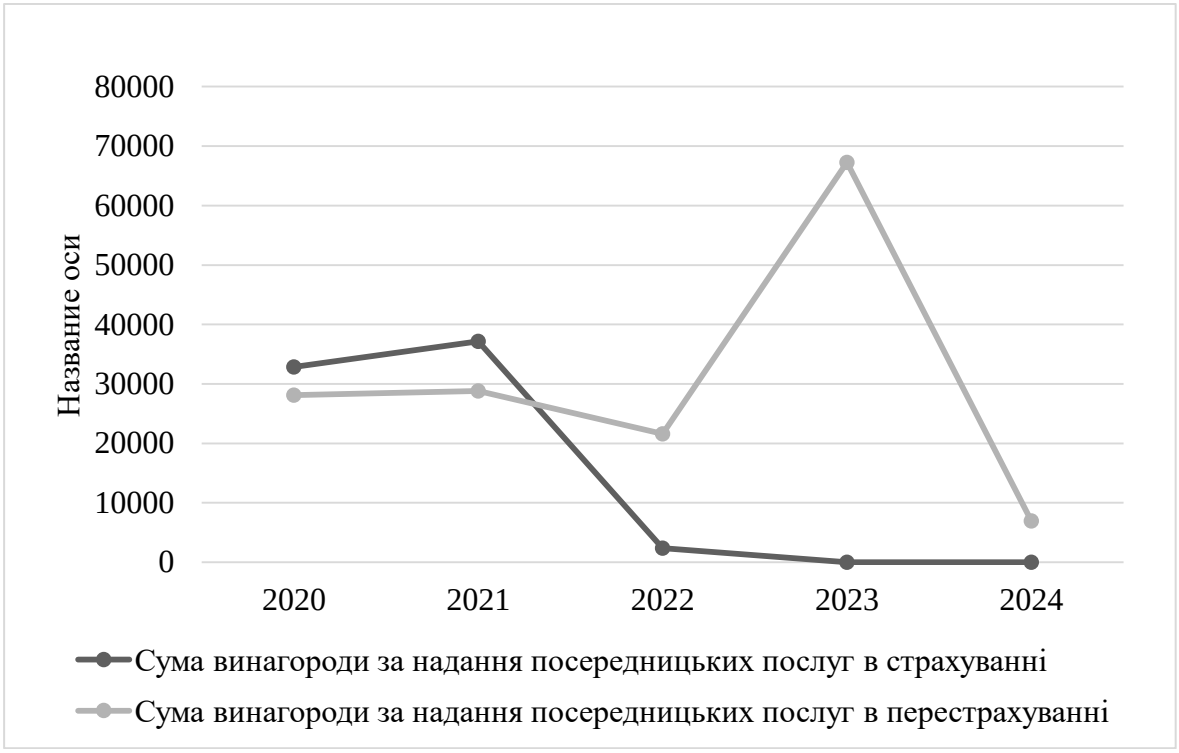



Рисунок 2.10 – Сума винагороди за надання посередницьких послуг за договорами страхування та перестрахування впродовж 2020 –2024 рр., тис. грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Після стабільного зростання у 2021 р., винагороди за посередництво у перестрахуванні зазнали різкого падіння практично до нуля, а суми винагород за

договорами страхування зростали до 2023 р., що свідчить про розширення посередницької мережі.

Вибір системи каналів реалізації страхових послуг для конкретних умов (ринку або виду послуги) визначається ціною утримання мережі продаж, потенціалом продаж (можливий ринок), асортиментом послуг, які система може надати страхувальнику тощо. Страхові компанії, як правило, використовують комбінацію різних каналів продажу з метою збалансування переваг та недоліків кожного. Вибір страховиком тих чи інших каналів для просування своїх послуг на ринку визначається такими основними чинниками:

- структурою страхового портфеля та якісними характеристиками страхових послуг;
- рівнем розвитку страхового ринку;
- ступенем територіальної розгалуженості страхової організації;
- іміджем страхової компанії, її історією, культурою, традиціями;
- правовим середовищем, у якому здійснюється страхова діяльність;
- стратегією страхової компанії;
- витратами на утримання каналу продажу, оцінкою його ефективності і перспективами застосування в майбутньому.

Використання нових форм продажу дає значну економію і є досить вигідним для страховика. Але слід пам’ятати, що вони є ефективними лише для продажу стандартизованих масових страхових послуг (полісів страхування цивільної відповідальності автовласників, медичного страхування, страхування домашнього майна тощо).

Крім того, можна зазначити, що останнім часом, у зв’язку із пандемією та наступними військовими діями на території України, актуальними є онлайн-канали реалізації страхових послуг, зокрема Інтернет-страхування.

Хоча, слід зазначити, що страхові організації для просування деяких видів страхування, які є складними для онлайн-реалізації, застосовують традиційні канали реалізації. Переважно традиційними каналами реалізуються послуги з агрострахування, страхування авіа-КАСКО тощо. Натомість, як зазначалось

раніше, онлайн-реалізацію полісів ОСЦПВ, страхування КАСКО та «Зелена картка» пропонує переважна більшість вітчизняних страховиків ( табл. 2.33).

Таблиця 2.33 – Реалізація страхових послуг через онлайн- та традиційні канали

| | АСКА | | ОРАНТА | | PZU Україна | | ІНГО Україна | | ТАС | | ARX Страхування | | Провідна | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Online | Традиційні канали | Online | Традиційні канали | Online | Традиційні канали | Online | Традиційні канали | Online | Традиційні канали | Online | Традиційні канали | Online | Традиційні канали |
| Страхування автоцивільної відповідальності (ОСЦПВ) | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| Страхування цивільної відповідальності власників зброї | + | + | | | | | | | | | | | | |
| КАСКО | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| «Зелена картка» | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | |
| Медичне добровільне страхування | + | + | | | | | | | | | | | | |
| Страхування від нещасних випадків | + | | + | | + | | | | + | | | | + | |
| Страхування майна | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| Туристичне страхування | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| Агрострахування | + | | + | | + | | | | + | | | | + | |

Примітка: + – передбачений канал

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Проаналізуємо структуру каналів продажу страхових послуг в Україні у 2023 р ( рис. 2.11) за обсягом страхових премій.




Рисунок 2.11 – Структура каналів продажу страхових послуг в Україні у 2023 р. за обсягом страхових премій.

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Можна побачити, що значна частка страхових премій отримана через агентську мережу та прямим продажем страхових послуг.

Кількість укладених договорів страхування за цей період досягла 16 177 тис., причому більшість (15620 тис.) договорів стосувалася страхування за класами, що не включають страхування життя. Укладання договорів зі страхування життя виявилося значно менш активним, де кількість договорів склала 557 тис.

Структура каналів продажів за укладеними договорами страхування наведена на рис. 2.12.




Рисунок 2.12 – Структура каналів продажів за укладеними договорами страхування

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

У процесі реалізації страхових послуг через об’єднання страховиків (пули, бюро, консорціуми) необхідно враховувати притаманні недоліки таких каналів, зокрема відносно низькі тарифи, на які страховик не може вплинути. Крім того, реалізація страхових послуг супроводжується значними витратами.

Альтернативні канали розповсюдження страхових послуг передбачають залучення нестрахових організацій, які разом зі своїми послугами реалізують ще й страхові (банки, відділення зв’язку, туристичні фірми, агенції нерухомості, автосалони, станції технічного обслуговування автомобілів тощо).

Таким чином, забезпечується вигода для страховика (страховик забезпечує продаж страхових послуг), агента (отримує комісійну винагороду від реалізації страхових полісів та доповнює власний продукт за рахунок страхової складової)

та клієнта, який отримує послуги за нижчу плату. Зазначимо, що подібним способом можливо реалізовувати поліси за стандартними видами страхування, які не потребують спеціалізованого андерайтингу, а з іншого боку, професійний рівень таких посередників нижче рівня кваліфікованих страхових агентів або працівників брокера.

Сучасний ринок страхових послуг вимагає не тільки адаптації існуючих страхових послуг під нові канали збуту, але й розробки інноваційних страхових послуг, які б відповідали потребам і очікуванням споживачів. Водночас, страхові компанії повинні активно працювати над залученням та утриманням клієнтів, використовуючи інструменти цифрового маркетингу, персоналізації пропозицій та забезпечення високоякісного сервісу. Ефективне управління відносинами з клієнтами і застосування аналітики поведінкових даних можуть відігравати ключову роль у цьому процесі.

У страховій галузі спостерігається зростаюча тенденція до використання альтернативних каналів реалізації страхових послуг для стимулювання зростання бізнесу. Страховики узгоджують свою бізнес-стратегію реалізації послуг відповідно до мінливих вимог і переваг клієнтів. Для них вкрай важливо знайти правильний баланс між традиційними та сучасними моделями, щоб ефективно функціонувати протягом більш тривалого періоду часу.

Відтак, роль цифрових каналів розподілу в контексті реалізації страхових послуг стає все більш важливою для страховиків. До ключових цифрових каналів просування страхових послуг, які використовуються у міжнародній страховій галузі можна віднести такі:

– веб сайти страхових компаній, де клієнти можуть знайти інформацію про продукти, придбати поліси та керувати своїми рахунками. Часто такі сайти включають можливості самообслуговування, такі як онлайн-управління полісами, подання заявок на виплати та підтримку клієнтів;

– мобільні додатки, що дозволяють клієнтам отримувати послуги на своїх смартфонах або планшетах. Мобільні додатки забезпечують зручний доступ до

інформації про поліси, подання заявок на виплати, оплати премій та інших функцій;

– сайти-агрегатори або маркетплейси, де відображені продукти страхування від кількох страховиків, що дає змогу клієнтам порівнювати котирування, варіанти покриття та ціни в одному місці. Клієнти часто можуть купувати поліси безпосередньо на цих платформах;

– онлайн страхові брокери виступають як посередниками між клієнтами та страховими компаніями і надають цифрову платформу, де є можливість порівнюсати умови страхування різних страховиків, отримувати консультації та купувати страхове покриття;

– соціальні мережі, які використовуються для залучення клієнтів, розповсюдження інформації про продукти та акції, та надання підтримки клієнтам;

– онлайн реклама, зокрема рекламні банери, реклама в пошукових системах та спонсорський контент, для досягнення потенційних клієнтів, що дозволяє збільшити обізнаність про страхові продукти;

– онлайн чати та чат-боти на основі штучного інтелекту на веб сайтах страхових компаній та мобільних додатках для надання допомоги в реальному часі та відповідей на запитання клієнтів. Такі цифрові засоби комунікації підвищують залученість клієнтів та забезпечують негайну підтримку.

Поєднання уподобань та інтересів страховика і страхувальника у виборі каналу просування страхових послуг дає страховику додаткові конкурентні переваги. Отже, створюючи певні канали просування, страховик обов’язково має орієнтуватися на ступінь зручності та доступності цих каналів для використання майбутніми споживачами.

Оскільки останніми роками спостерігається бурхливий розвиток цифрових технологій, для страхових компаній важливим є не лише впровадження новітніх цифрових інструментів, але й підвищення рівня цифрової обізнаності та компетентності співробітників. Ефективне засвоєння та використання цифрових

ресурсів може значно покращити якість обслуговування клієнтів та ефективність внутрішніх операцій.

