

УДК 007:368.03(477)

DOI: 10.25140/2411-5215-2018-3(15)-145-154

*Максим Дубина, Дмитро Пілевич, Аліна Баранець***ІНФОРМАЦІЙНА ПРОЗОРИСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ***Максим Дубина, Дмитрій Пілевич, Аліна Баранець***ИНФОРМАЦИОННАЯ ПРОЗРАЧНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ В УКРАИНЕ***Maksym Dubyna, Dmytro Pilevych, Alina Baranets***INFORMATION TRANSPARENCY OF INSURANCE  
COMPANIES FUNCTIONING IN UKRAINE**

У статті проаналізовано теоретичні та прикладні аспекти підвищення рівня інформаційної прозорості функціонування страхових компаній в Україні. Проведено аналіз концептуальних підходів до трактування сутності категорії «транспарентність», обґрунтовано особливості забезпечення прозорості діяльності страхових компаній. Проведено оцінювання сучасного стану рівня інформаційної прозорості страховиків України, що реалізовано через аналіз даних, які представлені на їхніх офіційних сайтах. Це дало змогу об'єднати всіх страховиків у три групи: з високим, середнім та низьким рівнем інформаційної прозорості. Також реалізовано аналогічний аналіз і для іноземних компаній. У статті розроблено заходи підвищення рівня відкритості та доступності даних про роботу страхових компаній в Україні.

**Ключові слова:** ринок страхових послуг; страхові компанії; інформаційна прозорість; страхова довіра; страхувальник, страховик.

Табл.: 6. Бібл.: 7.

В статье проанализированы теоретические и прикладные аспекты повышения уровня информационной прозрачности функционирования страховых компаний в Украине. Проведен анализ концептуальных подходов к трактовке сущности категории «транспарентность», обоснованы особенности обеспечения прозрачности деятельности страховых компаний. Проведена оценка современного состояния уровня информационной прозрачности страховщиков Украины, что реализовано через анализ данных, представленных на их официальных сайтах. Это позволило объединить всех страховщиков в три группы: с высоким, средним и низким уровнем информационной прозрачности. Также реализован аналогичный анализ и для иностранных компаний. В статье разработаны мероприятия по повышению уровня открытости и доступности данных о работе страховых компаний в Украине.

**Ключевые слова:** рынок страховых услуг; страховые компании; информационная прозрачность; страховое доверие; страхователь; страховщик.

Табл.: 6. Библ.: 7.

Theoretical and applied aspects of raising the level of information transparency of the operation of insurance companies in Ukraine are analyzed within the article. The analysis of conceptual approaches to the interpretation of the essence of the category "transparency" is carried out, the peculiarities of ensuring the transparency of the activity of insurance companies are substantiated. An estimation of the current state of the level of information transparency of insurers of Ukraine is conducted, which is implemented through the analysis of the data presented on their official sites. This allowed to combine all insurers into three groups: with high, medium and low level of information transparency. A similar analysis has also been implemented for foreign companies. Measures to increase the level of openness and availability of data on the work of insurance companies in Ukraine are developed within the article.

**Keywords:** insurance services market; insurance companies; information transparency; insurance trust; insurer; policy holder.

Table: 6. References: 7.

**JEL Classification:** G22

**Постановка проблеми.** Ринок страхових послуг є важливою складовою розвитку національного господарства, оскільки являє собою частину фінансової системи держави і на ньому відбуваються процеси перетворення коштів різних суб'єктів господарювання в інвестиційні та кредитні ресурси. Безпосередньо розбудова окресленого ринку пов'язана з формування міцних та довірчих відносин між його основними учасниками, тобто споживачами та виробниками страхових послуг. Проте в Україні на сьогодні такі відносини відсутні.

