DOI: [10.32702/2307-2105-2019.6.54](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.54)

УДК 368.01

*Т. Є. Терещенко,
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри державних,
місцевих та корпоративних фінансів,
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро
ORCID: 0000-0002-4568-830X
О. С. Карпушкіна,
магістрант, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро
ORCID: 0000-0001-8798-6527
Л. О. Клокова,
магістрант, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро
ORCID: 0000-0001-8841-9444*

АНАЛІЗ РІВНЯ ДОВІРИ НАСЕЛЕННЯ ДО СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

*T. Ev. Tereshchenko,
Ph.D. in Economics, Associate Professor of the chair of state,
local and corporate finance
University of Customs and Finance, Dnipro
O. S. Karpushkina,
Master student, University of Customs and Finance, Dnipro
L. O. Klokova,
Master student, University of Customs and Finance, Dnipro*

ANALYSIS OF LEVEL OF POPULATION TRUST TO INSURANCE SERVICES IN UKRAINE

У статті розглянуто рівень довіри населення до страхових послуг та його вплив на розвиток ринку страхових послуг в Україні та у різних країнах світу, проаналізовано стан сучасного страхового ринку України за 2016-2018 рр., а саме показники, які визначають рівень довіри до страхування: проникнення страхування, щільність страхування в Україні та аналогічні показники за кордоном. Також проаналізовано рівень загальних активів страхових компаній, обсяг сформованих страхових резервів і обсяг сплачених статутних капіталів за 2016-2018 рр. в Україні, які також відповідають за рівень надійності до страховиків і страхового ринку в цілому.

Наведено і проаналізовано обсяг укладених договорів страхування на страховому ринку України, в тому числі кількість й частку договорів зі страхувальниками - фізичними особами в Україні, та визначено як ці показники впливають на рівень страхових послуг.

Авторами з'ясовано основні проблеми розвитку українського страхового ринку та визначено фактори, які впливають на поведінку фізичних осіб як страхувальників і знижують довіру населення до страхових компаній. Запропоновано заходи, щодо подолання основних проблем недовіри населення до страхових компаній та послуг, які вони надають.

The article deals with the level of public confidence in insurance services and those influence on the development of the insurance market in Ukraine and other countries of the world. It is analyzed the current state of the insurance market in Ukraine for 2016-2018 years, including indicators, that determine the level of confidence in insurance: insurance penetration (the ratio of the insurance premium to the GDP), insurance density (gross insurance premium for 1 person) in Ukraine and the same indicators in other countries of the world. The author analyzes the level of total assets of insurance companies, the amount of formed insurance reserves and the amount of paid authorized capitals for 2016-2018 years, which are responsible for the level of reliability both to insurers and insurance market in general.

It is described and analyzed the number of concluded insurance contracts on the Ukrainian insurance market, including the number and the share of contacts with insurants, natural persons in Ukraine for 2016-2018 years. The influence of indicators on the level of insurance services is determined.

The article gives a detailed analysis of the main issues of the development of the insurance market in Ukraine. The impact of the main factors on insurants behavior and declining confidence in insurance companies is discussed. It is proposed the measures to overcome the main problems of the public distrust towards insurance companies and to increase the level of confidence in the insurance market, which in the future will promote the development of the insurance services market and country's economy as a whole.

Attention is drawn the necessity of extension the insurance culture and increase the level of awareness of the population about insurance services and benefits that they contain. Much attention given to conscientious and fair work of the insurance companies, to improvement of the relationship with insurants and to creation a favourable environment for potential customers for insurance companies. It should be stressed that the trust of individuals includes both the assurance that the funds were paid to insurance companies for providing quality insurance services and the confidence that the funds will not lose their value and will satisfy the expectations of insurants fully.

Ключові слова: страховий ринок; страхові премії; показник проникнення страхування; показник щільності страхування; довіра до страхових компаній; страхова культура.

Key words: insurance market; insurance premium; indicator of insurance penetration; indicator of insurance density; confidence in insurance companies; insurance culture.

