

Наукові повідомлення

УДК 368+659.127.4
JEL G22, M31, D10, D18

Н. Р. Балук

Страховання фізичних осіб: аналітичний огляд довіри споживачів

Визначено важливість дослідження поняття довіри споживачів до страхових компаній і їх послуг. Окреслено комплекс факторів, здатних стимулювати довіру споживачів, як правило, суб'єктивного характеру. Означено місце довіри споживачів у запропонованій автором класифікації, згідно з якою на страхову поведінку фізичних осіб впливають соціально-культурні, особисті, мотиваційно-психологічні, ситуативні й суспільно-економічні фактори. Охарактеризовано динаміку основних показників розвитку страхового ринку України та їх зв'язок з довірою споживачів. Доведено пріоритетність роботи страховиків з фізичними особами. Розраховано низку відносних показників, значення яких є доказом низького рівня і страхової культури, і довіри страхувальників. Зроблено наголос на функціонуванні тих видів страхування, щодо яких на вітчизняному страховому ринку існує або асиметричність інформації, або її повна відсутність. Обґрунтовано ключові питання, що перешкоджають збільшенню рівня довіри споживачів до страхових послуг і до страхового ринку загалом.

Ключові слова: страхування фізичних осіб, обсяг страхових премій, обсяг страхових виплат, рівень виплат, страхова культура, довіра споживачів страхових послуг

Довіра споживачів до послуг страхових компаній і до самих страховиків формується під впливом багатьох факторів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. Для сучасного етапу розвитку ринку страхових послуг для фізичних осіб в Україні властиве стрімке зростання їх пропонування, що, природно, зумовлює посилення конкуренції між страховими компаніями. Водночас спостерігається падіння попиту населення на страхові послуги та його перебування у стані латентності, що пов'язано з існуванням значної частки псевдострахування на ринку, нерозвиненістю інституту страхового посередництва, низьким рівнем захисту прав споживачів, низькою купівельною спроможністю населення, відсутністю повної та достовірної інформації про страхування, необізнаністю більшості споживачів про необхідність і переваги таких послуг, формуванням негативних страхових стереотипів у споживачів тощо. Ефективність діяльності страхового ринку в Україні значною мірою залежить від страхової поведінки фізичних осіб і рівня їх довіри до страхування, адже вони забезпечують левову частку надходжень страхових премій. Саме тому актуальним є пошук способів впливу на страхувальників у сегменті фізичних осіб, які б дозволили вирішити окреслені проблеми і сприяли б розвитку та забезпеченню ефективної діяльності страхової системи України.

© Н. Р. Балук, 2014.

Проблеми розвитку ринку страхування фізичних осіб в Україні висвітлені в працях таких вітчизняних науковців, як В. Д. Базилевич, Н. М. Внукова, О. Д. Вовчак, О. В. Данніков, О. М. Залетов, Г. Г. Козоріз, С. С. Осадець, М. М. Тринчук, В. М. Фурман, Я. П. Шумелда та ін. Разом з тим низка питань, пов'язаних з дослідженням факторів впливу на поведінку фізичних осіб як страхувальників і рівня їх довіри до страхування, а також чинників кон'юнктури страхового ринку, які мають визначальний вплив на цей сегмент споживачів страхових послуг, залишаються малодослідженими.

Метою дослідження є визначення основних тенденцій розвитку українського ринку страхування в сегменті фізичних осіб з ризикових видів страхування та рівня довіри населення до страхування шляхом аналізу зміни основних показників страхового ринку.

На страхову поведінку фізичних осіб впливає низка чинників, конфігурацію яких слід диференціювати у залежності від форми проведення страхування (обов'язкове страхування передбачає вужчий набір чинників). В економічній літературі фрагментарно наводиться перелік факторів, що впливають на страхування фізичних осіб, проте їх класифікація неповна. Запропонована автором класифікація факторів, що визначають особливості страхової поведінки фізичних осіб [1], потребує включення до неї суспільно-економічних факторів, до яких слід віднести наявну у суспільстві інформацію про страховиків, їх послуги, фінансову надійність, а також довіру населення до страхування загалом.