Недостатній розвиток страхових компаній в Україні зумовлений великою кількістю чинників, які внаслідок свого впливу призвели до формування стійкого та критичного рівня довіри до функціонування окреслених установ. Катастрофічно низькою також є страхова культура в суспільстві. Громадяни не усвідомлюють потреби в купівлі страхо-

**ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ**

вих продуктів, а більшим попитом користуються лише обов'язкові види страхових послуг. Усе вищезазначене зумовлює необхідність підвищення ефективності роботи страховиків, оскільки це єдиний спосіб забезпечення тривалого відновлення репутації всіх виробників страхових послуг. Якість їхньої роботи в контексті зростання зацікавленості потенційних клієнтів у послугах таких установ обов'язково може бути забезпечена лише через підвищення інформаційної прозорості їх функціонування. Таким чином, питання підвищення транспарентності роботи страхових компаній є актуальними та потребують досліджень у цій сфері.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання підвищення якості функціонування страхових компаній перебувають у центрі уваги значної кількості вітчизняних та закордонних науковців, до числа яких можна віднести таких: В. Базилевич, М. Білуха, О. Величко, Т. Вишванас, С. Голова, Д. Даймонд, С. Зубілевич, Д. Кауфман, В. Мамутов, В. Пархоменко, Р. Пікус, В. Швеця та ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте, незважаючи на численні дослідження розвитку ринку страхових послуг та підвищення ефективності роботи страховиків, питання макросистемного вивчення поточної ситуації у сфері інформаційної прозорості таких установ вивчені недостатньо. Зокрема, відсутні прикладні дослідження аналізу інформаційної відкритості окремих страхових компаній та порівняння таких результатів у межах ринку.

**Метою статті є** дослідження інформаційної прозорості функціонування страхових компаній в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Для реалізації повноцінного дослідження спочатку увагу приділимо визначенню сутності категорії «інформаційна прозорість». У наукових роботах можна знайти різні синоніми до зазначеної дефініції: «інформаційна відкритість», «транспарентність діяльності» тощо. У цій статті всі окреслені поняття розглядаються як синоніми. Розглянемо їхню природу.

Е. Афонін та О. Суший у контексті дослідження політичної влади зауважують, що «транспарентність» – це засадна властивість політичної влади, яка забезпечує розвиток демократії, громадянського суспільства шляхом відкритості дій різних гілок влади, процедури прийняття політичних рішень та активізації суспільного контролю над діяльністю органів державної влади та управління. А такі поняття, як «прозорість», «відкритість», «гласність» є певними атрибутивними ознаками (характеристиками) транспарентності. М. Пашковська стверджує, що транспарентність – це сукупність компонентів, які формують належний рівень розуміння та обізнаності громадян щодо різних аспектів діяльності органів влади, а також забезпечують права та можливості доступу до інформації, участі в роботі органів влади, впливу на прийняття рішень та контролю за діяльністю посадових осіб [1].

В. М. Ігумнов у контексті пізнання сутності транспарентності у функціонуванні економічних суб'єктів пропонує таке визначення: транспарентність – комплексний (інтегральний) показник відкритості суб'єкта економіки, який відображає адекватність вимогам користувачів, рівень повноти розкриття та доступності звітної інформації про його поточний стан і перспективи діяльності [2]. Подібної концепції також дотримується Р. В. Кузіна: транспарентність – повне розкриття та надання корисної інформації для справедливої оцінки, необхідної для прийняття економічних рішень широким колом користувачів [3]. О. В. Харламова в процесі пізнання особливостей розкриття інформації про фінансовий стан підприємства зауважує, що транспарентність – якісна характеристика фінансової звітності, яка забезпечується прозорістю, відкритістю та доступністю і конкретизується через підвищення репрезентативності, релевантності поданої й розкритої інформації та інклюзивності доступу, що в сукупності забезпечує функціональність фінансової звітності [4].

**ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ**

Враховуючи наведені трактування сутності категорії транспарентність, погоджуємося з позицією Т. Вишванаса і Д. Кауфмана, які пропонують розглядати інформаційну прозорість як інституціональну відкритість, яка у випадку страхових компаній дає змогу його клієнтам мати всю необхідну інформацію щодо зберігання та вкладання їхніх внесків, а також безпосередньо про діяльність та власників обраної компанії [5].