Постановка проблеми. Для страхового бізнесу довіра є більш важливою, ніж для будь-якого іншого бізнесу, тому що страхова компанія продає обіцянку здійснити грошове відшкодування страхувальнику у разі настання страхового випадку, а природа більшості страхових продуктів є абстрактною. Тому саме довіра є одним з ключових факторів успішної діяльності страхових компаній. Ефективність діяльності страхового ринку в Україні залежить від страхової поведінки фізичних осіб і рівня їх довіри до страхування, адже вони забезпечують значну частку надходжень страхових премій. Ситуація, що склалась в Україні на страховому ринку характеризується значною невпевненістю та недовірою до діяльності страхових компаній, тому зазначена тема є доволі актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До проблеми підвищення рівня довіри населення до фінансових установ приділяють увагу такі українські вчені як В. Лагутін, С. Юрій, Т. Кричевська, Є. Савельєв та інші. Однак, залишаються малодослідженими питання, щодо факторів впливу на поведінку фізичних осіб як страхувальників і рівня їх довіри до страхового ринку України.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення рівня довіри населення до страхування шляхом аналізу основних показників страхового ринку, та надання пропозицій щодо підвищення рівня довіри населення в Україні до страхового ринку.

Вклад основного матеріалу дослідження. Для фінансових установ, до яких належать й страхові компанії, поняття довіри споживачів має бути одним з пріоритетних, оскільки саме в площині довірливих відносин формується прибутковість організацій, що надають фінансові послуги. Тому зрозуміло, що зростаюча кількість страхувальників є обов'язковою умовою для процвітання страховиків у конкуруючому бізнес-середовищі сьогодні. Клієнти будуть укладати договори страхування та відновлювати угоди перед датою закінчення терміну їх дії тільки якщо довіряють страховикам.

Довіра є складним та багатогранним поняттям. На даний момент існує велика кількість визначень поняття довіри. Довіра – це відкриті, позитивні взаємовідносини між людьми, що включають впевненість у порядності та доброзичливості іншої людини, з якою людина, яка довіряє, знаходиться в тих чи інших відносинах. У фінансовому контексті довіра може виражатись в наданні іншій людині повноважень з управління матеріальними цінностями.

О. Є. Кузьмін, О. О. Бонезький дають таке визначення поняття «довіра»: «Це впевненість у надійності економічного об'єкта, що ґрунтується на уявленні або знанні про нього і пов'язана зі здатністю передбачати, прогнозувати чи впливати на дії цього об'єкта і проявляється: у впевненості, або надії, що інвестовані в активи заощадження, як мінімум, не втратять своєї вартості і повністю здійснять функцію заощадження; ... впевненості, або надії, що соціально-економічні інститути, у які вкладено заощадження, вчасно і в повному обсязі виконають взяті на себе зобов'язання» [7, с. 103].

Lovelock і Wirtz (2004, р.76) визначають довіру клієнта як готовність протегувати компанію на тривалий термін і рекомендувати продукти і послуги цієї компанії друзям і партнерам [2]. Ф. Фукуяма розглядає умови виникнення довіри такі як чесність, відповідальність, здатність до співпраці, почуття обов'язку перед оточуючими [8, с. 23].

Для того, щоб розібратися у причинах недовірливого відношення до страхових компаній та їх послуг, потрібно звернутися до статистичних даних за останні роки (рис. 1).

Рис. 1. Рівень довіри до страхових компаній в Україні та в країнах світу у 2014 р.

Джерело: [1, с. 36]

У більшості опублікованих праць наводяться дані про рівень довіри населення до фінансових інститутів в Україні у відсотковому вираженні, згідно з якими 55-60% респондентів не довіряють страховим компаніям [3, с. 168]. З рисунку 1 можемо стверджувати, що в Україні дуже низький рівень довіри - 35%, порівнюючи з іншими країнами.

