

#1(97)2024

Insurance Top[®]

журнал про страхування та іншуртех



2023
підсумки



Видавець:

ТОВ "Український науково-дослідний інститут
"Права та економічних досліджень"

Головний редактор *Олег Парасцак*
Фінансовий директор *Наталія Лисенко*
Відділ рейтингів *Наталія Кучер*

Голова Редколегії:
Філонюк О. Ф., к.н. з держуправління

Свідоцтво про реєстрацію:
КВ №7026 від 03.03.2003

Адреса редакції:

Україна, 02660, м Київ,
вул. Є.Сверстоюка, 11А, офіс 508/1
E-mail: editor@forinsurer.com
Сайт журналу Insurance TOP: insurancetop.com
Сайт журналу Форіншурер: forinsurer.com
Тел.: +38 096 326 73 63

Віддруковано в друкарні "РВС-ПРИНТ". Україна, м. Київ
Тираж: 1000 екз. Аудиторія електронної версії: 20 тис. чоловік

Даний номер підготовлений виключно в інформаційних цілях і не є пропозицією купити або продати відповідні фінансові інструменти. Думки, оцінки та рекомендації, наведені в журналі, є точкою зору авторів цього номера. Думка "Insurance TOP" може не збігатися з думками авторів, викладеними в даному журналі. "Insurance TOP" не несе відповідальності за операції третіх осіб, здійснених на основі думок, оцінок і рекомендацій, викладених в даному журналі. Представлена в огляді інформація отримана з джерел, які "Insurance TOP" розглядає як надійні, однак не несе відповідальності за їх достовірність і повноту. Описи ринків і компаній не претендують на повноту. Думки, оцінки та рекомендації, наведені в даному матеріалі, не можуть розглядатися в якості єдиної підстави для здійснення операцій на страховому ринку. Кожен учасник ринку повинен самостійно приймати рішення, використовуючи "Insurance TOP" лише як один із засобів, що сприяють прийняттю виважених рішень.

© Insurance TOP, 2004-2024

Оформити передплату або придбати журнал Insurance TOP ви можете в Редакції:

e-mail: nata@insurancetop.com
Тел.: +38 096 326 73 63

- 2  **Страхові збитки від природних катастроф в світі перевищили \$108 млрд.** Глобальні страхові збитки від природних катастроф у 2023 році перевищили \$100 млрд четвертий рік поспіль, причому землетрус у Туреччині та Сирії був найдорожчою катастрофою.
- 4  **На глобальному ринку перестраховання в 2024 році спостерігається лібералізація тарифів.** Marsh опублікував звіт про тенденції страхування комерційного майна за 2024 рік, у якому підкреслюється збалансований тренд ринку перестраховання.
- 6  **3 тренди в страхуванні: штучний інтелект, цифровізація та агентські продажі.** Технології та нові джерела даних докорінно змінюють нашу економіку та суспільство, а також обіцяють трансформувати страхову галузь.
- 8  **Фінансова безпека українців – наша стратегічна задача.** З огляду на нові воєнні реалії, ми змінюємо підходи до розвитку компанії, що дозволить розвивати антихрупкість та не боятися «чорних лебедів» сучасного світу.
- 10  **ХАКНУТИ КАТАСТРОФУ: Як встояти завдяки лідерству, команді та реальним цінностям.** Перше, що ми зробили зранку – це виплатили клієнтам свої звичайні 5 млн грн. страхових відшкодувань. Думали, що потім це буде зробити складно.
- 12  **У світі диджиталізації наявність людського сервісу і спілкування цінується на "вагу золота".** Страхова подія – це завжди стрес та емоційне потрясіння, тому наявність у цей момент людини, яка тебе може зрозуміти та професійно підтримати, дуже важлива.
- 14  **Сервіс у фокусі.** За 2 роки повномасштабного вторгнення багато компаній вимушені були передивитися бізнес-стратегії та клієнтський сервіс. Хтось витримав випробування важкими часами, хтось ні.
- 16  **VUSO – Клієнтський сервіс в умовах війни та підтримка ЗСУ** На другому році життя України під тінню воєнного стану, бізнес, особливо у сфері страхування, зіткнувся з новими випробуваннями. Минулий рік став періодом поступового, але впевненого відновлення.
- 18  **Як розвиватиметься ринок страхування на тлі останніх законодавчих ініціатив в галузі?** За останній час ринок вже суттєво змінився, разом з тим сьогодні він стоїть на порозі без перебільшення дійсно кардинальних змін.
- 20  **Ми, як корпоративний страховик, досвідчені та загартовані війною.** ІНГО, відома в першу чергу як №1 у страхуванні юридичних осіб, протягом 2023 року отримала найбільше премій та виплатила більше усіх в категорії страхування вантажів.
- 22  **НАСК «ОРАНТА» – вся сила в мережі.** Компанія, що першою почала свою діяльність на українському ринку, формувала культуру страхування молоді держави та стала легендою завдяки надзвичайній відданості працівників й корпоративній єдності.
- 24  **Надійна ланка транспортно-логістичного ланцюжка.** Минулого року страхова компанія «Перша» посіла перше місце серед усіх українських страховиків за обсягом виплат за договорами добровільного страхування відповідальності перевізників.
- 26  **Перехід на європейські стандарти дасть переваги для клієнтів і новий імпульс для розвитку ринку.** Ми цінуємо кожного клієнта, тому намагаємося зробити все від нас залежне для того, щоб співпраця з «ЄТС» була максимально комфортною.
- 28  **Стратегія розвитку страховика: основні засади та методологія розробки.** З набуттям чинності Закону "Про страхування" у страховиків виникає необхідність в розробці стратегії розвитку компанії. З цією метою є актуальним нагадати методологічну базу стратегічного планування та вдосконалити методологію її розробки.
- 34  **Страховий ринок України. Підсумки 2023 року** Валові страхові премії страховиків України за січень-грудень 2023 року зросли на 18,7% з 39,6 млрд грн до 47 млрд грн.
- 40  **Підсумки компаній страхування життя** Показники страховиків життя по видах страхування за 12 місяців 2023 року
- 44  **Підсумки компаній ризикового страхування** Показники ризикових страховиків по видах страхування за 12 місяців 2023 року
- 66  **Підсумки компаній в розрізі регіонів України** Показники страховиків по видах страхування у розрізі 24 регіонів України за 12 місяців 2023 року



Страхові збитки від природних катастроф в світі перевищили \$108 млрд

В світі спостерігається новий рекорд із 142 природних катастроф зі 108 млрд доларів застрахованих збитків у 2023 році. Глобальні страхові збитки від природних катастроф у 2023 році перевищили 100 мільярдів доларів четвертий рік поспіль, причому землетрус у Туреччині та Сирії був найдорожчою катастрофою (страхові збитки становили \$6,2 млрд).

Оскільки посилення небезпеки, спричинене зміною клімату, ймовірно, збільшить втрати в майбутньому, заходи з адаптації стають ключовими для зменшення потенціалу втрат, йдеться у дослідженні Swiss Re Institute.

Частота подій є основною рушійною силою накопичення страхових збитків, сильні конвективні шторми (SCS) становлять рекордні 64 мільярди доларів у 2023 році; 85% втрат SCS у 2023 році виникли в США, а найшвидше зростали в Європі.

Руйнівний землетрус у Туреччині та Сирії, сильні конвективні шторми і масштабні міські повені стали основними подіями, що призвели до збільшення застрахованих збитків від природних катастроф до 108 мільярдів доларів у 2023 р., підтверджуючи щорічне зростання на 5–7% та тенденцію щодо глобальних застрахованих збитків від сти-

хійних лих з 1994 року.

За оцінками Swiss Re Institute, застраховані збитки можуть подвоїтися протягом наступних 10 років, оскільки температура підвищиться, а екстремальні погодні явища стануть частішими та інтенсивнішими. Тому заходи пом'якшення та адаптації є ключовими

для зменшення ризику природних катастроф, які є №3 у переліку 10 ключових ризиків страхової галузі, згідно дослідження Aon.

Глобальні страхові збитки від природних катастроф випереджали світове економічне зростання за останні 30 років: з 1994 по 2023 рік страхові збитки від природних катастроф з поправкою на інфляцію становили в середньому 5,9% на рік, тоді як світовий ВВП зріс на 2,7%. Іншими словами, за останні 30 років відносний тягар збитків порівняно з ВВП подвоївся.

Чотири погодні небезпеки – повені, тропічні циклони, зимові шторми в Європі та сильні грози – сьогодні спричиняють глобальні економічні втрати в розмірі 200 мільярдів доларів

Загальні економічні та страхові збитки

Структура збитків	2023	2022	середнє 10 років
Економічні збитки	291	295	235
Природні катастрофи	280	286	223
Техногенні катастрофи	11	9	12
Застраховані збитки	117	141	99
Природні катастрофи	108	133	89
Техногенні катастрофи	9	8	10

щороку. Станом на сьогодні економіка США втрачає майже 0,4% ВВП (97 мільярдів доларів), тоді як Філіппіни втрачають 3% ВВП (12 мільярдів доларів) через чотири погодні небезпеки, в той же час піддаючись посиленню небезпеки в майбутнє.

«Навіть без історичного шторму масштабу урагану «Ян», який обрушився на Флориду роком раніше, глобальні втрати від природних катастроф у 2023 році були серйозними, – каже Жером Жан Хегелі, головний економіст групи Swiss Re. – Це підтверджує 30-річну тенденцію до втрат, яка викликана накопиченням активів у регіонах, уразливих до природних катастроф. Однак у майбутньому ми повинні розглянути щось більше: посилення небезпеки, пов'язаної з кліматом. Сильніші шторми та більші повені, спричинені потеплінням планети. Це демонструє, наскільки терміновими є потреби в діях, особливо якщо взяти до уваги структурно вищу інфляцію, яка спричинила різке зростання виплат по збитках катастроф».

Оскільки погодні явища посилюються через зміну клімату, оцінка ризиків і страхові премії повинні корелювати зі швидкозмінним ландшафтом ризиків. Страховики повинні зосередитися на зменшенні збитків 2023 рік був найспекотнішим роком за всю історію спостережень, і початок 2024 року наслідок його приклад. Щоб страхування майна було стабільним і доступним, потрібні узгоджені зусилля приватної промисловості, державного сектору та суспільства в цілому – не лише для пом'якшення кліматичних ризиків, а й для адаптуватися до світу більш інтенсивної погоди, вважають аналітики Swiss Re.

В 2023 році галузь перестраховування вже зазнала збитків, пов'язаних із сильними конвективними штормами, на суму близько 50 мільярдів доларів, йдеться у дослідженні Munich Re. За останні п'ять років страхові збитки SCS склали в середньому близько 15 мільярдів доларів на рік для перестрахової галузі. Сильні грози цього року неодноразово вражали мегаполіси, а кілька великих міст постраждали від значного граду та/або торнадо.

Велике питання для світової страхової індустрії та суспільства в цілому полягає в тому, як краще впоратися з наслідками цих подій.

Землетрус – найзбитковіша природна катастрофа, основний фактор збитків SCS

Найбільш руйнівною природною катастрофою року став землетрус у Туреччині та Сирії в лютому з оціночними страховими збитками в 6,2 мільярда доларів

2023 рік також відзначився високою частотою подій: 142 застраховані стихійні лиха встановили новий рекорд. Більшість із них були середнього ступеня тяжкості, завдавши збитків на суму 1–5 мільярдів доларів. В 2023 році було щонайменше 30 таких подій, що набагато більше, ніж у середньому за попередні 9 років (17 подій). З цих подій 21 була SCS, новий максимум. Кількість цих подій середньої тяжкості зростає на 7,5% з 1994 року, що майже вдвічі перевищує загальне зростання катастроф на 3,9%.

Після тропічних циклонів сильні грози стали другою за величиною небезпекою, що приносить збитки страховикам через вплив, спричинений урбанізацією, економічним зростанням і зростанням населення.

Град є основним джерелом страхових збитків, відповідаючи за 50–80% усіх страхових збитків, викликаних SCS.

Сильні конвективні шторми — це загальний термін для ряду небезпек, включаючи торнадичні та прямолінійні вітри та великі гради. SCS часто спостерігаються як погодні явища, які розвиваються, коли тепле вологе повітря піднімається з поверхні землі у верхні шари тропосфери, що призводить до утворення високих хмар, блискавок і грому. А тим часом до

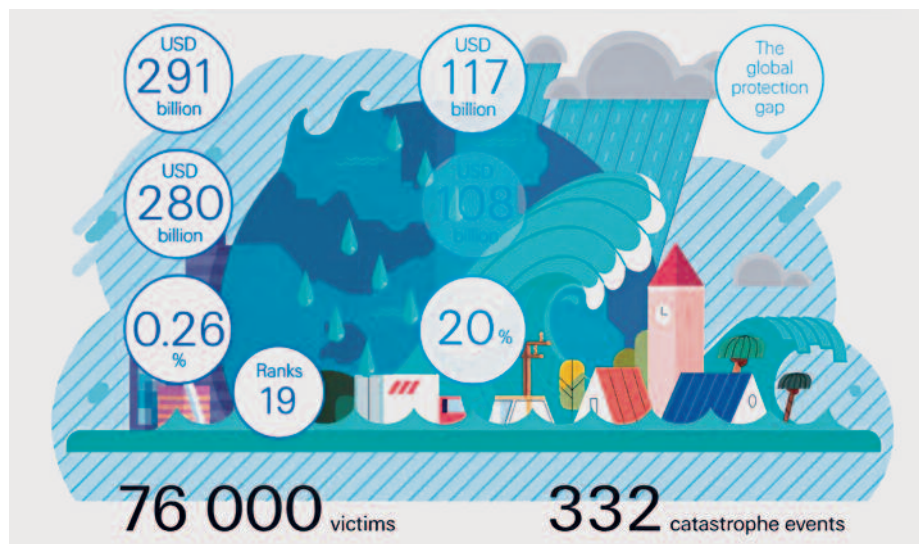
поверхні землі спрямовуються порції прохолодного повітря, несучи з собою сильні пориви вітру, дощ або навіть град.

В 2023 році глобальні страхові збитки від конвективних штормів досягли нового рекорду в 64 мільярди доларів, 85% яких походять із США. Страхові збитки, пов'язані з SCS, зростають найшвидше в Європі, перевищуючи 5 мільярдів доларів за кожний з останніх трьох років. Особливо зростає ризик граду, головним чином у Німеччині, Італії та Франції.

Збільшення тарифів як стимулів для адаптаційних заходів

Збільшення впливу внаслідок економічного зростання та зростання населення, урбанізації та накопичення багатства залишається основною причиною зростання страхових виплат та збитків страхової галузі, пов'язаних з конвективними штормами, і наслідки зміни клімату, ймовірно, посилять цю тенденцію. Іншим фактором є зміни у вразливості до впливу, такі як швидке зростання сонячних енергетичних установок на дахах.

Першим кроком до скорочення збитків є зменшення потенціалу збитків за допомогою адаптаційних заходів, таких як забезпечення дотримання будівельних норм, будівництво бар'єрів для захисту від повеней і перешкоджання заселенню в районах, схильних до природних небезпек. Крім того, співпраця зі страховиками, страховими асоціаціями та державним сектором забезпечує обмін даними, що є ключовим для спільного зниження ризику.





Глобальний ринок кіберстрахування очікує ще один рік зростання в 2024 році

Глобальний ринок кіберстрахування очікує ще один рік зростання у 2024 році, але експерти попереджають про збільшення ризиків, йдеться у дослідженні Insurance Risk Monitor актуарної консалтингової компанії ОАС.

Після рекордного зростання у 2023 році, коли глобальні обсяги кіберстрахування стрімко зросли, подібна тенденція також очікується і в 2024 році. Це зростання пояснюється як глибшим проникненням у сектори бізнесу, так і поглинанням галузями, що розвиваються.

Розмір глобального ринку кіберстрахування може сягнути 50 мільярдів доларів до 2030 року, хоча реалізація цього потенціалу пов'язана з трьома ключовими факторами: розподілом, управлінням ризиками та залученням капіталу.

Згідно з даними страхового брокера Howden, після значної корекції ринку страхування кіберризиків внаслідок стрімкого зростання претензій щодо програм-вимагачів у 2020 і 2021 роках, минулого року умови почали стабілізуватися, оскільки активність послабилася, а більш надійні засоби контролю ризиків стримали або пом'якшили атаки.

Однак, незважаючи на те, що рейтингове середовище залишається в основному прибутковим, експерти застерігають, що ризик зниження ринку значно зріс.

Фактори, що сприяють цьому ризику, включають використання штучного інтелекту кіберзлочинцями, підвищені загрози атак, спонсорованих державою, і розповсюдження ризику через взаємопов'язані пристрої. Про це зазначав Форіншурер у звіті щодо нових трендів у страхуванні.

Незважаючи на загострення конкуренції на страховому ринку, тарифи вважаються достатніми для отримання прибутку страховиками від андеррайтингу. Примітно, що нещодавні виключення з договорів страхування щодо підтримуваних державою кібератак на окремі кіберризиків спонукали компанії шукати страхове покриття в іншому місці. Тим не менш, ця зміна суттєво не зменшила обсяг страхових премій через зростання тарифів.

Кіберстрахування залишається привабливим ринком для існуючих компаній і нових капіталів, і є хороші можливості для зростання та прибутку від андеррайтингу.


Взаємодія зі страховальниками, власниками страхового покриття та цедентами

є ключем до забезпечення високої ефективності андеррайтингу. Страховальники та цеденти все частіше звертаються до своїх страхових партнерів за досвідом і порадами, перш за все, щодо зменшення кіберризиків. Спільна робота зазвичай приносить дивіденди, оскільки вона може сприяти покращенню досвіду розгляду претензій і розміру тарифів, оскільки страховальники цінують послуги з доданою вартістю, вважають аналітики.

Актуарії та ризик-менеджери відіграють важливу роль у нинішньому середовищі, яке швидко змінюється. Історичний досвід, ймовірно, потребуватиме коригування, щоб відобразити зміни в загальному середовищі ризику, умовах страхового покриття та поєднанні секторів у міру розвитку цього виду страхування.

Ризик-менеджери мають унікальну можливість допомогти страховикам зрозуміти ризик зниження доходів та причини накопичення збитків у всьому кіберпортфелі. Для кіберстрахування з'явилися різні моделі постачальників аналітики, але вони все ще знаходяться на стадії зародження і ще не досягли такої зрілості, як моделі стихійних лих.

Аналіз сценаріїв і глибоке актуарне занурення є, мабуть, найкращими інструментами, доступними на даний момент для справжнього розуміння ризиків, вважають актуарії ОАС.



На глобальному ринку перестраховування в 2024 році спостерігається лібералізація тарифів

Marsh McLennan опублікував звіт про тенденції страхування комерційного майна за 2024 рік, у якому підкреслюється більш збалансований ринок перестраховування порівняно з важкими умовами 2023 року.

Це було пов'язано зі значними змінами в політичних структурах, що призвело до збільшення власного утримання страхових компаній. Страховики, зіткнувшись із стрімким зростанням страхових витрат, були змушені розглянути можливість скорочення лімітів, поглинаючи більші утримання та стикаючись зі зростанням премій.

Крім того, активні вторинні ризики та зміни в структурі договорів перестраховування призвели до того, що страхові компанії покривають більше збитків власноруч, а не передають їх перестраховикам. Однак брокер стверджує, що волатильність глобального ринку перестраховування у 2023 році зменшувалась.

«Після пролонгацій договорів перестраховування у січні 2024 року загальне середнє зростання перестрахових тарифів з поправкою на ризик було однозначним. Оскільки на ринку перестраховування з'являється більше оптимізму, ми можемо очікувати поступового зростання місткостей», – додає Marsh. У звіті брокера висвітлюється ще одна позитивна подія – розширення варіантів покриття для нових договорів у 2024 році, включаючи раніше виключені або обмежені небезпеки, такі як тероризм, заворушення та громадські хвилювання.