Сучасні інформаційні технології значно спрощують сам процес підвищення рівня інформаційної прозорості будь-яких установ, включаючи і страхові компанії. На сьогодні на корпоративних сайтах зазначені установи можуть надавати дані фактично про всі аспекти реалізації страхових послуг, власний фінансовий стан та систему управління. Безперечно, цілком логічно припустити, що однієї інформаційної прозорості для підвищення рівня страхової довіри у суспільстві недостатньо, проте впровадження механізмів забезпечення відкритості даних страховиків, їх намагання стати більш прозорими установами поступово створює передумови для відновлення позитивного ставлення клієнтів до їхньої діяльності.

У сфері функціонування страхових компаній, їх інформаційна прозорість функціонування, враховуючи специфіку діяльності, полягає в оприлюдненні даних, які є:

- 1) актуальними (річні звіти за останні роки, актуальні пропозиції страхових продуктів);
- 2) достовірними (відображає реальну ситуацію, є правильною та може використовуватися у процесі прийняття рішень);

3) доступними (використання способів висвітлення даних про різні аспекти функціонування страхової компанії, які максимально дозволяють її поширювати серед інших економічних суб'єктів);

4) зрозумілими (інформація повинна бути чітко сформульованою та мати такий спосіб подачі, який би дозволяв її сприймати людиною без вищої фінансової освіти);

5) повними (висвітлення максимально можливого обсягу даних про різні аспекти функціонування страхової компанії, які можуть цікавити клієнтів, державні органи влади, фінансові консультаційні установи та ін.).

Публічна інформація, що підлягає оприлюдненню, повинна хоча б містити опис фінансового стану, результатів фінансової діяльності, ризиків та способів управління ними, основи методів і припущень, які використовувалися для підготовки інформації, включаючи політику бухгалтерського обліку (та коментарі стосовно економічних наслідків будь-яких змін до них), загальної бізнесової інформації та інформації про менеджмент і корпоративне управління [6].

Отже, інформаційна прозорість страховиків є необхідною умовою подальшого розвитку ринку страхових послуг і є складовою підвищення рівня страхової довіри в українському суспільстві. Окреслене зумовлює також питання щодо визначення поточної ситуації у сфері висвітлення страховими компаніями інформації про власну діяльність. Проведення такого дослідження сприяло б кращому розумінню особливостей надання цими установами даних для своїх клієнтів. З цією метою за допомогою використання контент-аналізу було з'ясовано рівень транспарентності вітчизняних страховиків. Для ідентифікації рівня інформаційної прозорості зазначених установ у статті були визначені показники, що представлені у табл. 1, та критерії їх оцінки.

Таблиця 1

*Показники визначення інформаційної прозорості страхових компаній в Україні*

<b>Назва показника</b>	<b>Критерії оцінки</b>
1	2
Наявність інформації про страхові продукти	+ за наявності повної інформації (види, оплата, можливі суми виплат, можливі знижки та інше); - у разі відсутності інформації (недостатньо даних);
Наявність інформації для преси і ЗМІ (прес-релізи)	+ за наявності інформації для преси; - у разі відсутності;

## ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

Закінчення табл. 1

1	2
Наявність даних про керівництво	+ за наявності даних; - у разі відсутності;
Наявність річних звітів про діяльність	+ за наявності річних звітів; - у разі відсутності;
Наявність онлайн-калькулятора для розрахунків	+ за наявності онлайн-калькулятора; - у разі відсутності;
Доступ до звітності	+ наявний доступ до звітності; - відсутній доступ до звітності.

Джерело: складено авторами.

Отже, аналіз рівня інформаційної прозорості будемо проводити, використовуючи показники табл. 1 та дані, що представлені страховими компаніями на їхніх офіційних сайтах. Результати проведеного дослідження представлені в табл. 2.

Таблиця 2

*Результати оцінки показників інформаційної прозорості страхових компаній, станом на 2018 рік*

