

Секція: Гроші, фінанси і кредит

Жилякова Олена Валеріївна

кандидат економічних наук

Харківський державний університет харчування та торгівлі

м. Харків, Україна

ВПЛИВ КРИЗИ НА РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Існування ефективно функціонуючого ринку страхування є важливою складовою фінансового ринку країни та однією з основних умов підвищення добробуту населення та сталого економічного зростання. Останнє десятиріччя український страховий ринок, що знаходиться на ранній стадії свого розвитку і має проблеми притаманні цьому періоду, відчував негативний вплив факторів, пов'язаних з макроекономічною та політичною кризами. У 2020 році низку дестабілізуючих чинників було доповнено негативним впливом коронакризи. За перше півріччя 2020 року кількість страховиків знизилась на 18 (7,7%) компаній та становила 215. Слід, зауважити, що у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року, коли відбулось скорочення учасників страхового ринку на 58 (20,6%) компаній, зниження кількості страхових компаній у 2020 році відбувалось значно меншими темпами. За даними обзору Національним банком України небанківського фінансового сектору ще 57 страховиків можуть покинути ринок з причин невиконання повною мірою вимог до платоспроможності та достатності капіталу, низької якості активів [1]. Однак, слід враховувати, що у червні 2020 року закінчився перехідний період виконання страховими компаніями вимог до платоспроможності, отже окремі страховики, якість активів яких не задовольняє вимогам, мають ужити заходів включно з докапіталізацією. В той же час, за перше півріччя 2020 року стан розвитку страхового ринку України мав такі характеристики:

– валові страхові премії зросли на 4,4% порівняно з першим півріччям 2019 року;

– структура страхового портфеля є сталою, найбільшу питому вагу мають традиційно автостраховання, страхування життя та добровільне медичне страхування;

– відбувалось зниження показника збитковості ризикових видів страхування;

– концентрація ринку не змінилась (на ринку видів страхування інших, ніж страхування життя – низька, на ринку страхування життя – помірна).

Таким чином, у порівнянні з іншими учасниками небанківського фінансового сектору ринок страхування постраждав від кризових явищ у найменшій мірі – за основними показниками діяльності спостерігається відсутність змін, які характеризували б погіршення стану страхового ринку.

Сьогодні науковцями та практиками сформовано нове сприйняття кризи як випробування та поштовху, що при достатній міцності та концентрації зусиль, спроможна створити нові передумови для забезпечення подальшого розвитку ринку на якісно новому рівні.

Саме тому у цей період страховики стали використовувати переваги діджиталізації, а саме: швидкість та повнота отримання інформації для дослідження попиту, легкість актуалізації інформації, доступність послуг в незалежності від часу та місця перебування страхувальника, різноманітність каналів аквізиції, економія часу, зменшення витрат на ведення страхової справи та зменшення вартості страхових послуг. Інтенсивно розвиваючи запроваджені раніш інноваційні технології страхові компанії у період карантину широко використовували засоби інтернет-маркетингу для залучення нових клієнтів, проведення дистанційних зустрічей, андеррайтингу, заключення договорів та їх супроводу. Використання можливостей соціальних мереж, месенджерів, онлайн калькуляторів надало можливість проводити аквізицію в мовах карантинних обмежень [2].

Період коронакризи став поштовхом для розвитку страхового ринку, позначив нові тенденції в організації страхової справи, а саме:

- деглобалізація, спричинена обмеженнями карантину, дає перевагу місцевим локальним учасникам страхового ринку і знижує значення міжнародних брендів;
- підвищення попиту на послуги з особистого страхування;
- стрімка діджіталізація і орієнтованість страховиків на технологічність;
- запровадження регулятором ризик-орієнтованого підходу до нагляду за компаніями з урахуванням їх суспільної значимості.

Для страхової галузі криза мала як очевидні негативні наслідки так і приховані можливості, так як введення карантинних заходів вимагає прискорення впровадження цифрових інструментів і каналів через широке застосування дистанційної роботи, ціновий тиск і зміни в поведінці клієнтів.

Література

1. Огляд небанківського фінансового сектору // Національний банк України: [офіційний веб портал]. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Nonbanking_Sector_Review_2020-10.pdf?v=4
2. Жилиякова О. В., Жилиякова Г. С. Інноваційні технології у страхуванні життя // *Modern Economics*. 2020. № 22(2020). С. 13-17. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V22\(2020\)-02](https://doi.org/10.31521/modecon.V22(2020)-02).