

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

БЕДРУХ ЛЮДМИЛА РОМАНІВНА

УДК 368.02

**МОДЕРНІЗАЦІЯ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ
РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ АТ «СТРАХОВА
КОМПАНІЯ ТАС»)**

**Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа
та страхування»**

**АВТОРЕФЕРАТ
дипломної роботи
на здобуття освітнього рівня «магістр»**

Тернопіль – 2018

Дипломною роботою за освітнім рівнем «магістр» є рукопис.

Робота виконана на кафедрі економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Тимошик Наталія Степанівна
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя

Рецензент: кандидат економічних наук, доцент
Рожко Наталія Ярославівна
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя
доцент кафедри промислового маркетинг

Зав. кафедрою економіки та фінансів, д.е.н., проф. О.В. Панухник

Захист відбудеться 22 лютого 2018 р. о 10⁰⁰ годині на засіданні
екзаменаційної комісії №1 у Тернопільському національному технічному
університеті імені Івана Пулюя за адресою: 46001, м. Тернопіль, вул.
Білогірська 50, навчальний корпус № 10, ауд.143.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розвиток ринку страхових послуг у сучасних умовах є важливим фактором конкурентоспроможності економічної системи. Даний сектор народного господарства дозволяє вирішити цілий комплекс соціально-економічних питань, починаючи з формування системи різновидових гарантій для фізичних та юридичних осіб і закінчуючи зміцненням інвестиційного потенціалу як в національному, так і в міжнародному масштабах. Світовий страховий ринок відзначається високим рівнем динамічності та посиленням тенденцій його якісної диференціації.

Країна, яка не враховує глобальних аспектів розвитку страхової сфери, ризикує залишитися далеко позаду від лідерів світового розвитку та не може розраховувати на взаємовигідне партнерство у міжнародному співтоваристві. Наразі перед Україною постала проблема вироблення стратегічних орієнтирів у сфері страхування, які дозволяють максимально швидко та ефективно адаптуватися до глобальних викликів. У цьому контексті дослідження сучасної світової практики та новітніх тенденцій у страхуванні дасть змогу виділити напрями першочергової модернізації страхового ринку.

Попри сподівання страховиків, які очікували завершення кризи і початку сталого розвитку страхової галузі, останні роки виявилися для ринку найважчими.

Тривала кадрова невизначеність у керівництві Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг України (Нацкомфінпослуг), та пасивна позиція наглядового органу, а також низка нерозв'язаних економічних проблем у державі загострили хвороби вітчизняного ринку страхових продуктів. Так, ринок страхових продуктів нині зазнає низку суттєвих перешкод на шляху подальшого розвитку: недосконалість нормативно-правової бази у страховій сфері; недостатність фінансових ресурсів для забезпечення довгострокових зобов'язань, передусім у галузі страхування життя; відсутність обов'язкового медичного страхування за участю страховиків; чисельна кількість випадків шахрайства з боку страхових компаній, а також численні спроби їх ухилення від сплати податків; недостатня прозорість фінансової звітності страхового сектора та відсутність якісної стратегічної інформації. Безумовно, уряд має бути зацікавлений в інтенсивному розвитку страхової справи в Україні як у механізмі підтримки національної економіки, що надає можливості покриття непередбачених утрат і збитків підприємств та окремих громадян за мінімальної участі коштів державного бюджету.

Слід нагадати, що саме ринок страхових послуг може і повинен виступати соціально орієнтованим механізмом, який позитивно впливає на макроекономічну стабільність у державі за рахунок зниження впливу різного роду негативних факторів на діяльність економічних суб'єктів та життя й здоров'я громадян.

Напрями та механізми модернізації страхових продуктів на вітчизняному ринку в умовах глобалізації розглядали в своїх працях вітчизняні та зарубіжні науковці, серед яких слід виділити: Баранова А. Л., Бойка А. О., Братюк В. П., Гаманкову О.О., Гомелля В. Б., Дрібнохода А. О., Карлову Н., Кравчук Г., Мальцева В. В., Нечипоренко В. І., Охріменко О.О., Пікуса Р. В., Рядно О. А., Ткаченка Н.В., Фісуна І., Яшина Н.М. та ін.

Метою дипломної роботи є розвиток напрямів модернізації страхових продуктів вітчизняних страхових компаній в контексті глобалізації національної економіки та вітчизняного страхового ринку.