Підвищений попит на перестраховування нерухомості в основному задовольняється ринком напередодні січня, хоча спостерігається збільшення власного утримання та більш жорсткіших умов перестраховування, застосованих під час минулорічного оновлення.

Загалом тарифи на майнове перестраховування незначно зростають (з поправкою

на ризик), причому в США майже не змінюється, а в Європі помірно зростає.

Перестраховики проявляють обережність щодо зниження комісій за передачу ризиків та посилення умов перестраховування. Зрештою, це нагадує ринок, де перестраховики зберігають контроль над андеррайтингом та, ймовірно, продовжуватимуть працювати з спецризиками після поновлення в 2024 році, особливо якщо побоювання ринку щодо страхування від нещасних випадків справдяться більш повно в найближчі квартали через значну збитковість у 2015-2019 роках в США.

За оцінками Marsh McLennan, у міру того, як ринок перестраховування продовжує покращуватися, а страховики знову стають більш зацікавленими в перестраховуванні, очікується, що зростання тарифів сповільниться через зростання конкуренції серед перестраховиків.

Незважаючи на уповільнення темпів зростання, перестраховики та гравці Лондонського ринку продовжують користуватися привабливими ринковими умовами, коли ціни досягають нових максимумів, тоді як структурні зміни в умовах, досягнутих минулого року, залишаються в силі до 2024 року, вважають аналітики Berenberg. Однак фокус дещо змістився з минулого року не лише на зростання та розміщення капіталу, але й на повернення капіталу.

У звіті компанія провела опитування серед 24 страховиків, 53 інвесторів та 40 перестраховиків щодо перспектив ринку перестраховування майна. «Гравці лондонського ринку висловилися особливо

конструктивно щодо можливості збільшення капіталу, оскільки аномальні темпи зростання за останні пару років сповільнюються, тому є рішення зосередитися на прибутковості капіталу та зростанні».

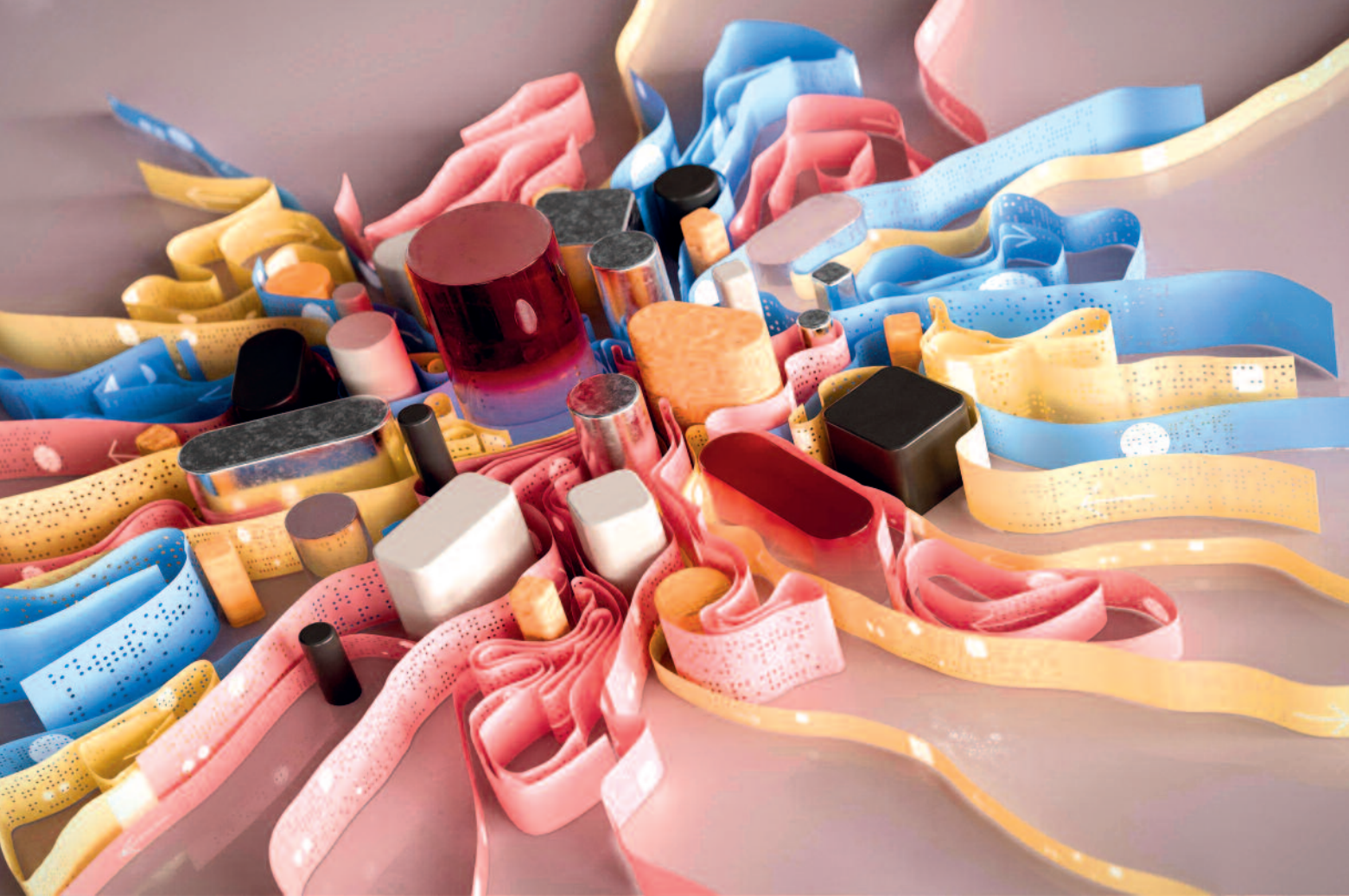
Незважаючи на те, що андеррайтери не можуть точно передбачити частоту чи серйозність втрат у 2024 році, аналітики вважають, що має відбутись значна подія, яка спричинить понад 75 мільярдів доларів збитків, щоб виникли серйозні занепокоєння на ринку перестраховування.

Moody's прогнозує пік тарифів на перестраховування в 2024 році після значного підвищення в останні роки, зокрема в 2023 році, коли спостерігалось одне з найрізкіших зростання майнових катастроф за десятиліття.

Станом на 1 січня 2024 року, під час поновлення договорів перестраховування, ціни продовжували зростати, хоча й менше, ніж роком раніше, і результат свідчить про те, що перестраховики мають можливість прощтовхнути додаткове помірне підвищення у квітні та влітку, особливо по майнових видах.

Водночас більші прибутки у 2023 році заохочують деяких гравців розширювати перестрахові місткості та брати на себе більший ризик, і Moody's вважає, що позитивні результати також можуть призвести до більшого припливу альтернативного перестраховального капіталу після періоду послаблення. Усе це, кажуть аналітики, зробить менш сприятливою динаміку пропозиції та попиту на перестраховування.

Аналітики вважають, що тарифи на перестраховування досягнуть піку в якійсь момент цього року, але, звичайно, перспективи можуть змінитися. Вторинні небезпеки, такі як повені, лісові пожежі та сильні конвективні шторми, спричинили збитків страховій галузі в 2023 році, і якщо цього року трапиться подібна історія з появою великого урагану, що обрушився на сушу в США, динаміка попиту та пропозиції може знову змінитися.



3 тренди в страхуванні: штучний інтелект, цифровізація та агентські продажі

Технології та нові джерела даних докорінно змінюють нашу економіку та суспільство, а також обіцяють трансформувати страхову галузь. Цифровізація змінює роль страхування: від захисту від ризиків до прогнозування та запобігання ризикам.

Використання штучного інтелекту зростає

Штучний інтелект в страхуванні все частіше використовується для покращення досвіду клієнтів, одночасно підвищуючи ефективність страховиків та команди. Чат-боти, які можуть інтелектуально направляти клієнтів до доступного агента, є популярним використанням, але штучний інтелект може зробити набагато більше. Наприклад, коли випикується поліс, страховики можуть подати заявку на обробку даних.

Сфера штучного інтелекту розвивається настільки швидко, що навіть експертам важко встигати за розвитком. Отже, як інші з нас можуть впоратися з драматичними змінами, які настають?

Щоб отримати більш чітке уявлення про стан штучного інтелекту, команда під керівництвом Стенфордського університету склала перший індекс для відсте-

Ризики, які покривають страховики, а також способи гарантування, розподілу та управління вимогами також змінюються. У все більш оцифрованому світі деякі ризики стануть менш частими, тоді як інші, як-от кіберзахист, набудуть ваги, а інші можуть припинити своє існування.

Стрімкий розвиток технологій, триваючий дефіцит кадрів і зростання очікувань клієнтів щодо досвіду всіх типів змінювали страхову галузь протягом останніх кількох років, змушуючи страховиків розвивати свої стратегії обслуговування та бізнес-процеси відповідно. Працювати так, як раніше, вже не вийде; ті, хто не адаптується, ризикують втратити клієнтів і частку ринку, вважають аналітики.

Страховий бізнес є однією з найбільш конкурентоспроможних галузей і стикається з багатьма проблемами. Ми впевнені, що ці виклики викликані не лише зміною очікувань і поведінки клієнтів або

появою іншуртехів, хоча це також викликає дедалі більше занепокоєння.

Приклади таких «революційних» компаній включають InsurTech стартапи і, протягом багатьох років, ініціативи технологічних гігантів - Google, Apple, Facebook, Amazon і Alibaba.

Традиційним страховикам прийшов час прийняти інновації, використовувати технології, щоб налаштувати свої стратегії на майбутній успіх.

Є три ключові сфери, на які слід звернути увагу, оскільки плануються стратегії та дорожні карти на цей рік і на наступний рік.

Штучний інтелект страховики можуть використовувати для проведення фонових досліджень і більш ретельного моніторингу на наявність "червоних прапорців". Штучний інтелект також стає цінним інструментом з точки зору ризиків, надаючи більш цілісне уявлення про клієнтів і допомагаючи визначити, чи були вони причетні до шахрайства.

ження діяльності та прогресу в цій галузі.

Індекс штучного інтелекту починається з повідомлення читачам, що «без відповідних даних для міркувань про стан технологій штучного інтелекту ми, по суті, «літаємо наосліп» у наших розмовах і прийнятті рішень, пов'язаних із штучним інтелектом».

Перший щорічний звіт є частиною Столітнього дослідження штучного інтелекту Стенфордського університету, 100-річного проекту, присвяченого дослідженню впливу штучного інтелекту на життя людей.

Страховики все більше віддають перевагу досвіду, щоб диференціювати свої продукти. Ті, хто віддають перевагу інвестиціям у цифрові оптимізовані інструменти для обслуговування та підтримки, матимуть хороші можливості для підвищення рівня задоволеності клієнтів, утримання найкращих кадрів і збільшення частки ринку цього року та надалі.

А коли справа доходить до пошуку роботи, вивчення штучного інтелекту може виявитися корисним, оскільки роботодавці все більше хочуть людей з навичками в цій галузі. Аналіз Weinsure показує, що кількість вакансій, які вимагають навичок машинного та глибокого навчання, двох основних компонентів штучного інтелекту, зросла більш ніж удвічі за останній рік.

Значну кількість цих робочих місць створюють стартапи. Ці компанії можуть розвиватися завдяки коштам, вкладеним інвесторами. І інвестори оптимістично налаштовані щодо ІІІ.

Цифровізація страхового обслуговування клієнтів

Страхова галузь знайома з новою соціальною реальністю, яка має місце. Клієнти, власники полісів і співробітники організацій стають все більш цифровими і, перш за все, вони все більше і краще поінформовані. Адаптація до ситуації та задоволення нових очікувань клієнтів на основі (див. огляд про Майбутнє цифрової трансформації в страхуванні), попиту на нові послуги та продукти, а також покращеного досвіду є, ймовірно, найбільшими викликами галузі.

Цифрова трансформація має ґрунтуватися на визначенні стратегії та дорожньої карти, а потім на забезпеченні ефективної реалізації цифрових ініціатив, які покращують та адаптують ключові аспекти ланцюжків створення вартості суб'єктів господарювання.

Ці ініціативи повинні враховувати оточення, але, перш за все, вони повинні адаптуватися до рівня цифрової зрілості організації та бізнес-моделі, яка визначається типами клієнтів, каналами розподілу, проданими продуктами/послугами,

внутрішніми процесами, організаційною структурою, культурою, історією та індивідуальними особливостями бренду.

Понад 50% клієнтів перед тим, як придбати страховий поліс, звертаються до онлайн-каналів, веб-сайтів страхових компаній, платформ порівняння та соціальних мереж. З початком цифровізації суб'єкти з традиційними відносинами з клієнтами через агентів і брокерів, або прямих каналів, таких як кол-центри, зосереджуються на цифрових каналах, особливо тих, які використовують мобільні пристрої, соціальні мережі або розширення нових онлайн-функцій, щоб надавати комплексні рішення для багатоканальних клієнтів.

Однак проблема полягає в тому, щоб створити інтегрований клієнтський досвід у всіх точках контакту з компанією (customer journey) шляхом внесення необхідних коригувань до процесів, продуктів і послуг, а також шляхом поступового управління змінами.

Це покращене обслуговування клієнтів впливає на три аспекти бізнесу:

- Більше договорів страхування
- Стійкість до зміни страхової компанії
- Стати лідером думок щодо продукту

Нові очікування цифрових клієнтів — миттєва реакція, нові споживчі звички та зміна графіків — призводять до необхідності створення інфраструктури, процесів і ефективних внутрішніх можливостей, здатних швидко задовольняти потреби клієнтів.

Щоб запровадити ці зміни, страховики повинні розуміти, як їхні клієнти взаємодіють з компанією через клієнтську подорож і вплив на бек-офісні процеси, щоб оптимізувати організаційну та операційну структуру, знизити витрати та пропонувати персоналізовані, але прибуткові страхові продукти.

У порівнянні з традиційними системами аналізу даних, які використовують соціально-демографічні критерії, масова обробка та розширений аналіз даних дозволить компаніям розробляти нові продукти та послуги, які є персоналізованими та прибутковими, а також орієнтованими на знання клієнта.

Здатність розробити пропозицію гнучким способом, який враховує реальні потреби, уподобання та спосіб життя клієнтів, дозволить страховим компаніям стратегічно розташувати себе відповідно до запитів клієнтів за допомогою кількох способів зв'язку з організацією, тим самим покращуючи клієнтський досвід, і

вплив на бізнес.

Помітна зміна переваг клієнтів у бік онлайн покупок страхових послуг в інтернеті спричинила зростання цифрових перетворень галузі. У міру того як страховики працюють над модернізацією своїх технологій, більше також прагнуть модернізувати свій підхід до обслуговування клієнтів.

Очікуйте, що більше страховиків інвестуватимуть в інструменти, необхідні для зустрічі клієнтів там, де вони знаходяться в цифровій сфері, щоб допомогти відповідати на запитання та вирішувати проблеми, коли вони надходять.

Застосовуючи цифровий підхід до обслуговування клієнтів, представники служби підтримки можуть зустрічатися зі своїми клієнтами там, де вони є, і спілкуватися з ними будь-якими методами, які вони віддають перевагу, включно з чатом, голосом і відео, використовуючи CoBrowsing за потреби, щоб направляти їх. Платформи, які забезпечують безперебійний досвід із можливістю переходу між цифровими каналами, можуть значно підвищити задоволеність клієнтів, зменшити відмову та підвищити кількість конверсій.

Досвід страхового агента став стратегічним пріоритетом

Поточний рівень досвіду агентів залишає бажати кращого, підвищуючи відтік страхових агентів до 30-50% - один із найвищих показників серед типів вакансій.

Так само, як існує нагальна потреба переосмислити клієнтський досвід, є також чудова можливість розвивати агентську мережу. Страхові агенти є важливим засобом продажу для страховиків і потребують доступу до широкого діапазону інформації, пов'язаної з власниками страхових полісів, заявками на поліси, оновленнями андеррайтингу, а також інформацією про виставлення рахунків і платежі.

Цифрові технології, які допомагають страховим агентам стати більш продуктивними, можуть підвищити лояльність агентів, прискорити продажі та, зрештою, розширити загальний бізнес як для страховиків, так і для агентів.

84% агентів не вважають, що їхні інструменти допомагають вирішувати проблеми клієнтів. Щоб відповісти на запитання клієнта, агенти використовують у середньому 8 різних додатків.

Більше того, в ексклюзивному опитуванні лише для агентів, проведеному Benchmark Portal, 63% агентів сказали, що запити клієнтів стають складнішими, але 64% із них не мають інструментів, щоб керувати ними під час розмов із клієнтами.

Фінансова безпека українців – наша стратегічна задача



2023-й став для МетЛайф черговим роком впевненого лідерства. Про те, як розвивається компанія в складні часи, на чому фокусується та як бачить своє майбутнє, розповідає **Інна Белянська**, Голова Правління ПрАТ "МетЛайф".

З якими результатами Ваша компанія пройшла минулий рік?

– Результати нашої роботи у 2023 році я вважаю успішними – МетЛайф не лише залишається компанією №1 на ринку life-страхування, а й продовжує укріплювати своє лідерство. Вже протягом останніх 8 років компанія є першою за усіма основними показниками діяльності: обсягами зібраних премій та страхових виплат, активів та резервів, кількістю застрахованих.

Минулого року наша частка ринку збільшилась з 46% до 49%. Обсяг зібраних премій наблизився до відмітки 2,5 млрд грн, а динаміка зростання у розмірі 17% є найвищою серед українських страховиків життя. Водночас значно, а саме на 45%, збільшились обсяги страхових виплат клієнтам нашої компанії. На МетЛайф припадає 41% загального обсягу виплат ринку. А загалом за 21 рік роботи МетЛайф в Україні наші клієнти отримали вже понад 2 млрд грн страхових виплат.

Що дозволило компанії не лише утримати, а й збільшити частку ринку?

– Насамперед, це системна робота із комплексом ризиків воєнного часу, що дозволило забезпечити сталу діяльність компанії та перейти від режиму «виживання» до активізації подальшого розвитку.

Ключовими напрямками є посилення

фінансової стійкості, гнучка та збалансована інвестиційна політика, масштабування IT-інфраструктури, всебічна турбота про клієнтів та розвиток персоналу.

З огляду на нові воєнні реалії, ми змінюємо підходи до розвитку компанії, що дозволить розвивати антихрупкість та не боятися «чорних лебедів» сучасного світу.

Безумовно, важливою передумовою зростання бізнесу була стабілізація гривні та помірна інфляція. Так, спосіб життя під час війни помінявся, акценти змістилися на забезпечення базових потреб.

Вважаю, в складні часи ще більшого значення набуває сила бренду і все, що за ним стоїть. Тому МетЛайф із 156-річною історією та статусом однієї з найбільших фінансових корпорацій є своєрідним острівцем стабільності та надійності.

Які висновки та уроки приносить керування роботою компанією в нових реаліях?

– Тепер ми бачимо, що необхідно розділяти короткостроковий та довгостроковий вплив військового часу. Якщо згадати ситуацію стрімкої девальвації гривні у

2022-му, ми не піддалися спокусі збільшувати вартість продуктів. Таким чином ми зберегли клієнтську лояльність у кризовий момент, і це вже дає свій довготривалий ефект.

Також досвід МетЛайф показує, що компанії можуть успішно зростати і в період економічної турбулентності. Ми демонструємо найвищий темп росту бізнесу і при цьому не втрачаємо фінансової стійкості – це свідчить про те, що потенціал зростання у ринку є навіть під час війни.