Низький рівень довіри до страховиків в Україні спричинений негативним досвідом страхування у радянські часи, зокрема відсутністю реальних державних гарантій одержання страхових виплат через банкрутства страхових компаній або їх шахрайських дій. Сьогодні, на страховому ринку, ще має місце недобросовісна практика агентів, яка заважає розвитку страхової культури і створенню умов, які б забезпечили високе реноме страхування [13, с. 17].

Крім того, самі страхові компанії мають багато проблем, серед них: низький рівень попиту на послуги, непрозорість діяльності, обмеження конкуренції, низькі стандарти діяльності, шахрайство.

Отже, українці не довіряють страховим компаніям й в цьому є маса причин:

- більшість громадян покладається на «авось», раптом пощастить і ніякого страхового випадку не буде;
- українці бояться, що їх все одно ошукають, так як ми живемо у час підступного бізнесу, де кожен так і норовить забрати у вас останні гроші;
- в Україні високі тарифи і люди не розуміють, навіщо ще комусь платити не зайві для сімейного бюджету кошти;
- страхові компанії сильніше юридично захищені, на відмінну від споживачів страхових послуг; страховики з радістю продають послуги і часто неохоче повертають гроші;
- страховики не гарантують, що громадянин дійсно отримає необхідну страхову виплату незалежно від

страхового випадку; від страхових компаній складно отримати гарантії з виплат, тому і незрозуміло, наскільки вигідний і наскільки потрібний страховий поліс.

Так, наприклад, компанії, які реалізують поліси ОСЦПВ та провадять агресивну демпінгову політику, як правило, намагаються затримувати виплату відшкодування, нав'язують судові розбірки, знаходять бюрократичні приводи відмовити у відшкодуванні. Деякі намагаються зменшити розмір відшкодування за принципом «мінус 30%, але зараз, або 100% та не раніше, ніж через півроку». А коли розмір відшкодування відносно невеликий – багато постраждалих розривають відносини із страховиком, заощаджуючи час та нерви.

Тільки за 2017 рік страховики з ОСЦПВ врегулювали близько 120 тис. страхових випадків по ДТП своїх клієнтів. Якщо взяти до уваги об'єм портфелів компаній, які пішли з ринку, а також рівень скарг Нацкомфінпослуг та в МТСБУ на деякі діючі компанії, то можна стверджувати, що кожна третя виплата відшкодування – проблемна. Така ситуація з рівнем «проблемних» виплат була останні 10 років і це означає, що за цей час мінімум 400 тис. клієнтів розчаровані в механізмі страхування [18].

Маркетологи стверджують, що задоволений клієнт поділиться своїм позитивним досвідом з 2-3 знайомими, які прийдуть до страхової компанії. А незадоволений розповість 10 знайомим. Близько 4 млн. українців стикались з «не позитивними» відгуками щодо страхування, відповідно така негативна практика страховиків різко відбивається на рівні довіри населення до страхування й відповідно страхових компаній.

Дослідження питання довіри страхувальників неможливе без аналізу основних показників страхового ринку, зміна значень яких є індикатором рівня довіри до страхового ринку, які наведені в табл. 1.

Таблиця 1.
Показники стану сучасного українського страхового ринку за 2016-2018 рр.

Показник	2016	2017	2018	Темп приросту, %	
				2018/2017	2018/2016
Обсяги валових премій, млн. грн.	35170,3	43431,8	49367,5	13,7	40,4
ВВП, млн. грн.	2383182	2982920	3558706	19,3	49,3
Загальна чисельність населення, млн. чол.	42,7	42,5	42,3	-0,5	-0,9
Проникнення страхування (частка зібраних премій у ВВП країни), %	1,48	1,46	1,39	-	-
Курс USD/UAH, 1дол./грн.	27,19	28,07	27,69	-1,4	1,8
Щільність страхування (валові страхові премії на 1 особу), дол./1 особу	30,29	36,41	42,15	15,8	39,1

Джерело: складено авторами на основі [5; 17]

Показник проникнення страхування (частка зібраних страхових премій до ВВП країни) свідчить про рівень розвитку страхування та відповідно використання його як механізму фінансування ризиків й інструменту страхового захисту держави [16, с. 833].