Разом з цим, можна констатувати, що обсяг персональних даних, що обробляються страховими компаніями, постійно зротсає. Внаслідок цього виникає необхідність дотримання страховими організаціями високих стандартів конфіденційності та етики.

З іншого боку, існують певні виклики, пов'язані з цифровою трансформацією страхового сектору, такі як захист персональних даних клієнтів, необхідність управління великим обсягом даних та потреба в адаптації до швидкозмінних технологічних інновацій.

Крім того, страхові компанії повинні забезпечити інтеграцію цифрових каналів з традиційними методами продажу. Загалом, вдосконалення каналів реалізації страхових послуг полягає у створенні гнучкої та адаптивної системи, що поєднує інноваційні технології з людським досвідом, сприяючи розвитку страхової галузі та забезпеченню високої якості обслуговування клієнтів.

Вдосконалення каналів реалізації страхових послуг у епоху цифрових інновацій – це важливий напрямок для страхових компаній, який вимагає інтеграції новітніх технологій для підтримки росту бізнесу та підвищення задоволеності клієнтів.

Таким чином, зазначимо, що останням часом страхові компанії активно використовують цифрові канали просування страхових послуг для забезпечення широкого охоплення страхового поля та прямого звернення до споживачів, що включає онлайн-платформи для продажу полісів, мобільні додатки для управління страховими продуктами та соціальні медіа для маркетингу та комунікацій. Такий підхід дозволяє страховикам розробляти та пропонувати персоналізовані страхові продукти та розробляти індивідуальні страхові програми, швидше реагувати на запити клієнтів та підтримувати постійний зв'язок з ними.

## Висновки до розділу 2

Ринок страхових послуг України демонструє високу активність у сегментах страхування транспортних засобів (КАСКО, ОСЦПВ) та медичного страхування, а також суттєвий попит на накопичувальне страхування життя.

Аналіз відкритості ринку показав, що відкритість ринку страхування є прийнятною ринок (у 2023 р. показник відкритості становить 37,3%), а ринок перестрахування є суттєво залежним від іноземного капіталу, тобто більшість премій, переданих у перестрахування залишають країну і належать перестраховикам-нерезидентам (78,4% для ризикового страхування, і 100% для «life» перестрахування). Це свідчить про нерозвиненість національного ринку перестрахування.

Аналіз рівня монополізації ринку страхових послуг свідчить, що сектор страхування життя, починаючи з 2020 р., порушує норми антимонопольного законодавства і є висококонцентрованим, оскільки п’ять «life» страховиків охоплюють 85,3% всього ринку.

Щільність страхових премій визначає розмір страхової премії на одну застраховану особу. Середня вартість договору страхування зросла від 375 грн. у 2020 р. до 496 грн у 2023 р. Річна премія одного страховика збільшилась від 215 млн. грн. у 2020 р. до 465 млн. грн. у 2023 р. «Non-life» страхування впродовж 2020-2023 рр. демонструє тенденцію зростання середньорічної премії від 211 млн. грн. до 470 млн. грн. За цей же період середньорічна премія з «life» страхування зростає від 251 млн грн до 430 млн грн.

Досягнуті значення показника рівня проникнення страхування свідчать про низький рівень розвитку вітчизняного страхового ринку, зокрема внаслідок погіршення його стану із-за війни. Значення показника проникнення свідчить про те, що темп зростання ВВП перевищує зростання валових страхових премій.

Рівень конкуренції на ринку страхових послуг України оцінено за допомогою показника конкуренції або індексу Герфіндаля-Гіршмана (HHI). у

2021–2023 роках ринок страхування життя відповідає умовам монопольної конкуренції з високим рівнем монополізації ринку.

Коефіцієнт збитковості видів страхування характеризує відношення страхового відшкодування до страхової суми всіх застрахованих об'єктів у розрізі ризикових видів страхування. Впродовж 2020-2024 рр. коефіцієнти збитковості ринку страхових послуг зростають.

SWOT-аналіз вітчизняного ринку страхових послуг визначено, що проблеми на ринку страхових послуг пов'язані з недостатньою фінансовою стійкістю страхових компаній, зменшенням кількості фактичних та потенціальних страхувальників через окупацію частини території України, виїзд населення за кордон, загибель військових і цивільного населення. Також український ринок страхових послуг має можливості для подальшого розвитку за рахунок зростання обізнаності та страхової культури населення.

PEST-аналіз українського ринку страхових послуг показує, що для розвитку необхідно посилити вимоги щодо капіталізації страховиків, запровадити систему гарантування страхових виплат, створити рівні умови конкуренції між учасниками ринку, стимулювати розробку спільних страхових продуктів із банками та рітейлом, доповнити традиційні послуги онлайн-каналами продажу та супроводу клієнтів. Значні ризики для страхового бізнесу створюють політична та економічна нестабільність. На попит негативно впливають війна та економічна криза. Розвиток діджітал-технологій відкриває можливості для інновацій та залучення нових клієнтів онлайн.

Страхування життя являє собою вид страхування, який передбачає захист майнових інтересів застрахованої особи, що пов'язані з її життям та смертю. В структурі загального страхування життя в 2024 р. більшу частку займає накопичувальне страхування життя, і майже нерозвиненим залишається страхування життя виключно на випадок смерті та страхування життя до досягнення пенсійного віку.

Обсяги надходжень страхових премій та обсягу страхових резервів з накопичувального страхування життя зростали впродовж 2020-2024 рр.

Найбільшим попитом серед видів ризикового страхування впродовж 2020-20203 рр. користуються авто-КАСКО, ОСАЦВ, добровільне медичне страхування та страхування «Зелена картка».

Враховуючи запит суспільства на страхування військових ризиків, вітчизняні страхові організації, зокрема «ВУСО», «АРКС», «ІНГО», TAC life в умовах воєнного стану пропонують захист від воєнних ризиків як додаткові опції до існуючих, або вдосконалені страхові послуги.

Сукупність каналів реалізації складає систему реалізації страхових послуг страховика. Визначено якісні характеристики каналів реалізації страхових послуг, які впливають на ефективність реалізації страхових послуг.

Показано, переважна кількість договорів страхування у 2024 р. та значна частка страхових премій отримана через агентську мережу та прямим продажем страхових послуг.

Альтернативні канали розповсюдження страхових послуг передбачають залучення нестрахових організацій, які разом зі своїми послугами продають ще й страхові та застосування новітніх технологій, зокрема Інтернет-страхування. Показано, що переважно через традиційні канали реалізуються послуги з агрострахування, страхування авіа-КАСКО тощо. Онлайн-реалізацію полісів ОСЦПВ, страхування КАСКО та страхування «Зелена картка» пропонує переваждна більшість вітчизняних страховиків.

# РОЗДІЛ 3
# СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

## 3.1 Тенденції діджиталізації на ринку страхових послуг України

В сучасних умовах, коли спостерігається загострення конкуренції серед страхових організацій, а також суттєве підвищення вимог страхувальників та органів державного регулювання страхування, страховики активно використовують інноваційні та найсучасніші досягнення технічного та технологічного прогресу для вдосконалення якості та сутності страхових послуг.

Аналіз діяльності страхових організацій України свідчить, що останнім часом цифровізація та діджіталізація страхової справи та страхових послуг поступово, але невідворотньо впроваджуються, при цьому розвиваються новітні інноваційні сервіси віддаленого врегулювання збитків, зростає кількість страхових продуктів, які надаються онлайн, активно впроваджуються мобільні додатки.

На сьогоднішній день окремі вітчизняні страхові компанії пропонують класичні страхові послуги, які можна замовити або придбати онлайн, причому, як правило, такі послуги не потребують застосування додаткового андерайтингу страхових компаній. Слід зазначити, що серед фінансових установ в Україні страхові компанії одними з перших стали укладати електронні страхові договори, зокрема з обов'язкового страхування автоцивільної відповідальності власників транспортних засобів.

Певні події економчного та політичного життя України сприяли активному розвитку цифрового страхування, зокрема інтенсивно відбувається цифровізація страхових послуг з «продажем в один клік», до того ж активно впроваджується відмова від паперових носіїв інформації.

Зазначимо, що тенденція цифровізації, як очікується, істотно змінить бізнес-процеси страховиків, зокрема цьому сприятиме все більш активне зростання використання онлайн-сервісів для сплати страхових премій,

застосуванням «connecting things», активним використанням «big data» і застосуванням чат-ботів у поточному обслуговуванні страхових договорів та полісів і претензій страхувальників.

Зауважимо, що в сучасних умовах застосовуються новітні цифрові технології страхового ринку для успішної реалізації інструментів цифровізації ключових бізнес-процесів страхових компаній (табл. 3.1).

Таблиця 3.1– Сучасні діджитал-технології страхового ринку

| Технологія | Механізм використання та застосування на страховому ринку |
|---|---|
| Вебсайт | Сукупність веб сторінок, що є доступною в мережі Інтернет, які об'єднані за змістом і навігацією під єдиним доменним ім'ям. На сайтах розміщуються окремі елементи діджитал-технології: страховий калькулятор, оплата «онлайн», магазин страхових послуг, посилання на мобільні додатки |
| Соціальна мережа | Інтернет-програма, яка допомагає окремим особам спілкуватися та встановлювати зв'язки між собою, використовуючи набір інструментів |
| Чат-бот | Комп'ютерна програма, яка розроблена на основі нейромереж і веде розмову за допомогою слухових або текстових методів |
| Веб форум | Додаток для організації спілкування відвідувачів вебсайту; термін відповідає змісту вихідного поняття «форум»; форум пропонує набір розділів для обговорення; робота форуму полягає у створенні користувачами тем у розділах і подальшому обговоренні всередині цих тем; окремо взята тема, по суті, є тематичною гостьовою книгою |
| Відео телефонія | Технологія, що надає можливість прийому та передачі аудіо та відеосигналів користувачам у різних місцях для спілкування між ними в режимі реального часу |
| Відеохостинг | Сервіс, що надає послуги з розміщення відеоматеріалів на певну тематику |
| Хмарні технології | Послуги, що включають надання дискового простору для розміщення інформації на сервері та надає можливість зберігати свої дані, ділитися з ними в разі потреби та спільно редагувати й обробляти інформацію |
| Телематика | Технічний пристрій, основним завданням якого є формування інформації про стиль поведінки водія за кермом. Ця інформація в онлайн-режимі передається страховій компанії, результатом цього може бути пропозиція індивідуального страхового тарифу |
| Автоматизовані системи перевірки достовірності страхових полісів | Комп’ютерні програми з широкою базою даних, які надають змогу перевірити достовірність страхового договору та термін його дії |

Вважається, що з найбільшою ймовірністю завдяки використанню цифрових технологій можуть бути вдосконалені такі бізнес-процеси страховика:

продажі страхових послуг, врегулювання збитків, ведення бухгалтерського обліку та оподаткування, андеррайтинг ризиків і документообіг.