Назва страхової компанії	Наявність повної інформації про страхові продукти	Наявність інформації для преси і ЗМІ (прес-релізи)	Наявність даних про правління	Наявність річних звітів	Наявність онлайн-калькулятора	Доступ до звітності
1. Альфа-страхування	-	+	+	-	+	-
2. Арсенал-страхування	+	+	+	+	+	+
3. АСКА	-	+	+	-	+	+
4. Оранга	+	+	+	+	+	+
5. Оранга-Січ	-	-	+	-	-	+
6. Перша	-	+	+	-	+	+
7. ПЗУ Україна (PZU)	-	+	+	+	+	+
8. Провідна	-	+	+	+	-	+
9. Просто-страхування	+	-	+	-	+	+
10. УНІКА (UNIQA)	+	-	+	-	+	+
11. Омега	-	-	+	-	-	+
12. Промислово страховий альянс	+	-	-	-	-	+
13. Юнівес	-	-	+	-	+	+
14. Кремень	-	+	-	-	-	+
15. Гарант-система	+	-	+	+	-	+
16. Країна	-	+	+	-	+	+
17. Українська страхова група	+	+	+	-	-	+
18. ІНГО Україна	-	-	+	+	-	+
19. Універсальна	-	+	+	+	-	+
20. UBI Страхування	+	+	-	+	-	+

Джерело: складено авторами.

Враховуючи дані табл. 2, можна виділити такі основні особливості розкриття страховими компаніями інформації:

1) у переважній більшості страхових компаній доступною є звітність про їхню діяльність, крім СК «Альфа-страхування», на сайті якої не було доступу до такої інформації;

2) значна кількість страхових компаній не висвітлюють інформації про власні страхові продукти, особливості їх надання, обсяги виплачених відшкодувань, що вже ускладнює для споживачів вибір конкретної послуги;

3) фактично всі страховики надають інформацію про правління, яка загалом є відкритою відповідно до законодавства і повинна висвітлюватися на сайтах СК;

## ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

4) не в усіх страхових компаній для широкого доступу відкриті річні звіти щодо діяльності; як показують дані дослідження, значна кількість таких фінансових установ не мають таких документів;

5) не досить активна участь деяких страховиків у частині популяризації власної діяльності, прояву активності у ЗМІ (корпоративні сайти не містили свіжих новин про роботу).

Також результати дослідження дають підстави стверджувати, що серед усіх страхових компаній, офіційні сайти яких вивчалися, лише невелика їх кількість продемонстрували повну відкритість та висвітлення інформації про власну діяльність. Однак загальний рівень розкриття інформації не є на задовільному стані, особливо враховуючи, що дослідження здійснювалося лише за шістьма показниками. До причин незацікавленості страховиків у розкритті даних варто віднести такі:

– низький рівень використання такої інформації клієнтами, що приводить до незацікавленості страховиків у підготовці даних та їх відкритому розміщенні;

– бажання приховати справжній фінансовий стан страхової компанії, що здійснюється шляхом надання інформації лише про фінансову діяльність, не надаючи доступу до іншої корисної інформації про операційну роботу СК;

– небажання висвітлювати реалізовані фінансові операції щодо вкладення коштів у різні активи, які можуть свідчити про неефективність менеджменту страхової компанії;

– відсутність бажання показувати реальну вартість страхових продуктів та умови їх надання, що дозволяє уникати підвищеного рівня конкуренції серед інших страховиків, які можуть орієнтуватися на ціни конкретної СК та ін.

Для більш ґрунтовного вивчення особливостей забезпечення інформаційної прозорості страхових компаній в Україні з урахуванням результатів дослідження проведемо групування таких установ. Це виконаємо, обчислюючи кумулятивну оцінку інформаційної прозорості по кожній окремій установі. Максимальне значення 6 балів означає, що за всіма показниками, що використовувалися, страхова компанія отримала позитивний результат. Відповідно, враховуючи специфіку такого підходу, всі окреслені установи були поділені на три групи відповідно до таких критеріїв, що представлені в табл. 3.

Таблиця 3

*Критерії розподілу страхових компаній  
за рівнем інформаційної прозорості їхньої діяльності*

Рівень інформаційної прозорості	Діапазон балів	Характерні риси
<b>I. Високий</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	<i>від 5 до 6 балів</i>	Страхова компанія надає у відкритому доступі повну інформацію про власну діяльність, у наявності є доступ до річних звітів її функціонування та дані про актуальні страхові продукти, що продаються страховиком
<b>II. Середній</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	<i>від 4 до 5 балів</i>	Страхова компанія надає інформацію про власну діяльність споживачам та всім зацікавленим особам, проте, у певних аспектах така інформація є неповною, або окремі її елементи відсутні на офіційному сайті страховика
<b>III. Низький</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	<i>менше 3 балів</i>	Страхова компанія надає дуже фрагментарну інформацію про власну діяльність, не показує даних про умови отримання страхових послуг, річні підсумки функціонування, що не дозволяє визначити її місце на ринку страхових послуг

Джерело: складено авторами.