Протягом 2016-2018 рр., спостерігається незначна тенденція до зменшення цього показника. Динаміка частки валових та чистих страхових премій у відношенні до ВВП за 2016-2018 рр. зображена на рис. 2.

Рис. 2. Частка валових та чистих страхових премій у відношенні до ВВП в Україні

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

За останній 2018 рік частка валових страхових премій у відношенні до ВВП становила 1,4%, що на 0,1 в. п. менше в порівнянні з 2017 р., а частка чистих страхових премій у відношенні до ВВП залишилась на рівні 2017 року та становила 1,0%, при цьому вважається, що оптимальне нормативне значення цього показника, що забезпечує безпеку страхового ринку, становить не менше 8% [12].

Показник проникнення страхування в Україні демонструє низький рівень частки зібраних премій у ВВП країни. Це означає, що розвиток страхового ринку і рівень його безпеки знаходяться на низькому рівні.

Щодо інших країн світу, то значно більші значення рівня проникнення мають Фінляндія – 11,8%, Велика Британія – понад 11%, Італія – 9,09%, Франція – 9,73%, США – 7,3% та у Німеччині – 6,84%. Отже, можна зробити висновок про належний рівень страхової культури населення й відповідно довіра до страхових компаній в цих країнах. Загалом у Європі середнє значення рівня проникнення страхування становить 7,2%, а у світі – 6,28% і протягом останніх років демонструє тенденцію до зростання [15, с. 5].

Згідно з міжнародними й українськими стандартами, показник щільності демонструє, що страховий ринок України й досі залишається на низькому рівні, при тому, що спостерігалась позитивна динаміка зростання валових страхових премій [4, с. 169].

Показник щільності страхування дозволяє визначити скільки коштів витрачає одна особа на страховий захист. В Україні у 2018 році цей показник був на рівні 42,15 дол./1 особу, що на 15,8% більше ніж у 2017 році і на 39,1% більше порівняно з 2016 роком.

В середньому в Україні одна особа витрачає 65,4 дол. США. В той час, коли в Японії цей показник становить 5-6 тис. дол. США, в Німеччині – 1482 дол. США, в Польщі – 140 дол. США [6, с. 78], що в сотні разів більше ніж в Україні. Це свідчить про те, що страхування застосовується не належним чином.

Отже, рівень довіри населення до страхових компаній в Україні занижений, оскільки, на відміну від розвинутих країн світу, населення не сприймає страхування як необхідний елемент захисту життя, здоров'я і майна від різних небезпек. Тому, попит населення на продукти страхових компаній в Україні залишається поки що недостатнім.

Ефективність розвитку страхового ринку залежить від соціально-економічного становища в країні, готовності населення та суб'єктів господарювання до споживання страхових продуктів, а також від державної підтримки страхового бізнесу. У порівнянні з європейськими державами, де страхування охоплено понад 94% страхового поля, в Україні страхові послуги мають значно менший попит (10–15% страхового поля), особливо у майновому та окремих видах особистого страхування, що є наслідком як низької довіри економічних суб'єктів до страхових компаній, так і низьким рівнем їхньої обізнаності у сфері страхування. Сьогодні рівень розвитку страхового ринку України свідчить про те, що він не є досить ефективним у функціонуванні фінансової системи.

Європейці захищають себе не відкладаючи гроші на «чорний день», а вкладаючи їх у страхування. За статистикою в Європі застрахованих осіб значно більше, ніж в Україні. З кожного заробленого євро, мешканець Європи відкладає приблизно 1-2 центи в страхування, чим і захищає себе від всіх непередбачених витрат, будь-то раптовий лікарняний або ремонт машини.

Левову частку валових страхових надходжень страховиків забезпечує населення – фізичні особи (рис. 3). Цей фактор має бути пріоритетним при виборі страховиками стратегії розвитку та побудові механізму

підвищення довіри населення до страхових послуг.