Для фінансово-кредитних установ, до яких належать і страхові компанії, поняття довіри споживачів має бути одним із пріоритетних, оскільки саме в площині довірливих відносин формується прибутковість організацій, що надають фінансові послуги. Українськими науковцями здебільшого приділено увагу питанню довіри споживачів до банківських установ [2-4]. У більшості опублікованих працях наводяться дані про рівень довіри населення до соціально-економічних інститутів у відсотковому вираженні, згідно з якими 55-60% респондентів не довіряють страховим компаніям [5-7]. Проте практично відсутні дослідження фактичних причин низького рівня довіри до страховиків, а наведені дані стосуються насамперед страхового ринку України загалом.

Дослідження питання довіри страхувальників і її прикладних аспектів неможливе без аналізу основних показників ринку, зміна значень яких є індикатором рівня довіри ринку.

Страховий ринок України за останні роки, за оцінками аналітиків, залишається одним із найбільш капіталізованих серед інших фінансових ринків. Проте рівень капіталізації компаній недостатній, про що свідчить перевищення темпів приросту активів страховиків над темпами приросту капіталу. Такий стан ринку не сприяє росту рівня довіри до страхового бізнесу та активізації ділової активності. Для більшості страхових компаній слабкими місцями є якість активів і зниження рівня ліквідності. У 2012 р. спостерігалось зниження частки таких високоліквідних активів страхових компаній як грошові засоби та банківські депозити, натомість зросла частка малоліквідних активів у вигляді цінних паперів з високим рівнем ризику.

Скорочення обсягів вихідного перестраховання, пов'язане із зміною в оподаткуванні (розмір податку – 3%), дисбалансувало рівновагу між динамікою валових і чистих страхових премій, а також знизило рівень фінансової стійкості страховиків.

На вітчизняному страховому ринку кількість страховиків нестабільна, аналіз динаміки цього показника свідчить, що його значення у 2012 р. відповідало значенню показника 2006 р. У кризові роки кількість компаній невпинно зростала, проте починаючи з 2009 р. на ринку фіксується постійне скорочення кількості страховиків (у 2009 р. – 450, у 2012 р. – 414).

На ринку послуг з ризикових видів страхування на 20 страховиків у 2012 р. припадало 46,8% ринку, на 50 страховиків – близько 71%. Фактично 84,3% ринку, тобто основну частку валових страхових компаній, акумулювали 100 страховиків, а це приблизно 24% від усієї кількості компаній.

За результатами проведеного автором соціологічного дослідження, частка респондентів (вибірка – 1200 опитаних у семи областях Західного регіону), які можуть у довільній формі (без варіантів відповідей) пригадати 10 назв страхових компаній, склала 11,6%. Назви 20 компаній можуть пригадати лише 4,4% опитаних. Такий результат свідчить, що більшість страхових компаній невідомі споживачам страхових послуг, понад 90% назв страховиків незнайомі респондентам, що, своєю чергою, не сприяє збільшенню рівня довіри до страхового ринку.

На думку експертів, серед основних причин такої ситуації на ринку варто виділити високу частку нереального страхування, кептивність значної частини страхових компаній, які перебувають у підпорядкуванні окремих міністерств, фінансово-промислових груп, місцевих адміністрацій, низький відсоток застрахованих ризиків. Обґрунтовано, що оптимальна для сучасного періоду розвитку ринку кількість страховиків, яка не перевищує 100.

Одним з основних показників розвитку страхового ринку є обсяг страхових премій (надходжень, платежів), які, окрім доходів від інвестиційної та фінансової діяльності, є основними (первинними) доходами страхових компаній. Як свідчать дані табл. 1, у 2011-2012 рр. спостерігалось скорочення обсягу страхових премій. Якщо до кризи 2008-2009 рр. цей показник характеризувався позитивною динамікою до збільшення, то в подальші роки його значення не перевищувало результати попередніх років.

Загалом, у кризовий період виникають труднощі з оцінкою рівня довіри споживачів за обсягом страхових премій, оскільки страховий ринок у ті роки був досить кептивним, характеризувався високим рівнем псевдострахування, у тому числі за оптимізаційними схемами, та рівнем псевдоперестраховання. Наслідком цього був відтік капіталу за кордон та збільшення обсягу валових страхових премій, до складу яких включено обсяг валових премій з перестраховання. Усі ці фактори однозначно мали негативний вплив і на рівень довіри страхувальників, і на їх страхову поведінку.

