

дальшому дослідженні конкурентних позицій звернути увагу на діяльність цих конкурентів на ринку легкових автомобілів.

Для формування позитивного сприйняття цільовими споживачами підприємству необхідно розробити ефективну стратегію позиціонування. Серед існуючих підходів із визначення позиції найбільш доцільним буде акцентування уваги на вигодах, які може отримати споживач у разі співпраці з компанією [10].

На нашу думку, дилерам Hyundai варто використати багатовимірне позиціонування за співвідношенням декількох критеріїв, а саме: автодилер з індивідуальним підходом до кожного клієнта та високим рівнем обслуговування. Головною роллю у реалізації стратегії позиціонування автомобілів Hyundai відіграє комунікаційна політика. Її метою є посилення та закріплення конкурентних позицій на ринку, розробка програм лояльності для споживачів, інформування та переконання в перевагах перед іншими автодилерами, формування та підтримка іміджу компанії, що відповідає обраній стратегії позиціонування.

Висновки

В умовах падіння попиту та інтенсивної конкурентної боротьби на автомобільному ринку України є потреба в розробці комплексу маркетингових інструментів, який сприятиме досягненню стратегічних цілей підприємства. Підприємствам слід акцентувати увагу на вигодах, які може отримати клієнт.

Учасники українського автомобільного ринку в процесі розробки та реалізації своїх маркетингових стратегій мають враховувати фактори, що впливають на конкурентні позиції, як у довгостроковому, так і в середньостроковому та короткостроковому періодах. При цьому мають застосовуватись нові підходи до використання маркетингових інструментів,

які зможуть задовольнити потреби клієнтів у нинішніх ринкових умовах. Значну увагу в умовах кризової ситуації на ринку слід звертати на розроблення операційних маркетингових заходів та своєчасно реагувати на нові ринкові потреби, що швидко змінюються.

Список використаних джерел

1. Чикусова М. Аналіз автомобільного ринку України / М. Чикусова // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 1. – С. 38–45.
2. Стельмах В. Автомобільні смаки 2010–2011: структура всього вітчизняного авторинку // Хрещатик. – 2011. – 12 січ. – С. 4.
3. Зима А.О., Біркетале В.В. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств та регіонів // Вісник Донецького національного університету, Серія В: Економіка і право. Випуск I – Донецьк, 2009. – 250 с.
4. Автомобілебудування України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/29.html>
5. Огляд українського автомобільного ринку за 1 квартал 2014 року [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://autoconsulting.com.ua>
6. Державний комітет статистики України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.gorstat.kiev.ua. – Назва з екрана.
7. Олейников А.А. Автомобільний ринок України: фаза посткризового відновлення [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inventure.com.ua>
8. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навч. посіб. / Т.Г. Діброва – К.: Професіонал, 2009. – 320 с.
9. Зозульов О.В. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів [Текст]: навч. посіб. / О.В. Зозульов, Н.Л. Писаренко. – К.: Знання-прес, 2004. – 199 с. – Бібліогр.: с. 192–199.
10. Зозулев А.В. Сегментирование рынка [Текст]: учебн. пособие / А.В. Зозулев. – Х.: Студцентр, 2003. – 232 с.

УДК 339.13.017

Л.І. ВАСЕЧКО,
к.е.н., доцент, Київський національний університет технологій та дизайну,
А.М. САВІЧ,
Київський національний університет технологій та дизайну

Страховий ринок України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку

У статті репрезентовані основні показники діяльності вітчизняного страхового ринку за дев'ять місяців 2012–2013 років, станом на 30.09.2013 представлена концентрація страхового ринку за надходженнями валових страхових премій. В роботі означено актуальні проблеми страхового ринку України, серед яких недостатній рівень правового забезпечення медичного страхування, недостатнє регулювання страхового посередництва, значна інформаційна закритість діяльності страхових компаній. У кінцевому підсумку запропоновано ряд заходів для забезпечення поступального розвитку вітчизняного ринку страхових послуг.