В складні часи значно зростає роль персоналу та менеджменту компанії. Кожен учасник нашої команди, яка розосереджена по різних точках України та світу, приймає виважені самостійні рішення на своєму рівні та у своїй зоні відповідальності. Професіоналізм колег, їхня ініціативність, зарядженість на результат та швидкість роботи – дійсно надихають.

На чому фокусується МетЛайф у продуктивній політиці та стратегії просування?

– В складні часи, як правило, компанії схильні фокусуватися на своїх пріоритетних продуктах та найбільш прибуткових каналах продажу, але при цьому важливо бачити ширшу картину – зважати на ландшафт ринку, а для МетЛайф як мультинаціональної корпорації, ще й рухатись у відповідно до стратегії розвитку групи МетЛайф. З огляду на це, основним каналом продажів для нас лишаються канали індивідуальних продажів, які працюють за принципом face to face, тобто живе спілкування клієнта та консультанта. Саме такий підхід є ефективним для визначення реальних потреб людини та дозволяє запропонувати їй найкращий варіант захисту.

У 2023 році компанія не змінювала вектор розвитку, враховуючи, що чинна бізнес-модель виправдала себе в складних економічних умовах. 63% страхових премій MetLайф приносять продажі за посередництва незалежних посередників, а 31% припадає на банківське страхування. Такий розподіл відповідає мультиканальній моделі згідно із класифікацією НБУ, і є менш ризиковою стратегією, ніж моноканальна модель, в якій до 70% і більше надходжень приносять один канал продажів.

Тим не менш, ми не можемо ігнорувати той факт, що ринок банківського страхування за останні роки сильно «просів» – у 2020 році він генерував 37% обсягів премій, а у 2023-му лише 21%. Це негативний тренд, адже ринок об'єктивно зацікавлений у розвитку банківського страхування. З одного боку, продукти, які традиційно розповсюджуються через банки, є низько маржинальними та мають високий рівень аквізиційних витрат, але водночас цей канал є своєрідною точкою входу, можливістю масово залучати нових клієнтів, які за допомогою простих ризикових програм вперше знайомляться зі страховою послугою.

Зважаючи на усі плюси та мінуси, чи плануєте ви розвивати банкострахування як один із важливих напрямків?

– Так, ми хочемо активізувати цей канал продажів, і для цього вже робимо чимало. А саме – працюємо над створенням ціннісної пропозиції щодо страхування життя та здоров'я для клієнтів банків (акцент на захист годувальників та членів їхніх родин на випадок критичних хвороб). Також оновлюємо навчальні програми для персоналу партнерських установ, які допоможуть поглибити знання продуктів та більш ефективно пропонувати їх клієнтам.

Що компанія робить для утримання клієнтів та збільшення їхньої лояльності?

– Основа лояльності – це довіра, яка створюється між клієнтом та компанією. У 2023 році ми зберегли дію подовженого пільгового періоду, який збільшили ще на початку повномасштабної війни з 30 до 90 днів. Таким чином, клієнти MetLайф впевнені у безперервності свого страхового захисту у цей період та можуть спокійно вирішувати свої життєві ситуації – ми їм довіряємо та знаємо, що вони знайдуть можливість сплатити за договір страхування. Розуміючи, що складні часи потребують кращого рівня страхового захисту, ми оптимізуємо умови деяких програм. Зокрема, збільшуємо ліміти виплат по окремих ризиках, щоб покращити рівень захищеності клієнтів.

Серед нових продуктів можу відзначити запуск ризикової програми, яка захищає клієнтів у разі діагностування онкозахворювання. Це скоріше не окремий продукт, а розширення страхового захисту для тих клієнтів, хто ще не мав страхування здоров'я. Абсолютно доступний по ціні поліс, який покриває витрати лише на хірургічну

операцію у випадку діагностування онкозахворювання – найчастішу опцію при лікуванні хвороби.

Які технологічні рішення допомагають компанії розвиватися у складні часи?

– Сфера страхування життя дає достатньо простору для впровадження нових технологій. Лише один приклад – штат MetLайф складається трохи більше ніж з ста співробітників, при цьому нам потрібно обслуговувати біля 1 мільйона договорів. Тому постійно продовжуємо інвестувати в IT-рішення.

Всебічна автоматизація була і залишається одним із головних пріоритетів нашого розвитку. Ми використовуємо у своїй роботі понад 20 програмних рішень, які поєднані між собою.

Ці системи дозволяють ефективно вирішувати весь спектр наявних задач – комунікаційних, андеррайтингових, актуарних та бухгалтерських. Тобто роль сучасного програмного забезпечення максимальна на всіх етапах роботи з клієнтом – від опрацювання запитів та оцінки ризику до випуску полісів та створення багаторівневої звітності. Для того, щоб уся ця складна програмна архітектура працювала швидко, надійно та синхронно, ми розширюємо IT-інфраструктуру компанії. В нас працює два центри обробки даних – основний за кордоном та резервний в Україні. Система реплікації автоматично дублює дані з основного центру до резервного в режимі реального часу. У випадку раптової критичної ситуації в основному дата-центрі компанія переключається на роботу з резервним центром обробки даних за лічені години.

Звісно, усі системи мають високий ступінь кібербезпеки. Це гарантує стабільну роботу MetLайф та надійне збереження конфіденційної інформації навіть в умовах тривалих відключень електроенергії, аварій в мережі провайдерів, хакерських атак та інших форс-мажорних ситуацій.

Що нового було впроваджено в цьому напрямку у 2023 році?

– Одним із важливих кроків стала модернізація нашого програмного рішення JET ISSUE, призначеного для автоматичного випуску полісів без індивідуального андеррайтингу. Цей інструмент автоматично розраховує страхові суми та інші параметри договорів страхування для індивідуальних клієнтів. Оновлення JET ISSUE дозволить нам збільшити частку автоматично випущених полісів з 18-20% до 40%.

Крім пришвидшення процесу випуску, ми отримали абсолютну точність у розрахунках страхових сум та премій за декількома договорами одного клієнта. Це зменшує ризик людської помилки, прискорює обробку полісів, що потребують ручного

андеррайтингу, та зрештою підвищує задоволеність клієнтів.

Які важливі соціальні ініціативи компанії Ви могли б відзначити за останній час?

– Ми вже традиційно продовжили активності у межах наших довгострокових проєктів з розвитку фінансової грамотності. При цьому ми застосовуємо індивідуальний підхід до кожної аудиторії, шукаємо нові формати.

Наприклад, разом із партнерами Junior Achievement Ukraine проводимо майстер-класи з фінансової грамотності для українських студентів та навіть влаштуємо турніри у межах проєкту Global Money Week. Також продовжуємо серію навчальних вебінарів для жінок – серед них є підприємниці, і ті, хто лише планує зайнятися власною справою, або вимушені переселенки.

Мета таких заходів – зробити фінансову грамотність нормою, відкрити якомога більшому числу українців можливості для створення стабільного, впевненого та щасливого майбутнього. Показати, як ставити короткострокові та довгострокові фінансові цілі та свідомо рухатись до них. Навчити мислити тверезо та не піддаватися на рекламні обіцянки миттєвого збагачення, які на жаль, дуже часто спустошують кишені та руйнують життєві плани.

Звісно, кожному, хто готовий взяти свою долю у власні руки, MetLайф відкриває кар'єрні можливості, простір для професійного розвитку та особистого зростання. Вчорашні студенти стають фінансовими консультантами, а завдяки корпоративним програмам навчання та підвищення кваліфікації, зростають та розвиваються разом з компанією.

Ваш прогноз щодо розвитку ринку страхування життя на 2024-й рік? Які фактори будуть на нього впливати?

– Ми розуміємо, що 2024 рік буде дуже непростим для України, її економіки та фінансової системи. Тим не менш, сподіваємось, що зусилля НБУ по підтримці гривні та допомога закордонних партнерів допоможе втримати стабільність. На страховому ринку ми очікуємо помірного зростання премій та подальшого зростання обсягу виплат. Звісно ж, на економіку та рівень життя загалом впливатиме перебіг воєнних дій, тому віримо у наших захисників.

Наша задача як страховиків – продовжувати чітко виконувати свої фінансові зобов'язання, підтримувати країну вчасною сплатою податків. А це розповідати українцям про те, що їхня безпека – це не лише «правило двох стін», тому важливо подбати і про стратегічну, фінансову безпеку. Для цього треба взяти відповідальність за себе та своїх близьких, почати користуватися фінансовими інструментами та довіряти надійним компаніям. Тоді мрія кожного з нас стане набагато ближчою – навіть у ці буремні часи.



ХАКНУТИ КАТАСТРОФУ: Як встояти завдяки лідерству, команді та реальним цінностям

Як і завдяки кому команда Арсенал Страхування, страховика зі 100% українським капіталом, долає складнощі в воєнні часи розповідає **Марина Авдєєва**, акціонер компанії та член Наглядової Ради.

"Недобрий ранок, який план РОБОТИ на сьогодні?" Це запитання здається звичайним, якби не одне "але" - воно надійшло до нашого корпоративного ранку рано вранці 24 лютого того самого 22-го року.

Наша команда хвилювалася про РОБОТУ. Поки я складала текст свого повідомлення, у чаті лінуло: хто відкриє офіс просто зараз, як працюватиме аси-станс, хто кого забирає дорогою і навіть хто буде поливати квіти.

Перше, що ми зробили зранку - це виплатили клієнтам свої звичайні 5 млн грн. страхових відшкодувань. Думали, що потім це буде зробити складно. Але виявилося, що "очі бояться, а руки роблять" - дуже життєва приказка. І 26-го, і 27-го, і всі наступні дні ми також виплачували все до копійки без зволікань. І взагалі не було жодного дня, щоб робота компанії зупини-

лася. Повідомлення, які отримувала я на початку війни, рясніють одним словом - КОМАНДА.

"Чого не очікував отримати сьогодні, так це виплату! Крута команда!"

"Ваша команда у Львові просто молодці! Дякую за допомогу!"

"Ну ви даєте! Ремонт авто в Харкові 3 березня з доставкою скла з Полтави! Одним словом - команда!"

Я можу будувати стратегічні плани, інвестувати сотні тисяч доларів у нові проекти, мати тридцять директорів напрямів, але вхід у цю компанію, навіть на лінійну позицію, тільки через мене.

Зазвичай я прошу кандидата розповісти все від самого початку - де народився, де навчався, чи є в нього діти і як він ними опікується. Коли людина розповідає про своє особисте життя, вона розкривається.

А я отримую шанс вирішити своє завдання - розпізнати мерзотника і не взяти його, навіть якщо він супер-профі.

У нас працює майже 500 штатних співробітників. При цьому в нас немає HR-директора, ми не проводили опитування 360 градусів, у нас немає корпоративних тренінгів, великі наради ми вважаємо втратою часу, а надмірну субординацію - небезпечною, бо вона вбиває найважливіше - відкриті та дружні стосунки.

Розповім коротку історію. Нещодавно до нашого медичного кол-центру зателефонували. Молода дівчина покаржилася на гострий біль та попросила записати її по страховці до лікаря «на завтра». Наш лікар-координатор Альона ідентифікувала серйозні симптоми та почала наполягати на терміновій госпіталізації. Але дівчина відповіла, що саме зараз вона не може, тому що в неї кішка, яку треба спочатку до когось пристроїти. Наша Альона не стала довго думати — викликала швидку, а кішку забрала до себе. Та не дарма – у дівчини виявився апендицит і вона одразу потрапила на операційний стіл.

Все закінчилося добре, дівчину виписали та Альона повернула їй її кішку Боню.

Я написала цю історію в себе у фейсбуці й у коментарях отримала запитання: "Як створити клієнтоорієнтовану культуру?"

А ніяк. Культура не створюється, вона сама собою з'являється. Культура - це не корпоративні тренінги, не настільний футбол, не посадові інструкції, не таємний Санта і не новорічний корпоратив. Культуру в компанію принесуть із собою люди, яких ви обрали.

Тож якщо клієнти для вас важливі так само, як для мене, то секрет дуже простий - нам з вами потрібні: **Люди, які люблять людей!**

Раніше я сумнівалася, чи правильно те, що з кожним співробітником компанії ми на короткій нозі. Адже ми давно велика системна компанія і, напевно, настав час дистанціюватися і найняти директора з персоналу?

Сьогодні Арсенал Страхування - одна з найбільших страхових компаній у країні. Наш річний оборот 2,3 млрд грн. Ми виплачуємо 5 млн грн. щодня. У нас є підрозділи в кожному обласному центрі, і згідно з нашою ринковою часткою кожен шостий у цій залі - мій клієнт. Але за своєю суттю ми - сімейна компанія.

Але листування в корпоративному чаті рано вранці 24-го лютого розвіяло мої сумніви. Річ у тім, що "люди, які люблять людей" не уживаються в знеособлених джунглях великих корпорацій. Їм потрібна сім'я.

Я люблю казати, що якщо раптом трапиться щось страшне, то я знову зберу разом усю нашу команду і ми зробимо успішним з нуля будь-який інший бізнес у будь-якій точці земної кулі.

Війна - це катастрофа, під час якої потрібно продовжувати жити і працювати.

У березні 22-го наш бізнес практично зупинився. Падіння становило 85%.

1 квітня Владислав Чечоткін опублікував у себе у ФБ відкритого листа співробітникам. Він повідомляв, що «припиняє співпрацю з більшістю з них, тому що Rozetka втратила майже весь свій бізнес».

Одночасно до мене доходила інформація, що іноземні компанії навпаки виплатили співробітникам тримісячну зарплату. Мій друг, Андрій Павлушин, CEO «ОТР Лізинг», розповідав, що їхня материнська компанія навіть допомогла релокувати частину команди за кордон, оплативши оренду житла.

Але ми були як Rozetka, адже ми українська компанія і могли розраховувати тільки на себе. І нам потрібно було щось робити. Найрозумнішим здався варіант скоротити штат до мінімуму, нічого не страхувати і працювати тільки на виплати.

Але ми прийняли кардинально інше рішення.

Ми будемо продовжувати працювати!

Ми ухвалили рішення, і робота закипіла. Ми перенесли центральний офіс із Києва - частину до Львова, частину до Івано-Франківська. Обладнали бомбоховище під кол-центр, закупили старлінки та генератори, провели вай-фай, щоб мати можливість працювати 24/7.

Бізнесу не було, тому всю нашу команду ми кинули на клієнтську підтримку:

- «У мене ДТП біля кордону, а поліція зараз на такі події не виїжджає. Що робити?»

- «Ми зупинилися в Польщі, допоможіть оформити медичну страховку»

- «Я у Відні, лопнуло колесо. Як викликати евакуатор?»

Часом для вирішення цих питань ми навіть змушені були просувати наших конкурентів, щоб допомогти людині. Наприклад, ми не продаємо «Зелену картку», а для перетину кордону вона потрібна. Ми продали тисячі полісів «Зеленої картки» інших компаній зі знижкою у вигляді комісії просто, щоб допомогти своїм клієнтам.

І знаєте, люди пам'ятають добро. Коли ситуація в Україні поступово почала вирів-

нюватися, наша телефонна лінія знову була червоною, але тепер уже люди дзвонили і говорили: «Дякуємо, що підтримали в складний час. Хочу вашу страховку!»

У підсумку падіння нашого бізнесу припинилося і до кінця 2022 року ми остаточно вирівнялися.

За свою кар'єру я бачила багато криз - фінансові кризи 2008-го і 2014-го, «коронакризу» 2020-го. Кожна з них виявилася чудовим шансом для нас.

Як казав Вячеслав Клімов, співзасновник «Нової Пошти», «коли всі тікають від хвилі, підіймайся на її гребінь і лавіруй!»

Головне правило бізнесу: «Якщо ти не ризикуєш, то ти і не отримуваш винагороди» працює і зараз. Хоча війна - звичайно ж не криза, а катастрофа. ризикувати чи не ризикувати - це особиста справа кожної конкретної людини.

Я хочу вам показати на прикладі, як нам вдається бути лідером у Харкові, який щоденно потерпає від ракетних ударів.

Нам вдалося вирватися вперед - ми випереджаємо нашого найближчого конкурента, міжнародну компанію, у 2 рази. Хоча до повномасштабного вторгнення ми йшли практично врівень. Така ж точно ситуація в усіх прифронтових областях.

Чому так вийшло? Все дуже просто - замість того, щоб зачaitися в очікуванні кращих часів, ми розгорнули активну роботу. Ми завжди так робили в кризу.

Звичайно, в сьогоденній ситуації - відкрити офіси та працювати «на повну» у «військовому» Харкові, Запоріжжі, Сумах, Чернігові - це переважно власне рішення наших регіональних керівників та співробітників, які залишилися в місті і не хочуть чогось чекати.

Наприклад, сьогодні ми єдина компанія в Запоріжжі, офіс якої відчинений з 9-00 до 18-00, як і раніше щодня, і де команда працює фізично, а не віддалено.

До речі, коли ми проводимо в Києві збори, директори цих дирекцій не хочуть їхати - вони вважають, що в Києві небезпечніше. Ось вам і парадокс людської психіки - нам завжди страшніше читати новини, ніж перебувати всередині подій.

Так, для нас рішення працювати в штатному режимі в прифронтових областях - ризиковане. Страхувати об'єкти в Харкові або Запоріжжі не від військових ризиків, зараз про них навіть не йдеться, а від звичайних стандартних ризиків - ризиковано.

Але на тлі того, що багато наших конкурентів звели до мінімуму роботу в цих галузях, крім ризику, це ще й бізнес-можливість зайняти ринок. Результат того, як ми її реалізували, на графіку.

А що ж щодо військових ризиків?

Ми всі займаємося бізнесом і знаємо, що таке «product market fit»? Це «стартаперський» термін. Якщо пояснити простими словами, то це коли твій продукт не тільки цікавий ринку, а й коли за нього готові платити. Я вважаю, що за воєнними ризиками «product market fit» не знайдений і донині.

У листопаді минулого року ми, одними з перших на ринку, почали продавати страховку авто «від прильотів». Про те, чи покриваються воєнні ризики, клієнти нас запитували півтора роки, і півтора роки ми говорили, що ні, ми не страхуємо. І ось нарешті запускаємо продукт на ринок. Вартість такої страховки, ми назвали її «Патронус», 2% від вартості автомобіля.

Написала про це у Фейсбук, усі кричали - «вау, супер, молодці».

Знаєте, як продається? Тільки в перший день після ракетної атаки. На другий день і до наступної атаки - відповідь від клієнтів одна - «дорого».

У нас у компанії застраховано 45 тис. автомобілів по програмах КАСКО, а «Патронусів» ми продали всього лише півтори тисячі.

Щодо майнових об'єктів ситуація ще складніша. Це вже не автомобілі, вартість об'єктів обчислюється мільйонами, і навіть десятками мільйонів доларів. Іноземні перестраховики не дають покриття, а брати такі об'єкти на страхування і залишити на власному утриманні - занадто ризиковано для нас. Але й тут ми знайшли компромісне рішення. При страхуванні всього об'єкта від стандартного набору ризиків ми пропонуємо ліміт за воєнними ризиками 10 млн грн.

Знаєте, що кажуть? «Що це за ліміт такий?», питали страхувальники. «Усього лише 10 млн, та це й гривень? За вартості об'єкта \$40-50 млн він нас не врятує».

Звичайно, не врятує. Але для страхової компанії достатньо буде і десяти випадків, щоб отримати 100% збитковість.

Усі чекають появи повноцінного страхування воєнних ризиків. Не чекайте! Навіть якщо рішення з'явиться, то буде як із нашим «Патронусом» - попит і пропозиція не зійдуться.

Ми відправили на котирування брокерам Lloyd's один об'єкт - київський ТЦ, \$50 млн вартість. Брокери відповіли, що, проаналізувавши ризики, вони, як виняток, готові надати покриття на \$10 млн (одна п'ята від оціночної вартості) з тарифом 30%.