Виходячи із актуальності теми та мети дослідження **завданнями даної роботи** є вивчення таких питань:

- визначення, структура та чинники впливу на страховий продукт;
- дослідження страхового портфелю та його значення в діяльності страхової компанії;
- розгляд значення, ролі та особливостей управління реалізацією страхових продуктів в умовах глобалізації;
- організаційно-економічна характеристика діяльності страхової компанії АТ «Страхова компанія «ТАС»;
- аналіз основних фінансово-економічних показників комерційної діяльності страхової компанії;
- визначення особливостей формування страхового портфелю та оцінка ефективності страхових продуктів АТ «СК «ТАС»;
- узагальнення особливостей формування збалансованого страхового портфеля страхової компанії на основі операцій перестраховування : математична модель;
- розгляд напрямів диверсифікації страхового портфеля та розробка маркетингової програми просування страхових продуктів страхової компанії АТ «СК «ТАС»;
- дослідження методів управління ризиком незбалансованості страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС»;
- з'ясування стану та особливостей розвитку вітчизняного страхового ринку;
- організаційно-правові аспекти комерційної діяльності АТ «Страхова компанія «ТАС»;
- забезпечення оптимізації страхового портфеля АТ «СК «ТАС» з урахуванням частки фінансових ризиків;
- визначення бюджету та оцінка ефективності маркетингового інструментарію просування страхових продуктів на вітчизняний ринок.

Об'єктом дослідження є механізм модернізації страхових продуктів вітчизняної страхової компанії приватне акціонерне товариство «Страхова компанія «ТАС» (надалі – АТ «СК «ТАС»).

Предметом дослідження виступають економічні взаємовідносини між суб'єктами господарювання в процесі реалізації та модернізації страхових продуктів вітчизняної страхової компанії.

Теоретико-методологічну основу роботи становить сучасна економічна теорія, критичний синтез класичних теорій і новітніх поглядів на місце і роль реалізації та модернізації страхових продуктів вітчизняної страхової компанії.

При виконанні досліджень, залежно від конкретних цілей і задач, використовувались аналітично-графічна формалізація фінансової діяльності страхових компаній, порівняльний аналіз динаміки показників, дослідження стану та динаміки реалізації і модернізації страхових продуктів вітчизняної страхової компанії.

Практична значимість роботи полягає в тому, що окремі практичні аспекти і пропозиції можуть бути використанні для модернізації страхових продуктів вітчизняної страхової компанії.

Інформаційною базою для досліджень стали: офіційна інформація Державної служби статистики України, дані статистичної та фінансової звітності вітчизняної страхової компанії АТ «СК «ТАС»; офіційний сайт страхової компанії АТ «СК «ТАС»; дані мережі Інтернет; власні аналітичні розрахунки.

Структура та обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається із

вступу, шести розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст наукової роботи викладено на 142 сторінках машинописного тексту. Робота містить 42 рисунків, 34 таблиці, 10 додатків, а також список використаних джерел із 112 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** магістерської роботи розкрито актуальність теми дослідження, встановлено мету та завдання, предмет та об'єкт, методи та інформаційну базу дослідження, а також описано наукову новизну та практичне значення отриманих результатів.

У **першому розділі** «Загальна характеристика страхового продукту – основи функціонування страхового ринку» представлено визначення, структуру та чинники впливу на страховий продукт, досліджено страховий портфель та його значення в діяльності страхової компанії, розглянуто значення, ролі та особливостей управління реалізацією страхових продуктів в умовах глобалізації.

Під час дослідження встановлено, що сучасний страховий ринок розвивається динамічно генеруючи страхові послуги – це послуги вторинного попиту, які значною мірою залежать від політичної й економічної стабільності, а також від рівня добробуту громадян країни.

Сьогодні у фінансовій науці разом із поняттям – страхова послуга використовується поняття – страховий продукт - це комплекс умов надання страхового захисту за окремим об'єктом чи групою об'єктів убезпечення, що зафіксований в угоді між страховиком та страхувальником та підкріплений відповідним обсягом коштів (страхових резервів), з яких має бути здійснена виплата страхувальнику, застрахованому чи вигодонабувачеві за умови настання страхового випадку. Структура страхового продукту може бути сформована, виходячи з концепції його поділу на «матеріальне ядро» (частина страхового фонду, яка надходить до застрахованого (вигодонабувача)) та «зовнішню оболонку» (сукупність певних, заздалегідь узгоджених страхувальником та страховиком обставин, за яких повинно відбутися виділення матеріального ядра конкретного страхового продукту).