Ключові слова: страхування, страховий ринок, страхові премії, страхові виплати, перестраховування.

Л.И. ВАСЕЧКО,
к.э.н., доцент, Киевский национальный университет технологий и дизайна,
А.М. САВИЧ,
Киевский национальный университет технологий и дизайна

Страховой рынок Украины: современное состояние, проблемы и перспективы развития

В статье представлены основные показатели деятельности отечественного страхового рынка за девять месяцев 2012–2013 годов, по состоянию на 30.09.2013 представлена концентрация страхового рынка по поступлениям страховых премий. В работе отмечены актуальные проблемы страхового рынка Украины, среди которых недостаточный

уровень правового обеспечения медицинского страхования, недостаточное регулирование страхового посредничества, значительная информационная закрытость деятельности страховых компаний. В конечном итоге предложен ряд мер для обеспечения поступательного развития отечественного рынка страховых услуг.

Ключевые слова: страхование, страховой рынок, страховые премии, страховые выплаты, перестрахование.

L. VASECHKO,
Ph.D. in Economics Associate, Kyiv national university of technologies and design,
A. SAVICH,
Kyiv national university of technologies and design

Insurance market in Ukraine: current status, problems and prospects

The article represented the main indicators of the domestic insurance market for 9 months of 2012–2013, as of 09/30/2013, the concentration of the insurance market is represented by the gross receipts of premiums. The work is defined current problems of the insurance market of Ukraine, including insufficient to ensure the right level of health insurance; lack of regulation of insurance mediation, much information secrecy of insurance companies. Ultimately proposed a number of measures to ensure the sustainable development of the domestic insurance market.

Keywords: insurance, insurance market, insurance contributions, insurance payments, reinsurance.

Постановка проблеми. Страхування посідає провідне місце в системі господарювання країн із трансформаційною економікою, до таких країн належить і Україна, а страховий ринок є одним з головних елементів національної економіки.

За останні роки страховий ринок України мав певні темпи зростання у фінансовому секторі, про що свідчать дані офіційної статистики, а прибутковість українських страхових компаній знаходиться на високому рівні, незважаючи на досить складну політичну та економічну ситуацію в країні. Нині на ринку страхових послуг зросла присутність іноземного капіталу, а це означає, що страховий ринок України привабливий для вітчизняних та іноземних інвесторів.

Зазначимо, що страхування є важливим елементом системи фінансових механізмів захисту суспільства від несприятливих подій і катастрофічних ситуацій, тому цілком зрозуміло, що в сучасних кризових умовах соціально-економічного розвитку країни ефективним повинно стати функціонування як фінансового, так і страхового ринків.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Розвиток страхового ринку, його роль та місце у фінансовій системі країни досить активно досліджуються в зарубіжній науковій літературі. Окремі аспекти теоретичного обґрунтування сутності страхування та страхового ринку, а також практичних здобутків у цій сфері розглядаються в працях таких західних науковців, як В. Берг, В. Нордхаус, К. Пфайффер, Дж. Стігліц, П. Шимковський та ін. Дослідження в зазначеній галузі останнім часом суттєво активізувались і серед вітчизняних науковців. Вагомим є доробок українських вчених, серед яких В. Базилевич, О. Гаманкова, О. Залєтов, О. Заруба, О. Козьменко, О. Мурашко, С. Осадець, В. Фурман та ін.

Аналіз існуючих публікацій засвідчив, що дослідження страхового ринку мають в основному теоретичний характер. Також не вистачає поглиблених досліджень щодо визначення стратегічних спрямувань розвитку вітчизняного страхового ринку та його окремих суб'єктів. Крім того, в науковій літературі не знайшла належного віддзеркалення проблема впливу політичної та економічної кризи на розвиток страхового ринку України.

Мета статті. Однак аналіз функціонування страхового ринку України та визначення його проблем постає завданням складності вищого порядку та потребує більшого обсягу

інформації, тому більш ґрунтовне дослідження вітчизняного страхового ринку спричинили мету даної статті.