Рис. 3. Обсяг та частка валових страхових премій від фізичних осіб на страховому ринку України за 2016-2018 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

У структурі загального обсягу валових страхових премій, зібраних на страховому ринку України протягом 2016-2018 рр., частка валових страхових премій від фізичних осіб коливалась від 28,70% до 32,1% у 2018, тобто в середньому складає близько третини всіх премій.

Прослідкувати взаємозв'язок зміни рівня довіри населення, можна також за рахунок статистичних показників кількості укладених угод протягом 2016-2018 рр., динаміка яких зображена на рис. 4.

Рис. 4. Обсяг кількості укладених договорів страхування на страховому ринку України, в тому числі з фізичними особами, за 2016-2018 рр., тис. од.

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

З 2016-2018 рр. кількість укладених договорів страхування на страховому ринку складала: за 2016 рік – 61272,8 тис. од. (з них 69,42% складають договори страхування з фізичними особами), за 2017 р. – 70658,2 тис.

од. (з них 94,70% - договори з фізичними особами) і 2018 р.- 77495,0 тис. од. (з них 93,50% - договори з фізичними особами).

Хоча темпи приросту кількості договорів страхування у 2017 році в порівнянні з 2016 роком зросли на 15,3%, а у 2018 р. порівняно з 2017 р. темпи приросту збільшилися на 9,7%, але доля договорів страхування зі страхувальниками-фізичними особами в загальному кількості договорів страхування з 2016 року по 2017 рік збільшилась з 69,42% до 94,70%, а з 2017 р. по 2018 р. показник зменшився з 94,70% до 93,50%. Отже, можна зробити висновок, що загалом попит на страхові послуги поступово зростає.

Отримані результати підтверджують те, що низький рівень довіри населення до страхування є найголовнішим чинником негативного впливу на розвиток, перш за все, страхового ринку України, а відповідно й на інвестиційну діяльність страховиків.

Рівень надійності страховика, є одним із факторів забезпечення довіри населення до страховиків. Такі показники як: рівень активів, сформованих страхових резервів, а також обсяг сплачених статутних капіталів - це ті показники, які відповідають за рівень платоспроможності й відповідно надійності страховика.

Відповідно, вагомим чинником при виборі страхової компанії є оцінка її активів, страхових резервів та статутного капіталу. Адже позитивна динаміка в прирості цих показників може виступати фактором довіри населення. Тому доцільно проаналізувати ці показники, а також темп приросту, який дасть змогу оцінити динаміку показників, порівняно з попередніми періодами (табл. 2).

Таблиця 2.
Основні показники діяльності страхового ринку України, млн. грн.

Показник	2016	2017	2018	Темпи приросту,%	
				2017/2016	2018/2017
Обсяг сплачених статутних капіталів	12661,6	12831,3	12636,6	1,3	-1,5
Загальні активи страховиків	56075,6	57381,0	63493,3	2,3	10,7
Обсяг сформованих страхових резервів	20 936,70	22 864,40	26 975,60	9,2	18

Джерело: розраховано авторами на основі [5]

Обсяг сплачених статутних капіталів мав тенденцію до зменшення протягом 2017-2018 рр., а загальні активи страховиків збільшилися у 2018 році порівняно з 2017 роком на 10,7%, тобто збільшився обсяг контрольованих страховиком економічних ресурсів у вигляді грошових коштів.

У 2016-2018 рр. можна спостерігати тенденцію до збільшення обсягу сформованих страхових резервів. В зв'язку з тим, що страхові резерви утворюються страховиками з метою забезпечення майбутніх виплат страхових сум і страхового відшкодування залежно від видів страхування (перестраховування), можна стверджувати про незначне зростання впевненості населення у виплатах.

Позитивна динаміка наведених вище показників може характеризувати підвищення надійності страхового ринку.

Страховий ринок є невід'ємною складовою фінансового ринку країни, і є досить чутливим до проблем будь-яких його сегментів. Одночасно він тісно пов'язаний з виробничою сферою і рівнем добробуту населення [9, с. 36].