Скорочення обсягу виплат з 2009 р. свідчить про те, що у випадку настання страхових випадків страхувальникам було виплачено відшко-

дування у меншому розмірі або не виплачено взагалі. Вагомим показником вітчизняного ринку страхових послуг у відносному вимірі виступає рівень виплат, який визначається як відношення обсягу валових страхових виплат до обсягу валових страхових премій. Згідно з даними табл. 1, у 2012 р. рівень виплат становив 23,9%, що на 2,5% більше рівня 2011 р., але набагато нижче рівня виплат у 2007-2010 рр. Цей показник є індикатором рівня реального страхування, у розвинених країнах його величина в середньому становить 70-80%. Розмір виплат в Україні на рівні 25% свідчить про наявність на ринку великої кількості дрібних страхових компаній, які, по суті, не займаються страхуванням, а працюють за системою надання виплат за умови отримання достатньої кількості страхових премій. Вони не мають достатніх резервів, а тому рівень невиконаних по страхових випадках є дуже високим і знижує рівень довіри населення до ефективності страхування як такого.

Левову частку валових страхових надходжень страховиків забезпечує населення – фізичні особи (рис. 1), і ця частка з року в рік зростала (у 2012 р. – 47,9%). Цей фактор має бути пріоритетним при виборі страховиками стратегії розвитку та побудові механізму підвищення довіри населення до страхових послуг.

Відповідно до збільшення частки страхових премій, отриманих страховиками від фізичних осіб, в обсязі валових страхових надходжень,

Таблиця 1

Динаміка обсягів валових страхових премій і валових страхових виплат в Україні у 2002-2012 рр.*

Показники	Роки										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Обсяг валових страхових премій, млн грн	4442,1	9135,3	19431,4	12853,5	13829,9	18008,2	24008,6	20442,1	23081,7	22693,5	21508,2
Темп росту з року в рік, %	146,6	205,7	212,7	66,1	107,6	130,2	133,3	85,1	112,9	98,3	94,8
Обсяг валових страхових премій, млн грн	543,1	860,6	1540,3	1894,2	2599,6	4213	7050,7	6737,2	6104,6	4864	5151
Темп росту з року в рік, %	128,0	158,5	179,0	123,0	137,2	162,1	167,4	95,6	90,6	79,7	105,9
Рівень валових страхових виплат, %	12,2	9,4	7,9	14,7	18,8	23,4	29,4	33	26,4	21,4	23,9

* Складено і розраховано автором на основі [8-10, 13-14].

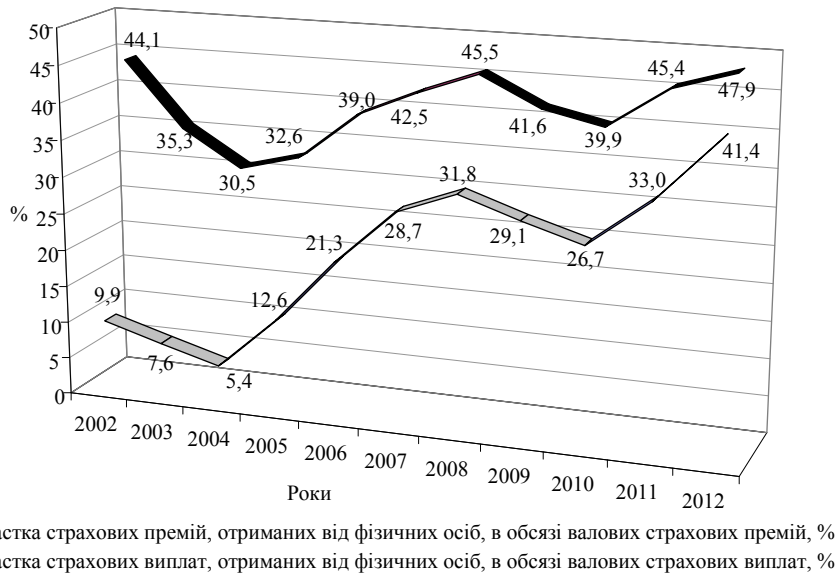


Рис. 1. Частка страхових премій і страхових виплат, отриманих страховими компаніями України від фізичних осіб, у 2002-2012 рр., %

Складено і розраховано автором на основі [8-10].

спостерігається тенденція до зростання частки страхових виплат, отриманих фізичними особами від страховиків, в обсязі валових страхових премій (у 2012 р. – 41,4%).