Виклад основного матеріалу. Страхування виступає одним із головних інструментів регулювання національної економіки країни. Зазначимо, що страховий ринок є саме тією системою, що здатна забезпечити соціальну стабільність суспільства, захист майнових прав фізичних і юридичних осіб. На сьогодні страховий ринок України знаходиться на етапі інтегрування у світовий страховий ринок.

Відмітимо, що українська сфера страхування порівняно з центральною, а тим паче західною Європою знаходиться на досить низькому рівні. Лише близько 10% громадян довіряють страховим компаніям [1]. Так, незважаючи на те, що страховий ринок України існує вже більше двадцяти років, рівень довіри громадян до страхових компаній усе ще низький. Переважна більшість громадян звертаються до страхових компаній лише у випадку крайньої необхідності, коли цього вимагає закон або дійсно є шанс скористатися коштами від фінансової установи. Громадяни оформлюють страхові поліси, аби зібрати повний пакет документів, необхідний, наприклад, для туристичної подорожі. Відмітимо, що більшість людей не розуміє реальну природу страхування, побоюється користуватися послугами страхових компаній, оскільки уявляють страховий процес як складне бюрократичне непорозуміння. Тому в Україні наразі страховики витрачають леву частку своїх коштів на аквізиційні та рекламні послуги.

В останні роки громадяни почали більше зважати на особисті ризики, що призвело до зростання значимості накопичувальних страхових продуктів, — зокрема, не тільки захисту життя від смерті, а й від захворюваності, інвалідності, травматизму. Однак рівень довіри до страхування, і тим більше до страхування життя, залишається низьким. Причиною цього є швидкі темпи інфляції, відсутність гарантій щодо збереження накопичених страхових сум та їх виплати у визначений час, а також складна політична ситуація, що склалася останнім часом в країні.

Зазначимо, що Україна робить перші кроки на шляху включення у світову систему страхування. З 15 травня 2013 року набули чинності зміни в страховому законодавстві, а саме зміни до Закону України «Про страхування» від 07.07.2005 №2774-IV, які усувають бар'єри для іноземних страховиків. Крім того, реалізуються лібералізація торгівлі страхови-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ми послугами, поглинання і капіталізація страхових компаній, підвищення темпів зростання окремих видів страхування, поліпшення якості традиційних послуг, впровадження нових страхових продуктів. У той же час на шляху інтеграції страхового ринку України існує ряд перешкод, серед яких нерозвиненість національної страхової інфраструктури, політична нестабільність в країні, слабкі зовнішньоекономічні зв'язки України у сфері страхування з іншими країнами, недостатній рівень і потенціал розвитку страхування за межами країни.

На світовій арені страховий ринок України характеризується невеликою часткою у складі світового ринку – 0,073% і у складі ринку Східної Європи – 6,36%, певним рівнем монополізації окремих видів страхування, низьким ступенем захищеності за основними ризиками, високими темпами зростання кількості страховиків, причому більшість з них мають незначний обсяг активів і змушені питому вагу своїх зобов'язань передавати в перестраховання страховим організаціям інших країн [2].

Загальна кількість страхових компаній станом на 30.09.2013 становила 411, у тому числі СК life – 62 компанії, СК non-life – 349 компаній, тоді як станом на 30.09.2012 значилося 448 компаній, у тому числі СК life – 64 компанії та СК non-life – 384 компанії. Як бачимо, в цілому кількість страховиків за рік зменшилася, тобто 37 компаній припинили свою діяльність.

Основні показники діяльності вітчизняного страхового ринку та його динаміка представлені в табл. 1.

Так, простежені тенденції показують, що протягом досліджуваного періоду обсяг надходжень валових страхових премій збільшився на 5563,7 млн. грн. За даними Нацкомфінпослуг, основним фактором збільшення валових страхових премій у порівнянні з дев'ятьма місяцями 2012 року стало збільшення обсягу валових страхових премій, зокрема із добровільного майнового страхування на 40,4%, у тому числі зі страхування фінансових ризиків – на 74,8%, добровільного страхування відповідальності – на 86,7%, страхування життя – на 39,8% [3].