Зокрема в процесі продажу страхових послуг застосовуються технології блокчейн, мобільні застосунки, страхові калькулятори; в процесі андерайтингу ризику може бути застосована телематика, а у разі медичного страхування або страхування від нещасних випадків – телематика, датчики стану здоров'я клієнта. Ведення бухгалтерського та податкового обілку передбачає використання дистанційних програм подачі звітності, автоматизовані програми ведення бухгалтерського обліку тощо.

З іншого боку, дослідження офіційних сайтів страхових організацій, показало, що близько п'ятої частини функціонуючих на сьогодняшній день в Україні страхових компаній їх не мають. Зазначимо, що значною з цієї точки зору є частина компаній зі страхування життя, які не мають офіційного сайту та становить 64% (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Частка страхових компаній, які мають офіційні сайти в Україні станом на жовтень 2024 р.

| Показник | Усього | Страхові компанії | |
|---|---|---|---|
| | | «Non Life» | «Life» |
| Кількість страхових компаній | 75 | 64 | 11 |
| Кількість страхових компаній, які мають офіційні веб-сайти | 60 | 54 | 6 |
| Частка страхових компаній, які мають офіційні веб-сайти, % | 81 | 84 | 37 |
| Частка страхових компаній, які не мають офіційних вебсайтів, % | 21 | 16 | 65 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Можна припустити, що відсутність офіційного сайту страховика говорить про істинну мету створення страховика, або про те, що страхова компанія знаходиться у стадії припинення своєї діяльності.

Крім того, зазначимо, що на страховому ринку України мають ПрАТ «ГРАВЕ Україна Страхування життя» та ПрАТ «ГРАВЕ Україна»; ПрАТ «Страхова компанія «УНІКА ЖИТТЯ» та ПрАТ «УНІКА»; ПрАТ «Акціонерна

страхова компанія «Інго Україна життя» та ПрАТ «Інго Україна» та інші мають об’єднані сайти для компанії страхування життя та ризикового страхування. Це можна пояснити тим, що вказані страховики входять до страхової групи, яка і має у своєму складі страхову компанію зі страхування життя та з ризикового страхування.

На рис. 3.1 показано елементи діджитал-технологій, які використовуються страховими компаніями України на офіційних веб-сайтах.

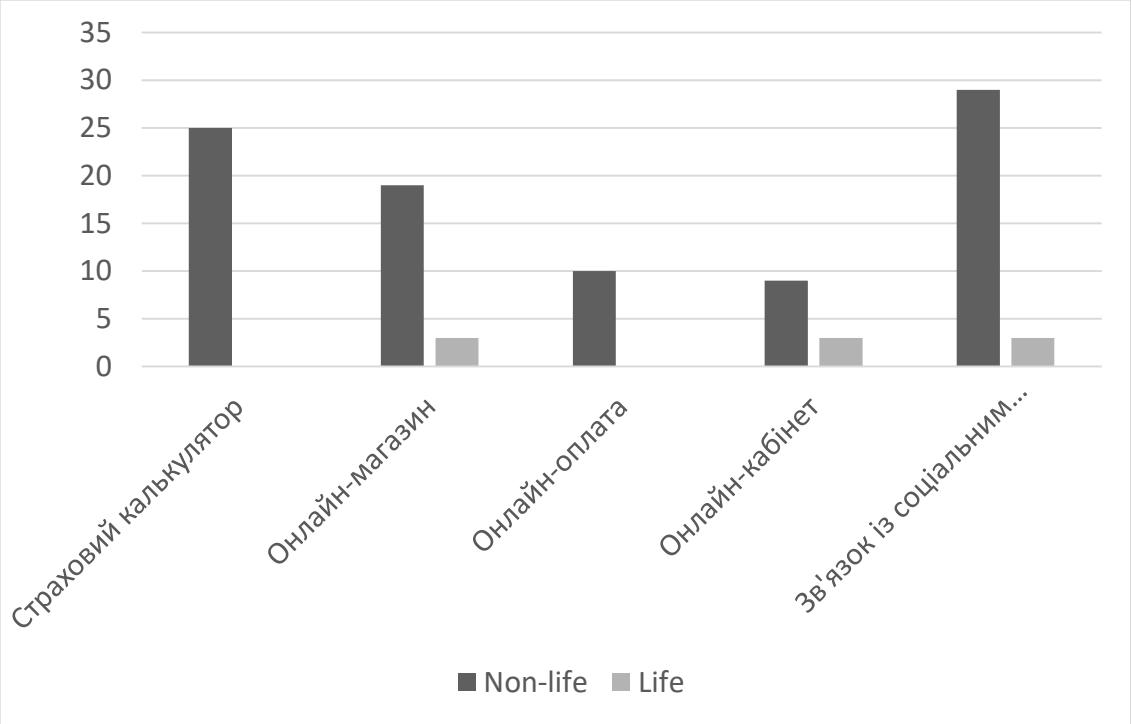



Рисунок 3.1– Частка страхових компаній, які використовують елементи діджитал-технології на офіційних веб-сайтах, %

Зауважимо, що зручним інструментом для страхувальників є страховий калькулятор, який дає можливість потенційному клієнту визначити вартість страхового договору онлайн.

Найчастіше українські страхові компанії на офіційному сайті розміщують інформацію на таких сторінках:

− «Головна сторінка» (види страхування, специфіка діяльності даного страховика);

− «Про компанію» (інформація про історію страховика, ліцензії страхової компанії, об'єднання, в які входить страховик, рейтинги страхової компанії, також інформація щодо звітності страхової компанії за останні роки, керівників, наглядової ради страховика, філій та представництва страхової компанії тощо).

Важливим елементом діджиталізації, який відповідає вимогам часу є активне створення онлайн магазинів, в яких можна придбати не лише міжнародний та внутрішній електронний поліс страхування автоцивільної відповідальності. Також потенціальний страхувальник може оформити онлайн замовлення на інші види страхування, зокрема на страхування майна, страхування авто-каско, туристів, від нещасних випадків, здоров'я.

Аналіз отриманих результатів показує, що онлайн-магазини створили відносно невелика кількість страховиків у сфері ризикового страхування, і іще менша кількість компаній зі страхування життя. Зауважимо, що всі ті компанії зі страхування життя, які відкрили онлайн-магазини, належать до страхових груп та мають об'єднані сайти, які, в свою чергу містять онлайн-магазин та онлайн-кабінет, але послуга продажу онлайн не пропонується.

«Онлайн-оплата», яку пропонують страховики на ринку, ґрунтується на співпраці з банківськими установами. Зауважимо, що кількість страховиків, які пропонують таку послугу, є незначною, але олстаннім часом ця технологія активно впроваджується в діяльність страхових компаній.

Невелика кількість страхових компаній створила на офіційних сайтах онлайн-кабінети для клієнтів, де останні можуть ознайомитися з переліком діючих страхових договорів, терміном сплати чергової страхової премії та побачити сплачену страхову премію.

Останнім часом страхові компанії в Україні впроваджують хмарні технології, яка надає страховикам-власникам мережі Інтернет доступ до комп’ютерних ресурсів сервера і використання хмарного програмного забезпечення як онлайн-сервісу. Використання хмарних технологій дозволяє опрацьовувати та зберігати дані, виконувати складні обчислення, використовуючи можливості віддаленого сервера. Крім того, застосування

хмарних технологій забезпечує збереження та надійний захист баз даних страхових компаній.

Зазначимо, що ІТ-компанії надають послуги із хмарних технологій на платній основі, зокрема можна навести в якості прикладу хмарне середовище De Novo, де здійснює діяльність ПрАТ «Страхова компанія «УНІКА».

Важливою складовою діджиталізації у всьому світі, так і в Україні є використання мобільних пристроїв, що викликає необхідність впровадження та розробки мобільних додатків страхових компаній ( рис.3.2).

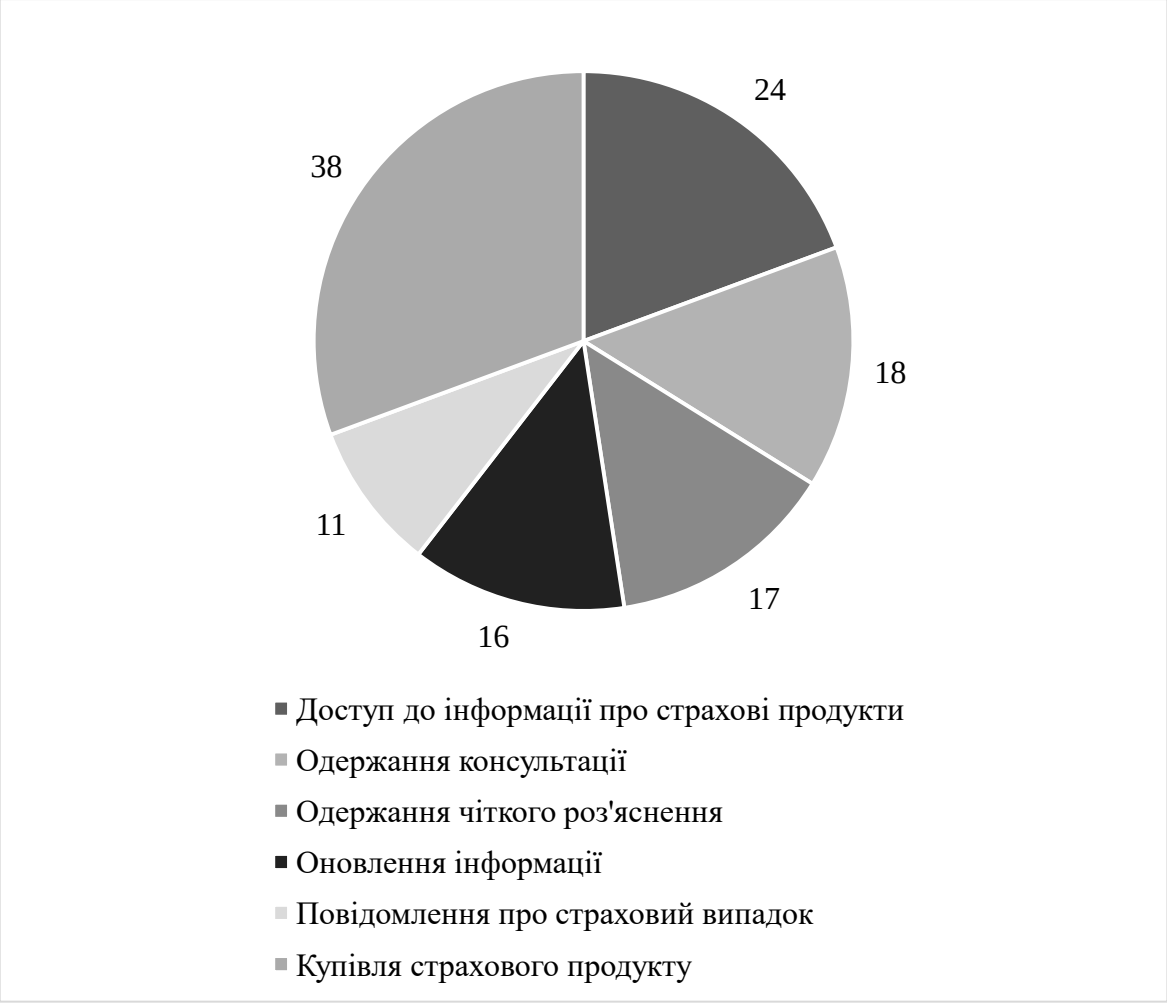



Рисунок 3.2 – Застосування мобільних пристроїв в страхуванні

Відповідно, застосування мобільного додатку дозволяє:

– розрахувати ціну (страховий тариф) страхового договору;

– повідомити страховика про страховий випадок, та його обставини;

– викликати допомогу (зокрема асистанську компанію) в разі потреби;

– з'єднатися із колцентром страхової компанії;

– надати інформацію щодо збитків внаслідок страхового випадку, передати відео- та фото-матеріали з місця настання страхового випадку;

– через мобільний додаток можна відслідковувати інформацію в реальному часі про прийняття рішення про страхову виплату [77].