До факторів, що впливають на низький рівень довіри можна віднести соціальну спадщину радянського минулого. Експерти зазначають про: неготовність населення користуватися фінансовими інструментами, незвичність страхування для українського населення, відсутність страхової культури і навіть просто про незнання, що існують такі інструменти вкладень. Ці причини можна узагальнити в категорію нерозвиненості фінансової культури в Україні.

Підвищення довіри населення до страхових компаній тісно пов'язане з розвитком страхової культури. Тому, аби посилити та зміцнити зв'язки між населенням та страховим ринком, потрібно в першу чергу замислюватись над підвищенням рівня культури населення в цій галузі.

Ю. В. Панкратов стверджує, що «страхова культура» створюється зусиллями не лише однієї нації. Вона є наслідком зусиль усього людства. У переважній кількості випадків у відсутності страхової культури звинувачують потенційних покупців страхових послуг. Мова йде про необізнаність, головним чином, населення, у наявних страхових послугах, їх позитивних якостях [14].

Помилковою була б думка про те, що рівень страхової культури можна підвищити тільки зосереджуючи увагу на потенційних страхувальниках. Страхову культуру в значній мірі формує держава й поведінка страховиків.

Вагомим фактором страхової культури є страхова освіта. У широкому розумінні страхова освіта включає ознайомлення й засвоєння людиною знань зі страхування впродовж життя. У дитинстві значну роль відіграє інформація, яку сприймає дитина з вуст батьків та оточуючих, їх відношення до страхування вибудовує страхову культуру молодій людині. Згодом цьому мають сприяти дитячі заклади й школа. А найбільш вагоме місце займає університетська освіта.

Підвищення рівня страхової культури потребує об'єднання зусиль усіх учасників страхового ринку.

Тому має бути опрацьована програма заходів скоординованих на створення більш високого рівня страхового сервісу, активізацію поширення страхових знань, збільшення довіри до страхових компаній. Отже, страхова культура це продукт усіх учасників страхових відносин [14].

Підвищення рівня страхової культури громадян та збільшення фінансової освіченості учасників страхового ринку є одним із ключових та складних завдань, які в найближчому майбутньому необхідно вирішувати як українському так і європейському страховому ринку.

Отже, основним фактором багатьох проблем страхового ринку є низький рівень страхової культури й це проявляється через [11, с. 8]:

- низький рівень страхової культури страхувальників, страховиків та їх власників;
- низький добровільний попит на продукти добровільного страхування;
- низький рівень страхової грамотності громадян (неуважне вивчення умов страхування часто є основною причиною претензій до страховиків і відмов від страхування в подальшому);
- низький рівень надійності страхових компаній, необґрунтовані затримки виплат й безвідповідальність страхових посередників.

Низький рівень страхової культури громадян є наслідком того, що велика кількість населення взагалі не має уявлення про те, що таке страхування, яким є механізм його функціонування та для чого воно потрібне. Необхідно підвищувати страхову культуру населення через роз'яснення переваг страхових програм, широкого інформування щодо існуючих страхових продуктів. А також не забувати про відкриту інформацію про фінансовий стан страхових компаній [10].

Важливою умовою розвитку страхового ринку є створення програм інформування населення країни про страхування для підвищення страхової культури громадян, збільшення рівня довіри до страховиків, що дасть змогу підвищити обсяги продажу страхових продуктів та поліпшити фінансовий стан страховиків.

Таким чином, враховуючи те, що продуктом діяльності страхових компаній є страхова послуга, як товар, то потрібно сформувати попит та пропозицію шляхом створення оптимального балансу між вартістю послуги та здатністю фізичних осіб купувати їх.

Рівень довіри населення до страховиків необхідно збільшувати поступово через пильний державний нагляд за платоспроможністю та фінансовою стійкістю страховиків. Позитивно вплине на збільшення довіри громадян публікація у засобах масової інформації звітів органів страхового нагляду, рейтингів страхових компаній тощо.