Характерними рисами страхового продукту є невідчутність страхового продукту або нематеріальний характер, невіддільність від джерела означає, що виробництво, продаж і споживання продукту відбуваються при особистій участі страховика, мінливість якості, неможливість збереження страхового продукту пов'язана з головним параметром угоди - тимчасовими границями страхових відносин.

Сукупність страхових продуктів формують страховий портфель - це певний набір страхових ризиків, які страхова компанія приймає на забезпечення залежно від цілей своєї діяльності. На формування страхового портфеля і подальше управління впливають такі чинники: цілі страховика, андерайтинг, політика перестраховування. Вибір моделі та виду при формування страхового портфелю залежить від того, які цілі ставить перед собою страховик (максимізація прибутку, збереження існуючих позицій на ринку чи збільшення частки присутності на ринку).

Страховий портфель є інструментом, за допомогою якого страховик забезпечує вірогідність досягнення поставленої мети при оптимальному, особисто для нього, співвідношенні прибутковості та ризику портфеля.

Для просування страхових продуктів використовують різноматні методи продажу, які базуються на маркетингових комунікаціях. Основною метою управління продажем страхових продуктів є забезпечення фінансової надійності, платоспроможності страхової компанії шляхом реалізації наступних

цілей: вирізнення з-поміж інших бізнес-процесу продажу страхових продуктів; поєднання планування, організації, мотивації та контролю як складових частин процесу управління; здійснення реінжинірингу продажу страхових продуктів.

У **другому розділі** «Оцінка фінансово-господарської діяльності страхової компанії АТ «Страхова компанія «ТАС»» подано аналіз основних фінансово-економічних показників комерційної діяльності страхової компанії, розглянуто особливості формування страхового портфелю та оцінка ефективності страхових продуктів АТ «СК «ТАС»».

Проаналізувавши основні показники фінансово-господарської діяльності страхової компанії АТ «СК «ТАС» в їх динаміці за період 2012-2016 рр. відмічено позитивні тенденції до зростання обсягу страхових премій, страхових виплат, власного капіталу, активів страховика та чистого прибутку. Дослідивши показники фінансового стану страховика визначено збільшення коефіцієнту абсолютної ліквідності, який ж до того був значно вищий нормативного показника, зниження показників фінансової стійкості, зокрема коефіцієнту автономії, фінансової стійкості та відношення необоротних до оборотних активів.

Проаналізувавши страховий портфель АТ «СК «ТАС» необхідно відмітити, що формування страхового портфеля страхової компанії протягом досліджуваного періоду видозмінювалося, що акцентувало увагу на пріоритетах страхової діяльності. Зокрема протягом періоду 2012-2013 рр. найбільш популярними страховими продуктами в страховому портфелі страхової компанії АТ «СК «ТАС» були «ТАС-Лайф» - 85,03% у 2013 році, «ТАС-Юніор» - 9,08%, «ТАС-Капітал» - 5,45%, а найменш популярними ризикове страхування «ТАС-Мед» - 0,28% та «ТАС-Талісман» - 0,17%.

Починаючи із 2014-2015 рр. спостерігається інтенсифікація реалізації страхових продуктів страхової компанії АТ «СК «ТАС» із орієнтацією на наступні програми - «Формула здоров'я», «ТАС-накопичення», «ТАС-пенсія». в структурі страхового портфеля домінували продукти страхової програми «Формули здоров'я» - 82,4%, в тому числі і найбільш популярний продукт «ТАС-лайф».

На сучасному етапі (2016-2017 рр.) спостерігається наявність різноманітності страхових продуктів, до яких слід віднести - «ЄвроКаско», «Осаго», «Автостраховання», «Зелена карта», «Туристичне страхування», «Страховання житла». В структурі надходжень страхових премій найбільші надходження мають місце в розрізі програм страхування – «Зелена карта» - 32,12% у 2016 році та 25,25% у 2017 році, ОСАГО – 23,9% та 28,14% відповідно та КАСКО – 17,2% та 14,09% відповідно.