На сьогодніяшній день на офіційних веб-сайтах посилання на мобільні додатки мають: ПрАТ «Княжа вієнна іншуранс груп», ПрАТ «Страхова компанія «УНІКА», ПрАТ «Інго Україна», ПрАТ «Українська акціонерна страхова компанія «АСКА» та інші.

Мобільні додатки впроваджуються у страхову справу досить активно, і, за думкою українських учених, саме завдяки мобільним додаткам збільшується мобільність страхових компаній і прискорюються їх бізнес-процеси [59]. З іншого боку, мобільний додаток надає страховій організації велику базу даних для маркетингових досліджень.

Зауважимо, що повніше застосування страховиками притаманних мобільним додаткам технічних можливостей, є актуальним питанням та існують значні перспективи щодо розробки новітніх додатків та застосування у практичній діяльності.

Для уточнення величини страхового тарифа на вітчизняному страховому ринку останнім часом впроваджується телематика, яка здійснюється за допомогою технічних пристроїв. Телематика являє собою спеціальну систему моніторингу поведінки страхувальника [70].

Наприклад, при укладанні договору каско-страхування шляхом встановлення безкоштовного телематичного пристрою, страхова організація може дослідити поведінки водія за певний період на основі даних, які

телематичний пристрій передає для аналіза у хмарне сховище, після чого інформація відображається в мобільному додатку.

Подальший розвиток технології телематики дозволяє обійтись без встановлення спеціального телематичного пристрою, а можна лише завантажити додаток у смартфон.

Подібні послуги в КАСКО-страхуванні надають ПрАТ «Українська акціонерна страхова компанія «АСКА», ПрАТ «Страхова компанія «АРКС» страхування», ПрАТ «Акціонерна страхова компанія «ІНГО Україна» та інші. За даними сайту Форіншурер [6], страховий тариф з КАСКО-страхування з використанням технології телематики може бути знижений на 60%. Також, зауважимо, що в пунктах перетину кордону України запроваджуються автоматизовані сервіси перевірки чинності страхових полісів міжнародного страхування «Зелена картка».

Встановлено, що більшість найуспішніших страховиків України співпрацюють з InsurTech-проектами, що свідчить про розвиток новітніх технологій для страховиків, щоб конкурувати на ринку.

З іншого боку, найбільш популярними технологічними рішеннями, які використовуються в InsurTech-проектах є мікрострахування (3%), блокчейн (4%), P2P (4%), робо-едвайзер (10%), гейміфікація (10%), страхування для IoT-сфери (12%), страхування на основі використання (13%), великі дані й машинне навчання (20%) [89].

Узагальнюючи літературні дані, визначимо перспективні напрямкии розвитку цифрового страхування в Україні:

1. Розвиток цифрової інфраструктури. Очікується розширення інтернет-інфраструктури страхових компаній, включаючи швидкісний інтернет та мобільний зв'язок, що дозволить страховикам розширити можливості в сфері надання послуг в режимі онлайн.

2. Розвиток фінтех-індустрії. За даними Форіншурер [6], фінтех-сектор в Україні демонструє активне зростання з великими інвестиціями та інноваціями.

Все це зумовлює формування сприятливого середовища для розвитку InsurTech стартапів і розробки нових страхових цифрових продуктів та сервісів.

3. Законодавчі ініціативи. Уряд України, незважаючи на ведення повномасштабних військових дій, активно сприяє цифровізації економіки. Наприклад, Україна долучилася до Програми «Цифрова Європа» [4] і розробила програму «Цифрова Україна», яка передбачає реформування державного управління за допомогою використання цифрових технологій. Зокрема, ці ініціативи можуть підтримувати і підштовхнути розвиток цифрового страхування.

4. Пов'язане страхування. Із розвитком технологій появляється можливість впровадження страхування, що базується на використанні інтернету речей.

Однак, зауважимо, що для успішного розвитку цифрових страхових послуг та діджіталізації системи страхування, необхідно вирішити певні проблеми:

– Проблеми приватності даних.

– Проблема кібербезпеки. У зв'язку з тим, що зростання кількості даних страхових організацій та ускладнення цифрових технологій збільшує ризики кібератак, в захист своїх інформаційних систем від таких атак страхові організації мають вкладати значні ресурси і забезпечити надійну систему захисту.

– Проблема регулювання. Цифрова трансформація страхового сектору, який є одним із найбільш регульованих, привносить нові виклики, оскільки інноваційні страхові технології та моделі бізнесу можуть не підпадати під діюче регулювання, що, в свою чергу, створює юридичну нестабільність.

– Виклики інтеграції цифрових технологій з існуючими системами. Впровадження діджітал-технологій може викликати проблему сумісності інформаційних систем, використання старих даних у нових форматах та внесення змін у бізнес-процеси тощо.

– Зміна корпоративної культури та навичок. Цифрова трансформація страхового сектору передбачає не лише впровадження та застосування

інноваційних технологій, а й зміни корпоративної культури страхових організацій та навичок працівників. Крім того, зміна корпоративної культури вимагає підтримки керівництва на всіх рівнях організації та значних інвестицій в навчання та розвиток персоналу.

Можна сформулювати ключові стратегії для оптимізації цифрового прогресу у страховій сфері.

1. Усвідомлення страховиками важливості цифрової трансформації для забезпечення успішної діяльності. Зауважимо, що стимулом впровадження цифрових технологій для страховиків є пандемічні виклики, і також ведення військових дій, успіху своєї діяльності, але ще борються з розкриттям її повного потенціалу. Втім, впровадження цифрових рішень буде лише зростати.

2. Успішні інвестиції в цифрові платформи самообслуговування та роботизовану автоматизацію процесів, що спонукало страхові компанії здійснити перерозподіл коштів на користь нових можливостей, зокрема штучного інтелекту, використання аналітики даних, особливо у сферах автоматизації та прискорення процесів обробки претензій та обслуговування клієнтів.

3. Розуміння страховиками необхідності нового підходу до реорганізації робочої сили, яка б сприяла поширенню справжнього цифрового мислення в страховій організації. Незважаючи на успішне впровадження новітніх технологій, існують певні проблеми їх впровадження, зокрема виникає проблема пристосування організаційної структури страхових організацій до технологічних змін.

Запропоновані напрями диференціації та оптимізації страхових послуг на основі інноваційного цифрового підходу та застосування сучасних інформаційних технологій забезпечать якісні структурні трансформації у сфері страхування, зокрема підвищення ефективності надання страхових послуг та збільшення вкладу в створення ВВП України.

## 3.2 Тенденції та перспективи інноваційного розвитку страхових послуг в Україні

Необхідною умовою ефективної діяльності страхових організацій на ринку є впровадження інноваційних технологій у діяльність. Аналіз та дослідження існуючих тенденцій впровадження інноваційних технологій на зарубіжному ринку страхових послуг дозволить знайти можливості імплементації їх у вітчизняний страховий простір.

Необхідність впровадження інноваційних рішень в страховій сфері випливає з двох принципів страхування: постійної обробки великої кількості даних та інформаційної асиметрії, яка може бути джерелом ризику у страховій діяльності. Щоб мінімізувати можливі негативні наслідки, страхові компанії все більше покладаються на сучасні технологічні інновації. Характерною рисою інновацій у страховому бізнесі є не тільки новизна, а й висока практична важливість інновацій.

Перш за все, слід зауважити, що інновація в сфері страхових послуг реалізується або у вдосконаленні каналів реалізації страхових послуг, або вдосконалення існуючих послуг, або в інноваційних методах надання послуг клієнтам. Тобто, інновації в страхуванні можна визначити як нові або суттєво вдосконалені страхові послуги, технології та бізнес-процеси для максимального задоволення потреб страхувальників і забезпечення конкурентоздатності, прибутковості та фінансової надійності страхової компанії.

Існуючі проблеми, які можна визначити на ринку страхових послуг, зокрема недосконаліть страхового законодавства, висока конкуренція, дефіцитні фінансові ресурси бізнесу, нестача кваліфікованих кадрів, недостатньо впроваджені інформаційні технології тощо можуть бути вирішені шляхом впровадження інновацій у діяльність страхових компаній.

Розглянемо можливості застосування інноваційних напрямів і підходів в страховій діяльності, що сприяють розвитку страхових технологій і ринку страхових послуг в цілому. Слід зазначити, що саме розвиток інноваційних

напрямів сприятиме розширенню масштабів страхової діяльності, що, в свою чергу дасть можливість покращити економічні показники діяльності страхових організацій.

Основними напрямками інноваційного розвитку є створення страхових послуг, супровід страхової послуги, розвиток каналів збуту страхових послуг, вдосконалення організаційно-управлінської структури страхової організації тощо (табл. 3.3) [91].

Таблиця 3.3 – Напрями інноваційного розвитку страхових організацій

| Вид інновації | Опис інновації | Супровід страхової послуги | Процеси, які забезпечують супровід страхової послуги |
|---|---|---|---|
| Продуктова, виробнича | Зміна технології процесів супроводу, з метою їх вдосконалення, автоматизації процесів за рахунок впровадження нових інформаційних технологій | Розвиток каналів збуту страхових послуг | Система просування страхових послуг |
| Процесна, управлінська | Використання нових методів організації та управління страхової компанії, впровадження передових інформаційних технологій для оптимізації управління бізнес-процесами компанії | Взаємодія з іншими елементами зовнішнього середовища | Використання нових методів і технологій з метою підвищення ефективності взаємодії з елементами зовнішнього середовища |
| Продуктова, торгова | Створення нових каналів збуту страхових послуг шляхом залучення новітніх аналітичних і маркетингових методів дослідження страхового ринку | Організаційн о управлінська діяльність | Організаційно управлінські процеси |

Однак, слід зазначити, що достовірні офіційні дані про впровадження інноваційних інструментів у страховому секторі українського страхового ринку є досить обмеженими.

За результатами даних Державної служби статистики України [92], 12 або 6,5% страхових організацій, заявили про себе як інноваційно активні, з них лише 20 установ (37,2%) впровадили інновації в продуктах та/або процесах, а 18

установ (9,7%) впровадили маркетингові та/або організаційні інновації (табл.3.4).