Використовуючи дані табл. 2 та 3, можна поділити всі страхові компанії відповідно до результатів аналізу їхньої інформаційної прозорості. Отримані дані наведені в табл. 4. Зауважимо, що у межах цього дослідження використовувалася незначна кількість показників, що дають підстави стверджувати про існування або відсутність інформаційної прозорості страхової компанії. За необхідності перелік таких критеріїв може бути розширеним, однак сутність використовуваної методики не зміниться.

## ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

Наприклад, у межах проекту «Відкрите страхування», який проводиться з 2006 року, пропонується надавати інформацію в розширеному вигляді, враховуючи дані про власників компанії та їхні частки в капіталі, структуру управління організації, біографічні довідки про членів спостережних і виконавчих органів, інформацію про фактори ризиків і наявність в компанії надійної системи управління ризиками, внутрішнього контролю й аудиту [7].

Таблиця 4

*Групування страхових компаній України  
за рівнем їх показника інформаційної прозорості*

Рівень інформаційної прозорості	Кількість балів	Перелік страхових компаній
<b>I. Високий</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	6	1. Арсенал-страхування
	6	2. Оранта
	5	3. ПЗУ Україна (PZU)
<b>II. Середній</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	4	1. Провідна
	4	2. Перша
	4	3. УБІ Страхування
	4	4. АСКА
	4	5. Просто-страхування
	4	6. УНІКА (UNIQA)
	4	7. Універсальна
	4	8. Гарант-система
	4	9. Країна
	4	10. Українська страхова група
	3	11. Юнівес
	3	12. Альфа-страхування
	3	13. ІНГО Україна
<b>III. Низький</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	2	1. Оранта-Січ
	2	2. Омега
	2	3. Промислово страховий альянс
	2	4. Кремень

Джерело: складено авторами.

Результати, що представлені в табл. 4, дають можливість зробити такі висновки. Серед усіх страхових компаній, офіційні сайти яких аналізувалися, в Україні переважну їх більшість необхідно віднести до установ із середнім рівнем інформаційної прозорості. До першої групи таких установ із найвищими показниками відкритості даних потрапили всього три компанії: Арсенал-страхування, Оранта та ПЗУ Україна (PZU), а із них найбільшу кількість балів отримали лише дві. Якщо б аналіз проводився за більшою кількістю показників, то, на наш погляд, результати були б ще гіршими, оскільки в межах цього дослідження використовуються стандартні критерії оцінки інформаційної прозорості суб'єктів господарювання. Загалом отримані результати свідчать, що існує необхідність впровадження страховими компаніями додаткових заходів щодо розкриття інформації про їхню діяльність, що сприятиме підвищенню довіри клієнтів до діяльності таких компаній.

Також у статті для компаративного аналізу поточної ситуації у сфері інформаційної прозорості вітчизняних страхових компаній було проведено дослідження аналогічного показника для іноземних установ. Для цього було сформовано сукупність таких страховиків і проведено аналіз даних, що представлені на їхніх офіційних сайтах. Іноземні страхові компанії обиралися серед провідних страховиків світу. Найбільшими світовими центрами розвитку страховиків на сьогодні є Франція (Париж), Німеччина (Мюнхен), США (Нью-Йорк), Велика Британія (Лондон), Канада (Торонто), Швейцарія (Цюріх), Китай (Пекін) і Японія (Токіо). Саме страховики цих країн і попали до вибірки. Рейтингування іноземних страховиків стосовно рівня розкриття ними інформації відображено в табл. 5.