Аналізуючи дохідність страхових продуктів у звітному році слід відмітити найбільшу дохідність страхування майна (94,21% у 2016 році та 92,51% у 2017 році відповідно), інші види страхування (82,39% у 2016 році та 92,89% у 2017 році). Найбільший приріст доходності має місце в розрізі програм «ОСАГО» - +20,22% та інших видах страхування на +10,51%. Найбільш популярні страхові продукти «Зелена карта» (79,15% у 2016 році та 59,86% у 2017 році) та КАСКО (43,37% у 2016 році та 35,71% у 2017 році) мають нижчу ефективність порівняно із іншими страховими продуктами.

У **третьому розділі** «Напрями збалансування та модернізації страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС»» узагальнено особливості формування збалансованого страхового портфеля страхової компанії на основі операцій перестраховання, розглянуто напрями диверсифікації страхового портфеля та розробка маркетингової програми просування страхових продуктів страхової компанії АТ «СК «ТАС»», досліджено методи управління ризиком незбалансованості страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС»».

Для підвищення ефективності управління страховим портфелем та

диверсифікації страхових продуктів АТ «СК «ТАС» нами запропоновано забезпечувати збалансованість та проводити оптимізацію структури страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС», при цьому необхідно врахувати два основні аспекти: перший – обумовлює необхідність використання таких параметрів як: мінімізація ризику збитковості, досягнення максимально допустимого рівня дохідності, забезпечення цілісності складових елементів портфелю (сума часток видів страхування дорівнює «1»); другий – передбачає набуття актуальності ідентифікації параметрів, які характеризують специфіку страхової діяльності: досягнення середньої імовірності настання страхових випадків в цілому за страховим портфелем рівня не більше 0,5; забезпечення встановлень достатнього рівня платоспроможності та формування однорідного страхового портфелю.

Формувати збалансований страховий портфель АТ «СК «ТАС» на основі операцій перестраховування вимагає концептуальну постановку задачі та розробку на її основі послідовності етапів розв'язання. Наведена у роботі математична модель передбачає постановку задачі у вигляді математичних співвідношень надасть можливість не лише більш чітко ідентифікувати послідовність розрахунку оптимальних часток кожного з i -х видів страхування, а й визначити пріоритетні напрямки загальної стратегії страхової компанії АТ «СК «ТАС», спрямовані на стабілізацію власної фінансової діяльності.

Оптимізувати страховий портфель в аспекті диверсифікації сегменту страхових послуг, що надає страхова компанія АТ «СК «ТАС». Зокрема нами пропонується розширювати асортимент страхових продуктів у перспективному періоді, найбільш привабливими сегментами страхування, котрі не охоплені страховою компанією АТ «СК «ТАС» є програма «ТАС-банківське страхування», Програма «ТАС-агро страхування», Програма «ТАС-страхування персоналу».

А також здійснювати управління ризиками страхового портфелю страховика. При цьому, слід врахувати, що на практиці в процесі управління ризиком незбалансованості страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС» можуть застосовуватися такі методи: відбір ризиків на страхування, перестраховування, формування і розміщення страхових резервів. Поряд із цим, страхова компанія АТ «СК «ТАС» має постійно стежити за зміною ризику в тих чи інших галузях (сферах), вести відповідний статистичний облік, аналізувати й обробляти інформацію. З цією метою страхові компанії використовують систему управління ризиками, яка містить низку різноманітних заходів організаційно-фінансового характеру, що дозволяє певною мірою передбачити їхні наслідки та розмір збитку, який потрібно відшкодувати.

У **четвертому розділі** «Спеціальна частина» здійснено характеристику функціонування та розвитку страхового ринку та представлено організаційно-правові аспекти комерційної діяльності АТ «Страхова компанія «ТАС».

Страховий ринок України характеризується низьким рівнем розвитку та має ряд невирішених проблем. Протягом 2011- вересня 2016 років можна було спостерігати тенденції до збільшення таких показників: валових та чистих страхових премій, валових та чистих страхових виплат, страхових резервів. Незважаючи на збільшення вказаних індикаторів, загальні активи страховиків, обсяги сплачених статутних капіталів зменшувалися, що насамперед було пов'язано зі зниженням кількості страхових компаній «Life» та «non-life».

У своїй діяльності АТ «Страхова компанія «ТАС» керуються Цивільним та Господарським кодексами України, Законом України «Про страхування». АТ «Страхова компанія «ТАС» з метою страхового захисту їх майнових інтересів може створювати товариства взаємного страхування в порядку і на умовах, визначених законодавством (ст. 352 ГКУ).