Таблиця 3.4 – Інноваційна активність страхових компаній

| Показник | 2018 – 2020 | 2020 – 2022 |
|---|---|---|
| Кількість інноваційно активних страхових компаній | | |
| Усього, одиниць | 222 | 12 |
| % до загальної кількості страхових компаній | 38,3 | 6,5 |
| З них: | | |
| Кількість страхових компаній, що впроваджували нову або значно вдосконалену продукцію (товари,послуги) | 30 | 8 |
| Кількість страхових компаній, що впроваджували інноваційні процеси | 59 | 12 |
| Кількість страхових компаній, що впроваджували нові організаційні методи | 138 | 9 |
| Кількість страхових компаній, що впроваджували нові методи маркетингу | 164 | 9 |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Варто зазначити, що успішна інноваційна діяльність страхових компаній насамперед залежить від продуктових інновацій, технічних інновацій, технологічних, управлінських, каналів збуту та витратних (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Види інновацій страхових компаній

| Види інновації | Зміст |
|---|---|
| Продуктові, технологічні | розробка нових страхових продуктів і послуг; |
| | покращення продуктів, які раніше використовувалися на ринку; |
| | створення продуктів, які поєднують у собі найкращі риси кількох товарів; |
| | зміна технології процесів супроводу страхових продуктів з метою їх удосконалення, автоматизація процесів за рахунок упровадження нових інформаційних технологій та цифрових трансформацій. |
| Процесні, організаційні або технологічні | використання нових методів і технологій з метою підвищення ефективності взаємодії з елементами зовнішнього середовища, його інформування. |
| Збутові | створення нових каналів збуту та страхових послуг на підставі використання Інтернету, соціальних мереж, хмарних технологій, створення Інтернет-магазинів. |
| Витратні | скорочення витрат на надання страхового продукту через використання досягнень науково-технічного прогресу. |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Слід зауважити, що запровадження інноваційних технологій та страхових продуктів, особливо в сучасних умовах, сприяє формуванню гідної конкурентоспроможності страхових організацій не лише в межах України, а й закордоном.

Для належного ефективного розвитку вітчизняного ринку страхових послуг, страховим організаціям край необхідно постійно розвиватися, вдосконалювати діяльність, зокрема і за рахунок запровадження інновацій. Продуктова інновація передбачає або розробку нових страхових послуг або вдосконалення існуючих, хоча вітчизняні страховики не дуже часто вдаються до розробки нових страхових послуг.

У зв'язку з цим страхові організації віддають перевагу модернізації існуючих пакетів страхових послуг та спостереженню за асортиментом послуг лідерів страхового ринку. Саме тому останнім часом в зростає інтерес страхових організацій до успішних дій компаній-лідерів страхового ринку.

Слід зазначити, що подібні дії страховиків призводять до того, що розробка страхових послуг з принципово новими характеристиками є вартісним та вельми і ризикованим бізнесом.

В сучасних умовах скорочення ринку страхових послуг внаслідок ведення повномасштабних військових дій, змушує страхові організації активно впроваджувати інновації, що є найбільш перспективним підходом. Це відбувається тому, що забезпечення ефективної діяльності та одержання перемоги в конкуренції досягають ті учасники ринку, які активно впроваджують інноваційні технології в свою діяльність. Саме інновації визначають вирішальні конкурентні переваги страхової організації в ринковій боротьбі, реалізація цих переваг дозволяє досягти інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні. Інновації в сфері виробництва та реалізації страхових послуг також необхідні для побудови і виробництва бізнес-моделей.

Таким чином, враховуючи вплив і способи створення конкурентної переваги, виділимо основні види інновацій в страховій сфері:

1. Зростаючі інновації спрямовані на поліпшення існуючих послуг і страхових технологій. Інновації в страховій сфері зазвичай вводяться страховиками систематично, що дозволяє страховим компаніям поступово підвищувати або підтримувати вже досягнутий рівень конкурентоспроможності. Таким чином, інновації виступають суттєвим фактором зростання конкурентоспроможності.

2. Радикальні інновації створюють не тільки нові технології і страхові послуги, а й нові бізнес-концепції в страхуванні та мають в цілому революційний характер, який зумовлений забезпеченням відносно довгострокової конкурентної переваги, створюючи нові умови для конкуренції.

В цьому зв'язку слід визначити, що хмарні технології і технології великих даних дозволяють страховикам ефективніше та оперативніше організовувати власні бізнес-процеси, оптимізувати їх, а також можливість проведення індивідуальної оцінки ризиків шляхом аналізу інформації з різних джерел (мобільні телефони, соціальні мережі, Інтернет тощо).

Серед основних видів інновацій можна виділити (рис. 3.3):

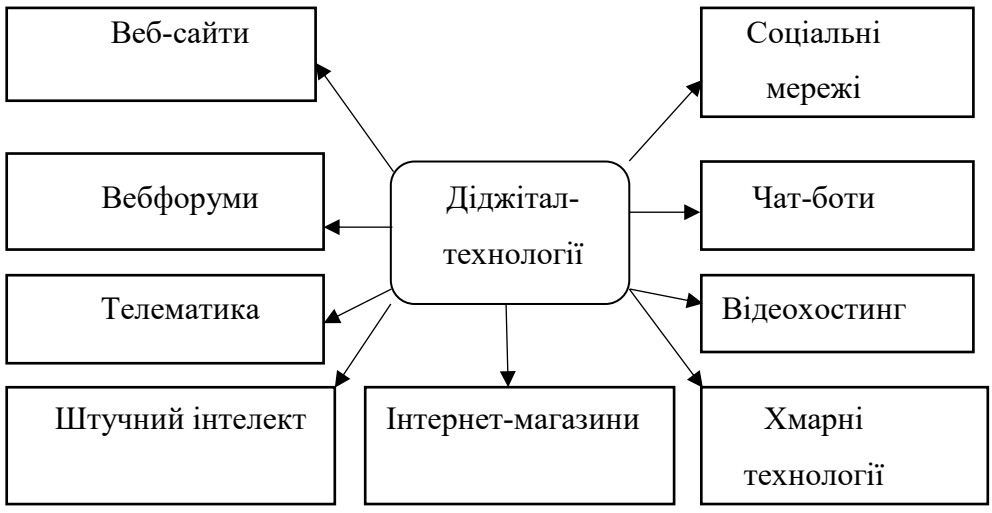



Рисунок 3.3 – Інноваційні технології ринку страхових послуг в Україні

Управлінські інновації являють собою вдосконалення страхових бізнес-процесів, спрямовані на підвищення ефективності та оптимізацію

управлінських рішень в сфері страхування, зокрема таким інструментом управлінської інновації є реінжиніринг системи продажу страхових послуг.

Вивчення досвіду інноваційної активності вітчизняних страховиків дозволило систематизувати інноваційні результати діяльності українських страхових компаній шляхом аналізу офіційної інформації в (табл.3.6).

Таблиця 3.6 – Пропозиції інноваційних послуг від страхових компаній України

| Страхова компанія | |
|---|---|
| КАСКО | Медичне страхування |
| | Туристичне страхування |
| | Інші інновації |
| | Майно страхування |
| ARX | КАСКО Smart |
| | "Ліки без обмежень»; «Медицина без меж» |
| | Страхування «SMART TRAVEL» |
| | «Антивірус» страхування», додаток |
| | Smart Drive |
| | Страхування гаджетів |
| Уніка | ЕКО КАСКО (для власників електромобілів) |
| | «Оплата згідно з діагнозом» |
| | «Активний відпочинок»; |
| | Бізнес поліс на 1 рік Додаток my UNIQA |
| СГ ТАС | Євро КАСКО |
| | 5 зірок |
| «ТАС-ДОКТОР» | «Повний бізнес захист», |
| | «Зелена картка онлайн» |
| | Повний захист житла |
| ПЗУ Україна | ПЗУ КАСКО |
| | Допомога |
| | Страхування подорожуючих Україною |
| | Безпечна подорож |
| ІНГО | Виплата без візиту до страхової компанії |
| | «Світ ліки» |
| | Кіберризик страхування; Короназахист+ |

Джерело: побудовано автором на основі даних Форіншурер [6]

Можна стверджувати, що активне впровадження страхових інновацій є ключовою конкурентною перевагою страхової компанії, оскільки така компанія здатна не тільки надавати страхувальниками зручний і зрозумілий сервіс, але і пропонувати абсолютно нові нестандартні рішення, нові страхові послуги, які

відрізняються від послуг конкурентів. З іншого боку інноваційна страхова компанія здатна передбачати майбутні потреби страхувальника та складати для нього індивідуальну комплексну програму страхування. Зауважимо, що саме в такому активному інноваційному підході до формування комплексу страхових послуг полягають перспективи страхування майбутнього.

Послуги на ринку страхування постійно змінюються під впливом зовнішніх обставин, з певною регулярністю з'являються нові вдосконалені послуги, застосовуються інноваційні канали просування страхових послуг, способи залучення споживачів, зокрема грунтовні внутрішні зміни, які суттєво безпосередньо впливають на діяльність компанії, її місце на ринку, так і поверхневі зміни, які передбачають зміни властивостей страхових послуг або виду продажів, як відповідь на незначні коливання попиту.

Аналіз інноваційної діяльності на ринку страхових послуг показав, що серед найбільш інноваційними послугами виявились страхування КАСКО та ДМС, що можна пояснити досить широкою поширеністю та різноманіттям умов цих видів страхування.

Зокрема, прикладом інноваційного розвитку страхових послуг в автострахуванні є використання технологій телематики, персоніфікації страхових послуг з урахуванням індивідуальних потреб клієнтів та додавання покриття додаткових ризиків до основних.

Серед останніх інноваційних вдосконалень в системі страхування КАСКО слід згадати застосування технології великих даних у системах миттєвих фотографій з метою персоналізації страхових тарифів. Таким чином страхова організація може визначити і проаналізувати, як страхувальники керують автомобілем і впродовж якого періоду автомобіль перебуває в експлуатації [93].

В галузі ДМС активно розвиваються інноваційні технології, зокрема «Ліки без обмежень»; «Медицина без меж», додаток «Антивірус» страхування», «Світ ліки», «Короназахист+», завдяки яким цей клас страхування впевнено займає провідні позиції на ринку страхових послуг та продовжує досить активно розвиватись шляхом створення нових або вдосконалених послуг [6].

Слід зазначити, що інновації активно проникають в систему співпраці страхових компаній та банків, зокрема розвивається банкострахування, що передбачає створення спільних продуктів банків і страхових організацій. Реалізація таких послуг дозволяє отримати вигоди у вигляді додаткових доходів і отримання додаткових каналів поширення страхових послуг.

Зауважимо, що послуги банкострахування дозволяють покращити інформованість потенційних клієнтів щодо послуг, та здійснювати перехресні продажі страхових та банківських послуг та збільшувати їх обсяг.

Внаслідок впровадження таких послуг слід очікувати зміцнення конкурентоспроможності банків та страховиків в співпраці, і таким чином забезпечити їх надійну репутацію та довіру з боку вкладників і партнерів, результатом чого є забезпечення ефективної діяльності, прибутковості і фінансової стійкості як страхової компанії, так і банку.