Страхові компанії - не благодійні організації, це - бізнес. Тому особисто я вважаю, що всі очікування «адекватних умов» зі страхування воєнних ризиків марні. Жодний іноземний перестраховик не буде давати низький тариф за воєнними ризиками, щоб підтримати українські підприємства. Це все приватні компанії, вони гроші заробляють, а не роздають. Тож розраховуємо самі на себе.

І останнє, що я хочу сказати: хочете зберегти свій бізнес - робіть добро!



У світі диджиталізації наявність людського сервісу і спілкування цінується на "вагу золота"

Про розвиток компанії, збільшення клієнтської бази, систему врегулювання збитків, силу бренду та роботу команди з клієнтом під час війни розповіла **Тетяна Щучьєва**, Директор страхової компанії "Експрес Страхування", що входить до сім'ї групи компаній УкрАВТО.

Робота вашої компанії підтверджує істину, що запорукою успіху будь-якого бізнесу є задоволений клієнт. Але завоювати любов клієнта не просто, за великої конкуренції на ринку. З чим пов'язане дворазове зростання охочих придбати поліс "Експрес Страхування"?

- Збільшення нашої клієнтської бази, по суті, пов'язане з двома факторами. Перший фактор - наш унікальний сервіс, який ми забезпечуємо своїм клієнтам у разі настання страхової події. Це поєднання технологічності, яка налагоджена у страховій компанії, та роботи аварійного комісара, завдання якого максимально емпативно та залучено допомогти клієнту при страховій події. Адже страхова подія - це завжди стрес та емоційне потрясіння, тому наявність у цей момент людини, яка тебе може зрозуміти та професійно підтримати, дуже важлива.

Загалом, у нашому світі диджиталізації, тотального штучного інтелекту, чат-ботів, наявність людського сервісу та людського спілкування цінується на вагу золота.

Тому я вважаю, що саме поєднання

технологічності, можливості оперативного надати сервіс у поєднанні з людяністю та емпатією, дає популярність нашій страховій компанії.

Другий чинник - це розширення каналів продажів, наявність філій, підрозділів, які ми відкрили в різних регіонах України, співпраця з популярними маркетинговими компаніями, брокерами та агентами. Саме ці два фактори вплинули на зростання нашої популярності минулого року.

Ваша компанія не новачок на ринку, але особливо вона стала впізнаваною і піднялася в багатьох рейтингах останніми роками. Що це - накопичувальний результат від досвіду роботи чи "сарафанне радіо" задоволених клієнтів?

- Думаю, і те, й інше. З першого дня роботи ми освоювали всі тонкощі якісного ремонту автотранспорту, збирали базу постачальників запчастин, вели роботу зі співробітниками СТО, щоб наших клієнтів обслуговували швидко та якісно. Тобто поступово напрацьовували досвід.

Паралельно у себе в компанії будували систему роботи аварійних комісарів,

експертів, оцінювачів, фахівців, які могли оперативного надати допомогу клієнту, контролювати якість ремонту автотранспорту.

При створенні нашої компанії 15 років тому ми одразу робили ставку на автострахування та клієнтоорієнтованість. І весь період діяльності дотримувалися цієї стратегії, хоча була спокуса та можливість швидко наростити портфель, втративши якість.

Я сказала б, що раніше ми ніколи не ставили завдання комунікувати у зовнішній світ нашим сервісом. Ми завжди були зосереджені на тому, щоб робити свою роботу максимально якісно. Взяв на себе відповідальність - неси її з гідністю, з максимальною самовіддачею.

І на певному етапі ми зрозуміли, що до нас почали приходити клієнти, говорячи: а ми про вас знаємо, а нам порадили друзі. Ми зрозуміли, що якщо про нас говорять, при тому, що ми не вкладали в рекламу, тому, мабуть, настав час нам про це сказати самостійно.

Таким чином, ми розпочали свою зовнішню комунікацію й розкриваємо нашим поточним і майбутнім клієнтам особливість нашої унікальної послуги.

Але особливе зростання у вас відбулося у період війни, з чим це пов'язано?

- З початком війни дуже гостро підвищився запит клієнтів на максимальну мобільність та незалежність у пересуванні, що є одним з важливих аспектів безпеки.

Оперативність та економія часу - це те, що ми завжди пропонували нашим клієнтам й те, що стало надважливим з початку повномасштабного вторгнення, в перші дні якого до нас звертались не тільки клієнти, застраховані в нашій СК.

Ми допомагали зв'язатися з тією чи іншою СТО, підіймали всі наші зв'язки, організовували швидкий ремонт або екстрену технічну допомогу, навчилися в онлайні шукати паливо та зарядні пристрої.

Можна сказати, що війна просто посилила нашу сильну сервісну сторону та стала каталізатором зростання попиту на цю послугу.

Плюс, на мою думку, все-таки важливо і те, що клієнт в особі страхової компанії отримує не тільки надійного партнера, а ще й відчуття своєї важливості для компанії як людини, як клієнта. Наші клієнти - це не "big data" компанії, це унікальна історія, на яку нам "не все одно".

Я думаю, що наше бажання робити роботу з максимальною емпатією, за підтримки сучасних технологічних рішень, якими користуються фахівці, допомагає нам у нелегкий час залучати нових клієнтів та отримувати їх довіру

Емоція та турбота завжди мають бути присутніми у сервісі. І ніколи ні чат-боти, ні штучний інтелект (хоча вони вже завойовують популярність) не дадуть відчуття турботи, яку може дати людське спілкування.

Але клієнти бувають різні, що найскладніше у роботі з ними?

- Будь-який сервіс - це, перш за все, робота команди з клієнтом. Тобто, команда має розуміти ЩО САМЕ від нас очікує клієнт. Тому, важливою складовою в сервісі є підтримка в команді постійного заряду енергії та людяності, щоб цього набору вистачало на різні обставини.

Тому моє основне завдання, як керівника, робити так, щоб у співробітників завжди вистачало настрою, бажання надавати наш унікальний сервіс, максимальну емпатію, щоб незадоволених або тих, хто має оскомину, ставало менше.

Фішка вашої компанії - ремонт на СТО, наскільки складно зараз отримати якісну оперативну послугу для клієнтів?

- Особливістю сервісу з врегулювання в нашій страховій компанії з її заснування в 2008 році було «єдине вікно» - клієнт звер-

тався на обране ним СТО відразу після реєстрації страхової події, без необхідності візиту в офіс СК. Тому, з початку її заснування й донині найважливішою задачею для нас є постійне вдосконалення процесу взаємодії між СК і СТО. Тоді нашими партнерами була тільки мережа відновлювальних ремонтів виключно нашого акціонера - групи компаній "УкрАВТО". Але за 15 років, ми, звичайно, значно масштабувалися та розширили перелік партнерів.

Клієнти, які страхуються в нас, бажають обслуговуватись в гарантійний період на СТО-бренду. Тому ми маємо бути максимально адаптивними та швидкими, щоб забезпечити унікальним сервісом кожного клієнта в незалежності від бренду. І від того, як злагоджено працює цей механізм, залежить остаточний результат - швидке врегулювання, ремонт, якісний сервіс та ремонт, професійне обслуговування.

Не всі СТО відразу готові налаштувати зміни у власних бізнес-процесах, тому робота над адаптацією триває постійно. При виборі станцій, а їх зараз у нас майже 80, ми точно розуміємо, що на початковому етапі необхідно буде синхронізувати всі процеси, потрібно допомогти налаштувати роботу персоналу СТО, налагодити вміння комунікувати з клієнтами. Кожна техстанція має свого куратора в офісі страхової компанії. Основна мета такого фахівця в СК - налаштувати та підтримувати єдину комунікаційну лінію СК+СТО з клієнтом.

Як працює ваша система врегулювання, скільки страхових випадків припадає на одного працівника?

- Наші фахівці відрізняються від інших на ринку тим, що мають більший перелік професійних навичок. Експерт з оцінки збитків у класичному розумінні - це фахівець, який має відповідну освіту, отримав свідоцтво оцінювача для оцінки пошкодженого майна і він оцінює вартість збитку чи вартість залишків.

У нашому випадку все це масштабується на додаткові завдання - експерт має орієнтуватися в переліку наших партнерів, якими є не лише станції, а й постачальники запасних частин, розумітися та особливостях підбору запчастин та їх замінників.

Якщо говорити про обсяги їхньої роботи, то в середньому на одного експерта припадає приблизно 80 страхових подій на місяць. Це граничне навантаження, вище якого фахівець може робити помилки або не дуже якісно виконувати своє завдання.

Якщо завдання експерта суто технічне й має на меті закрити швидкість та якість ремонту, то вже завдання аварійного комісара, окрім професійних навичок - подати весь сервіс "під ключ" та вивести за дужки клієнтського спілкування всю технічну комунікацію. Важливим є той факт, що клієнт має одну людину, з якою він спілкується - це аварійний комісар і йому не потрібно спілкуватись з різними

фахівцями, які супроводжують процес врегулювання.

Які програми автострахування зараз найпопулярніші у клієнтів?

- На мою думку, автострахування досить консервативний вид за своїм продуктовим наповненням. Й тут ми страхування відповідальності перед третіми особами (ЗК і Автоцивілку) розглядати не будемо.

Найбільш топові (популярні серед клієнтів) набори програм з КАСКО - це повне КАСКО (з варіантами розбивок), часткове КАСКО (тільки певні ризики), КАСКО 50 на 50.

Останнім часом сюди ще додався продукт КАСКО з покриттям воєнних ризиків. Якщо зануритись в наповнення договорів в різних страхових компаніях - здебільшого це будуть майже однакові пункти та ризики, з різними назвами.

Кожна програма задовольняє потребу свого клієнта. Активні водії обирають повне КАСКО, ті, хто мало експлуатують автомобіль, користуються КАСКО з телематиною, або купують 50 на 50, ну і звичайно часткове КАСКО, яке обирають клієнти, автомобілі яких старше 7 або 8 років для того, щоб закрити тільки основний ризик ДТП.

Зараз все популярнішим стає страхування військових ризиків, у вас є такі програми?

- Так, у нас всі програми страхування КАСКО за замовчуванням вже включають покриття воєнних ризиків в ліміті 10% від страхової суми. За бажанням клієнт може збільшити цей ліміт до 25% або обрати повне покриття за окрему плату. Вважаю, попит на цей вид страхування буде й далі зростати.

Тепер трохи про майбутнє, що плануєте, чим потішите клієнтів?

- Стратегію до 2026 року ми затвердили з дуже обережною поправкою на воєнно-політичні ризики, які можуть вплинути на країну в цілому.

Три основні напрями, які будуть об'єднувати нашу команду - це по-перше створення повноцінного циклу онлайн обслуговування клієнтів при настанні страхової події з тим же рівнем якості сервісу та комунікації, як ми це робимо, коли присутні особисто під час зустрічей. Другий - це розширення карти покриття СТО-партнерів задля забезпечення швидкого та зручного обслуговування з урахуванням вимог нового закону про ОСЦПВ, які набудуть чинності вже з 1 січня 2025 року. Ми вже зараз розробляємо схеми, моделі, алгоритми, відпрацьовуємо перелік СТО, розробляємо нові канали логістики постачання запчастин тощо. І третій напрямок - це запровадження унікальної системи заохочення для клієнтів, які мають безаварійний досвід страхування.

Сервіс у фокусі



За 2 роки повномасштабного вторгнення багато компаній вимушені були передивитися бізнес-стратегії та клієнтський сервіс. Хтось витримав випробування важкими часами, хтось ні. Компанія ARX займає лідерські позиції, працює з прибутком та допомагає ЗСУ. Успішними кейсами клієнтського сервісу ділиться **Максим Межебицький**, перший заступник Голови Правління страхової ARX.

На зустріч клієнту

З початку повномасштабної війни компанії довелося приймати багато сервісних рішень і швидко. Ми на це йшли, бо ситуація була безпрецедентна, і ми розуміли, як важко нашим клієнтам. Пропонувалися відстрочки в оплаті премії, збільшилися терміни повідомлення про збитки, врегульовувалися збитки без документів поліції, знімалися обмеження на врегулювання збитків.

Максимально допомагало клієнтам те, що наше КАСКО працює за кордоном. Ми не втратили швидкість в прийнятті рішень і вчасно реагували на зміну їх потреб.

В інших видах страхування були дуже оперативно впроваджені додаткові сервіси, цінність яких була саме «тут і зараз». Наприклад, телемедичні консультації для клієнтів, які виїхали за кордон, технічний ассистанс в продукті «Зелена Картка» - ми безкоштовно впровадили сервіс Автоконсьерж, тобто інформація надається рідною мовою 24/7. Також змінили умови договорів туристичного страхування — їх можна було купувати з-за кордону, було збільшено вік застрахованих. Туристичний поліс став альтернативою медичному страхуванню для багатьох українців. Наші клієнти могли зв'язатися з нами з будь-якого кутка планети, за допомогою онлайн сервісів та застосунку MyARX.

Реальність Онлайн

Майже за усіма видами страхування в більшості випадків документи на врегулювання можна подати віддалено. Виключенням є документи, пов'язані з процесом ідентифікації/верифікації. Але й тут ми максимально намагаємося бути комфортними для клієнта. На допомогу приходять проект Міністерства цифрової трансформації ДІА. На

цей час налагоджені процеси віддаленої ідентифікації/верифікації клієнта через ДІЮ. Клієнту достатньо мати доступ до застосунку або порталу ДІЯ, ID картку або біометричний закордонний паспорт, трохи часу (процес займає до 15 хвилин, співробітник компанії координує дії клієнта).

Щодо решти документів - ARX вже давно приймає більшість документів у вигляді цифрових копій. В окремих випадках просимо цифрову копію завірени електронним підписом.

Електронним підписом можуть бути завірені не лише цифрові копії, а й цифрові оригінали документів. Відносно каналів надання цифрових документів, маємо наступні варіанти: електронні скриньки компанії, персональний застосунок MyARX, месенджери (Viber, Telegram).

*ARX постійно моніторить задоволеність клієнтів сервісами. Ми - єдина компанія в Україні, яка має сервіс зворотного зв'язку **Transparent Customer Feedback** або **TCF** за продуктом **"КАСКО. ВСЕ ВКЛЮЧЕНО"***

Цей сервіс дозволяє клієнтам негайно після врегулювання оцінити якість послуг компанії за 5-зірковою шкалою. Відгуки з'являються на сайті компанії у режимі реального часу. Впливати на відгуки, модерувати, маніпулювати даними неможливо, тому що адмініструє процес збору та перевірку відгуків незалежна компанія eKomi, яка базується в Німеччині, та є європейським лідером у галузі роботи зі зворотним зв'язком клієнтів. eKomi спеціалізується на зборі відгуків та працює з 14 000 компаній у всьому світі. Протягом 2023 року задоволеність клієнтів сервісом складала 95%

Застосунок MyARX

В нашій компанії клієнтський шлях може бути повністю онлайн. Від замов-

лення до поновлення поліса. А маючи застосунок MyARX, клієнт реально може повністю керувати страхування тільки за допомогою смартфона. У MyARX клієнти можуть бачити усі свої договори.

Застосунок працює навіть у режимі офлайн, завжди можна подивитися, які договори вже є, подати заявку на укладення нових чи відновити дії чинних договорів.

Також можна додавати договори родини, якщо її члени застраховані в ARX. 20% онлайн продажів зараз отримуються з застосунку.

Деякі функції MyARX є унікальними, наприклад:

1. Сервіс дистанційного фото-відеогляду автомобіля під час укладання договору КАСКО.
2. Відображення процесу врегулювання по договорах КАСКО, ОСЦПВ і страхуванню майна
3. Окрема карта медичних закладів, розташованих на території України, по полісах добровільного медичного страхування.

ARX з тобою!

Слоган компанії — ARX з тобою! І ми постійно доводимо його справами. В

нас давно працює процес Телеврегулювання, електронний документообіг, чат боти. Ми змогли завчасно перемістити IT платформи на хмарні сховища та зробили ще багато чого, що допомогло нам пройти перші дні та місяці війни. Максимальна диджиталізація стала нам у пригоді, щоб впоратися з новими явищами, з якими ми раніше не мали справи.

Наші люди працювали зі сховищ та укриттів, під звуки сирен та у блекауті. Дуже часто вони виконували функцію психологічної підтримки наших клієнтів, бо ті бачили в них осередок надійності та стабільності. Навіть під час війни ми продовжуємо запускати нові продукти: Бронезахист, МініКАСКО, КАСКО "Залізний купол", ми продовжуємо вдосконалювати мобільний застосунок MyARX, щоб наші клієнти мали усе своє страхування у смартфоні.

Ми спілкуємося з клієнтами на всіх платформах, де їм зручно, ми дійсно чуємо їх побажання.

Наші клієнти знають, що ми постійно допомагаємо ЗСУ — з початку повномасштабного вторгнення на потреби армії перераховано майже 56 млн грн. Акціонери, керівництво компанії, кожний співробітник — усі працювали та працюють разом на єдину мету — втримати бізнес, надати сервіс клієнтам, розвивати нові продукти, наблизити Перемогу!





Страхова компанія #1 в Україні¹

- За підписаними преміями
- За власним капіталом
- За чистими заробленими преміями
- За активами серед ризикових компаній



ARX – 30 років на страховому ринку України²

Наші акціонери – структура власності

70% Fairfax Financial Holdings Limited
Канада, Торонто

30% Європейський банк реконструкції та розвитку
Велика Британія, Лондон

Контакт-центр: 0 800 30 27 23
(Безкоштовно зі стаціонарних телефонів по Україні та з мобільних операторів Vodafone, Lifecell, Kyivstar)
Ліцензії Держфінпослуг серії АВ № 483276-483295 від 17.09.2009р.; серія АГ №569137 від 24.12.2010р.

arx.com.ua

¹ Згідно з даними НБУ за 12 міс. 2023 р.
² СК «АРКС» - попередня назва АТ «СК «АХА Страхування» - засновано 1994 р.

VUSO – Клієнтський сервіс в умовах війни та підтримка ЗСУ



На другому році життя України під тінню воєнного стану, бізнес, особливо у сфері страхування, зіткнувся з новими випробуваннями. Минулий рік також став періодом поступового, але впевненого відновлення для страхового ринку, який у деяких аспектах навіть перевищив очікування. Паралельно, страховики взяли на себе важливу роль у підтримці Збройних сил України в їх боротьбі проти росії.

Примітним прикладом стала діяльність страхової компанії VUSO, яка не тільки зміцнила свої позиції на ринку, але й активно долучилася до допомоги українським військовим. Голова правління СК ВУСО, **Андрій Артюхов**, поділився деталями цієї важливої місії.

Якими були головні виклики 2023 року для страховиків, зокрема для VUSO?

- Хоча 2022 рік приніс стабілізацію ситуації на ринку страхування, варто визнати, що 2023 рік виявився дещо складнішим. Бізнес вже успішно адаптувався до великих навантажень і продовжує працювати без перебоїв, дистанційно врегульовуючи страхові випадки та оформлюючи договори.

Попри це виникають інші проблеми, спричинені війною. Зростання частоти звернень за добровільним медичним страхуванням, а також збільшення кількості скарг на стан здоров'я українців. Кількість звернень за КАСКО та автоцивілкою повернулася до довоєнних показників, а подекуди навіть збільшилась. Разом з тим відбулося збільшення суми середнього чека за врегулюванням.

Вбачаємо неабиякий позитив у тому, що попри загальну тенденцію переведення роботи в дистанційний режим, наші працівники все одно повертаються в офіси. Це досить сильно тримає командний дух компанії.

Одне з ключових завдань — це підготовка до впровадження та власне імплементація нових нормативних документів та Закону України про страхування. Для багатьох компаній це стало викликом, адже йдеться про глобальні зміни бізнес-процесів.