Валові страхові виплати мають тенденцію до зменшення більш ніж на 9% за такий самий період у 2012 році, що може свідчити про зниження кількості страхових випадків.

Рівень валових виплат у порівнянні з аналогічним періодом 2012 року (25,2%) зменшився на 8,3 в.п. та становив 16,9%. Таке падіння відбулося за рахунок майже незмінного обсягу страхових виплат при збільшенні на 35,2% надходжень валових страхових платежів.

Операції з перестраховання в країні за дев'ять місяців 2013 року за рахунок стрибка в обсягах перестрахових премій збільшилися з 1976,3 млн. грн. до 6490,2 млн. грн. та істотно вплинули на динаміку основних показників діяльності страховиків.

Страхові резерви станом на 30.09.2013 зросли на 19,5% у порівнянні з аналогічною датою 2012 року, що пояснюється істотним збільшенням надходжень валових страхових платежів. Також у порівнянні з аналогічним періодом 2012 року зріс такий показник, як обсяг сплачених статутних капіталів, на 1,4%.

Продовжуючи наукове дослідження, відмітимо, що концентрація страхового ринку за надходженнями валових страхових премій станом на 30.09.2013 року представлена в табл. 2.

Оцінюючи дані табл. 2, зробимо висновок, що, незважаючи на значну кількість компаній, фактично на страховому ринку України основну частку валових страхових премій – 99,3% – акумулюють 200 страховиків non-life (57,3% всіх СК non-life), а 98,2% – 20 страхових компаній, що займаються страхуванням життя, або ж 32,3% усіх СК life.

Отож сучасний страховий ринок формується в умовах підвищення зацікавленості юридичних та фізичних осіб у захисті своїх майнових інтересів, збільшення кількості прибуткових підприємств, послідовного зростання доходів населення з тенденцією до подолання низького рівня платоспроможності. Однак його подальший розвиток утримується рядом назрілих проблем, що потребують нагального рішення.

Таблиця 1. Основні показники діяльності страхового ринку України за дев'ять місяців 2012–2013 років

Показники	9 місяців 2012 року	9 місяців 2013 року	Темпи приросту	
			млн. грн.	%
Валові страхові премії	15 801,3	21 365,0	5 563,7	35,2
Валові страхові виплати	3 982,5	3 622,1	-360,4	-9,1
Рівень валових виплат, %	25,2%	16,9%	-	-
Сплачено на перестраховання	1 976,3	6 490,2	4 513,9	228,4
Обсяг сформованих страхових резервів	11 594,9	13858,8	2 263,9	19,5
Обсяг сплачених статутних капіталів	14 898,5	15 105,7	207,2	1,4

Таблиця 2. Концентрація страхового ринку за надходженнями валових страхових премій

Перші (Тор)	Страхування life		Страхування non-life		
	надходження премій, млн. грн.	частка на ринку, %	надходження премій, млн. грн.	частка на ринку, %	кількість СК, які більше 50% страхових премій отримали від перестраховальників
Тор 3	869,4	51,0	3 009,1	15,3	1
Тор 10	1 545,9	90,7	6 565,8	33,4	2
Тор 20	1 672,6	98,2	10 242,1	52,1	5
Тор 50	1 703,9	100,0	15 467,7	78,7	8
Тор 100	x	x	18 220,1	93,3	12
Тор 200	x	x	19 530,7	99,3	15
Всього по ринку	1 703,9	100,0	19 661,1	100,0	21

Так, основними вимогами сучасного ринку страхових послуг є недосконалість законодавства у сфері страхування, відсутність стратегії розвитку ринку після 2010 року, демпінг з боку значної кількості страховиків, низький рівень якості надання страхових послуг значною кількістю страховиків, низький рівень страхової культури [4]. Окрім того, відсутній зовнішній спеціалізований аудит страхових організацій, недостатнім є розвиток інституту актуаріїв, що свідчить про слабкість сектору страхування життя та неготовність страхової інфраструктури до впровадження пенсійного й медичного страхування [5].

