

СВТУШЕНКО А.Г., студентка, НУДПСУ

МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗРІЗ

Незважаючи на те, що за останні десятиліття ринок страхових послуг в Україні набув певного рівня розвитку, на сьогодні він так і не став реальним фактором стабільності й не відповідає завданням розвитку національної економіки і тенденціям світових страхових ринків.

Тому необхідно провести маркетингове дослідження ринку страхових послуг в Україні, з ціллю отримати результати, які дозволять позитивно вплинути на діяльність страховиків у сучасному ринковому середовищі та сприятимуть підвищенню їх рівня конкурентоспроможності. З метою виявлення ефективної маркетингової стратегії на страховому ринку проведемо дослідження та проаналізуємо ситуацію, що склалася за останній рік на страховому ринку України [1].

Не дивлячись на те, що страхування є однією зі сфер, що найбільш динамічно розвивається в нашій країні, його повноцінному розвитку перешкоджає значний явний дисбаланс, який спостерігається як в функціональному, так і в регіональному розрізі. Кількість страхових компаній, що діють в Україні, до 2010 року стабільно збільшувалася, а останні два роки має тенденцію до спаду (табл. 1)

Таблиця 1

Динаміка кількості страхових компаній в Україні за період
2003-2012 рр, од

Кількість страхових страхових організацій	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Всього	357	387	398	411	446	469	450	456	442	414
"life"	30	45	50	55	65	72	72	67	64	62
"non-life"	327	342	348	356	381	397	378	389	378	352

Аналізуючи дані, спостерігаємо, що за останні два роки зменшується кількість страхових компаній. За минулий рік було

ліквідовано 26 компаній ризикового страхування і дві по страхуванню життя, ще близько 200 страхових компаній знаходяться в замороженому стані (сукупно на них припадає менше 1% ринку) і наврядчи зможуть найближчим часом створити конкуренцію на ринку. В 2013 році Нацкомфін послуг продовжує стратегію скорочення числа страхових компаній, що дозволить підвищити якість нагляду за страховими компаніями і в цілому інвестиційну привабливість вітчизняного страхового ринку.

Можна стверджувати, що страховий ринок має свої «регіональні центри». Менш за все страхових компаній зосереджено в західній Україні, найбільше – у східних і центральних регіонах, а саме: в Донецькій, Дніпропетровській, Харківській, Одеській областях та м. Київ (рис. 1). На їх долю припадає майже 90% страхового ринку. Можна стверджувати, що страхова система в Україні розвинута у формі високого ступеня централізації (див рис.1)



Рис. 1. Кількість зареєстрованих страхових компаній по регіонах України, станом на 2012р.

**Складено на основі даних Національної комісії, що здійснює регулювання у сфері ринків фінансових послуг[3]*

Одним з важливих показників розвитку страхування, який визначає щільність страхування є показник валових страхових премій на душу населення. Аналіз даного показника також

свідчить про наявність в Україні дуже суттєвих диспропорцій регіонального розвитку страхування [2].

Отже, було виявлено, що на сучасному страховому ринку має місце низький рівень страхового покриття у регіонах країни. Саме тому, на нашу думку, ефективною маркетинговою стратегією можна визначити проникнення страхових компаній в регіони, в яких, за даними проведеного дослідження, функціонує найменша кількість страхових компаній. Проте, розвиток регіонального страхового ринку може дійсно успішним лише за умови вироблення й послідовної реалізації науково обґрунтованої політики, що утілюється в інтересах всіх потенційних учасників регіонального страхового процесу: страхувальників, страховиків, регіональних органів влади та держави.

Подальше дослідження повинно ґрунтуватися на вивченні кон'юнктури страхового ринку, а також попиту і вимог споживачів, в залежності від регіону діяльності.

Список літератури: 1. В.М.Шумейко, О.А.Токар. *Маркетингові аспекти страхової діяльності*/ Механізм регулювання економіки, 2009, №3, т.2 - с.92. 2.Н.Д.Бобринська. *Маркетинг у системі управління страховою компанією* / Формування ринкової економіки. 2011. № 25. 3. *Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг* / Електронний ресурс . -<http://www.dfp.gov.ua/>

ТУЧІНА Ю.С., студент Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

РУБЕЖАНСЬКА Ю.О., студент Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

САЛОГУБОВА В.М., доцент Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Розвиток персоналу є найважливішою умовою успішного функціонування будь-якої організації. Це особливо важливим є в сучасних умовах, коли науково-технічний прогрес значно прискорює старіння професійних знань і навичок. Невідповідність кваліфікації персоналу потребам компанії негативно позначається на результатах її діяльності. Тому, корпоративна культура може слугувати потужним інструментом підвищення загального рівня персоналу в організації [1].