Однак, навіть враховуючи суттєві переваги банкострахування, його розвиток в Україні є недостатнім внаслідок впливу соціальної та політичної ситуації, низької платоспроможності населення, особливо в умовах військових дій, вимушеної міграції, втрати робочих місць і житла тощо.

Слід зазначити, що в Україні банкострахування має значні перспективи як потужний та ефективний інструмент для післявоєнного відновлення економіки, формування прозорого та досконалого фінансового ринку, забезпечення захисту прав власності, інтересів населення та суб’єктів господарювання, що в підсумку буде сприяти зміцненню довіри до банків і страхових компаній як економічних і соціальних інститутів [93].

Зазначимо, що розвитку банківського страхування можуть сприяти такі фактори:

- припинення військових дій;
- робота в Україні філій європейських банків і страховиків, внаслідок чого відбудеться зростання обсягів продаж страхового захисту за посередництва банку, зниження вартості кредитних ресурсів;

- зміцнення фінансового стану та статусу банків та страхових компаній за рахунок збільшення їх капіталу;
- зростання довіри населення та суб'єктів господарювання до банків і страхових організацій;
- вдосконалення фінансового ринку в тому числі за рахунок використання ринкових механізмів установлення страхових тарифів під час страхування кредитних ризиків;
- підвищення якості страхових та банківських послуг;
- розробка нових методів і форм страхування банківських продуктів.

В галузі майнового страхування нерухомості перспективними вважаються технології, пов'язані з взаємодією страхових послуг із приладами «розумних будинків», яка ґрунтується на отриманні інформаційних даних страховиками і передбачає зростання ризиків безпеки. Крім того, технологія «розумного будинку» здатна опрацювати систему та визначити належність функціонування, зокрема технології здатні здійснювати моніторинг житла клієнтів, контроль температури, водопостачання, здійснювати аналіз можливих ризиків, та формувати алгоритм усунення технічних неполадок у будинку [66].

Останнім часом на вітчизняному ринку страхування життя з'явилося чимало цікавих інноваційних продуктів, зокрема «Автоматизація продажів страхових продуктів», «Мобільна безпека», «Домашня безпека» та «Екстрім безпека», програма по страхуванню кібер-ризиків CyberEdge, та інші [94]. Такі послуги здатні привернути увагу потенційних клієнтів та посилюють конкурентні переваги страхових компаній.

Вітчизняні дослідники також вважають перспективною технологію трансформації страхової сфери – реалізація P2P-страхування, тобто принцип P2P взаємного страхування, який означає, що споживачі страхових послуг об'єднуються в групу та формують фонд взаємодопомоги, з якого здійснюються виплати постраждалим від несприятливих подій і яке передбачає відсутність будь-яких посередників і здійснення взаємного страхування на некомерційній основі.

Можливості використання концепції P2P у страхуванні значною мірою визначаються особливостями страхової послуги, причому основною перевагою такої концепції є усунення зайвих ланок і посередників, оптимізація процедур і комунікацій, і, як наслідок, економія на транзакційних витратах.

Слід зазначити, що вітчизняні страхові організації останнім часом активно впроваджують сучасні методи реалізації страхових послуг та модернізують вже існуючі послуги. Впровадження інновацій у напрям реалізації та супроводу страхових послуг передбачає підвищення якості обслуговування страхувальників при виникненні страхового випадку, що, в свою чергу передбачає використання передових інноваційних технологій.

Нами виділено найбільш перспективні та привабливі технології з точки зору ринкових перспектив, що представлено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7 – Інноваційні технології в страхуванні та їх характеристика

| Інноваційні технології | Характеристика |
|---|---|
| P2P страхування | Можливість для тих клієнтів, які бажають застрахуватися, об'єднатися в схожі групи по ряду ознак і сформувати загальний страховий фонд з якого і будуть відбуватися виплати при настанні страхових випадків. P2P страхові майданчики заробляють на комісії, яку беруть за свої послуги. Привабливість послуги для клієнта забезпечується можливістю повернути частину коштів, які призначаються для виплат за страховими випадками. Чим менше відбувається страхових випадків, тим більше грошей може повернути клієнт P2P сервісу (до 80% відвартості страхового полісу). |
| «Активоване за запитом» страхування | Дозволяє активувати страховку коли вона вам необхідна, платите витільки за період активної дії страхового полісу. Подібна послуга дозволяє активувати страхування від нещасного випадку саме тоді, коли ви відправляєтеся в туристичний похід, а КАСКО в період активного використання авто. |
| Страхова телематика | Перспективна страхова технологія, що дозволяє віддалено аналізувати персональні дані застрахованої особи. |
| Агрегатори страхових послуг і пропозицій | Зразком подібного сервісу можна вважати сайт moneysupermarket, який дозволяє не тільки знайти найвигідніший страховий поліс, але і отримати спеціальні знижки і акційні пропозиції від провідних страхових компаній. |

Надання та реалізація страхових послуг передбачає формування стабільних відносин між страховиком і страхувальником, які, в свою чергу, залежать від якісного супроводу страхової послуги на всіх етапах її реалоізації. Зокрема, можливо використання CRM-технологій, які є системою методів управління процесами комплексного обслуговування споживачів.

В сучасних умовах страхові компанії можуть успішно та ефективно функціонувати, лише застосовуючи інноваційні підходи щодо різних напрямків. У зв'язку з цим страховий ринок України лише на початку свого інноваційного розвитку, отже визначення його тенденцій та можливостей є перспективами майбутніх досліджень. З іншого боку, вважаємо, що найбільш актуальними та затребуваними в умовах високої конкуренції на ринку страхових послуг є інновації, які спрямовані на вдосконалення нових каналів збуту. Одинним з перспективних методів є організація продажів через мережу Інтернет, внаслідок чого страховим організаціям варто звернути увагу на оновлення веб-сайтів.

З огляду на проблемні аспекти страхового ринку України та можливі шляхи їх усунення з урахуванням новітніх методів розвитку страхової галузі, визначимо потенційні очікування: зростання інвестиційної привабливості для закордонного капіталу; вихід на міжнародний рівень; зростання попиту на страхові послуги; формування здорового конкурентного клімату; наповнення страхового портфеля сучасними, якісними та потенційно доступними для клієнтів страховими продуктами.

Отже, можна зробити висновок, що поступове впровадження інноваційних підходів у реалізації страхової діяльності забезпечить зростання ефективності страхової компанії, зокрема підвищення її фінансових результатів, зміцнення позицій на конкурентному ринку страхових послуг. Метод інноваційної трансформації є необхідним для формування конкурентоспроможних і стійких страхових суб'єктів на фінансовому ринку України. Передумовами впровадження досліджених тенденцій повинні стати заходи, спрямовані на підвищення рівня довіри потенційних клієнтів до страхових компаній, налагодження потоку достовірної інформації та підтримка з боку держави.

Висновки до розділу 3

На вітчизняному ринку страхових послуг можна відокремити такі основні тенденції діджиталізації:

1. В процесі продажу страхових послуг застосовуються технології блокчейн, мобільні застосунки; в андерайтингу ризику застосовується телематика, в медичному страхування або страхування від нещасних випадків – телематика, датчики стану здоров'я клієнта. Ведення бухгалтерського та податкового обілку передбачає використання дистанційних програм подічі звітності, автоматизовані програми ведення бухгалтерського обліку тощо.

2. Використання мобільних пристроїв зумовлює необхідність впровадження та розробки мобільних додатків страхових компаній. На сьогодніяшній день на офіційних веб-сайтах посилання на мобільні додатки мають: ПрАТ «Княжа вієнна іншуранс груп», ПрАТ «Страхова компанія «УНІКА», ПрАТ «Інго Україна», ПрАТ «Українська акціонерна страхова компанія «АСКА» та інші.

3. Розвиток InsurTech свідчить про розвиток новітніх технологій для страховиків, щоб конкурувати на ринку. З іншого боку, найбільш популярними технологічними рішеннями, які використовуються в insuretech-проектах є мікрострахування (3%), блокчейн (4%), P2P (4%), робо-едвайзер (10%), гейміфікація (10%), страхування для IoT-сфери (12%), страхування на основі використання (13%), великі дані й машинне навчання (20%) [89].

4. Визначено перспективні напрямки розвитку цифрового страхування в Україні: розвиток цифрової інфраструктури; розвиток фінтех-індустрії; вдосконалення законодавчих ініціатив; пов'язане страхування (використання інтернету речей.

5. Для успішного розвитку цифрових страхових послуг та діджіталізації системи страхування, необхідно вирішити проблеми приватності даних; кібербезпеки; регулювання; інтеграції цифрових технологій з існуючими системами; зміни корпоративної культури та навичок.

6. Основними напрямками інноваційного розвитку є створення страхових послуг, супровід страхової послуги, розвиток каналів збуту страхових послуг, вдосконалення організаційно-управлінської структури страхової організації тощо.

7. Діджиталізація набагато активніше вводиться в сфері «non-life» страхування. Перспективними є програми «Автоматизація продажів страхових продуктів», «Мобільна безпека», «Домашня безпека» та «Екстрім безпека», програма по страхуванню кібер-ризиків CyberEdge, та інші.

8. Систематизовано інноваційні результати діяльності українських страхових компаній. Аналіз інноваційної діяльності показав, що серед страхових послуг найбільш інноваційними виявились страхування КАСКО та ДМС , що можна пояснити досить широкою поширеністю та різноманіттям умов цих видів страхування.

# ВИСНОВКИ

По результатам роботи можна зробити такі висновки:

Ринок страхових послуг України демонструє високу активність у сегментах страхування транспортних засобів (КАСКО, ОСЦПВ) та медичного страхування, а також попит на накопичувальне страхування життя.

Аналіз відкритості ринку показав, що відкритість ринку страхування є прийнятною ринок (у 2023 р. показник відкритості становить 37,3%), а ринок перестрахування є суттєво залежним від іноземного капіталу, тобто більшість премій, переданих у перестрахування залишають країну і належать перестраховикам-нерезидентам (78,4% для ризикового страхування, і 100% для «life» перестрахування). Це свідчить про нерозвиненість національного ринку перестрахування.

Аналіз рівня монополізації ринку страхових послуг свідчить, що сектор страхування життя, починаючи з 2020 р., порушує норми антимонопольного законодавства і є висококонцентрованим, оскільки п’ять «life» страховиків охоплюють 85,3% всього ринку.

Щільність страхових премій визначає розмір страхової премії на одну застраховану особу. «Non-life» страхування впродовж 2020-2023 рр. демонструє тенденцію зростання середньорічної премії від 211 млн. грн. до 470 млн. грн. За цей же період середньорічна премія з «life» страхування зростає від 251 млн грн до 430 млн грн.

Досягнуті значення показника рівня проникнення страхування свідчать про низький рівень розвитку вітчизняного страхового ринку, зокрема внаслідок погіршення його стану із-за війни. Значення показника проникнення свідчить про те, що темп зростання ВВП перевищує зростання валових страхових премій.