Серед актуальних проблем страхового ринку слід згадати і про недостатній рівень правового забезпечення медичного страхування; недостатнє регулювання страхового посередництва, що не сприяє загальному підвищенню страхової культури населення, а у деяких випадках приводить до поширення елементів шахрайства та неконкурентних засад діяльності; невідповідність вітчизняного страхового законодавства вимогам міжнародного законодавства, в тому числі Європейського Союзу, а також принципам та стандартам Міжнародної асоціації страхового нагляду, нерозвиненість недержавного пенсійного забезпечення; значну інформаційну закритість діяльності страхових компаній; недосконалість фінансової звітності страховиків та методів обробки даних [6].

Висновки

Отже, ринок страхових послуг в Україні повинен відповідати завданням розвитку національної економіки і тенденціям світових страхових ринків, а вищевказані проблеми зумовлюють його суттєве відставання у глобальному процесі формування світової фінансової системи.

Для поступального розвитку страхового ринку України, на нашу думку, необхідно:

- підвищити рівень капіталізації страхових компаній, їх фінансову стійкість, плато- і конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість;
- розвивати сучасну інфраструктуру страхового ринку;

- посилити увагу до вдосконалення страхової справи в регіонах;
- підвищити страхову культуру населення і його довіру до страхових компаній;
- вдосконалити розвиток особистого накопичувального страхування;
- підтримати дієвість системи антимонопольного законодавства.

Реалізація цих заходів надасть можливість забезпечити розвиток та підйом економічного середовища України загалом та розвитку страхової галузі зокрема.

Список використаних джерел

1. На чю користь зіграє спрощення процедур у страхових виплатах? Режим доступу: <http://ukr.obozrevatel.com/publication/na-chiyu-korist-zigrae-sproschennya-protsedur-u-strahovih-viplatah.htm>
2. Огляд ринку страхових послуг в Україні. Офіційний сайт Yasno Research & Consulting Group — незалежна дослідницька компанія, яка проводить повний цикл маркетингових та соціально-політичних досліджень. Режим доступу: http://yasno-group.com/ua/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8/%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4_%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2/%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%85_%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3_%D0%B2_%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96/
3. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. — Режим доступу: <http://nfp.gov.ua/>
4. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2012–2021 роки. Офіційний сайт Української федерації ubezpieczenia http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257
5. Городюк А.Б. Основні проблеми страхового ринку України. — Офіційний сайт інтелект-порталу Nauka.zinet.info. — Режим доступу: <http://nauka.zinet.info/9/gorodyuk.php>
6. Базилевич В.Д. Страхова справа [Текст] / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. — К.: Знання, 2008. — 1019 с.

А.М. САВЧУК,

аспірант кафедри маркетингу та реклами, Київський національний торговельно-економічний університет

Складові інформаційного забезпечення стратегічного маркетингу підприємств торгівлі

У статті розглянуто основні завдання стратегічного маркетингу підприємств торгівлі та особливості формування системи його інформаційного забезпечення. Визначено основні складові системи інформаційного забезпечення стратегічного маркетингу підприємств торгівлі, показано їхній взаємозв'язок.

Ключові слова: стратегічний маркетинг, інформаційне забезпечення стратегічного маркетингу підприємства торгівлі, стратегічна інформація.

А.М. САВЧУК,

аспірант кафедри маркетинга и рекламы, Киевский национальный торговельно-экономический университет

Составляющие информационного обеспечения стратегического маркетинга предприятий торговли

В статье рассмотрены основные задачи стратегического маркетинга предприятий торговли и особенности формирования системы его информационного обеспечения. Определены основные составляющие системы информационного обеспечения, показана их взаимосвязь.

Ключевые слова: стратегический маркетинг, информационное обеспечение стратегического маркетинга торговых