У **п'ятому розділі** «Обґрунтування економічної ефективності» визначено

можливості забезпечення оптимізації страхового портфеля АТ «СК «ТАС» з урахуванням частки фінансових ризиків і визначено бюджет та здійснено оцінку ефективності маркетингового інструментарію просування страхових продуктів на вітчизняний ринок.

Результати представлених пропозицій дали можливість сформувати оптимальний (збалансований) страховий портфель, який включає найменш ризикові страхові продукти – «Зелена карта», «ДМС», «Інші види страхування» котрі склали 20% страхового портфелю; «Страхування майна» - 16,88%; ОСАГО та КАСКО відповідно 12,29% та 10,83%. Отримані результати, можуть бути застосовані керівництвом АТ «Страхова компанія «ТАС» для розробки стратегії впровадження та розвитку страхових продуктів компанії.

Обґрунтування ефективності реалізації заходів маркетингу просування страхових продуктів передбачає оцінку витрат на: формування бюджету маркетингових комунікацій страховика; формування витрат на стимулювання попиту на страхові послуги; витрати на заходи реалізації ПР-кампанії страховика. За рахунок реалізації даних заходів маркетингових комунікацій загальні витрати на маркетингові заходи складуть 130000 тис.грн. у 2018 році та 100000 тис.грн. у 2019 році, а ефективність витрат на маркетингові заходи страхової компанії за період 2018-2019 рр. становить 10,59 % - 11,11% відповідно. Позитивом реалізації заходів маркетингових комунікацій стане приріст обсягів реалізації страхових послуг, зростання прибутку та власного капіталу страховика, а також підвищення іміджу та зростання вартості бренду «ТАС-страхування» у перспективному періоді.

У шостому розділі «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях» досліджено, що організацію охорони праці у АТ «Страховій компанії «ТАС» здійснює служба охорони праці, а функцію служби охорони праці виконує головний інженер з охорони праці. Для повноцінної організації охорони праці у АТ «Страховій компанії «ТАС» кожного року виділяються кошти на фінансування заходів в об'ємі 0,5 % оплати праці за попередній рік. В цілому, рівень охорони праці у АТ «Страховій компанії «ТАС» визначається як задовільний, оскільки на підприємстві всі діючі норми відповідають законодавчо встановленим нормам, а також розроблені шляхи евакуації в разі настання надзвичайної ситуації та присутні всі первинні засоби захисту пожежогасіння (вогнегасники, укомплектований пожежний щит), наявна система пожежної сигналізації.

Захист виробничого персоналу досягається чотирьома основними способами: укриття людей в захисних спорудах; проведення евакозаходів; радіаційно-хімічний захист; медичний і біологічний захист. Фінансування заходів із запобігання та ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій на об'єктах усіх форм власності здійснюється відповідно до їх рівнів: об'єктового рівня - за рахунок власних коштів підприємств, установ та організацій, на території яких виникла чи може виникнути надзвичайна ситуація; місцевого і регіонального рівнів, і додатково - за рахунок районних резервів (місцевий рівень).

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі представлено теоретичне узагальнення та науково-практичне відображення модернізації страхових продуктів вітчизняної страхової компанії АТ «Страхова компанія «ТАС» в умовах глобалізації. За результатами наукового дослідження зроблено наступні висновки:

1. Страховий продукт - це комплекс умов надання страхового захисту за окремим об'єктом чи групою об'єктів ubezpieчення, що зафіксований в угоді

між страховиком та страхувальником та підкріплений відповідним обсягом коштів (страхових резервів), з яких має бути здійснена виплата страхувальнику, застрахованому чи вигодо набувачеві за умови настання страхового випадку.

2. Структура страхового продукту, то вона може бути сформована, виходячи з концепції його поділу на «матеріальне ядро» та «зовнішню оболонку»: 1) «матеріальне ядро» страхового продукту - це частина страхового фонду, яка надходить до застрахованого (вигодонабувача) в одній з трьох форм: у грошовій формі - у вигляді страхової виплати; у натуральній формі - у вигляді майна або у вигляді послуги, оплачених за рахунок коштів, виділених зі страхових резервів; у формі попереджувальних заходів стосовно застрахованого ризику, профінансованих за рахунок коштів, виділених із страхового фонду. 2) оболонка страхового продукту-це сукупність певних, заздалегідь узгоджених страхувальником та страховиком обставин, за яких повинно відбутися виділення матеріального ядра конкретного страхового продукту. Оболонка страхового продукту передбачає: умови, відповідно до яких визначатиметься обсяг коштів, що виділяються в якості ядра страхового продукту; умови розподілу прав і відповідальності страховика і страхувальників; умови виділення певного обсягу коштів (ядра страхового продукту) для матеріалізації конкретного продукту; інколи - умови витрачання виділеного обсягу грошових коштів для матеріалізації.