У кількісному вираженні обсяги страхування фізичних осіб у 2006-2012 рр. демонстрували нарощення розмірів ринку. Про це свідчать дані табл. 2, згідно з якими кількість договорів зі страхувальниками – фізичними особами у 2010-2012 рр. зростала з року в рік.

Слід зазначити, що частка кількості договорів зі страхувальниками – фізичними особами за останні роки (2006-2012 рр.) перевищувала 80%. Цей показник правомірно не враховує кількість договорів з обов'язкового страхування нещасних випадків на транспорті, оскільки цей вид страхування є не просто обов'язковим, частина споживачів про умови його дії не ознайомена або ознайомена поверхнево. Обов'язкове особисте страхування від нещасного випадку, згідно з чинним законодавством, поширюється на пасажирів залізничного, морського, внутрішнього водного, автомобільного та електротранспорту, крім внутрішнього міського, під час поїздки або перебування на вокзалі, у порту, на станції, пристані. Застрахованими вважаються пасажирів з моменту оголошення посадки в морське або річкове судно, поїзд, автобус або інший транспортний засіб до моменту завершення поїздки.

За даними проведеного соціологічного дослідження, більшість респондентів (94%) за останні 5 років були пасажирами зазначених видів транспорту, проте переважна більшість не ознайомена з правилами їхнього страхування в якості пасажирів. Серед опитаних не знайшлося жодного респондента, який би скористався послугами страхових компаній, що

Таблиця 2

Частка кількості договорів зі страхувальниками – фізичними особами у загальній кількості договорів страхування та їх динаміка у 2006-2012 рр., %

Показники	Роки						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Кількість договорів, укладених протягом звітного періоду, крім договорів обов'язкового страхування нещасних випадків на транспорті, тис од.	16931,4	20179,9	22828,7	22343,2	26340,5	30224,5	35204,8
Темп росту показника з року в рік, %	–	119,2	113,1	97,9	117,9	114,7	116,5
Кількість договорів, укладених зі страхувальниками – фізичними особами протягом звітного періоду, тис од.	13686,7	16447,3	18685,5	19187	23135,8	26418,7	29782,3
Темп росту показника з року в рік, %	–	120,2	113,6	102,7	120,6	114,2	112,7
Частка кількості договорів зі страхувальниками – фізичними особами в загальній кількості договорів, укладених протягом звітного періоду, %	80,8	81,5	81,9	85,9	87,8	87,4	84,6

Складено і розраховано автором на основі [8-9].

займаються особистим страхуванням від нещасних випадків на транспорті, при цьому 11,7% респондентів пригадали, що з ними траплялись ті випадки, які вважаються при даному виді страховими. Тільки 0,2% опитаних змогли пригадати назву страховика з цього виду страхування завдяки тому, що ретельно читають дані квитка. Більшість опитаних не ознайомлена з формуванням тарифу на цей вид страхування і не обізнана, в якому обсязі цей тариф утримується з пасажиром перевізником, що входить до вартості квитка, якою є страхова сума тощо. Подібна ситуація характерна не тільки для мешканців Західного регіону і є наглядною для висвітлення рівня довіри споживачів.

Показник кількості укладених договорів надзвичайно потрібний для статистики страхового ринку і для збільшення рівня довіри споживачів. У фінансових звітах до 2007 р. цей показник взагалі не фігурував, що не сприяло ні прозорості надання інформації, ні росту страхової культури населення. У фінансових звітах про страхування у 2007-2012 рр. наводяться показники кількості укладених договорів, у тому числі зі страхувальниками – фізичними особами, проте не надаються дані про структуру договорів за видами страхування. У

поточному періоді інформацію про кількість договорів страхування, виплат тощо надає Моторне (транспортне) страхове бюро України (МТСБУ), яке об'єднує компанії, що здійснюють обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів. Відсутність повної і прозорої інформації про страховий ринок являє собою ще один фактор зниження рівня довіри споживачів.