Рівень конкуренції на ринку страхових послуг України оцінено за допомогою показника конкуренції або індексу Герфіндаля-Гіршмана (HHI). у 2021–2023 роках ринок страхування життя відповідає умовам монопольної конкуренції з високим рівнем монополізації ринку.

Коефіцієнт збитковості видів страхування характеризує відношення страхового відшкодування до страхової суми всіх застрахованих об'єктів у розрізі ризикових видів страхування. Впродовж 2020-2024 рр. коефіцієнти збитковості ринку страхових послуг зростають.

SWOT-аналіз вітчизняного ринку страхових послуг визначено, що проблеми на ринку страхових послуг пов'язані з недостатньою фінансовою стійкістю страхових компаній, зменшенням кількості фактичних та потенціальних страхувальників через окупацію частини території України, виїзд населення за кордон, загибель військових і цивільного населення. Також український ринок страхових послуг має можливості для подальшого розвитку за рахунок зростання обізнаності та страхової культури населення.

PEST-аналіз українського ринку страхових послуг показує, що для розвитку необхідно посилити вимоги щодо капіталізації страховиків, запровадити систему гарантування страхових виплат, створити рівні умови конкуренції між учасниками ринку, стимулювати розробку спільних страхових продуктів із банками та рітейлом, доповнити традиційні послуги онлайн-каналами продажу та супроводу клієнтів. Значні ризики для страхового бізнесу створюють політична та економічна нестабільність. На попит негативно впливають війна та економічна криза. Розвиток діджітал-технологій відкриває можливості для інновацій та залучення нових клієнтів онлайн.

Страхування життя являє собою вид страхування, який передбачає захист майнових інтересів застрахованої особи, що пов'язані з її життям та смертю. В структурі загального страхування життя в 2024 р. більшу частку займає накопичувальне страхування життя, і майже нерозвиненим залишається страхування життя виключно на випадок смерті та страхування життя до досягнення пенсійного віку. Обсяги надходжень страхових премій та обсягу страхових резервів з накопичувального страхування життя зростали впродовж 2020-2024 рр.

Найбільшим попитом серед видів ризикового страхування впродовж 2020-20203 рр. користуються авто-КАСКО, ОСАЦВ, добровільне медичне страхування та страхування «Зелена картка».

Враховуючи запит суспільства на страхування військових ризиків, вітчизняні страхові організації, зокрема «ВУСО», «АРКС», «ІНГО», TAC life в умовах воєнного стану пропонують захист від воєнних ризиків як додаткові опції до існуючих, або вдосконалені страхові послуги.

Сукупність каналів реалізації складає систему реалізації страхових послуг страховика. Визначено якісні характеристики каналів реалізації страхових послуг, які впливають на ефективність реалізації страхових послуг.

Показано, переважна кількість договорів страхування у 2024 р. та значна частка страхових премій отримана через агентську мережу та прямим продажем страхових послуг.

Альтернативні канали розповсюдження страхових послуг передбачають залучення нестрахових організацій, які разом зі своїми послугами продають ще й страхові та застосування новітніх технологій, зокрема Інтернет-страхування. Показано, що переважно через традиційні канали реалізуються послуги з агрострахування, страхування авіа-КАСКО тощо. Онлайн-реалізацію полісів ОСЦПВ, страхування КАСКО та страхування «Зелена картка» пропонує переважна більшість вітчизняних страховиків.

На вітчизняному ринку страхових послуг можна відокремити такі основні тенденції діджиталізації:

− В процесі продажу страхових послуг застосовуються технології блокчейн, мобільні застосунки; в андерайтингу ризику застосовується телематика, в медичному страхування або страхування від нещасних випадків – телематика, датчики стану здоров’я клієнта. Ведення бухгалтерського та податкового обілку передбачає використання дистанційних програм подачі звітності, автоматизовані програми ведення бухгалтерського обліку тощо.

− Використання мобільних пристроїв зумовлює необхідність впровадження та розробки мобільних додатків страхових компаній. Розвиток

InsurTech свідчить про розвиток новітніх технологій для страховиків, щоб конкурувати на ринку. Визначено перспективні напрямки розвитку цифрового страхування в Україні: розвиток цифрової інфраструктури; розвиток фінтех-індустрії; вдосконалення законодавчих ініціатив; пов'язане страхування (використання інтернету речей).

- Для успішного розвитку цифрових страхових послуг та діджіталізації системи страхування, необхідно вирішити проблеми приватності даних; кібербезпеки; регулювання; інтеграції цифрових технологій з існуючими системами; зміни корпоративної культури та навичок.
- Основними напрямками інноваційного розвитку є створення страхових послуг, супровід страхової послуги, розвиток каналів збуту страхових послуг, вдосконалення організаційно-управлінської структури страхової організації тощо.
- Систематизовано інноваційні результати діяльності українських страхових компаній. Аналіз інноваційної діяльності показав, що серед страхових послуг найбільш інноваційними виявились страхування КАСКО та ДМС, що можна пояснити поширеністю та різноманіттям умов цих видів страхування.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шишпанова Н.О. Страхові послуги. Миколаїв, 2020. 112 с. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7093/1/Strakhovi%20posluhy.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

2. Вовчак О.Д., Завійська О.І. Страхові послуги: навчальний посібник. Львів: Видавництво «Компакт-ЛВ», 2005, 656 с.

3. Боднар О. А., Хоренженко В. В., Татаренкова Ю. В. Функціонування страхового ринку України в умовах пандемії COVID-19. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8268.

4. Ільченко Г.О. Окремі аспекти захисту права споживачів страхових послуг на отримання страхової виплати. URL : http://zt.knute.edu.ua/files/2015/4(81)/Ilchenko.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

5. Клапків Ю.М. Ринок страхових послуг: концептуальні засади, технічні інновації та перспективи розвитку : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. 568 с.

6. Фориншурер. URL : https://forinsurer.com/public/08/06/27/3521. (дата звернення: 12.11.2024).

7. Мальцева В.В. Економічна сутність визначення «страховий продукт». URL : https://www.conf.inem.lviv.ua/thesis/s3/Maltseva.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

8. *Прядка А*. Загальне та відмінне «страхового продукту» та «страхової послуги». URL : https://forinsurer.com/public/08/06/27/3521. (дата звернення: 12.11.2024).

9. Клейменова С. М. До питання про визначення ознак страхових послуг. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право.* 2023. № 1 (79). С. 202–205.

10. Мазурова І. В. Зміст поняття «страхова послуга». URL : http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

11. Налукова Н. І. Страхова послуга як об’єкт страхового маркетингу. URL : https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4094ccb9-96d3-4387-9894-a3a5d971ed42/content. (дата звернення: 12.11.2024).

12. Терещенко Т. Є. Управління якістю страхової послуги. URL : http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_3_1/075-078.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

13. Фисун І. В., Чернявська О. В. Сутність страхової послуги як товару на страховому ринку. URL : https://core.ac.uk/download/pdf/71925648.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

14. Беспалова А.Г. Сучасні вимоги до страхових послуг. URL : https://jfub.donnu.edu.ua. (дата звернення: 12.11.2024).

15. Eling M., Jia R. Efficiency and profitability in the global insurance industry URL : https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0927538X18306462. (дата звернення: 12.11.2024).

16. Fotova Čiković K., Cvetkoska V., Mitreva M. Investigating the Efficiency of Insurance Companies in a Developing Country: A Data Envelopment Analysis Perspective. *Economies.* 2024. № *12*. P. 128.

17. Vintilă A., Trucmel I.-M., Roman M. D. Measuring and analyzing the efficiency of firms in the insurance industry using dea techniques. URL: https://intapi.sciendo.com/pdf/10.2478/jses-2022-0004. (дата звернення: 12.11.2024).

18. Шилікова К. В. Управління якістю страхового продукту, як елемент комплексного впровадження страхового маркетингу, в умовах світової фінансової кризи. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=213

19. Чопляк І.А Механізм забезпечення менеджменту якості страхових послуг. URL:http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_17/4/32.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

20. Benţe C. Service Quality In Insurance Companies. URL: https://ideas.repec.org/a/ora/journl/v1y2021i1p171-176.html. (дата звернення: 12.11.2024).

21. Aldossary M., Siddiqui K. The relationship between service quality and insurance usage. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2023/39/e3sconf_transsiberia2023_08027.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

22. Корман, І., Семенда, О., Макушок, О. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. №(4). С.119-126. URL: https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-4-17. (дата звернення: 12.11.2024).

23. Руда О. Л. Розвиток страхового ринку в Україні. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/57.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

24. Коза К., Загорська Д. Економічна сутність і необхідність страхових послуг. *Молодий вчений*. 2023. №12 (124). С. 175-179. URL : https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-12-124-9. (дата звернення: 12.11.2024).

25. Грубінка І., Грицина О. Особливості формування ринку страхових послуг в Україні. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Економіка АПК.* 2021. № 28. С. 79-83.

26. Дрималовська Х. В., Кирилюк Р. О. Основні риси сучасного світового ринку страхових послуг. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 36-41.

27. Пономаренко О. В. Трансформація страхової культури на ринку страхових послуг. *Збірник наукових праць Уманського НУС*. 2023. Вип. 102. С. 36-47.

28. Пономаренко О.В. Економічні умови функціонування страхового ринку України. *Збірник наукових праць уманського* НУС. 2022.Випуск 101. Частина 2. С. 208-218.

29. Щербаков В. Зміни в державному регулюванні ринку страхових послуг України: безпековий аспект. *Економіка і регіон*. 2021. № 2. С. 86-92.

30. Клименко О. В. Удосконалення державного регулювання ринку страхових послуг. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2020. Вип. 2. С. 99-107.

31. Клименко О. Особливості розвитку системи державного регулювання страхового ринку України. *Публічне урядування*, 2020. №2 (22). С. 66-77.

32. Король С. Сучасний стан та перспективи розвитку страхового ринку України. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 4. С. 204-210.

33. Базилевич В. Д., Приказюк Н. В., Лобова О. М. Цифровізація у забезпеченні конкурентних переваг страхових компаній. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 15-20.

34. Ботвіна Н.О. Формування страхового ринку в Україні: реалії та проблеми сьогодення. *Економічний аналіз*. 2019. Т. 29. № 4. С. 132-137.

35. Клапків Ю. М. Формування ринку страхових послуг в Україні : концептуальні засади теорії та практики : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.08. Тернопіль : ЗУНУ, 2020. 510 с.

36. Коцюрба О. Ю., Насипайко Д. С. Страховий ринок України: сучасний стан та проблеми розвитку. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки.* 2020. № 5 (38). С. 284-291.

37. Мазурук Г.І. До питання про сутність страхового сектора. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2017. № 5 (33). С. 102-107.

38. Лащик І., Кондрат І., Віблий П., Білець В. Страховий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник.* 2020. № 5 (66). С. 34-39.

39. Шишпанова Н. О., Копайгора О. О. Проблемні тенденції та напрями регулювання страхового ринку України в умовах трансформаційних змін. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 10. С.76-82.

40. Зоря С. П. Особливості конкуренції на страховому ринку України URL: https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/98874f36-0fde-4169-8822-59ea4a5079fc/content. (дата звернення: 12.11.2024).