3. Формування та реалізація страхового продукту нерозривно пов'язана із страховим портфелем – це певний набір страхових ризиків, які страхова компанія приймає на забезпечення залежно від цілей своєї діяльності. При цьому треба керуватися такими основними завданнями, як отримання максимально можливого прибутку, збільшення частки ринку та забезпечення наявного капіталу. Зважаючи на порогові значення ризику можна виділити кілька типів страхових портфелів: консервативний, диверсифікований і агресивний.

4. На формування страхового портфеля і подальше управління впливають такі чинники: цілі страховика, андеррайтинг, політика перестраховування. Вибір моделі та виду при формування страхового портфелю залежить від того, які цілі ставить перед собою страховик (максимізація прибутку, збереження існуючих позицій на ринку чи збільшення частки присутності на ринку).

5. Основою функціонування страхового ринку в цілому та страхової компанії зокрема є ефективне просування та забезпечення привабливості страхових продуктів. Що стосується продажу страхових продуктів, то цей процес сьогодні розглядається здебільшого через призму майстерності страхових агентів продавати страховий продукт клієнтам.

6. Дослідження можливостей модернізації страхових продуктів нами було здійснено на прикладі вітчизняної страхової компанії АТ «Страхова компанія «ТАС» (скорочена назва АТ «СК «ТАС»), яка є одним з провідних гравців ринку страхових послуг в Україні. Проаналізувавши комерційну діяльність страхової компанії АТ «СК «ТАС» необхідно відмітити зростання ефективності діяльності за останні роки, зокрема спостерігається зростання страхових виплат та страхових премій, що якісно характеризують діяльність страховика і відображають його відповідальність. Страхові виплати з року в рік зростають, при цьому найбільший приріст спостерігається протягом 2015-2016 рр. на 16664 тис.грн.

Зростання страхових премій (грошова сума, що її сплачує особа, яка укладає угоду страхування і яка являє собою своєрідну плату за ризик, який бере на себе страхова компанія) є позитивною характеристикою в діяльності страховика, оскільки обумовлює збільшення надходжень у страхову компанію від укладення договорів страхування. За останні п'ять років загальний обсяг страхових премій зріс на 147756 тис.грн., за 2015-2016 рр. показник зростання

становив 27434 тис.грн., що є позитивним аспектом в діяльності страхової компанії.

7. В більшості страхова компанія формує активи за рахунок довгострокових зобов'язань та забезпечення, при чому їх розмір зростає, зокрема якщо у базовому 2012 році значення показника становило 523926 тис.грн., то у звітному 2016 році значення показника зростає на 932012 тис.грн., при чому значний приріст показника має місце за останні два роки і становив 212889 тис.грн.

8. Пріоритетом діяльності страхової компанії АТ «СК «ТАС» є формування страхового портфеля. Формування страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС» протягом досліджуваного періоду видозмінювалося, що акцентувало увагу на пріоритетах страхової діяльності АТ «СК «ТАС».

Протягом періоду 2012-2013 рр. найбільш популярними страховими продуктами в страховому портфелі страхової компанії АТ «СК «ТАС» були «ТАС-Лайф» - 85,03% у 2013 році, «ТАС-Юніор» - 9,08%, «ТАС-Капітал» - 5,45%, а найменш популярними ризикове страхування «ТАС-Мед» - 0,28% та «ТАС-Талісман» - 0,17%.

Починаючи із 2014-2015 рр. спостерігається інтенсифікація реалізації страхових продуктів страхової компанії АТ «СК «ТАС» із орієнтацією на наступні програми - «Формула здоров'я», «ТАС-накопичення», «ТАС-пенсія»

На сучасному етапі (2016-2017 рр.) спостерігається наявність різноманітності страхових продуктів, до яких слід віднести - «ЄвроКаско», «Осаго», «Автостраховання», «Зелена карта», «Туристичне страхування», «Страховання житла».

9. За досліджуваний період страхова компанія АТ «СК «ТАС» диверсифікували портфель страхових продуктів, зокрема в звітному періоді реалізовувалися чотири групи - автостраховання, страхування подорожей, страхування майна та страхування здоров'я. Зазначені програми є дохідними, при цьому, в більшості розмір доходів, з року в рік збільшуються, що впливає на зростання чистого прибутку страхової компанії.