За структурою в обсязі валових страхових премій, отриманих від фізичних осіб, у 2012 р. переважала частка страхування транспортного засобу від ризиків, які можуть виникнути у процесі експлуатації автомобіля (КАСКО) (25,3%) і обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВВНТЗ) (22,3%). Аналогічно ці два види страхування лідирували і за обсягами виплат фізичним особам у 2012 р. (39,0% і 29,5% відповідно). Рівень виплат з ОСЦПВВНТЗ при страхуванні фізичних осіб склав 36,8%. ОСЦПВВНТЗ на сьогодні в Україні є обов'язковим видом страхування і завдяки цьому ринок розвивається. За оцінками експертів, цим видом страхування охоплено менше 90% автовласників [15]. Окрім цього, репутація ОСЦПВВНТЗ для вітчизняних страхувальників невисока, оскільки з цього виду страхування зафіксовано системні порушення з виплат страхового відшкодування (зниження суми виплати, відмова чи ігнорування виплати), низький рівень якості і обслуговування, нецільовий розподіл отриманих страхових премій окремими страховиками. Українські водії купують страховий поліс з ОСЦПВВНТЗ, проте не розраховують на повне користування цією послугою, а отже не мають повної довіри ні до цього виду страхування, ні до страхових компаній, що надають ці послуги. Ситуація з КАСКО схожа, проте має інший корінь проблеми. Більшість полісів, укладених з КАСКО, мають вимушений характер, оскільки є вимогою банківських установ при кредитуванні. Існує пряма залежність між обсягом страхових премій з КАСКО і обсягами кредитування цього сегменту. Подібна залежність страхового бізнесу від банківської системи поряд із невиконанням фінансовими установами своїх зобов'язань негативно впливає на рівень довіри страхувальників.

Ріст ринку ОСЦПВВНТЗ для фізичних осіб штучний і зумовлений його обов'язковістю. Згідно з даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг), найбільша кількість порушень на страховому ринку стосується ОСЦПВВНТЗ. Найчастіше вони пов'язані із затягуванням термінів виплати страхового відшкодування, відмовою у покритті витрат страхувальників на додаткову експертизу пошкоджених у ДТП авто, вимаганні додаткових документів, не передбачених законодавством тощо. Наведені порушення з боку страховиків дискредитують ОСЦПВВНТЗ для страхувальників – фізичних осіб і є дестабілізуючим фактором клієнтської довіри.

Подібна ситуація з іншими видами страхування, за якими інформація на ринку ще більш закрита для фізичних осіб. Згідно з даними Нацкомфінпослуг, у червні 2013 р. 74,2% звернень до цього комітету

припадало на страховий ринок і стосувались порушення строків виплати або зменшення суми страхового відшкодування, відмови у виплаті пені за несвоєчасну виплату відшкодування, безпідставної відмови страхової компанії у виплаті відшкодування, визначення розміру відшкодування витрат, пов'язаних із пошкодженням транспортного засобу [16]. Більшість цих порушень пов'язані як з недотриманням страховиками своїх зобов'язань, так і закритістю інформації про їхню діяльність.

Аналіз основних показників ринку страхування фізичних осіб в Україні та факторів, що визначають страхову поведінку страхувальників, засвідчив наявність значних труднощів у функціонуванні ринку у відповідності до вимог чинного вітчизняного та міжнародного страхового законодавства.

Забезпечити ефективність діяльності страхового ринку як невід'ємної складової економічної системи України та підвищити довіру страхувальників – фізичних осіб мають такі заходи:

- удосконалення чинного страхового законодавства на основі міжнародних стандартів;
- поєднання державного регулювання страхової діяльності з саморегулюванням і співрегулюванням ринку, що має знайти відображення у Законі України «Про страхування»;
- популяризація транспарентності (прозорості) інформації про страховий ринок, страхові компанії, їх фінансові показники, страхові послуги тощо як у доступних населенню виданнях, Інтернет-ресурсах, так і на веб-сайтах страховиків;
- наявність незалежних рейтингів, які б надавали можливість порівняння страхувальниками – фізичними особами кількості страхових випадків і кількості страхових виплат по окремії страховій компанії для визначення частки тих страхових випадків, за якими не було виплачено страхове відшкодування, а отже визначення оперативності реагування страховика на потреби страхувальників;
- реальний захист прав страхувальників-фізичних осіб з дієвим механізмом розгляду усіх скарг і підвищенням якості надання страхових послуг;
- підвищення рівня поінформованості населення про страхові послуги конкретних страховиків, особливості їх діяльності з різних видів страхування;
- диференціація добровільної та вимушеної купівлі страхувальниками страхових полісів задля зменшення спотворення статистики страхового ринку, а також надання можливості фізичним особам, особливо при отриманні кредиту, самостійного вибору страховика;
- підвищення популярності користування страховими послугами як самостійних фінансових послуг, а не як обов'язкового додатку при користуванні банківськими послугами;
- підвищення стандартів обслуговування страховиками страхувальників-фізичних осіб.