Таблиця 5

*Результати рейтингу інформаційної прозорості іноземних страховиків,  
станом на 2018 рік*

Назва страхової компанії	Наявність повної інформації про страхові продукти	Наявність інформації для преси і ЗМІ (прес-релізи)	Наявність даних про правління	Наявність річних звітів	Наявність онлайн-калькулятора	Доступ до звітності
1. Zurich Insurance Group (Швейцарія)	-	+	+	+	-	+
2. Kooperativa pojistovna, as, Vienna Insurance Group (Чехія)	+	+	+	+	-	+
3. HUK 24 AG (Німеччина)	+	+	+	+	+	+
4. Aegon NV (Нідерланди)	-	+	+	+	-	+
5. UNIQA Insurance Plc (Болгарія)	-	+	+	+	-	+
6. Grazer Wechselseitige (GRAWE) (Австрія)	-	+	+	-	-	-
7. Niederösterreichische Versicherung AG (Австрія)	+	+	+	+	+	+
8. Allianz (Німеччина)	-	+	+	+	+	+
9. MetLife (США)	+	+	+	+	-	+
10. Aviva (Велика Британія)	-	+	+	+	+	+
11. Tokio Marine (Японія)	+	+	+	+	-	+
12. Assicurazioni Generali (Італія)	-	+	+	+	-	+
13. CNP Assurances (Франція)	-	+	+	+	-	+
14. The Hartford (США)	+	+	+	+	-	+
15. Sun Life Financial (Канада)	-	+	+	+	-	+
16. China Life Insurance (Китай)	-	+	+	-	-	-
17. American International Group (США)	+	+	+	+	-	+
18. AIA Group (Китай)	-	+	+	+	-	+
19. United Health Group (США)	-	+	+	+	-	+
20. People's Insurance Company of China (Китай)	+	+	+	-	-	-

Джерело: складено авторами.

У результаті проведеного рейтингування більшість іноземних страхових компаній мають високий рівень інформаційної прозорості щодо здійснення розкриття річної звітності своєї діяльності. Лише по 3 страховикам не вдалося знайти звітів, а була вказана загальна інформація по фінансових показниках. У сфері надання повних даних щодо умов продажу страхових продуктів на наявності онлайн-калькулятора для визначення обсягу необхідних платежів, то відображення інформації на сайтах іноземних компаній відбувається фрагментарно.

Використовуючи дані табл. 5, проведемо ранжування всіх страхових компаній, що були обрані для аналізу рівня їх інформаційної прозорості, за методикою, яку використовували раніше для українських страховиків. Таким чином, результати такого дослідження представлені в табл. 6.

Таблиця 6

*Групування іноземних страхових компаній*

Рівень інформаційної прозорості	Кількість балів	Перелік страхових компаній
<b>I. Високій</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	6	1. HUK 24 AG (Німеччина)
	6	2. Niederösterreichische Versicherung AG (Австрія)
	5	3. Kooperativa pojistovna, as, Vienna Insurance Group (Чехія)
	5	4. Allianz (Німеччина)
	5	5. MetLife (США)
	5	6. Aviva (Велика Британія)
	5	7. Tokio Marine (Японія)
	5	8. The Hartford (США)
	5	9. American International Group (США)
<b>II. Середній</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	4	1. Zurich Insurance Group (Швейцарія)
	4	2. Aegon NV (Нідерланди)
	4	3. UNIQA Insurance Plc (Болгарія)
	4	4. Assicurazioni Generali (Італія)
	4	5. CNP Assurances (Франція)
	4	6. Sun Life Financial (Канада)
	4	7. AIA Group (Китай)
	4	8. United Health Group (США)
	3	9. People's Insurance Company of China (Китай)
<b>III. Низький</b> рівень інформаційної прозорості страхової компанії	2	1. Grazer Wechselfeitige (GRAWE) (Австрія)
	2	2. China Life Insurance (Китай)

Джерело: складено авторами.