Якщо проаналізувати ринок страхування, які продукти були найбільш популярними?

- КАСКО, автоцивілка, “Зелена картка” та ДМС були найбільш популярними. Попит на автострахування зумовлений тим, що українці попри війну продовжують купувати автівки або ж обирають автокредитування.

Якщо ж говорити про добровільне

медичне страхування, то повернемося до того, що якість здоров'я погіршилася. Постійний стрес та життя в умовах воєнного стану дають про себе знати. Порівнявши листопад 2021 та листопад 2023, помітно, що кількість застрахованих зросла в п'ять разів, тоді як кількість страхових випадків збільшилася вдесятеро.

Українські компанії вийшли на новий рівень підтримки своїх працівників. Медичне страхування є важливою перевагою, оскільки воно забезпечує конкурентність підприємств на ринку праці та дає можливість персоналу стежити за своїм здоров'ям, що позитивно впливає на його продуктивність.

Вважаємо, що кількість зацікавлених компаній у такому виді страхування буде зростати.

Від початку повномасштабного вторгнення ми відзначали загальний ріст активності збору страхових премій, але в кінці 2023 темпи певних видів страхування зменшились. Прогнозуємо, що у 2024 році зростання ринку не перевищить 20-25% від показників 2023 року.

Що нового запропонувала VUSO своїм клієнтам у 2023 році? Як інноваційні продукти були реалізовані?

- Ми постійно вивчаємо потреби нашої аудиторії. Окрім програм з покриттям воєнних ризиків, ми реалізували абсолютно новий продукт. Йдеться про "WOW КАСКО", продажі якого стартували у вересні 2023 року.

Протягом багатьох років автостраховий ринок переважно працював за стандартним сценарієм, який закінчувався виплатою коштів на рахунок СТО. Традиційні страхові продукти не вирішували всіх проблем клієнта, включаючи нестачу часу та недостатній рівень компетенції в питаннях ремонту автомобілів. Тому VUSO розробила "WOW КАСКО", що розширює зону відповідальності страховика та забезпечує

абсолютно новий рівень сервісу. Відтак, вже з моменту звернення в контакт-центр страхової компанії ми беремо на себе всі турботи: забираємо авто і далі ми працюємо із СТО. Це дозволяє нашим клієнтам витратити час на справи, які справді є важливіми для них, а не на нескінченне вирішення проблем з автомобілем.

Врешті-решт клієнт отримує відремонтване авто в призначений час в зручному для клієнта місці.

Цей продукт знаходить своїх прихильників, хоч ментально українці не люблять віддавати своє майно навіть тим кому довіряють. Однак зручність та економія часу у цій ситуації перемагають.

Як компанія адаптувала свої продукти відповідно до умов воєнного часу? Чи з'явилися нові продукти з покриттям воєнних ризиків та юридичних осіб?

- Зараз власники підприємств шукають можливості захисту майна від наслідків воєнних дій. Це необхідний крок, який дозволяє бізнесу зосередитися на своїй основній діяльності без зайвих турбот. VUSO на ці запити реагують і пропонують своє рішення.

Наприкінці 2023 року ми запустили страхування майна юридичних осіб з покриттям від воєнних ризиків лімітом до 10 млн на 1 об'єкт. Цей продукт захищає корпоративних клієнтів від збитків, спричинених пошкодженням або знищенням майна через прямий або опосередкований вплив ракет, безпілотників будь-якого типу, літальних боєприпасів, засобів протиповітряної та протиракетної оборони, а також уламків зазначених видів зброї.

Але ставимось достатньо консервативно до кожної заявки. До кожного клієнта та окремих об'єктів страхування застосовуємо індивідуальний андеррайтинг.

Яким чином воєнні дії в Україні вплинули на механізм врегулювання страхових випадків?

- Зміни почалися ще у 2022 році. Йдеться про повний перехід комунікації з клієнтом у онлайн-формат. Ми повністю відійшли від того, що клієнту треба звертатися в офіс, хоч така можливість є.

У 2023 році це запрацювало в повну силу.

Ми переконані, що клієнти навіть після скасування воєнного стану менше будуть звертатися в офіси страховиків.

Також завдяки нашим розробникам ми запустили мобільний застосунок для врегулювання звернень із ДМС.

Якою була допомога ЗСУ у 2023 році?

- Допомога нашим воїнам — це особлива відповідальність, адже багато наших співробітників пішли захищати Україну. Перш за все ми закриваємо їхні потреби. Зокрема йдеться про закупівлю автомобілів та безпілотних літальних апаратів, дронів, засобів для розмінування тощо. Станом на сьогодні загальна сума допомоги від VUSO та працівників компанії за минулий рік складає 19 748 000 грн.

Це незмінна принципова позиція компанії. Ми розуміємо, що ми всі несемо відповідальність за майбутнє нашої країни. Збройні сили України наразі докладають титанічних зусиль задля стримання ворожої армії та повернення наших територій. Така підтримка від українського бізнесу сьогодні має величезну вагу для наших воїнів.

Чого ви очікуєте від 2024 року?

- Сьогодні всі наші зусилля мають діяти на перемогу України та підтримку воїнів у цей складний час. В умовах воєнного стану український бізнес повинен забезпечити максимальну допомогу Збройним силам України та бути готовим до різних викликів.

VUSO готова ці виклики приймати і знаходити такі рішення, які гарантуватимуть високу якість сервісу та комфорт нашим клієнтам. Паралельно з тим ми впевнено адаптуємося до нових вимог законодавства і добросовісно виконуємо свої обов'язки. Тому продовжуємо працювати та у єдності йди до нашої спільної мети за будь-яких обставин.

ВАУ! КАСКО

**більше ніж просто
виплата***



***Забіраємо пошкоджене, Контролюємо ремонт,
Повертаємо відновлене**

Як розвиватиметься ринок страхування на тлі останніх законодавчих ініціатив в галузі?



Павло Царук, Голова правління СТ «ТАС»

Очевидно, що 2024 рік має стати роком серйозних змін на страховому ринку, обумовлених насамперед низкою новацій в законодавстві, що регламентують його роботу. Які ваші очікування щодо цих новацій? Як вони вплинуть на ринок в цілому і на ринок «автоцивілки» зокрема?

- Насправді за останній час ринок вже суттєво змінився, разом з тим сьогодні він стоїть на порозі без перебільшення дійсно кардинальних змін. По-перше, Нацбанк суттєво посилив вимоги до капіталізації страховиків, прозорості їх роботи тощо. І багато компаній, що не відповідали цим вимогам, були вимушені залишити ринок і

ще щонайменше 50 компаній будуть виведені з нього. По-друге, регулятор уже вивів з ринку зокрема кілька великих компаній – через їх зв'язок з російським капіталом. Відповідно, кількість гравців серйозно зменшилася, що, звичайно, сприяло, з одного боку, очищенню ринку, а з іншого – його перерозподілу. І сьогодні цей процес триває і триватиме й надалі.

Варто сказати, що певні зміни відбулися і в окремих сегментах ринку. Так, наприклад, обсяги продажів «Зеленої картки» за останній час збільшилися фактично в чотири рази порівняно з «довоєним» періодом, що також сильно вплинуло на ситуацію на ринку в цілому.

Ми всіляко підтримуємо ініціативи Нацбанку, спрямовані на очищення ринку від недобросовісних компаній, що належним чином не виконували свої зобов'язання перед клієнтами і тим самим сприяли формуванню негативного ставлення споживачів до страхового ринку в цілому. Сподіваємось, що запроваджені НБУ новації зрештою виправлять цю ситуацію і сприятимуть тому, що на ринку залишаться лише справді надійні страховики, які будуть належним чином виконувати свої зобов'язання перед клієнтами та яким ті довірятимуть.

Ще одним чинником, який вже має і матиме в майбутньому величезний позитивний вплив на ринок, є законодавчі ініціативи, зокрема введення в дію нового закону «Про страхування», а також закону «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності автовласників», що вступить в силу наступного року і дійсно докорінно змінить ринок ОСЦПВ.

І в першу чергу від цього виграють клієнти, адже матимуть насправді надійний страховий захист.

Страхова група «ТАС» вже багато років поспіль посідає перше місце на ринку «автоцивілки». То які норми, прописані в законі «Про ОСЦПВ», ви як очільник компанії – лідера цього сегменту виділили б як основні?

- Перше – це, безумовно, збільшення лімітів відповідальності страховика. Адже діючі ліміти вже давно не відповідають поточним реаліям. І основна скарга отримувачів страхового відшкодування за полісом ОСЦПВ полягає в тому, що в більшості випадків розмір виплати, розрахований згідно з чинним законом, не покриває витрат на відновлення пошкодженого транспортного засобу. Новий закон має це виправити. Вже з наступного року очікується підняття лімітів майже в два рази: в перший рік і до кінця війни – до 250 тис. грн за шкоду майну і до 500 тис. грн за шкоду здоров'ю, і потім поступово аж до 1,3 млн євро після вступу України в ЄС.

Ще одним безумовно позитивним нововведенням є зміна самого алгоритму виплати. На відміну від чинного закону,

згідно з яким виплата здійснюється з урахуванням зносу, за новим законом знос не нараховуватиметься. І це насправді великий плюс. Адже середній вік авто в Україні становить 10 – 15 років, а розрахунковий знос для таких транспортних засобів відповідно до законодавства сягає 70%. Зрозуміло, що за цих умов йдеться, за великим рахунком, вже не про виплату як таку, а про відшкодування лише частини збитків. При цьому отриманих коштів (виплачених згідно з нормами старого закону) насправді часто не вистачає на те, щоб відремонтувати належним чином авто. Через це у багатьох клієнтів і ставлення до страхування сформувалося відповідне – як до чогось примусового, але загалом не потрібного. Сподіваємося, що з введенням в дію нового закону це зміниться.

Ба більше, першочерговим способом врегулювання збитків за полісом «автоцивілки» стане не виплата, як це відбувається сьогодні, а безпосередньо ремонт пошкодженого автомобіля на СТО. Причому для автомобіля віком до 5 років ремонт буде здійснюватися відповідно до стандартів сертифікованих СТО, з використанням оригінальних запчастин, для автомобілів старших – з можливістю використання якісних альтернативних запчастин.

Однією з серйозних новацій за законом стане обов'язкове для всього ринку пряме врегулювання, тобто в разі настання страхового випадку клієнт звертатиметься саме до тієї компанії, в якій придбав поліс.

З іншого боку, це передбачає посилення відповідальності не лише страховиків, але й самих страхувальників, адже, ухвалюючи рішення оформити поліс у відповідній компанії, вони по суті обирають того страховика, який платитиме саме їм у випадку, якщо щось станеться.

І, якщо раніше автовласники часто не переймалися цим питанням, зважаючи на те, що виплату в разі настання страхового випадку все одно отримували по суті чужі люди, то з введенням в дію нового закону ситуація докорінним чином має змінитися, адже обрана компанія платитиме безпосередньо клієнту.

Крім того, в півтора рази буде скорочено граничні строки врегулювання: якщо чинне законодавство передбачає врегулювання випадку впродовж 90 днів, то за новим законом це вже 60 днів.

Окремо варто зазначити, що зі вступом в дію нового закону всі учасники дорожнього руху мають бути забезпеченими. Так, якщо зараз в Україні є широке коло автовласників, яким поліс взагалі не потрібно купувати, – зокрема йдеться про відомчі

автомобілі та різного роду пільговиків, то за новим законом мати «автоцивілку» будуть зобов'язані у будь-якому випадку всі, просто пільгові категорії громадян купуватимуть її зі знижкою 50%. Таким чином, всі клієнти будуть максимально захищеними – завдяки наявності поліса в будь-якого іншого учасника ДТП, який може заподіяти шкоду їх авто.

А це, в свою чергу, дозволить посилити контроль з боку держави за їзду без поліса, адже в цьому випадку, якщо такий водій стане винуватцем ДТП, під ударом опиняться інші учасники дорожнього руху, які такий поліс купили. В законі передбачений механізм автоматичного контролю наявності поліса по базі МТСБУ, в тому числі з використанням дорожніх камер. Тобто, якщо будь-яка камера на дорозі зчитає номер авто, автоматично буде здійснюватися перевірка, чи є у цього авто поліс, якщо немає – буде автоматично формуватися штраф, який, до речі, теж планують значно підвищити. Це, з одного боку, посилить захист відповідальних клієнтів, які завчасно подбали про оформлення поліса, а з іншого – змушуватиме й інших водіїв, які раніше нехтували цим своїм обов'язком, все ж таки мати «автоцивілку», як це і передбачено законом.

Повернемося до минулого року. 2023-й став вже другим роком, який Україна проживає в стані великої війни. Як цей фактор позначився на роботі очолюваної вами компанії? Чи вдалося СГ «ТАС» досягнути всього запланованого?

- Від самого першого дня повномасштабного вторгнення, 24 лютого 2022 року, Страхова група «ТАС» ані на мить не зупиняла своєї роботи: наші співробітники попри все продовжували працювати, хтось – з дому, хтось – з бомбосховища, хтось – і з-за кордону. Наші оператори фіксували звернення клієнтів, ми здійснювали виплати і укладали нові договори. Фактично всюди, де це було можливо, наші офіси працювали, продовжуючи надавати клієнтам страхові послуги, і при цьому намагалися забезпечувати максимально якісний сервіс. І люди оцінили це: навіть в умовах повномасштабної війни, завдяки тому, що ми, так би мовити, ближче до клієнта, який нам насправді довіряє, ми не лише не «просіли» в своїх продажах і виконали все заплановане, але й продемонстрували чималий приріст, що за низкою показників був найвищим по ринку в цілому.

І це обумовлено зокрема тим, що ми все ж таки мережева компанія і в своїй роботі акцентуємо увагу саме на живому спілкуванні з клієнтом.

Такий підхід виправдав себе. Тож минулий рік був насправді дуже плідним для нас – результати перевершили навіть наші амбітні цілі.

Так, завдяки ефективній роботі всієї команди та розгалуженій регіональній

мережі 2023 року ми приросли понад вдвічі більше, аніж планували. Загалом нам вдалося збільшити обсяги своїх продажів на 1,1 млрд грн – до понад 3,5 млрд грн. І це при тому що нашою початковою метою було зібрати 3 млрд грн платежів!

Порівняно з 2022-м наші збори минулого року зросли на 45,5% – і це найвищий показник приросту серед найбільших страховиків України. Загалом за підсумками 2023 року ми стали другими на ринку за обсягом зібраних платежів.

Ще одним дуже вагомим нашим досягненням за підсумками минулого року стало лідерство – вперше за останні роки – на ринку «Зеленої картки». За цим видом страхування ми збільшили обсяги своїх продажів дуже суттєво – на понад 78%.

Найкращими на ринку стали наші показники і в сегменті обов'язкової «автоцивілки»: окрім того, що ми традиційно стали першими за обсягом платежів і сумою виплат, ми ще й показали найбільший на ринку приріст – майже на 36% – до 1,15 млрд грн премій.

Активно зростали в нас і обсяги продажів додаткового покриття до обов'язкової «автоцивілки». За статистикою, в нас 80% клієнтів з ОСЦПВ в доповнення до обов'язкового поліса купують ще й певне розширення до нього. І це стосується як добровільної «автоцивілки», в сегменті якої ми вже багато років посліп стабільно утримуємо лідерство, так і нашого продукту «Легке КАСКО», за умовами якого в тому числі передбачено повноцінне пряме врегулювання.

До речі, завдяки найбільшій регіональній мережі в нас показники продажів міні-КАСКО також є найвищими серед усіх страховиків з числа тих, хто пропонує подібні продукти.

Власне, досить серйозних успіхів досягнуто і в продажах класичного КАСКО – обсяги зборів в цьому сегменті за минулий рік в нас зросли на 41%, що також є найвищим показником приросту серед наших основних конкурентів.

Зважаючи на досить вагомий здобутки за минулий рік, які плани у компанії на рік поточний?

- Наша мета – стати абсолютним лідером страхового ринку. І ми крок за кроком цілеспрямовано рухаємося до цього. Головне не зупинятися, не збавляти темп і наполегливо працювати.

Тоді всі цілі стануть цілком досяжними. І ми в СГ «ТАС» довели це не раз. Тож я щиро в це вірю і переконаний, що нам все задумане вдасться.

Ми, як корпоративний страховик, досвідчені та загартовані війною



Страхова компанія ІНГО, яка відома в першу чергу як №1 у страхуванні юридичних осіб, протягом 2023 року отримала найбільше премій та виплатила більше усіх в категорії страхування вантажів. Про те, що відбулось у сегменті та як спрацювала компанія, розмовляємо з директором корпоративного бізнесу ІНГО Андрієм Семченком.

Андрію, що треба було зробити компанії, щоб стати лідером у страхуванні вантажів?

- Найважливішим для страховика є якісний андеррайтинг, наявність перестраховування та компетенції при врегулюванні збитків, довготривалі сталі відносини з партнерами та перманентний пошук нових каналів, клієнтів. Але це не залежить від виду страхування. Кожен з сегментів вимагає високого рівня професійності та залученості. Я би порівняв нашу діяльність з роботою дизайнерів, яким практично кожен клієнт ставить задачу підготувати індивідуальне рішення виключно під свої смаки та інтереси.

Тобто у нас настільки виросла культура страхування, що страховальники вже чітко знають що і від яких ризиків вони хочуть убезпечити?

- Не все так добре, але прогрес, безумовно, є. Для подальшого покращення ситуації маємо помічників. Наприклад, просто колосальну роботу проводять брокери, які допомагають людям та компаніям зрозуміти власні потреби і виступають посередниками у страховому процесі. Якщо працюємо з потенційним клієнтом напряму, робимо ризик аудит самостійно. В майновому страхуванні для цього у нас є власний інженерний центр зі спеціалістами високого рівня (колишні пожежники високого рівня та спеціалісти

з інженерною освітою та досвідом). Саме вони проводять огляди та оцінку об'єктів страхування, готують звіти та детальні рекомендації. У разі перестраховування великих об'єктів, коли нам потрібно отримати додатковий капітал (перестраховує місткість), ми використовуємо ці звіти у комунікації з перестраховиками. Іноді доводиться залучати до оглядів зовнішніх сюрвеєрів, що представляють міжнародні спеціалізовані компанії.

При перевезенні вантажів також необхідно дотримуватися низки вимог. Їх теж потрібно контролювати та фіксувати за допомогою сюрвею: завантаження чи розвантаження, кріплення негабаритних вантажів, особливості спеціального транспорту або самого вантажу (температурний режим, природні норми втрати ваги, поєднання з іншими вантажами тощо).

Якщо страхуються будівельно-монтажні ризики, то огляди об'єктів можуть відбуватися не лише на початку будівництва, а й на його різних стадіях.

Порушення, пов'язані з відхиленням від календарного графіку або недотриманням технології чи використання матеріалів, передбачених проектом, теж часто стають причинами збитків. Тому це дуже важливо.

За підсумками 2023 року ІНГО зібрала понад 212 млн. грн премій у страхуванні вантажів. Це значно більше попереднього періоду. Що відбувається у сегменті?

- Так, ми стали страхувати досить багато вантажів. В тому числі й від воєнних ризиків. Однак на морі – переважно від певних географічних координат відповідно до лондонського бюлетеню. Або інших шлях перевезення – сухоходом. Тут обсяги суттєво зросли, отже, ми стали більше страхувати вантажів на землі. Маємо досить конкурентну пропозицію щодо покриття й тарифів. Наразі даємо покриття від воєнних ризиків в середньому на 10 млн. грн. на один транспортний засіб на час одного перевезення. І у нас, до речі, вже є збитки. На жаль, бувають «прильоти» під час проміжного зберігання застрахованого вантажа. Наразі займаємося врегулюванням цього випадку.