Список використаних джерел

1. Скибінський С. В. Класифікація чинників впливу на поведінку споживачів страхових послуг / С. В. Скибінський, Н. Р. Балук, Л. М. Бук // Науковий вісник Національного лісотехнічного

- університету України : [зб. наук.-техн. пр.]. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2008. – Вип. 19.2. – С. 123-133.
2. Брус С. І. Ринок банківських послуг населенню: криза довіри, її наслідки і перспективи подолання / С. І. Брус, Є. О. Бублик // Український соціум. – 2012. – № 2(41). – С. 51-66.
 3. Другов О. Сучасні аспекти формування довіри населення до Національного банку України / О. Другов // Вісник Національного банку України. – 2013. – №1. – С. 32-36.
 4. Орлова В. О. Підвищення рівня довіри населення до банківського сектора за допомогою системи гарантування вкладів / В. О. Орлова, Д. Л. Кожухов // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2013. – №3 (59). – С. 122-129.
 5. Глебова А. С. Динаміка соціальної довіри та її вплив на соціально-економічні і бізнес-процеси / А. С. Глебова // Економіка промисловості. – 2013. – № 1–2 (61-62). – С. 318-324.
 6. World Development Indicators [Electronic resource]. – Retrieved from <http://databank.worldbank.org/Data/Views/%20Indicators>
 7. Українці не поспішають до страхових компаній [Електронний ресурс] / Marketing Media Review. – Режим доступу : <http://mmr.ua/news/id/ukrajinci-ne-pospishajut-do-strahovih-kompanij-6073>
 8. Статистика страхового ринку України в 2002-2012 гг. [Електронний ресурс] / Сайт «Фориншурер–страхование в Украине». – Режим доступу : <http://forinsurer.com/stat>
 9. Страховий ринок України у 2004-2011 рр. [Електронний ресурс] / Ліга страхових організацій України. – Режим доступу : <http://uainsur.com/stats/analiz>
 10. Український страховий ринок у 2010-2011 рр. [Електронний ресурс] / Українська федерація ubezpieczenia. – Режим доступу : http://www.ufu.org.ua/ua/statistics/ukrainian_insurance_market
 11. Аналітичний огляд ринку небанківських фінансових послуг України за I півріччя 2012 року [Електронний ресурс] / Національне рейтингове агентство «Рюрік». – Режим доступу : http://rurik.com.ua/documents/research/non_banks_II_kv_2012.pdf
 12. Страховой рынок Украины в 2012 г.: тенденции и прогнозы на 2013 год [Електронний ресурс] / Рейтинговое агентство «IBI-Rating». – Режим доступу : http://www.business.ua/upload/analytics/analytics%202013/Insurance_2012_rus.pdf
 13. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України у 2011-2012 рр. [Електронний ресурс] / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг). – Режим доступу : <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>
 14. Страховий ринок України в 2011-2012 рр. [Електронний ресурс] / Рейтингове агентство «Кредит–Рейтинг». – Режим доступу : <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/13267>
 15. Український науково-дослідний інститут права та економічних досліджень. Український ринок ОСАЦВ потребує радикальних змін // Страхова справа. – 2013. – №1. – С. 46-47.
 16. 74,2% звернень до Нацкомфінпослуг припадає на страховий ринок // Страхова справа. – 2013. – №2. – С. 19.

References

1. Skybinskyi, S. V., Baluk, N. R., & Buk, L. M. (2008). Klyasyfikatsiya chynnykiv vplyvu na povedinku spozhyvachiv strakhovykh posluh [Classification of factors of the influence on the behavior of insurance services consumers]. *Naukovyy visnyk Natsional'noho lisotekhnychnoho universytetu Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 19.2 (pp. 123-133). Lviv. [in Ukrainian].
2. Brus, S. I., & Bublik, Y. O. (2012). Rynok bankivsk'kykh posluh naseleennyu: kryza doviry, yiyi naslidky i perspektyvy podolannya [Market of retail banking: crisis of confidenceits consequences and prospects of overcoming]. *Ukrayins'kyy sotsium – Ukrainian Society*, 2, 51-66. [in Ukrainian].
3. Druhov, O. O. (2013). Suchasni aspekty formuvannya doviry naseleennyu do Natsional'noho banku Ukrayiny [Modern aspects of confidence forming to the National Bank of Ukraine]. *Visnyk Natsional'noho banku Ukrayiny – Bulletin of the National Bank of Ukraine*, 1, 32-36. [in Ukrainian].
4. Orlova, V. O., & Kozhukhov, D. L. (2013). Pidvyshchennya rivnya doviry naseleennyu do bankivsk'koho sektora za dopomohoyu systemy harantuvannya vkladiv [Increased public confidence in the banking