Висновки. Мінімальною умовою існування ринку є наявність довіри до страхових компаній, тоді як при ухваленні рішення про покупку страхового поліса найважливішою умовою стає довіра до певної компанії.

Сьогодні, стратегічний орієнтир страхового бізнесу, для підвищення довіри населення до страхових компаній, має бути спрямований на вирішення завдань щодо направлення страховиків на ту діяльність, до якої вона прагне в довгостроковій перспективі. Більшість українських страхових компаній розглядають такі орієнтири лише для здобуття максимального прибутку, що в багатьох випадках не сприяє стратегічному успіху компанії. На наш погляд, страховикам необхідно дотримуватися таких орієнтирів, як:

- підвищення рівня страхової культури в країні;
- спрямування своєї діяльності на довгострокові і взаємовигідні відносини з клієнтами;
- підтримування високої якості і постійне вдосконалення страхових продуктів.
- забезпечення постійної надійності страхової компанії.

Якщо страховики будуть своєчасно виплачувати страхові відшкодування й добросовісно виконувати свою роботу, підвищувати страхову грамотність громадян, то страховий ринок в найближчому майбутньому стане однією із розвинених галузей фінансів в Україні.

Список літератури.

1. Evans P., Cullen M. (2015), «Think Piece 7: Regaining and Strengthening Trust in the Insurance and Savings Sector», A Brave New World: The Changing Landscape for Insurance and Long Term Savings, ABI, London, pp.36-38. URL: <https://www.abi.org.uk/globalassets/sitecore/files/documents/publications/public/2015/a-brave-new-world/a-brave-new-world.pdf>.
2. Lovelock C., Wirtz, J. (2004) Services Marketing: People, Technology, Strategy, 5th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, USA.
3. Балук Н. Р. Страхування фізичних осіб: аналітичний огляд довіри споживачів. *Регіональна економіка*. 2014. № 2. С. 167-177.
4. Бовсуновська Г. С. Інтегральна оцінка рівня фінансової безпеки страхового ринку України. *Економічний аналіз*. 2014. №. 16 (1). С. 167-173.
5. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. *Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг*: [сайт]. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy>.
6. Кобзарук І., Сич О. А. Сучасні тенденції страхового ринку. *Страховий ринок: сучасні виклики в умовах глобалізації*: матеріали V міжнародного наукового семінару (Львів, 18-19 травня 2017 р.). Львів, 2017. С. 76-79.
7. Кузьмін О. Є., Боніцький О. О. Довіра як економічна категорія. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць*. Львів, 2010. Вип. 20.2. С. 100-104.

8. Куриляк В. Довіра в інтегрованій світовій економіці: теорія та парадокси. *Журнал європейської економіки*. 2010. Т. 9, № 1. С. 19-36.
9. Марценюк Л. В., Чорновіл О. В., Біла К. В., Удовиченко А. О., Ануп Кумар Шарма Страховий ринок України: сучасний стан та проблеми розвитку. *Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*. 2016. № 2 (62). С.36-46.
10. Особисте страхування: економічний зміст та класифікація осіб особистого страхування. URL: <http://nadoest.com/osobiste-strahuvannya-ekonomichnij-zmist-ta-klasifikaciya-osob>.
11. Пікус Р., Ігнатюк А. Страхова освіта як фактор підвищення страхової культури суспільства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2012. №. 133. С. 8-12.
12. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29 жовт. 2013 р. № 1277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13>.
13. Проблеми та перспективи розвитку страхування життя в Україні. 2018. URL: <https://kon-insurance.mnau.edu.ua/files/work/51.pdf>.
14. Прудивус К. О., Пирогова М. В. Розвиток страхової культури на Україні. URL: http://www.rusnauka.com/32_DWS_2008/Economics/36849.doc.htm.
15. Пурій Г. М. Страховий ринок України: сучасний стан та проблеми розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/60.pdf.
16. Романовська Ю. А. Аналіз страхового ринку України. *Економіка і суспільство*. 2016. № 7. С. 830-837.
17. Статистична інформація. *Державна служба статистики України*: [сайт] URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
18. Что может ускорить развитие страхового рынка Украины? *Фориншурер*. URL: <https://forinsurer.com/public/19/02/11/4841?hl=%F7%F2%EE>.