Як для страхової компанії, ви досить нерозважливі. Так активно займатися воєнними ризиками у воюючій країні...

- Насправді я так не вважаю. Правильніше сказати, що ми досвідчені і навіть загартовані. Ще до початку повномасштабної війни наша компанія активно працювала за міжнародними програмами страхування (фронтинг), які в тому числі містили воєнні ризики. Ба більше – ІНГО сама замається фронтингом з 1995 року, тому маємо чітке розуміння особливостей, знаємо вордінги та всі можливі розширення. Для нас не проблема імплементувати їх в наше локальне покриття у відповідності до вимог. Тому, коли після 24 лютого 2022 року міжнародні перестраховики відмовилися працювати в Україні за міжнародними програмами страхування, всі ризики, які вони закривали раніше, вийшли на ринок. Відповідно ми були готові задовільнити попит враховуючи стандарти західних рішень.

Як вам це вдалося?

- Нам допомагає той факт, що у нас дуже досвідчена команда, професійний топ-менеджмент, який створює нам максимально сприятливі умови – підтримує ініціативи, надає певний рівень самостійності для оперативних важливих рішень. Отже, коли потрібно, ми можемо швидко діяти та приймати гнучкі рішення. Завдяки цьому часто виграємо у конкурентів.

У нас достатньо капіталу (як для українського ринку), тому ми маємо хороший запас міцності. Звісно, якщо порівнювати забезпечення капіталом, то всім українським компаніям ще далеко до західних гравців

Ми не можемо надати такі шикарні умови покриття, які дають своїм клієнтам міжнародні страхові та перестрахові компанії світового рівня. Але все ж таки нам вдалося в певній мірі задовольнити потреби українських підприємств. Наші страхові рішення виявилися досить конкурентними і, що головне, – ми не боїмося робити щось нове. Намагаємося підтримувати український бізнес.

Але ризики досить високі. Наскільки це прийнятне для класичної страхової компанії?

- Так, місцями ризики високі, але компанія свідомо йде в цей сегмент. Водночас ми прагнемо підтримувати репутацію компанії, яка завжди виконує свої зобов'язання. Тому ми все ж таки обережні. Під час

прийому на страхування зважено оцінюємо кожен об'єкт. Та й не лише один об'єкт – мусимо тримати в полі зору і окремі бізнеси, галузі й макроекономічну ситуацію в цілому. Якщо бачимо якісь негативні тенденції, що впливають на той чи інший бізнес, надаємо його власникам рекомендації для їх усунення або мінімізації. Наприклад, збільшується кількість крадіжок під час автотранспортних перевезень, – будь ласка, використовуйте причепи з цільно-металевих конструкцій, а не тентові, регламентуйте місця зупинки водіїв, використовуйте GPS-трекери або інші охоронні засоби. Звісно, окрім цього, ми уважно слідкуємо за розвитком всього портфелю, постійно робимо зріз збитковості кожного сегменту для його контролю та корегування політик.

Аграрії також зараз мають ускладнення з вантажними перевезеннями. Для них існують якісь окремі програми? Що ІНГО пропонує в цьому сегменті?

При перевезенні зернових пропонуємо програми страхування вантажів – зернових, олійних та інших культур, що вирушають на експорт. Компанія готова убезпечити їх відповідно до потреб клієнтів або вимог контрактів на постачання (включаючи захист за стандартами GAFTA, FOSFA тощо).

Та на це літо пропонуємо програми страхування майбутнього врожаю, що мають розширення на воєнні ризики, а саме: ризики пошкодження посівів як внаслідок повітряних атак, так і через безпосередні дії військових (в тому числі маневри чи інші дії), переміщення військової техніки, будівництво оборонних споруд. Навіть включили опцію компенсації витрат на розмінування.

Скоріше за все вони теж будуть містити територіальне обмеження – не ближче 50 км від зони бойових дій або державного кордону з республікою білорусь та російською федерацією.

Чи варто чекати нових проєктів для аграріїв, окрім покриття воєнних ризиків?

- Так. Я би не сказав, що це новий проєкт, але для нас він безумовно буде новим досвідом. Цього року ми виступаємо страховиком у проєкті «МетеоЗахист» від виробника засобів захисту рослин – «Сингенти». Компанія розробила механізм, який допомагає страхувати агропідприємства за програмою індексного страхування. Придбав фермер ЗЗР та насіння від виробника – і одразу стає учасником програми страхування посівів соняшника, зернової групи, кукурудзи та ріпаку від трьох погодних ризиків: посухи, спеки та зливи. Фактично це страхування визначеного показника (індексу) певного погодного параметру (температури повітря, вологості, кількості опадів тощо) або урожайності сільськогосподарської культури.

Ключовий період роботи програми – фази цвітіння та наливу зерна.

«Сингента» створила цифрову систему й інтегрувала її з нами та постачальником погодних даних. Все, що потрібно фермеру, – це зареєструватися в системі, подати анкету та підтвердити накладними факт купівлі продуктів компанії «Сингента». Потім залишається лише відслідковувати погодні дані, розрахувати відшкодування відповідно до індексу та провести виплати.

Все просто і прозоро. Немає потреби проводити огляди посівів. Аграрії можуть охопити страховим захистом значні площі під час найкритичніших періодів вирощування культур. Процедура врегулювання збитків та виплати страхового відшкодування максимально легка та швидка.

Фермер практично не бере участі в процесі врегулювання збитку та надає мінімальний перелік документів, який вимагається фінмоніторингом.

Що ще компанія пропонує для перевізників?

- Для трейдерів і перевізників. Окрім безпосереднього страхування вантажів та страхування відповідальності, ІНГО вже понад рік виступає в якості офіційного Гаранта в системі спільного транзиту NCTS (New Computerized Transit System), а також надає внутрішні гарантії згідно Митного кодексу України.

Можна дуже коротко про що йдеться?

- В основі процедури спільного транзиту (ССТР) лежить технологія NCTS, яка пов'язує митні служби країн-учасниць Конвенції (36 учасників) і дозволяє обмін митними даними. Завдяки NCTS в одну систему на всіх етапах митного оформлення товарів включаються всі учасники транзиту (митниці, суб'єкти процедури, гарант). Раніше експортери та перевізники були змушені оформлювати документ T1 на кордоні. Зараз вони можуть оформити відправлення з митниці на території України і не витрачати зайвий час. До того ж, дешевше замовити цю послугу у резидентів України, ніж отримувати гарантії на кордоні. Таким чином трейдери зменшують логістичні витрати, скорочують час митних формальностей та навіть можуть зменшувати розмір забезпечення базової суми гарантії.

Фактично, ми, як страховик, закриваємо цілий блок важливих для підприємств питань.

НАСК «ОРАНТА» – вся сила в мережі



Компанія, що першою почала свою діяльність на українському ринку, формувала культуру страхування молодій державі та стала легендою завдяки надзвичайній відданості працівників їй корпоративній єдності, сьогодні працює над новими викликами. В чому сила фундатора українського страхування дізнавалися у директора з роздрібного бізнесу НАСК «ОРАНТА» **Костянтина Ватана**.

Костянтин, що сьогодні являє собою ОРАНТА? Чи змінилася компанія протягом останнього часу?

– З одного боку, компанія проходить через цілу низку трансформацій, яких вимагає сучасний світ та нинішня ситуація в країні. Навіть в цих умовах НАСК ОРАНТА ставить собі стратегічну задачу – бути одним з основних гравців ринку. А з іншого, – є речі, які залишаються практично незмінними – це наші люди. Сьогодні наша мережа складається з понад 1000 штатних працівників, серед яких 800 продавців. Ще понад 1100 спеціалістів працюють як агенти. Це живий організм, що пройшов як успішні, так і доволі складні часи, зумів загартуватися та отримав здатність жити самостійним життям.

Безперечно, всі вони професійні менеджери та продавці, які постійно вдосконалюються. Більшість починала кар'єру з найнижчих посад, деякі приходили на практику зі студентської лавки, а зараз перетворилися на крутих фахівців. Найбільш успішні доростають до регіо-

нальних керівників. У нас це відповідальна та важлива посада, оскільки завдяки децентралізації багатьох процесів регіональні дирекції працюють ненамного окремі самодостатні компанії.

Це і є на вашу думку основна перевага ОРАНТИ?

– Певно, що так – наша сила в людях, в мережі. Щоб постійно підтримувати ефективність, ми приділяємо багато уваги її оновленню та розвитку.

Компанія намагається дещо оновити формат діяльності таким чином, аби сучасні технології та онлайн продажі органічно поєднувалися із таким цінним живим спілкуванням. Для нас це надзвичайно важливо, адже ОРАНТА працює не лише як бізнес-підприємство.

Для нас це надзвичайно важливо, адже ОРАНТА працює не лише як бізнес-підприємство. Наші відділення у маленьких містечках та ОТГ виконують ще й соціальну важливу функцію – роблять страхові послуги доступними якомога ширшим категоріям населення. 70% відділень ОРАНТИ знаходяться у містах з населенням до 50 тисяч. Якщо переважна більшість страховиків концентрують свої зусилля на великі міста з платоспроможним населенням, то у нас часто буває навпаки – в обласному центрі одне відділення, а в області – 35. Звісно ми будемо це коригувати для оптимізації, але не закриваючи районні, а відкриваючи нові відділення у великих містах.

Таке покриття дозволяє бути ближчими до людей не лише під час продажу страхових послуг, а й у разі врегулювання страхових випадків. Знову ж таки – це живий контакт з людьми, яких знають і до яких є фізичний доступ. Тобто, застрахована особа може прийти до нашого офісу у своєму ОТГ, де отримає безпосередню допомогу із заповненням документів, оглядом та передачею всього необхідного до центрального офісу для подальшого врегулювання. Фактично на місці відбувається первинне звернення з фіксацією випадку.

Це стосується лише Автоцивілки і нерухомості? Чи за іншими видами можна отримати аналогічний супровід?

– В першу чергу йдеться про прості види страхування та нескладні випадки. Продавець найбільше зацікавлений в тому, щоб зберегти свого клієнта та надати йому якомога більше підтримки у разі настання страхового випадку. В таких ситуаціях постраждалі люди часто розгублені та потребують уваги.

Але такі звичні сьогодні поліси Автоцивілки колись були для людей новинкою. ОРАНТА першою почала впроваджувати ОСЦПВ і активно його продавати. У той час, коли інші страховики з побоюванням ставилися до нового виду страхування, ми проводили навчання наших спеціалістів. Без перебільшення можна сказати, що після появи ОСЦПВ ці поліси виводили в маси саме співробітники ОРАНТИ.

Напевно тому ОРАНТА досі сприймається на ринку як компанія з продажу Автоцивілки. Чи плануєте ви змінювати цей стереотип?

– Так, ми обов'язково будемо це робити і вже активно працюємо в цьому напрямку. НАСК ОРАНТА протягом всієї своєї історії відзначалася своєю домінуючою позиці-

єю на ринку обов'язкового страхування. Проте в сучасних умовах лише цього недостатньо для досягнення довгострокового успіху та стабільної фінансової ефективності. Необхідні стратегічні зміни та інновації, щоб компанія могла успішно пристосуватися до змін на ринку.

На найближчу перспективу ми обрали для себе ключовими напрямками КАСКО та ДМС. Вірю, що завдяки нашому колосальному досвіду в Автоцивіліці, розвивати КАСКО буде значно простіше.

ОРАНТА має для цього надзвичайний потенціал, адже у нас мільйон клієнтів з активними полісами. Маючи добре налагоджений сервіс, це чудова можливість залучити нових клієнтів в інших видах страхування.

Протягом 2-х місяців ми провели ретельне навчання всіх наших продавців. Для більшої ефективності тренінги проходили в малих групах. Навчали як технологіям продажу, так і особливостям продуктів, які активно оновлюємо та створюємо нові.

Багато нових страхових продуктів створила компанія протягом останнього часу?

– Останнім часом з'явилася ціла низка нових продуктів: Міні КАСКО, спеціально для Автоцивіліки ми створили КАСКО Лайт, яке покриває збитки власного авто страхувальника у разі ДТП. Перед цим ми одними з перших запропонували українцям «КАСКО МІЛІТАРІ», за яким авто-власник може отримати страхову виплату за пошкодження авто через воєнні дії. Сюди відносяться вибухи мін, ракет, бомб, снарядів та їх уламків, наїзду воєнної техніки, звукової (ударної) хвилі, падіння військових літаків, безпілотних апаратів їх частин та уламків, а також ДТП на блокпостах, підірваних мостах, зіткнення із засобами обмеження руху. Страхова сума за воєнними ризиками складає 300 тис грн, а покриття надається на всій території України, крім тимчасово окупованих територій та територій ближче 50 км від зони бойових дій. На черзі оновлення нашого стандартного пакетного продукту «Надійне КАСКО».

Для страхування квартир та будинків у нас найближчим часом з'являться продукти «Рідна квартира» та «Рідна оселя». Окрім стандартних ризиків страхування майна (з покриттям пожеж, стихійних явищ, затоплення, крадіжки тощо) поліс покриває й вже звичні, але дуже актуальні воєнні ризики – падіння ракет, БПЛА,

дронів та їх уламків, вибух боєприпасів, мін, бомб, вплив інших засобів війни (крім ядерної, біологічної та хімічної зброї). Також до покриття полісу входить комунальний асистанс та навіть страхування домашніх тварин. За класичними ризиками відшкодовуються збитки в розмір витрат на відновлення. За воєнними ризиками – в межах витрат на відновлення з лімітом 600 тис грн. В залежності від площі квартири, регіону та якості ремонту, вартість страхового полісу складає від 2000 грн на рік.

Великим стратегічним завданням для нас є розвиток сегменту добровільного медичного страхування. Також ми плануємо розвивати свій власний асистанс.

Якщо в продажах ДМС ви теж розраховуєте на потужність мережі, це означає, що медицина буде продаватися для приватних осіб?

– Можливо згодом, проте починаємо з корпоративного сегменту. Хоча маємо рацію – ми розраховуємо на свою мережу. Компанія вбачає більше перспективи в роботі з відносно невеликими регіональними підприємствами, на які не виходять інші страховики. В майбутньому безперечно будемо працювати і з брокерами, і з великими бізнесами. Але сьогодні ОРАНТА знову виконуватиме певну соціальну функцію – ми хочемо зробити страхову медицину доступною для українських підприємств будь-якого масштабу. Тому адаптуємо тарифи та покриття і йдемо з пропозицією ДМС в регіони та навіть районні центри.

У створенні нових продуктів вам також допомагає мережа?

– Звичайно. Наші спеціалісти в регіонах – це найбільше натхнення та реальні практики, які є рушійною силою компанії у багатьох процесах. Наприклад, наш новий продукт страхування від нещасного випадку «Особиста безпека» був створений у безпосередній кооперації з мережею. Саме наші регіональні спеціалісти підказували на що звернути увагу при його розробці. Отже, ми врахували, що продукт має бути в першу чергу електронним, щоб не прив'язувати людей до бланків.

По-друге, він має бути доступним по ціні і одночасно мати досить широке покриття – «з будь-якої причини», зокрема заняття спортом як на професійному, так і аматорському рівнях, і навіть воєнні ризики. В якості сервісу ми включили до пакету телемедицину (онлайн консультації з лікарями будь-якої спеціалізації щодо будь-яких захворювань, що дуже актуально для мешканців в регіонах або під час перебування українців за кордоном).

І по-третє, «Особиста безпека» надає можливість отримати консультацію пси-

холога на суму до 2000 грн, а також до 10 процедур з реабілітації (ЛФК, консультація реабілітолога, лікувальний масаж) у спеціалізованих медичних закладах України, сплативши всього 1 грн страхового платежу.

Якщо є ефективна мережа продавців в регіонах, навіщо вам онлайн продажі? Чи багато страхових продуктів ОРАНТИ зараз продається в електронному форматі?

– ОРАНТА спеціалізується не лише на роботі агентів чи продажах у відділеннях. Нашу бізнес-модель скоріше може назвати гібридною, адже вона поєднує оффлайн та онлайн формати. В Автоцивіліці практично половину всіх полісів (51%) ми продаємо в електронному вигляді.

Раніше ми децю відставали від лідерів ринку в плані діджиталізації. Найближчим часом ми виправимо ситуацію та цифровізуємо як страхові продукти, так і бізнес-процеси.

Це складна, але цілком реальна задача – максимально швидко пройти цифровізацію. Наразі закупаємо для своїх спеціалістів багато нової техніки, розробили новий клієнтський сайт, маємо нове сховище даних, з'явилася CRM-система. Плани досить амбітні, проте, повторюсь, – абсолютно реально.

Певно при таких задачах багато зусиль компанія спрямовує і в навчання працівників?

– Раніше в ОРАНТА була досить потужна школа страхового агента з тренором у кожному регіоні. Це дозволяло нам постійно тримати своїх людей «у формі», надаючи їм всю актуальну інформацію щодо страхових продуктів та продажів. Зараз компанія працює над її реорганізацією. Ми хочемо зробити систему навчання більш сучасною та гнучкою, щоб залучати до співпраці молоде покоління спеціалістів. У будь-якому разі це мають бути добре підготовлені фахівці, на яких покладаємо великі надії у подальшій комунікації з клієнтами.

Проте наша мережа одночасно стала і нашою слабкістю в умовах агресії з боку РФ. Ми втратили цілі регіони та багато відділень. Але в цих умовах ми все одно зберегли колектив і всіляко підтримуємо співробітників, які були змушені тікати від війни. Деяких колег нам вдалося працевлаштувати в інших регіонах, хтось отримав можливість переключитися на роботу онлайн.

Тому люди – це наша сила!

Страхова компанія «Перша»: надійна ланка транспортно-логістичного ланцюжка



Минулого року страхова компанія «Перша» посіла перше місце серед усіх українських страховиків за обсягом виплат за договорами

добровільного страхування відповідальності перевізників. У 2023 році за цим видом клієнтам СК «Перша» виплачено майже 13 млн. грн. страхових відшкодувань, що в півтора рази перевищує показники 2022 року.

Сьогодні автомобільні перевізники, експедитори та власники вантажів потребують сучасних та дієвих страхових рішень – адже саме на автоперевізників лягає основний тягар забезпечення міжнародних перевезень, особливо за умови, коли морські перевезення та об'єкти залізничної інфраструктури перебувають під постійною терористичною загрозою з боку агресора. Попит на страхування ризиків, пов'язаних з перевезеннями вантажів, дедалі зростає, про що свідчить і статистика: за підсумками 2023 року, в цілому по ринку обсяг платежів за договорами страхування вантажів та відповідальності автоперевізників зріс на чверть, а кількість договорів – майже на 10%.

Специфіка страхування відповідальності автоперевізника полягає в тому, що, крім безпосередньо страхової виплати, від страховика вимагається надання додаткової допомоги перевізнику або власнику вантажу, що полягає в організації перевантаження вантажу з пошкодженого транспортного засобу в інший, прибиранні наслідків аварії, визначенні обсягу товарів, що не зазнали пошкоджень тощо.

Розглянемо більш детально, з чого складається комплексний страховий захист підприємств транспортно-логістичної галузі.

Страховання відповідальності перевізника

Основним і найбільш затребуваним страховим продуктом для автомобільних перевізників є страхування відповідальності перевізника (CMR/ТТН – відповідно, для міжнародних та внутрішніх вантажоперевезень). Таке страхування здійснюється відповідно до вимог Конвенції про дорожнє перевезення вантажів КДПВ та чинного транспортного законодавства України.