- sector by means of a deposit insurance system]. *Visnyk Donets'koho natsional'noho universytetu ekonomiky i torhivli im. Mykhayla Tuhana-Baranovs'koho. Seriya: Ekonomichni nauky – Bulletin of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhaylo Tuhana-Baranovsky. Series: Economics*, 59(3), 122-129. [in Ukrainian].
5. Hlyebova, A. S. (2013). Dynamika sotsial'noyi doviry ta yiyi vplyv na sotsial'no-ekonomichni i biznes-protsesy [Dynamics of social trust and its impact on socio-economic and business processes]. *Ekonomika promyslovosti – Economy of Industry*, 61-62(1-2), 318-324. [in Ukrainian].
 6. World Bank (2014). World Development Indicators. Retrieved from <http://databank.worldbank.org/Data/Views/%20Indicators> [in English].
 7. GfK Ukraine (2007, November 20). Ukrayintsi ne pospishayut' do strakhovykh kompaniy [Ukrainians are in no hurry to insurance companies]. *Marketing Media Review*. Kyiv. Retrieved from <http://mmr.ua/news/id/ukrajinci-ne-pospishajut-do-strahovih-kompanij-6073> [in Ukrainian].
 8. Forinsurer (2013). Statistika strakhovogo rynku Ukrainy v 2002-2012 gg. [Statistics of the insurance market of Ukraine in 2002-2012]. Retrieved from <http://forinsurer.com/stat> [in Russian].
 9. League of Insurance Organizations of Ukraine (2012). Strakhovyy rynek Ukrainy u 2004-2011 rr. [The insurance market of Ukraine in 2004-2011]. Retrieved from <http://uainsur.com/stats/analiz> [in Ukrainian].
 10. Ukrainian Insurance Federation (2012). Ukrayins'kyy strakhovyy rynek u 2010-2011 rr. [Ukrainian insurance market in 2010-2011]. Retrieved from http://www.ufu.org.ua/ua/statistics/ukrainian_insurance_market [in Ukrainian].
 11. National Rating Agency «Ryurik» (2012). Analitychnyy ohlyad rynku nebankivs'kykh finansovykh posluh Ukrainy za I pivrichchya 2012 roku [Analytical review of the non-banking financial services in Ukraine for the first half of 2012]. Retrieved from http://rurik.com.ua/documents/research/non_banks_II_kv_2012.pdf [in Ukrainian].
 12. Rating Agency «IBI-Rating» (2013). Strakhovoy rynek Ukrainy v 2012 h.: tendentsyy y prohozy na 2013 hod [Insurance market in Ukraine in 2012: Trends and Forecasts for 2013]. Retrieved from http://www.business.ua/upload/analytics/analytics%202013/Insurance_2012_rus.pdf [in Russian].
 13. National Commission of Ukraine for the State Regulation of Financial Services Markets (2013). Informatsiya pro stan i rozvytok strakhovoho rynku Ukrainy u 2011-2012 rr. [Information on the status and development of the insurance market of Ukraine in 2011-2012]. Retrieved from <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html> [in Ukrainian].
 14. The Rating Agency «Credit-Rating» (2013). Strakhovyy rynek Ukrainy v 2011-2012 rr. [The insurance market in Ukraine in 2011-2012]. Retrieved from <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/13267> [in Ukrainian].
 15. Ukrainian Research Institute for Law and Economic Studies (2013). Ukrayins'kyy rynek OSATSV potrebuye radykal'nykh zmin [Ukrainian market liability insurance for the drivers requires radical changes]. *Strakhova sprava – Insurance Business*, 1, 46-47. [in Ukrainian].
 16. National Commission of Ukraine for the State Regulation of Financial Services Markets (2013). 74,2% zvernenn' do Natskomfinposluh prypadaye na strakhovyy rynek [74.2% of calls to Natskomfinposluh falls on the insurance market]. *Strakhova sprava – Insurance Business*, 2, 19. [in Ukrainian].