References.

1. Evans, P. and Cullen, M. (2015), "Think Piece 7: Regaining and Strengthening Trust in the Insurance and Savings Sector", *A Brave New World: The Changing Landscape for Insurance and Long Term Savings*, [Online], available at: <https://www.abi.org.uk/globalassets/sitecore/files/documents/publications/public/2015/a-brave-new-world/a-brave-new-world.pdf> (Accessed 15 June 2019).
2. Lovelock, C. and Wirtz, J. (2004), *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, 5th ed., Prentice Hall: Upper Saddle River, NJ, USA.
3. Baluk, N. R. (2014), "Personal insurance: An analytical review of consumer confidence", *Rehional'na ekonomika*, vol. 2, no. 72, pp. 167-177.
4. Bovsunovskaya, A. S. (2014), "Integral assessment of the level of financial security of the insurance market of Ukraine", *Ekonomichnyy analiz*, vol. 16, no. 1, pp. 167-173.
5. National commission, which carries out state regulation in the field of financial services markets (2018), "Information on the state and development of the insurance market of Ukraine", available at: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html> (Accessed 22 May 2019).
6. Kobzaruk, I. and Sich, O. A. (2017), "Modern trends in the insurance market", *Strakhovyi rynek: suchasni vyklyky v umovakh hlobalizatsii* [Insurance market: modern challenges in the context of globalization], V Mizhnarodnyi naukovyi seminar [V International scientific seminar], Lviv, Ukraine, May 18-19, 2017, pp. 76-79.
7. Kuzmin O. E. and Bonetskiy O. O. (2010), "Trust as an economic category", *Scientific Bulletin of UNFU*, vol. 20, no.2, pp. 100-104.
8. Kurylyak, V. (2010), "Trust in the integrated world economy: theory and paradoxes", *Journal of European Economy*, vol. 9, no.1, pp. 19-36.
9. Martsenyuk, L.V. Chornovil, O.V. Bila, K.V. Udovichenko, A.O. Anup Kumar Sharma (2016), "The insurance market in Ukraine: Current State and Problems of Development", *Science and transport progress. Bulletin of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan*, vol. 2, no. 62, pp. 36-46.
10. "Personal insurance: economic content and classification of personal insurance", available at: <http://nadoest.com/osobiste-strahuvannya-ekonomichnij-zmist-ta-klasifikaciya-osob> (Accessed 24 May 2019).
11. Pikus, R. and Ignatyuk A. (2012), "Insurance education as a factor in increasing the insurance culture of society", *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*, vol.133, pp. 8-12.
12. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (2013), "Order of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine "On approval of Methodological Recommendations for Calculating the Level of Economic Security of Ukraine", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13> (Accessed 29 May 2019).
13. "Problems and prospects of development of life insurance in Ukraine", available at: <https://kon-insurance.mnau.edu.ua/files/work/51.pdf> (Accessed 24 May 2019).
14. Prudivus, K. O. and Pirogova, M.V. "Development of insurance culture in Ukraine", available at: http://www.rusnauka.com/32_DWS_2008/Economics/36849.doc.htm (Accessed 1 June 2019)

15. Puriy, G. M. (2018), "Insurance market of Ukraine: the current state and problems of development". *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 10, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/60.pdf (Accessed 16 May 2019).
16. Romanovskaya, Yu. A. (2016), "Analysis of the insurance market of Ukraine", *Economy and society*, [Online], vol. 7, pp. 830-837.
17. Derzhkomstat (2018), "Statistical information", available at: <http://ukrstat.gov.ua> (Accessed 17 May 2019).
18. Forinsurer, "What can accelerate the development of the Ukrainian insurance market?", available at: <https://forinsurer.com/public/19/02/11/4841?hl=%F7%F2%EE> (Accessed 5 June 2019).

Стаття надійшла до редакції 19.06.2019 р.