Для підвищення ефективності управління страховим портфелем та диверсифікації страхових продуктів АТ «СК «ТАС»нами пропонується:

А. Забезпечувати збалансованість та проводити оптимізацію структури страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС», при цьому необхідно врахувати два основні аспекти:

Перший – обумовлює необхідність використання таких параметрів як: мінімізація ризику збитковості, досягнення максимально допустимого рівня дохідності, забезпечення цілісності складових елементів портфелю (сума часток видів страхування дорівнює «1»).

Другий – передбачає набуття актуальності ідентифікації параметрів, які характеризують специфіку страхової діяльності: досягнення середньої імовірності настання страхових випадків в цілому за страховим портфелем рівня не більше 0,5; забезпечення встановлень достатнього рівня платоспроможності та формування однорідного страхового портфелю.

Б. Формування збалансованого страхового портфеля АТ «СК «ТАС» на основі операцій перестраховання вимагає концептуальну постановку задачі та розробку на її основі послідовності етапів розв'язання. Наведена у роботі математична модель передбачає постановку задачі у вигляді математичних співвідношень надасть можливість не лише більш чітко ідентифікувати послідовність розрахунку оптимальних часток кожного з i -х видів страхування, а й визначити пріоритетні напрямки загальної стратегії страхової компанії АТ «СК «ТАС», спрямовані на стабілізацію власної фінансової діяльності. Формування операційних та стратегічних цілей страхової діяльності на основі даної моделі досягається за рахунок можливості балансування між

платоспроможністю страховика, однорідністю його портфеля та дохідністю страхової компанії АТ «СК «ТАС».

В. Оптимізація страхового портфеля також лежить в площині диверсифікації сегменту страхових послуг, що надає страхова компанія АТ «СК «ТАС». Зокрема нами пропонується розширювати асортимент страхових продуктів у перспективному періоді, найбільш привабливими сегментами страхування, котрі не охоплені страховою компанією АТ «СК «ТАС» є програма «ТАС-банківське страхування», Програма «ТАС-агро страхування», Програма «ТАС- страхування персоналу».

Г. Здійснювати управління ризиками страхового портфелю страховика. При цьому, слід врахувати, що на практиці в процесі управління ризиком незбалансованості страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС» можуть застосовуватися такі методи: відбір ризиків на страхування, перестраховування, формування і розміщення страхових резервів. Поряд із цим, страхова компанія АТ «СК «ТАС» має постійно стежити за зміною ризику в тих чи інших галузях (сферах), вести відповідний статистичний облік, аналізувати й обробляти інформацію. З цією метою страхові компанії використовують систему управління ризиками, яка містить низку різноманітних заходів організаційно-фінансового характеру, що дозволяє певною мірою передбачити їхні наслідки та розмір збитку, який потрібно відшкодувати.

В цілому, результати представлених пропозицій дали можливість сформуванню оптимальний (збалансований) страховий портфель, який включає найменш ризикові страхові продукти – «Зелена карта», «ДМС», «Інші види страхування» котрі склали 20% страхового портфелю; «Страхування майна» - 16,88%; ОСАГО та КАСКО відповідно 12,29% та 10,83%. Отримані результати, можуть бути застосовані керівництвом АТ «Страхова компанія «ТАС» для розробки стратегії впровадження та розвитку страхових продуктів компанії.

Обґрунтування ефективності реалізації заходів маркетингу просування страхових продуктів передбачає оцінку витрат на: формування бюджету маркетингових комунікацій страховика; формування витрат на стимулювання попиту на страхові послуги; витрати на заходи реалізації ПР-кампанії страховика.

За рахунок реалізації даних заходів маркетингових комунікацій загальні витрати на маркетингові заходи складуть 130000 тис.грн. у 2018 році та 100000 тис.грн. у 2019 році, при цьому у 2019 році витрати на рекламу складуть 40000 тис.грн., витрати на СТИЗ підприємства – 20000 тис.грн., витрати на ПР – заходи – 15000 тис.грн., витрати на внутрішні комунікаційні заходи – 25000 тис.грн. Ефективність витрат на маркетингові заходи страхової компанії за період 2018-2019 рр. становить 10,59 % - 11,11% відповідно.