Baluk N. R. Individual insurance: analytical overview of consumer confidence.

It was determined that one of the success factors of the insurance companies on the market is the credibility of consumers. Consumer confidence is at the heart of insurance policyholders behavior that is influenced by a number of factors. According to the proposed author's classification, these factors can be divided into social, cultural, personal, motivational, psychological, situational and socio-economic. The current stage of development of the Ukrainian insurance market is described in terms of passive demand for insurance services, due to the existence of a significant proportion of fictitious insurance in the market, underdevelopment of insurance mediation, the low level of consumer protection, low purchasing power, lack of complete and accurate information insurance, ignorance of most consumers of the need for and benefits of insurance, the formation of negative stereotypes of insurance consumers and extremely low levels of consumer confidence. The aim of the study is to identify key trends in the Ukrainian insurance market in the segment of individuals with risk insurance and the level of public confidence in insurance by analyzing changes in key indicators of the insurance market. Economic Statistical

Methods and sociological research were applied. The analysis of the major indicators of Ukraine's insurance market for all types of insurance and insurance of individuals showed the existence of significant barriers in increasing consumer confidence. The studies found that among registered in 2012, 414 insurance companies, 12% accounted for 100 % of the market, the remaining 88% can be considered as captive insurers. The market has high fictitious reinsurance, including optimization schemes and level of fictitious reinsurance. More than 90% of the names of the insurers, according to a sociological study are unfamiliar to consumers, only 4.4 % of respondents were able to recall the names of 20 insurance companies. The value of performance of insurance companies in 2012 and their comparison with those of previous years showed lower payments for certain types of insurance. It is proved that there is a significant market share of insurance services, which consumers are not aware of. The problem of transparency of information in the insurance market was outlined, which concerns the activities of insurance companies and the range of insurance products and relationships with insurers-individuals. The main measures of effectiveness of the insurance market and increase confidence of insured individuals are: improvement of existing insurance law based on international standards; combination of state regulation of insurance of self-regulation and co-regulation of the market; popularization transparency of information in the insurance market, insurance companies and their financial performance, insurance services, etc., available in the public journals, online resources, and on the websites of insurers; presence of independent ratings of insurance companies and their services; protection of human rights of insured individuals with effective mechanisms for dealing with all complaints and quality of insurance services; raising awareness about particular insurance services, especially their work with different types of insurance; differentiation of voluntary and involuntary insurers purchase, insurance policies to reduce distortion statistics of the insurance market, and to enable individuals, particularly in obtaining credit, self-selection of the insurer; increasing popularity of the use of insurance services as independent financial services and not as a mandatory application using banking services; enhance service standards by insurers in insuring individuals.

Keywords: individual insurance, insurance premiums, the amount of insurance benefits, the level of benefits, the insurance culture, insurance consumer confidence.

Балук Н. Р. Страхование физических лиц: аналитический обзор доверия потребителей.

Определена важность исследования понятия доверия потребителей к страховым компаниям и их услугам. Определен комплекс факторов, способных стимулировать доверие потребителей, как правило, субъективного характера. Установлено место доверия потребителей в предложенной автором классификации, согласно которой на страховое поведение физических лиц влияют социально-культурные, личные, мотивационно-психологические, ситуативные и общественно-экономические факторы. Охарактеризована динамика основных показателей развития страхового рынка Украины и их связь с доверием потребителей. Доказана приоритетность работы страховщиков с физическими лицами. Рассчитано ряд относительных показателей, значения которых непосредственно служат доказательством низкого уровня и страховой культуры, и доверия страхователей. Сделан акцент на функционировании тех видов страхования, по которым на отечественном страховом рынке существует или асимметричность информации, или ее полное отсутствие. Обоснованы ключевые вопросы, которые препятствуют увеличению уровня доверия потребителей к страховым услугам и к страховому рынку в целом.

Ключевые слова: страхование физических лиц, объем страховых премий, объем страховых выплат, уровень выплат, страховая культура, доверие потребителей страховых услуг.

Балук Надія Романівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Львівської комерційної академії (e-mail: notika2002@ukr.net).

Надійшло 05.02.2014 р.