Договір страхування покриває такі ризики, як:

- Відповідальність за вантаж (вклю-

чаючи покриття наслідків крадіжки, розбою та грабежу, а також пошкодження вантажів в результаті воєнних ризиків в межах окремого субліміту);

- Відповідальність за невиконання договірних зобов'язань (помилки та упущення);

- Відповідальність за шкоду, заподіяну третім особам вантажем, що перевозився;

- Покриття інших витрат, таких як витрати на розслідування обставин страхового випадку, захист інтересів страховальника в судах, відшкодування доцільно проведених витрат на відшкодування шкоди та ін.

Додатково в договір можуть бути включені такі ризики, як покриття фрахту, перевезення вантажу з оголошеною вартістю, пошкодження вантажу внаслідок неякісного дорожнього покриття та ін.

Страховий тариф встановлюється індивідуально з огляду на маршрут перевезення, номенклатуру вантажів, кількість транспортних засобів, умови договору страхування, обсяги перевезень та ліміти відповідальності за ними.

З огляду на зручність для клієнтів та зменшення документообігу, СК «Перша», першою на українському страховому ринку, запропонувала своїм страховальникам сучасний, зручний та технологічний інструмент – електронний договір страхування професійної відповідальності перевізника. Відтепер немає потреби возити із собою папери та відвідувати офіс страхової компанії для укладання договору – всі процедури здійснюються в режимі онлайн. Копія електронного поліса, в разі необхідності, може бути оперативно відправлена власнику вантажу, експедитору або представнику правоохоронних органів.

Для сотень українських перевізників надійним і перевіреним партнером є страхова компанія «Перша». Серед підприємств транспортно-логістичної галузі вона має репутацію найбільш професійного страховика, який має значний досвід у врегулюванні страхових подій – адже щомісяця компанія врегулює кілька великих збитків за договорами страхування CMR/ТТН.



Рис. 1. Карта страхування ризиків у сфері вантажоперевезень

Страховання відповідальності експедитора

Закон України «Про транспортно-експедиторську діяльність» передбачає страхування експедитором вантажу та своєї відповідальності. Експедитор при організації перевезення може виступати в якості агента або принципала. В першому випадку, він лише знаходить для власника вантажу посередників, які будуть задіяні на окремих етапах перевезення. В другому випадку, він сам діє від імені власника вантажу, і, відповідно, несе на собі весь тягар відповідальності за результат здійснення перевезення.

Страховання відповідальності експедитора спрямоване на те, щоб покривати будь-які претензії, пред'явлені власником вантажу або іншою особою, яка зазнала збитків внаслідок діяльності експедитора.

Договір страхування забезпечує захист оборотних коштів експедитора і передбачуваність його витрат; а оперативне відшкодування збитків за договором страхування відповідальності не лише зберегає ділову репутацію експедитора, але й дозволяє уникнути банкрутства або ліквідації експедиторської компанії в разі пред'явлення до неї позовів про відшкодування великих збитків.

Експедитор як організатор перевезення завдяки страхуванню своєї відповідальності забезпечує себе від збитків, що виникли внаслідок власних помилок чи недбалості, а також наслідків дій та упущень залучених ним контрагентів. Водночас, договір страхування відповідальності експедитора не покриває збитків, які були заподіяні вантажу з причин, які сталися не з його вини – наприклад, в результаті пожежі або стихійного лиха. Ці ризики покриває договір страхування вантажів.

Страховання вантажів

Страховання вантажів забезпечує власника вантажу від збитків, пов'язаних зі знищенням, втратою або пошкодженням вантажу з будь-якої причини.

Додатково в договір страхування вантажів можуть бути включені такі ризики, як крадіжка, грабіж, розбійні та інші протиправні дії третіх осіб; навантажувально-розвантажувальні роботи в пунктах відправлення та призначення; рефрижераторні ризики; вивантаження або перевантаження вантажу з аварійного або пошкодженого засобу перевезення.

Водночас, договір страхування вантажів не покриває непрямі збитки, які покриваються договором страхування відповідальності експедитора (неправильна адресація і витрати на подальше пересилання, штрафи та неустойки у зв'язку з порушенням строків перевезення та ін.).

СК «Перша» рекомендує укладати ці два договори в комплексі, для забезпечення найбільш повного і всеохоплюючого страхового захисту перевезення

Гарантії за процедурою спільного транзиту

У 2022 році Україна приєдналася до Конвенції про процедуру спільного транзиту, яку ратифікували 36 європейських країн. Ця конвенція отримала назву «митний безвіз» – адже вона дозволяє суттєво спростити процедуру митного оформлення вантажовідправлень за кордон за рахунок скасування додаткового митного контролю. Між країнами-учасницями конвенції діють спільні правила транзитних переміщень вантажів, ідентичні правилам транзиту Євросоюзу.

В основі Конвенції про процедуру спільного транзиту лежить ІТ-система NCTS («New Computerized Transit System» – «Нова комп'ютеризована транзитна система»). Авторизовані учасники цієї системи отримують значні спрощення при митному оформленні вантажів, зокрема – можливість відправлення або отримання товарів без їх пред'явлення на митниці (фактично – з власного складу), право на самостійне використання пломб спеціального типу, а також застосування загальної гарантії, у тому числі зі зменшенням розміру забезпечення референтної суми.

Згідно з Конвенцією, перевезення товарів в рамках однієї транзитної процедури здійснюється від митниці відправлення в одній країні до митниці призначення в іншій країні, за однією транзитною декларацією, під забезпеченням однією гарантією (така гарантія діє на території всіх країн, якими переміщуються товари). Відповідальність перед митними органами відповідних країн настає у випадку неприбуття або неповного прибуття товару до митниці призначення, в результаті чого виникли зобов'язання по сплаті податкових зобов'язань щодо втраченого товару в країні призначення.

Гарантами можуть виступати фінансові установи (банки або страхові компанії), які включені до Реєстру гарантів, який ведеться Державною митною службою України. СК «Перша» включена до цього реєстру з 10 вересня 2021 року і може виступати гарантом при здійсненні міжнародних перевезень за спрощеною процедурою у повному обсязі, без будь-яких обмежень.

СК «Перша»: пріоритети – фінансова стійкість компанії та дотримання вимог регулятора

За підсумками 2023 року СК «Перша» зміцнила свої позиції серед лідерів українського страхового ринку, наростивши обсяги страхових платежів у півтора рази. За добровільними видами страхування приріст платежів склав 75%. Найбільше зростання зафіксовано саме у тих видах страхування, які безпосередньо стосуються транспортно-логістичної галузі: платежі зі страхування вантажів та КАСКО подвоїлися, а зі страхування відповідальності перевізників – зросли у півтора рази.

При цьому, СК «Перша» дбає і про дотримання регуляторних вимог, які за останній рік значно посилювалися. Компанія продовжує нарощувати ліквідні активи, дотримуючись вимог щодо їх диверсифікації та якості. Значна частина активів СК «Перша» була переведена в державні облігації, оскільки кошти від продажу державних цінних паперів спрямовуються на фінансування нагальних бюджетних потреб, що є життєво необхідним для держави в умовах війни. Також СК «Перша» отримала від Національного Банку України підтвердження відповідності структури власності вимогам щодо прозорості, що прямо передбачено ст. 18 Закону України «Про страхування». Слід зазначити, що на сьогодні майже три десятки страховиків, які працюють на ринку, ще не отримали такого підтвердження, що може нести для страхувальників додаткові ризики.

Але, беззаперечно, головне – щоб Україна перемогла, і життя країни повернулося у мирне русло.

СК «Перша» готова сприймати законодавчі трансформації та подальше посилення регуляторних вимог, маючи для цього достатні фінансові, кадрові та організаційні ресурси, що дозволять здійснювати адаптацію до нових ринкових умов без шкоди для інтересів страхувальників та фінансової стабільності самої компанії.

*З вірою у Перемогу та ЗСУ!
Слава Україні!*

**Страхова компанія «Перша».
Ми працюємо заради вас!**

Перехід на європейські стандарти дасть переваги для клієнтів і новий імпульс для розвитку ринку



Мирослав Бойчин, Голова Наглядової ради СК «Євроінс Україна» та голова Правління СК «Європейське Туристичне Страхування», розповів про те, за рахунок чого компанії зростають у складні часи, про стратегію групи EIG в Україні та найближчі перспективи страхового ринку.

З яким результатом компанії групи Euroins закінчили рік? На чому були зосереджені зусилля команд?

- 2023 рік був складним для всіх, але наші компанії закінчили його досить успішно.

«Євроінс Україна» збрала 565 млн грн страхових премій, що на 20,4% більше порівняно з 2022 роком. Іншими словами, компанія фактично вийшла на рівень зборів до повномасштабного вторгнення.

Найбільшу динаміку приросту премій принесли ключові лінії бізнесу – особисте і моторне страхування. Так, у сегменті ДМС приріст склав 110% або 56,3 млн грн, ОСЦПВ – плюс 24% або 69,7 млн грн, а в страхуванні від нещасних випадків – плюс 24% або 2,5 млн грн. Сукупний обсяг виплачених «Євроінс Україна» страхових відшкодувань за 2023 рік зріс на 41,5% і досяг 265 мільйонів гривень.

Що стосується «ЕТС», приріст страхових премій компанії склав 6%, це хороший показник з урахуванням того, що сукупний обсяг премій ринку знизився на 8,6%. У результаті наша частка ринку зросла з 14,2% до 16,5%.

Резюмуючи, можна сказати, що головний підсумок роботи компаній за минулий рік – збереження високої фінансової стійкості, ліквідності та операційної стабільності.

В умовах воєнного часу «Євроінс Україна» і «ЕТС» своєчасно і в повному обсязі виконують взяті на себе зобов'язання перед клієнтами і партнерами, неухильно дотримуючись нормативних вимог регулятора.

Приріст страхових премій є підтвердженням правильності обраного курсу та маркером високої довіри клієнтів до компанії.

За рахунок чого було забезпечено стабільність і позитивну динаміку?

- Все це стало можливим завдяки системному підходу до бізнесу та послідовному впровадженню стратегії розвитку компанії. Ще до початку повномасштабної війни, під час пандемії, ми вжили низку заходів щодо забезпечення стійкої діяльності компаній в надзвичайних умовах.

Це перехід на гібридний формат роботи, налагодження віддаленого управління проектами і командами, розвиток soft skills, необхідних для обслуговування клієнтів у складних ситуаціях. Паралельно ми інвестували в розвиток контакт-центру, IT інфраструктури та програмного забезпечення, що дало можливість наростити потужності з обслуговування клієнтів.

Усі ці напрацювання дуже допомогли нам після початку повномасштабної війни, дозволивши впевнено пройти 2022 і 2023 роки. Якщо й виникали якісь проблеми, то ми їх оперативно розв'язували, а наші клієнти не відчували жодних незручностей.

Тому, незважаючи на всі виклики, компанії групи Euroins чітко виконують усі вимоги регулятора, клієнти продовжують залишатися з нами, а премії зростають. Дуже важливо, що в складний воєнний час ми приділяємо велику увагу турботі про команди – збережено всі робочі місця та рівень оплати праці наших фахівців.

Наскільки серйозною є підтримка європейських акціонерів, які позиції групи Euroins у Європі?

- Ми відчуваємо повноцінну підтримку від наших акціонерів протягом усієї повномасштабної війни. Наприклад, для страхування великих ризиків є можливість залучати фінансові потужності нашого внутрішнього перестраховика групи – EIG Re.

Що стосується стану страхового бізнесу холдингу Eurohold, ми можемо спиратися на результати останнього релізу Fitch Ratings. У грудні 2023 року агентство повідомило про підтвердження на рівні B+ рейтингів фінансової стійкості страховиків (IFS) двох основних операційних дочірніх компаній

страхової групи Euroins (EIG) – Euroins Bulgaria і EIG Re, – і про збереження прогнозу за ними на стабільному рівні.

Як вплинули два роки повномасштабної війни в Україні на плани розвитку групи EIG?

– Весь цей час наші акціонери надавали і продовжують надавати всебічну підтримку дочірнім українським компаніям. Група Euroins розглядає український ринок як важливий регіон для бізнесу навіть з урахуванням нинішньої важкої ситуації.

І це не просто слова, у EIG є досвід роботи безпосередньо в зоні активних бойових дій. У 2022 році, коли діяв морський коридор, група застрахувала 65% загального обсягу експорту зерна України. Це 1800 партій вантажу на суму близько 5 млрд доларів – зерновозу вирушали з портів Чорноморськ, Одеса та Південний до країн Європи та Північної Африки.

Вже зараз страховикам потрібно думати і про те, яку участь вони братимуть у післявоєнному відродженні України. «Євроінс Україна» готова активно працювати в проєктах відновлення разом з європейськими партнерами. Конкретні плани ми обговорювали минулої осені під час Німецько-українського економічного форуму в Берліні.

Представники великого бізнесу Німеччини заявили про свою готовність інвестувати в Україну. Не секрет, що найефективнішим інструментом для захисту зарубіжних інвестицій є страхування. При цьому у «Євроінс Україна» є великий досвід і хороша експертиза в страхуванні інфраструктурної та транспортної галузі, й, звісно, високий рівень фінансової надійності.

Чи змінилася стратегія акціонерів з урахуванням тривалої війни для українських компаній групи?

– Під час війни європейські акціонери не вимагають від нас продовження експансії та розширення частки ринку. Головне зараз – забезпечувати стабільну роботу компаній, зберегти фінансову стійкість і лояльність клієнтів, вчасно і в повному обсязі виплачувати відшкодування, відповідати усім вимогам регулятора. На даному етапі цього достатньо, оскільки ще немає повного розуміння всіх можливих сценаріїв та економічних

наслідків війни. Ситуація змінюється дуже динамічно, і з упевненістю можна сказати, що стратегія Euroins буде коригуватися вже після закінчення активних бойових дій.

«Євроінс Україна» завжди була активним гравцем на ринку ДМС. Які плани компанії в цьому сегменті?

– Після сильного спаду, який був на ринку ДМС у 2022 році, цей сегмент знову оживає. Роботодавці продовжують працювати і розуміють цінність медичного страхування для утримання своїх співробітників. Ми збільшуємо активність за цим напрямком – наші премії з ДМС у 2023-му зросли більш ніж удвічі, і ми намагатимемося підтримувати високу динаміку і у 2024 році.

Для цього компанія постійно працює над поліпшенням сервісу для наших застрахованих. Ми збільшили кількість задіяних асистансів (крім нашого власного працюємо з трьома партнерськими), впровадили процедуру моніторингу та оцінки якості обслуговування, у застрахованих є функціональний персональний кабінет, а також можливість онлайн-врегулювання за сканкопіями документів.

Які зміни ви очікуєте на ринку автострахування найближчим часом?

– «Євроінс Україна» як один з найбільших гравців на ринку «автоцивілки» покладає великі надії на ухвалення нового закону про ОСЦПВ. Очікуємо, що він має наблизити цю сферу страхування до європейських реалій. Поступове і значне підняття лімітів відшкодування дасть кращий рівень захищеності для автомобілістів. Нормою стане пряме врегулювання, виплата для ремонту на партнерській СТО, відсутність урахування зносу та інші переваги, які оцінять автовласники. Водночас страховики отримають можливість гнучко регулювати цінову політику і розвивати ОСЦПВ як більш прибутковий вид, конкуруючи не стільки завдяки нижчій ціні, скільки завдяки кращому сервісу та іншим бонусам для своїх клієнтів.

На ринку туристичного страхування компанія «ЄТС» вкотре стала першою за преміями та виплатами. Що допомагає їй утримувати лідерство?

– Секрет полягає в послідовній роботі з реалізації нашої ринкової стратегії. «ЄТС» – єдина страхова компанія України, яка вже 17 років спеціалізується на туристичному страхуванні.

Сфокусованість на одному сегменті бізнесу допомагає нам залишатися в ньому лідерами і пропонувати клієнтам

найкращі рішення, орієнтуючись на їхні потреби та сучасні тренди.

Найважливішим каналом залучення клієнтів були і залишаються партнерські продажі. Ми будемо співпрацю з турагенціями, страховими агентами та іншими партнерами на прозорій і прогнозованій основі. Також співпраці дуже сприяє автоматизація – зокрема, функціональний онлайн-кабінет, який є у розпорядженні партнерів.

Ми цінуємо кожного клієнта, тому намагаємося зробити все від нас залежне для того, щоб співпраця з «ЄТС» була максимально комфортною. Саме для цього одними з перших ми розробили онлайн-сервіси для швидкого оформлення поліса, де клієнт може обрати з широкого переліку опцій та оплатити поліс онлайн.

Так само проста дистанційна процедура подачі документів для отримання страхових відшкодувань. Щоб оформити запит, клієнтам достатньо витратити лише кілька хвилин.

Повноту виконання фінансових зобов'язань підтверджує високий рівень виплат (близько 38% за підсумками 2023 року). Ми продовжимо розвивати наші сервіси та пропонувати клієнтам широкий спектр послуг у страхуванні поїздок за кордон і територією України.

Як впливатиме на страховий ринок наближення до вступу України до ЄС?

– Цей вплив вже відчутний, адже регулятор готує учасників ринку до переходу на ще більш жорсткі стандарти фінансової стійкості Solvency II. У зв'язку з цим ми, як і інші страхові компанії, завершуємо перехід на новий міжнародний стандарт фінансової звітності IFRS 17 та адаптуємось до вимог нових законодавчих і регуляторних актів, які набувають чинності з 2024 року.

Імплементація європейських норм на шляху України до ЄС, на наш погляд, має дати компаніям і нові можливості. Наприклад, доцільно було б розширити список інвестиційних інструментів, емітованих на фондовому ринку країн Євросоюзу, які можливо враховувати в покритті страхових резервів компаній. Це зміцнило б фінансові можливості гравців ринку і дало б добрий імпульс для розвитку українського страхування на найближчі роки.

Стратегія розвитку страховика: основні засади та методологія розробки



З набуттям чинності 1 січня 2024 року Закону України “Про страхування” в редакції 2021 року та затвердженням Постанови правління Національного банку України “Про затвердження Положення про авторизацію надавачів фінансових послуг та умови здійснення ними діяльності з надання фінансових послуг” № 199 від 29 грудня 2023 року (далі - Постанова №199) у страховиків, як і у інших небанківських фінансових установ виникає необхідність в розробці стратегії розвитку компанії. З цією метою є актуальним нагадати методологічну базу стратегічного планування та вдосконалити методологію розробки стратегії розвитку страховика через призму сьогодення, що була опублікована в журналі Страхова справа №4 (20) 2005 року та реалізована в Національній компанії в 2003-2010 рр.

Євгеній Бридун, засновник “Інституту фінансових рішень”, Голова Правління Страхової компанії “ПРЕСТИЖ” та доцент кафедри фінансів Національного університету “Києво-Могилянська академія”, кандидат економічних наук, доцент

Активні інституційні перетворення останніх тридцяти років унаслідок зміни економічної моделі розвитку економіки України, роздержавлення та приватизація державних підприємств об’єктивно приводять до необхідності визначення перспектив розвитку як цілих галузей, так і окремих суб’єктів господарювання. Тому особливої актуальності для суб’єктів господарювання усіх форм власності набувають питання стратегічного аналізу та планування в контексті розвитку ринкової економіки в Україні та інтеграційних процесів у висококонкурентну європейську та світову економічні системи з урахуванням нових напрямів економічної науки – менеджменту, інжинірингу, маркетингу, контролінгу тощо. На наш погляд, позитивний досвід стратегічного аналізу та планування в Україні потрібно набувати у поєднанні з найкращим досвідом найбільших підприємств та досвідом світових лідерів неоіндустріальної економіки.

Розробка стратегічних планів розвитку суб’єктів господарювання – це не лише данина моді або перенесення позитивного закордонного досвіду стратегічного планування, активний розвиток якого розпочався у 1964 р. у США, це швидше бажання власників компаній прогнозувати керувати бізнесом, збільшуючи його вартість, генерувати грошовий потік, роблячи власника багатшим. Для топ-менеджменту компаній стратегічне планування дає чітке бачення позитивних та негативних аспектів діяльності організації, знання конкурентного ринкового середовища та місця компанії на ринку, визначення основних стратегічних перспектив та результативності бізнесу.