Позитивом реалізації заходів маркетингових комунікацій стане приріст обсягів реалізації страхових послуг, зростання прибутку та власного капіталу страховика, а також підвищення іміджу та зростання вартості бренду «ТАС-страхування» у перспективному періоді.

АНОТАЦІЯ

Белух Л.Р. Модернізація страхових продуктів на вітчизняному ринку в умовах глобалізації (на прикладі АТ «Страхова компанія ТАС»). – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітнього рівня «Магістр» за спеціальністю 072«Фінанси, банківська справа та страхування». – ТНТУ ім. І. Пулюя. – Тернопіль, 2018.

Об'єктом дослідження виступає механізм модернізації страхових продуктів вітчизняної страхової компанії приватне акціонерне товариство «Страхова компанія «ТАС» (надалі – АТ «СК «ТАС»).

Метою дипломної роботи є розвиток напрямів модернізації страхових продуктів вітчизняних страхових компаній в контексті глобалізації національної економіки та вітчизняного страхового ринку.

При виконанні досліджень, залежно від конкретних цілей і задач, використовувались аналітично-графічна формалізація фінансової діяльності страхових компаній, порівняльний аналіз динаміки показників, дослідження стану та динаміки реалізації і модернізації страхових продуктів вітчизняної страхової компанії.

В даній роботі досліджено страховий продукт і страховий портфель та його значення в діяльності страхової компанії, визначено значення, роль та особливості управління реалізацією страхових продуктів в умовах глобалізації.

Здійснено аналіз основних фінансово-економічних показників комерційної діяльності страхової компанії та визначено особливості формування страхового портфелю та оцінка ефективності страхових продуктів АТ «СК «ТАС».

Запропоновано механізми формування збалансованого страхового портфеля страхової компанії на основі операцій перестраховування, розроблено напрями диверсифікації страхового портфеля та маркетингової програми просування страхових продуктів страхової компанії АТ «СК «ТАС» і досліджено методи управління ризиком незбалансованості страхового портфеля страхової компанії АТ «СК «ТАС».

В обґрунтуванні економічної ефективності визначено механізми забезпечення оптимізації страхового портфеля АТ «СК «ТАС» з урахуванням частки фінансових ризиків, розроблено бюджету та здійснено оцінку ефективності маркетингового інструментарію просування страхових продуктів на вітчизняний ринок.

Ключові слова: страховий продукт, страховий портфель, перестраховування, ризик незбалансованості, маркетингові комунікації, коваріація.

ANNOTATION

Bedruk L.R. Modernization of insurance products on the domestic market in the conditions of globalization (for example, JSC «Insurance Company TAS»). - The manuscript.

Research on obtaining an educational level «Master» in the specialty 072«Finance banking and insurance». - TNTU them I. Puluj. - Ternopil, 2018.

The object of the research is the mechanism of modernization of insurance products of the domestic insurance company private joint-stock company «Insurance company» TAS «(hereinafter - JSC» Insurance Company «TAS»).

The purpose of the thesis is to develop the directions of modernization of insurance products of domestic insurance companies in the context of the globalization of the national economy and the domestic insurance market.

In carrying out research, depending on the specific goals and objectives, analytical and graphical formalization of the financial activity of insurance companies, a comparative analysis of the dynamics of indicators, a study of the state and dynamics of the implementation and modernization of the insurance products of the domestic insurance company were used.

In this work the insurance product and insurance portfolio and its importance in the activity of the insurance company are investigated, the importance, role and peculiarities of the management of the implementation of insurance products in the conditions of globalization are determined.

The analysis of the main financial and economic indicators of the commercial activity of the insurance company and the features of the formation of the insurance portfolio and the assessment of the efficiency of the insurance products of JSC «IC» TAS «are determined.

The mechanisms of formation of a balanced insurance portfolio of the insurance company based on reinsurance operations are offered, directions of diversification of the insurance portfolio and marketing program of advancement of insurance products of the insurance company of Insurance Company TAS Insurance Company are developed, and methods of risk management of the insurance portfolio of the insurance company of Insurance Company TAS SC are investigated.

In the justification of economic efficiency, the mechanisms for optimizing the insurance portfolio of JSC «Insurance Company» TAS «were determined, taking into account the share of financial risks, the budget was elaborated and the effectiveness of marketing tools for advancing insurance products on the domestic market was assessed.

Key words: insurance product, insurance portfolio, reinsurance, risk of imbalance, marketing communications, covariance.