41. Братюк В. П. Сучасні реалії в Україні та страховий ринок. Збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції. Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклик. Мукачево: МДУ, 2022. С. 19-21.

42. Прокопчук О. Т. Розвиток українського ринку страхових послуг в контексті забезпечення економічної безпеки країни. *Збірник праць Уманського національного університету садівництва.* 2019. Вип. 94. Ч. 2: Економічні науки. С. 69-85.

43. Волік В., Базаренко М., Іванов А. Економіко-правові питання ринку страхування під час воєнного стану: сучасний стан та вплив на діяльність. *Law. State. Technology*. 2022. №1. С. 77–82.

44. Марина, А., Пеценко, М. Страховий ринок України в умовах війни. 2023. *Цифрова економіка та економічна безпека*, №5 (05). С. 44-51.

45. Дума В. В. Страхова діяльність в умовах російської агресії: правові підстави й практичні перспективи. *Scientific works of National Aviation University. Series: Law Journal" Air and Space Law".* 2022, № 2(63). С. 160-166.

46. Татаріна Т. В. Функціонування вітчизняного ринку перестрахування в умовах воєнного стану. *Наукові перспективи*. 2022. № 12 (30). URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/3259/3274.

47. Бабенко А., Андрущенко Д. Попит на страхові послуги юридичних осіб: виклики воєнного стану. *Економіка та суспільство*, 2024. №59. URL : https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-162.

48. Заволока Ю.М., Єфременко А.Г., Малашенко Ю.А. Особливості функціонування страхового ринку в умовах сучасної цифрової трансформації. *Економіка і держав*а. 2020. № 6. С. 102-106.

49. Шірінян А. А., Татаріна Т. В. Економічна характеристика страхового ринку в Україні на сучасному етапі розвитку. *ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО*. 2024. Випуск # 68. С. 123-131.

50. Журавка О.С., Пахненко О.М., Сухомлин А.А. Дослідження концентрації та конкуренції на страховому ринку України. URL :https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/media/attachments/2019/12/13/4-_26-35.pdf .

51. Балицька М., Бондарчук Д. Роль прямих страхових посередників у системі реалізації страхових послуг. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. URL : https://forinsurer.com/public/08/06/27/3521/.(дата звернення: 12.11.2024).

52. Федорович І. М. Вдосконалення каналів реалізації страхових послуг в епоху цифрових інновацій. *ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО*. 2024. Випуск # 59. URL : https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3447/3375. (дата звернення: 12.11.2024).

53. Русінова О. Г., Голуб Н. О. Канали реалізації страхових послуг, їх характеристика. Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки і бізнесу : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Запоріжжя : ТДАТУ, 2023. С. 20-22.

54. Пікус Р. В., Заколодяжнний В. О. Інноваційні канали збуту страхових продуктів у сфері особистого страхування. *Інвестиції: практика та досвід.* 2016. № 7. С. 71-75.

55. Diksha S. Streamlining online and offline insurance distribution channels. URL : https://www.leadsquared.com/industries/insurance/insurance-distribution/. (дата звернення: 12.11.2024).

56. Просування страхових послуг: готова стратегія + чат-бот для клієнтів. URL : https://elit-web.ua/ua/blog/prodvizhenie-strakhovoy-kompanii. (дата звернення: 12.11.2024).

57. Приказюк Н., Моташко Т. Роль інтернету в реалізації страхових послуг. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка.* 2014. № 3 (156). С. 45-51.

58. Прокопчук О. Т., Улянич Ю. В., Пташник С. А., Бутко Н. В. Ключові аспекти Інтернет-стрхування. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва.* 2020. Частина 2. Економічні науки. Випуск 97. С. 64-74.

59. Клапків Ю. М. Мобільні додатки в онлайн дистрибуції страхових послуг. *Наукові праці Чорноморського національного університету ім. Петра Могили.* 2022. Т. 312. Вип. 300. С. 42–47. URL : http://dspace. tneu.edu.ua/bitstream/316497/31242/1/КлапківЮ_МОБІЛЬНІ%20ДОДАТКИ%20 В%20ОНЛАЙН %20ДИС- ТРИБУЦІЇ.pdf . (дата звернення: 12.11.2024).

60. Дадико Г. Д. Маркетингові інновації як актуальний напрям розвитку страхового ринку України в сучасних умовах. URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2016/13.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

61. Мандра Н.Г., Лактіонова О.Ю. Необхідність цифрових технологій у бізнес-процесах страховиків. *Економічний простір.* № 154. 2020. С. 202-206.

62. Морозова Л. С., Маркуц Ю. І., Савченко Н. Г. Цифрові технологій на ринку страхових послуг. *Ефективна економіка*. 2022. № 8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2022_8_9. (дата звернення: 12.11.2024).

63. Fedorovych I. Key problems and directions of development of digitalization of the insurance market. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2022. Випуск 3 (70). С. 139-142.

64. Лункіна Т., Задорожна О. Діджиталізація страхових послуг в україні в умовах воєнних дій. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11996/1/32-35.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

65. Устенко М., Руських А. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2019. № 68. С. 181-192.

66. Моташко Т. М. Розвиток світового ринку страхування в умовах діджиталізації. *Економіка.* 2019. № 5 (182). URL: http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2016/182-5/3. (дата звернення: 12.11.2024).

67. Прокопчук О. Т. Особливості цифровізації страхового бізнесу в Україні. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11996/1/32-35.pdf

68. Мальований М. І., Прокопчук О. Т, Улянич Ю. В. Інформаційні технології в інноваційній діяльності страхового ринку України. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва.* Вип. 96. Частина друга. *Економічні науки.* 2020. С. 103-115.

69. Шубенко І. А. Тенденції діджиталізації на страховому ринку України. *Бізнес Інформ*. 2020. № 2. С. 273-279.

70. Гавадзин Н. О., Запухлий Р.І., Григорська Н.М., Гребенюк Н.В. Цифровізація страхування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2023. Вип.48. С. 14-17.

71. Самошкіна І. Розвиток діджиталізації страхового ринку України. *Економіка та суспільство*. 2022. № (41). URL : https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1572. (дата звернення: 12.11.2024).

72. Zhelizniak R.Y., Bonetskyy O.O., Zhulevych M.I. The World Insurance Market Development in the Conditions of Digitalization. URL : https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-16. (дата звернення: 12.11.2024).

73. Pikus R., Zakolodiazhnyi V. Innovatsiinyi rozvytok strahovoi diialnosti iak osnova pidvyshennia ii efektyvnosti. URL : https://doi.org/10.17721/1728-2667.2015/168-3/11. (дата звернення: 12.11.2024).

74. Chunytska I. Iasentiuk A. Funktsionuvannia strahovogo rynku Ukrainy v umovah suchasnoi tsufrovoi transformatsii. *Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". Series "Economics": scientific journal*. 2021. №23(51). С. 89-94.

75. Chvertko L., Kornienko T., Vinnytska O. Tsyfrovizatsiia strahovogo biznesu iak diievyi vajil upravlinnia ryzykamy. *Sciences of Europe*. 2022. №89. P. 7-11.

76. Панченко О., Садчикова І. Вплив цифрових технологій на розвиток страхового бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління.* 2023. No 4(36). С. 291.

77. Головні технологічні тренди 2024 року, які вплинуть на ефективність компаній. URL : https://forinsurer.com/news/23/11/24/43278. (дата звернення: 12.11.2024).

78. Фурман В. Розвиток нових технологій у страхуванні. Фінанси України. 2021. №2, С. 135–145. URL : https://www.dataart.com.ua/news/tekhnologichni-trendi-strakhovoji-galuzi-yaki-tekhnologijivprovadzhuvati-u-2021-rofi/. (дата звернення: 12.11.2024).

79. Global insurance market trends (2021-2022). URL : https://t4.oecd.org/pensions/insurance/Global-insurance-market-trends-preliminary-data-2022.pdf. (дата звернення: 12.11.2024).

80. INSURTECH100. Fintech.global. URL : https://fintech.global/insurtech100/#download. (дата звернення: 12.11.2024).

81. Новий Закон про страхування: ключові зміни. URL : https://eba.com.ua/novyj-zakon-pro-strahuvannya-klyuchovi-zminy/. (дата звернення: 12.11.2024).

82. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України. Наказ від 29.10.2013 № 1277 Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL :https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text. (дата звернення: 12.11.2024).

83. Страховий ринок України за 9 місяців 2024: Підсумки та ключові показники страховиків. URL : https://forinsurer.com/news/24/11/28/44442#:~:text=% (дата звернення: 12.10.2021р.)

84. Про захист економічної конкуренції: Закон України . Відомості Верховної Ради України. 2001. № 12, ст.64. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text. (дата звернення: 12.11.2024).

85. Страхова компанія ARX: офіційний вебсайт. URL: https://arx.com.ua/ (дата звернення: 15.04.2023).

86. Страхова компанія УНІКА: офіційний вебсайт. URL: https://uniqa.ua/ (дата звернення: 15.04.2023).

87. Страхова компанія Арсенал страхування: офіційний веб - сайт. URL: https://arsenal-ic.ua/ (дата звернення: 15.04.2023).

88. Понад 8 мільйонів договорів «автоцивілки» оформили водії з українськими страховими компаніями у 2024 році. URL : https://mtsbu.ua/news/post/ponad-8-miljoniv-dogovoriv-avtocivilki-oformili-vodiyi-z-ukrayinskimi-strahovimi-kompaniyami-u-2024-roc. (дата звернення: 12.11.2024).

89. Колосінська М. І. Ідея для стартапу: які страхові продукти потрібні цифровому світу. *Економічна правда.* URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2018/03/23/ 635279/ (дата звернення: 12.11.2024).

90. Україна долучилася до Програми «Цифрова Європа»: що це означає URL: https://thedigital.gov.ua/news/ukraina-doluchilasya-do-programi-tsifrova-evropa-shcho-tse-oznachae. (дата звернення: 12.11.2024).

91. Черняк Я., Клапків Л. Детермінанти розвитку інновацій у страховому бізнесі. *Інноваційна економіка*. 2018. № 1-2. С. 182-188.

92. Державна служба статистики України. Структурне обстеження страхових компаній. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2017/2_03_01_06_2017.htm. (дата звернення: 12.11.2024).

93. Агрес О. Г., Томашевський Ю. М. Bancassurance як вигідна модель співпраці банків і страхових компаній. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2020. №5. С. 13-21.

94. Денисенко М.П., Чеховська Ю.В. Заходи активізації інноваційної діяльності страхової компанії. *Агросвіт*. 2018. № 22. С. 28-33.

**Декларація академічної доброчесності**

**здобувача вищої освіти ЗНУ**

Я, Кузьміневич Тетяна Анатоліївна, студентка 2 курсу, денної форми навчання, економічного факультету, спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», освітньої програми «Фінанси і кредит», адреса електронної пошти: kalexand@ukr.net, підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Формування та розвиток страхових послуг в Україні» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____ Підпис_____ Кузьміневич Т.А.

ПІБ ( студента)