Отже, дані дослідження засвідчують, що в іноземних компаніях існують проблеми з оприлюдненням інформації про різні аспекти їх роботи. Проте в переважній більшості страховиків висвітлюються дані, які необхідні споживачам для прийняття рішення щодо придбання певного виду страхового продукту. Також варто зауважити, що іноземні компанії більшу увагу приділяють питанням постійного оновлення сайтів і наповнення їх новинами, звітами про власну роботу. У частині інформування потенційних споживачів про особливості страхових продуктів, що ними продаються, іноземні страховики також не приділяють вагомій уваги оприлюдненню цих даних. Однак групування показало, що з 20 українських та іноземних компаній до першої групи потрапило аж 9 компаній, що здійснюють свою діяльність у інших країнах, проти трьох в Україні. Цей факт ще раз підтверджує, що рівень інформаційної прозорості іноземних страховиків вищий ніж українських страхових компаній. Впевнені, що розширення спектра параметрів, за якими оцінюється рівень інформаційної прозорості, лише б підтвердило наведений висновок.

Зробивши рейтинг вітчизняних страхових компаній за рівнем оприлюднення ними даних про свою діяльність, порівнявши отримані результати з аналогічними показниками в іноземних страхових установах, варто виділити такі заходи, впровадження яких сприятиме підвищенню рівня інформаційної прозорості функціонування страхових компаній:

1) посилити роль саморегулювних організацій у забезпеченні вимог до представлення інформації страховими компаніями, особливо в частині розробки правил для учасників таких об'єднань;

2) розробити у співпраці з Нацкомфінпослуг єдині правила підготовки та розміщення інформації про діяльність страховиків;



**ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ**

3) врахувати досвід оприлюднення власників банківських установ, що було реалізовано НБУ і запровадити його в межах страхового ринку, вимагати від страховальників оприлюднювати дані про їхніх основних справжніх власників;

4) створити єдину платформу на базі будь-якої саморегулюючої організації для наповнення її інформацією страхових компаній, у межах якої клієнти могли б порівнювати умови страхових продуктів, аналізувати компаративні дані щодо результатів діяльності страхових компаній, використовувати дані державних регуляторів з можливістю показувати дані щодо виплати відшкодування;

5) підвищити використання потенціалу сучасних інформаційних технологій для збільшення рівня інформаційної відкритості страхових компаній та ін.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, у межах статті проаналізовано теоретичні та прикладні аспекти підвищення рівня інформаційної прозорості функціонування страхових компаній в Україні. Зокрема, проведено аналіз концептуальних підходів до трактування сутності категорії «транспарентність», обґрунтовано особливості забезпечення прозорості діяльності саме страховими компаніями. Також до даних, які надають ці установи клієнтам, визначено вимоги, до числа яких віднесено: актуальність, достовірність, доступність, зрозумілість, повнота.

Для оцінки сучасного стану рівня інформаційної прозорості серед страховиків України, було проведено дослідження наявних даних про їхню діяльність у межах офіційних сайтів таких установ. Аналіз був проведений за такими показниками: наявність інформації про страхові продукти, наявність інформації для преси і ЗМІ (прес-релізи), наявність даних про керівництво, наявність річних звітів про діяльність, наявність онлайн-калькулятора для розрахунків, доступ до звітності. За наведеними параметрами було проведено групування всіх страховиків на три групи. У підсумку більша їх частина була віднесена до страхових компаній із середнім рівнем інформаційної прозорості.

Для порівняння, аналогічний аналіз був проведений і для іноземних компаній. Його результати засвідчили, що рівень інформаційної прозорості таких установ є більшим у порівнянні з функціонуванням вітчизняних страховиків. З урахуванням цього у статті розроблено заходи підвищення рівня відкритості та доступності даних про роботу цих установ.

**Список використаних джерел**

1. Пашковська М. Поняття транспарентності в сучасній науці «державне управління». *Ефективність державного управління*. 2013. Вип. 4. С. 135–143.
2. Игумнов В. М. Методика формирования транспарентной финансовой отчетности организации: автореф. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.12 / Москов. гос. машиностроит. ун-т (МАМИ). Москва, 2013. 23 с.
3. Кузина Р. В. Основы формирования корпоративной финансовой отчетности в Украине. Кузина. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3058/1/Основы%20формирования%20корпоративной%20финансовой%20отчетности%20в%20Украине.pdf>.
4. Харламова О. В. Методология формирования та архітектоніка транспарентної фінансової звітності: дис. ... д-ра экон. наук / Харківський державний університет харчування та торгівлі. Харків, 2016. 555 с.
5. Vishwanath T., Kauffman D. Toward transparency: new approaches and their applications to financial markets. *The World Bank Research Observer*. 2001. Vol. 16. P. 41–57.
6. Insurance Core Principles Standards Guidance and Assessment Methodology / International Association of Insurance Supervisors. URL: <http://www.iaisweb.org/Insurance-Core-Principles-material-adopted-in-2011-795>.
7. Інформаційний сайт Ліги страхових організацій України: інформація про проект «Відкрите страхування». URL: <http://www.uainsur.com.ua>.

### References

1. Pashkovska, M. (2013). Ponyattia transparentnosti v suchasni nautsi «derzhavne upravlinnia» [Concept of transparency in modern science «governance»]. *Efektivnist derzhavnoho upravlinnia – Efficiency of Public Administration*, 4, 135–143 [in Ukrainian].
2. Igumnov, V. M. (2013). *Metodika formirovaniia transparentnoi finansovoi otchetnosti orhanizatsii [Methodology for the formation of transparent financial statements of the company]*. (Extended abstract of Candidate's thesis). Moscow State Engineering University, Moscow [in Russian].
3. Kuzyna, R. V. (2014). *Osnovy formuvannia korporativnoi finansovoi zvitnosti v Ukraini [The foundations of forming a corporate financial reporting in Ukraine]*. Retrieved from <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3058/1/Osnovy%20formirovaniia%20korporativnoy%20finansovoy%20otchetnosti%20v%20Ukrayne.pdf>.
4. Kharlamova, O. V. (2016). *Metodolohiia formuvannia ta arkhitektonika transparentnoi finansovoi zvitnosti [Methodology of the development and architectonics of transparent financial reporting]*. (Extended abstract of the Doctor's thesis). Kharkivskiy derzhavnyi universytet kharchuvannia ta torhivli, Kharkiv [in Ukrainian].
5. Vishwanath, T., Kauffman, D. (2001). Toward transparency: new approaches and their applications to financial markets. *The World Bank Research Observer*, 16, 41–57 [in English].
6. *Insurance Core Principles Standards Guidance and Assessment Methodology*. Retrieved from <http://www.iaisweb.org/Insurance-Core-Principles-material-adopted-in-2011-795>.
7. Informatsiyniy sait Lihy strakhovykh orhanizatsii Ukrainy: informatsiia pro proekt «Vidkryte strakhuvannia» [Information site of the League of Insurance Organizations of Ukraine: Information about the project «Open Insurance»]. Retrieved from <http://www.uainsur.com.ua>.

**Дубина Максим Вікторович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Чернігівський національний технологічний університет (вул. Шевченка, 95, м. Чернігів, 14035, Україна).

**Дубина Максим Вікторович** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов, банковского дела и страхования, Черниговский национальный технологический университет (ул. Шевченко, 95, г. Чернигов, 14035, Украина).

**Dubyna Maksym** – PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of Department of Finance, Banking and Insurance, Chernihiv National University of Technology (95 Shevchenka Str., 14035 Chernihiv, Ukraine).

**E-mail:** maksim-32@ukr.net; mvdubyna@gmail.com

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-5305-7815>

**Researcher ID:** F-3291-2014

**Пілевич Дмитро Станіславович** – кандидат економічних наук, доцент, Національний університет ДФС України (вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, 08201, Україна).

**Пилевич Дмитрий Станиславович** – кандидат экономических наук, доцент, Национальный университет ДФС Украины (ул. Университетская, 31, г. Ирпень, 08201, Украина).

**Pilevych Dmytro** – PhD in Economics, National University of DFS of Ukraine (31 Universytetska Str., 08201 Irpin, Ukraine).

**E-mail:** dmutrostan@ukr.net

**Баранець Аліна Анатоліївна** – студентка, Чернігівський національний технологічний університет (вул. Шевченка, 95, м. Чернігів, 14035, Україна).

**Баранець Алина Анатольевна** – студентка, Черниговский национальный технологический университет (ул. Шевченко, 95, г. Чернигов, 14035, Украина).

**Baranets Alina** – student, Chernihiv National University of Technology (95 Shevchenka Str., 14035 Chernihiv, Ukraine).

**E-mail:** angel03080309@gmail.com