Характеризуючи підприємства й організації України з погляду об’єкта для стратегічного планування на сьогодні можна виділити два основні типи підприємств, які функціонують в економіці.

1. Підприємства, сформовані в результаті інституційних перетворень державних підприємств у недержавні; це середні та великі підприємства (корпорації).

Більшість з них зберегли господарський механізм, який був притаманний підприємствам в централізованій плановій системі, їх корпоративну культуру, цінності та імідж. Особливо це стосується підприємств промисловості.

2. Новостворені підприємства та організації, які засновані впродовж останніх тридцяти років незалежності. До таких суб’єктів господарювання можна віднести більшість фінансових інституцій.

Структура та організація виробництва цих підприємств змінювалась під впливом об’єктивних та суб’єктивних факторів, зокрема таких як законодавство, що змінюється, динамічне формування інфраструктури фінансового ринку, надприбутки з окремими фінансово-господарськими операціями, відсутність кваліфікованих спеціалістів, що мають значний досвід роботи в галузі тощо.

Більшість еволюційних та об’єктивно зумовлених процесів у фінансовому секторі уже завершені. На сьогодні існує надто жорстка конкуренція, особливо на банківському та страховому ринках, унаслідок чого зменшується прибутковість бізнесу. А тому актуальним питання у фінансових інституціях є впровадження стратегічних та бізнес-планів, впровадження

систем бюджетування тощо.

Теоретичних розробок щодо стратегічного планування величезна кількість, але значно менше тих, що описані та реалізовані на практиці, тому мета цієї роботи – розкриття авторського алгоритму (стратегічної карти) побудови стратегії страховика. Такий алгоритм враховує детально розроблені в науковій літературі принципи, методи стратегічного планування, позитивний досвід стратегій вітчизняних та зарубіжних страховиків, специфічні особливості розвитку страхових інституцій на сучасному етапі розвитку страхового ринку України, а також власний практичний досвід опрацювання стратегії страховиків.

Вибір об’єкта дослідження був зумовлений рядом причин: по-перше, за останні шість років стрімко зменшилась кількість страхових компаній на національному страховому ринку (з 294 у 2017 р. до 98 на кінець лютого у 2024 р.) і, відповідно проходять суттєві трансформаційні процеси на страховому ринку, в тому числі в наслідок збройної агресії росії проти України; по-друге, зміна регулятора небанківського фінансового ринку та нормативно-правової бази страхування; по-третє, фінансові ринки завжди ідентифікують як високоорганізовані з чіткими та прозорими правилами їх функціонування, а страхові інституції ідентифікують як інвесторів для економіки країни з потужними резервами внутрішніх фінансових ресурсів, дешевших ніж банківські ресурси; по-четверте, практично реалізованого досвіду стратегічного аналізу та планування у вітчизняних страховиків, на наш погляд, не багато,



Рис. 1. Алгоритм розробки стратегії страхової компанії

незважаючи на численну кількість консалтингових, тренінгових компаній, бізнес-шкіл та семінарів світових бізнес-гуру.

Визначаючи поняття стратегії, процитуємо класиків стратегічного планування. А. А. Томпсон і А. Дж. Стрикленд визначають стратегію як „сукупність всіх дій керівників, що сприяють досягненню цілей організації; діюча стратегія компанії частково спланувала і частково реагує на обставини, що змінюються”. Ігор Ансофф зазначає, що “стратегія – це набір правил для прийняття рішень, якими фірма керується в своїй діяльності. Існує чотири різні групи правил: орієнтири і завдання, продуктово-ринкова стратегія фірми, організаційна концепція, оперативні прийоми”. Згідно з Майклом Портером “стратегія - це створення єдиної дієвої позиції на основі використання відмінної виробничої діяльності”, або “стратегія – це визначення напрямку та масштабів діяльності організації в довгостроковій перспективі. Вона ідеально визначає ресурси, які відповідають умовам середовища, що змінюється, особливо ринкові, клієнтам, споживачам з метою задоволення очікувань власників підприємства”. На нашу думку, стратегія – це взаємоузгоджене бачення акціонерів, топ-менеджменту, персоналу стратегічних і тактичних цілей розвитку компанії та шляхів їх досягнення з урахування можливих очікувань.

Процес стратегічного планування

може бути представлений у вигляді послідовного розв’язання стратегічних і тактичних проблем, при цьому для їх розв’язання використовуються свої особливі методи дослідження. Розглянемо послідовно ключові з них.

Керівництво та акціонери компанії повинні чітко відповісти на питання (рис. 1): “Чи потрібна стратегія страховику?”. Відповіді на це питання можна таким чином. Стратегію необхідно розглядати як систему пріоритетів, бачення, довгострокових цілей компанії і засобів їх досягнення. Розроблена стратегія компа-

нії – це передусім інструмент оперативного управління, що задає загальний вектор розвитку компанії та координує роботу персоналу компанії у вибраному напрямі. Наявність стратегії дає впевненість в майбутньому, показує кроки для досягнення бажаних результатів. Через специфіку страхового бізнесу в нинішніх умовах та відповідного поділу компаній за видами бізнесу (класичний, кептивний), очевидно, що розробка стратегії має бути диференційованою для кожної компанії, будуватися за ідеологією та характеристиками, притаманними страховій орга-

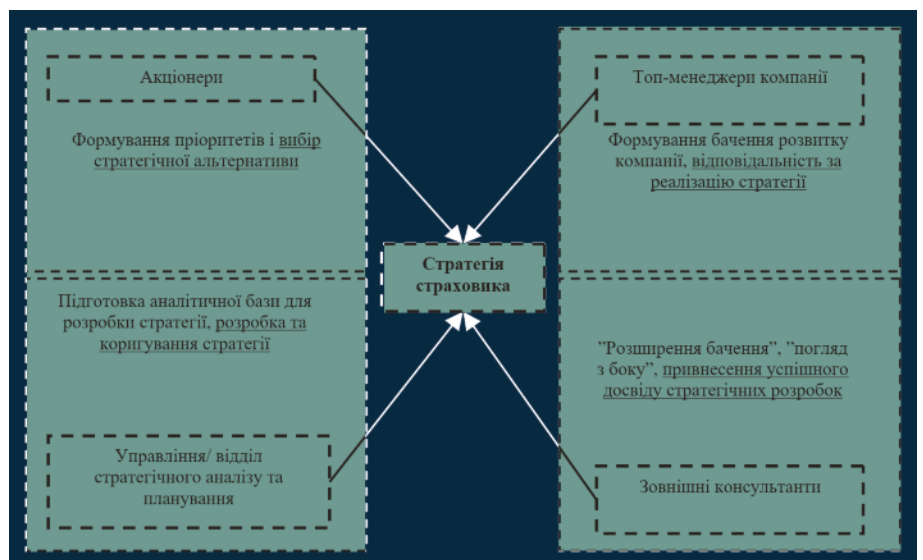


Рис. 2. Учасники процесу розробки стратегії

нізації. Це, звичайно, умовний поділ, але існують відмінності в джерелах доходів страховиків, що належать тому чи іншому страховому бізнесу. Очевидно, що цілі та кінцевий результат є спільними для акціонерів (рис. 1). Інакше майбутнє компанії буде примарним і чітко невизначеним.

Необхідність розробки стратегії страховика наводить на думку, хто і за яких умов буде учасником процесу розробки стратегії. Ініціювати розробку стратегії має топ-менеджмент компанії, а підтримати акціонери, оскільки на процеси стратегічного планування відволікається значні людські та фінансові ресурси. Для складання стратегічного документа створюється група стратегічного планування із топ-менеджерів компанії, представників регіональних підрозділів страхування та інших ініціативних менеджерів компанії. Збирають і опрацьовують інформацію управління (відділ), співробітники якого відповідають за підготовку документів для робочої групи. Такий структурний підрозділ має бути підпорядкований безпосередньо голові правління. Інколи навіть створюють окрему посаду заступника голови правління з розвитку компанії. До розроблення стратегії зазвичай залучають консультантів з методології стратегічного планування. Але на наше глибоке переконання стратегія буде

успішно розробленою та реалізованою тільки тоді, коли її відпрацюють топ-менеджмент компанії та середня ланка управління і вона буде сприйнята всіма співробітниками компанії. Процес розроблення стратегії показано на рис. 2.

Національний банк Постановою №199 встановив базові вимоги до розробки стратегії розвитку страховика, і вона повинна включати таке:

1. Розвиток бізнесу (мета створення, завдання).
2. Сценарій діяльності - сприятливий та несприятливий.
3. Представлено економічне середовище діяльності (маркетингове дослідження ринку, конкуренти) з огляду на регіон діяльності.
4. Бізнес-модель небанківської фінансової установи (загальний порядок надання фінансових послуг, мета залучення третіх осіб до надання фінансових послуг, потенційні споживачі фінансових послуг, політика ціноутворення).
5. Спеціалізацію на ринку небанківських фінансових послуг (SWOT-аналіз, конкурентна позиція).
6. Часовий проміжок - три роки (починаючи з першого дня кварталу, наступного за кварталом, в якому до Національного банку подано пакет документів)
7. Форма подання - рекомендованої форми до складання плану діяльності в

разі її розміщення на сторінці офіційного Інтернет-представництва НБУ.

8. Фінансово-економічні показники - розраховуються з урахуванням ризиків, що впливають на виконання плану діяльності при різних сценаріях.

9. Включає матеріально-технічну базу, персонал, структурні підрозділи, нематеріальні активи, участь в інших юридичних особах.

10. Наміри стосовно витрат на розвиток бізнесу, матеріально-технічна база та програмне забезпечення (комп'ютерна техніка, облікові (інформаційні - для страховиків) системи, інші техніка та програмне забезпечення, потрібні для надання фінансових послуг та звітування Національному банку), приміщення (на підставі права власності чи користування), управління персоналом, реклама, використання торговельних марок та веб-сайтів.

11. Фінансовий план (прогнози розрахунки, регуляторний баланс та дані про показники діяльності, із розкриттям статей активів, зобов'язань, власного капіталу, субординованого боргу, доходів та витрат) із наданням аналізу сценаріїв діяльності заявника та обґрунтуванням припущень щодо наданих прогнозних даних, а також поясненнями щодо суттєвих відхилень.

12. Фактори впливу на діяльність за

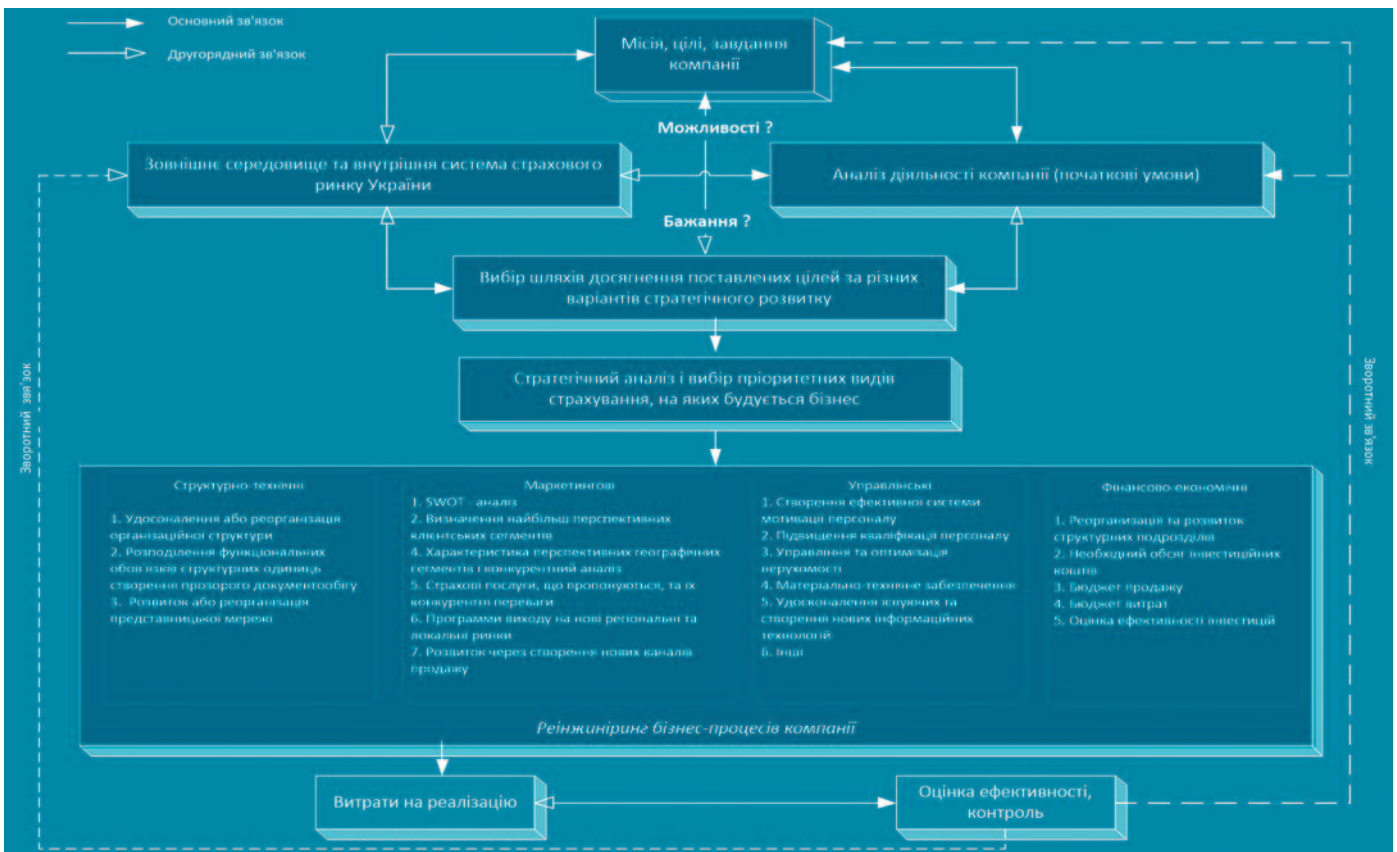


Рис. 3. Алгоритм побудови стратегії розвитку страхової компанії



Рис. 4. Алгоритм побудови блоку „Стратегічний аналіз і вибір пріоритетних класів страхування, на яких будується бізнес”

несприятливого сценарію та заходів, що можуть зменшити вплив таких факторів.

13. Потреби у фінансуванні, збільшенні статутного (складеного) капіталу, розміри фінансування, його строки та джерела походження коштів для його здійснення

14. План щодо створення інших юридичних осіб та/або придбання часток / акцій інших юридичних осіб. Опис впливу на діяльність та фінансовий стан зазначається в разі наявності таких намірів.

15. Наміри стосовно продажу бізнесу або зміни / появи нових власників істотної участі.

16. Затверджується - наглядовою радою страховика.

Для того щоб стратегія розвитку була цілісною та приносила користь власникам страховика, ще і задовольняла вимогам регулятора пропонуємо розглянути послідовно загальний алгоритм (стратегічну карту) розроблення стратегії (рис. 3):

1. Бажання акціонерів і готовність топ-менеджменту компанії розвиватися.

2. Зіставлення можливостей компанії з інвестиційними ресурсами акціонерів.

3. Визначення місії, цілей, завдань компанії на період розробки стратегії.

4. Розгляд місця компанії на страховому ринку та ключових його сегментах.

5. Дослідження основних тенденцій розвитку світового страхового ринку та страхових ринків країн-сусідів, вивчення основних тенденцій, закономірностей розвитку та перспектив розвитку суміжних ринків як основних.

6. Розгляд основних тенденцій розвитку національного страхового ринку та основних складових його розвитку: інформаційних технологій, законодавства та його можливих змін, правового поля і т. ін.

7. Зіставлення результатів аналізу діяльності компанії з ринковими показниками; вивчення „больових точок” компанії; виконання SWOT-аналізу.

8. Проведення загального конкурентного аналізу.

9. Побудова можливих сценаріїв розвитку компанії, їх характеристика.

10. Визначення сценаріїв розвитку та прогнозування розвитку макроекономічних показників як економіки в цілому, так і національного страхового ринку.

11. Визначення місії, цілей та завдань, що ставлять перед керівництвом та персоналом акціонери на основі інформації про тенденції розвитку світу, країни.

12. Визначення основ побудови цього розвитку, а саме: які види страхування будуть ключовими у розвитку. Кожний вид має свої особливості та пріоритети розвитку. Прогнозування розвитку кожного виду страхування на період реалізації стратегії. Розробка заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей через внутрішні складові розвитку, зокрема: структурно-технологічні, маркетингові, управлінські, фінансово-економічні.

13. Оцінювання витрат на реалізацію стратегії.

14. Оцінювання ефективності стратегії.

Оскільки розвиток страхової компанії має будуватися здебільшого на операційній діяльності або страхових послугах, що є пріоритетними для розвитку (блок „Стратегічний аналіз і вибір пріоритетних видів страхування, на яких будується бізнес”), тому охарактеризуємо алгоритм побудови цього розділу зі специфічними особливостями, притаманними страхуванню (рис. 4).

Складові частинами даного розділу є:

1. Основні економічні характеристики класу страхування, зокрема, визначається розмір, темпи зростання ринку та основні споживачі, кількість конкурентів та їх частка на заданому сегменті. Оцінюється позиція компанії на сегменті ринку, що досліджується конкурентні переваги та недоліки, а також можливість для розвитку.

2. Досліджуються економічні фактори, що впливають на розвиток класів страхування, а також макроекономічне середовище. Визначається прибутковість цього виду страхування (технічний результат) в компанії на підставі якого, робляться висновки про необхідність усунення „больових точок”.

3. Прогноз розвитку даного виду страхування на ринку, визначаються складові, що є невід’ємною частиною прогнозу, такі як основні характеристики ринку, фактори зростання /зменшення; шляхи досягнення такого сценарію розвитку та можливі ризики.

4. Конкурентний аналіз даного сегмента ринку з визначенням місця компанії на ньому (аналізується діяльність

основних компаній, що працюють на цьому ринку, їх слабкі та сильні сторони, за допомогою інструмента Бостонської консалтингової групи (BCG) визначається стратегія конкурентів на даному сегменті ринку).

5. На підставі проведеного аналізу визначаються ключові фактори успіху за такими складовими, як надання послуг, інновації, професійна підготовка, в маркетинг і т. ін.

6. Підсумок основних результатів аналізу, прогнозування обсягів надходжень компанії за базовими сценаріями розвитку.

Такий аналіз проводиться за всіма ключовими класами страхування, на яких будується стратегія. Кожна страхова компанія опанує певні специфічні сегменти ринку, яким віддається перевага, або інсайдерський бізнес будується з урахування страхувача як елемента крутообігу фінансового капіталу групи компаній.

На наш погляд, рекомендованими видами страхування можуть бути: особисте страхування, майнове, крім страхування транспортних ризиків та фінансових ризиків, страхування транспортних ризиків, страхових фінансових ризиків (для кептивних компаній); страхування відповідальності та перестраховання.

Страхові продукти, розроблені в компанії, включаються у відповідні класи страхування. Беручи до уваги Закон України „Про обов’язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів”, бажано виділити цей сегмент як окремий вид страхування. Можна окремі страхові

продукти згрупувати за групами страхування, що традиційно склалися у компанії, але це може ускладнити подальший аналіз через належність різним галузям страхування.

У компаніях, що мають вузьку спеціалізацію, слід виділити пріоритетні класи страхування, наприклад, страхування авіаційних та морських ризиків і т.ін.

Наступний важливий блок досягнення завдань стратегії - відпрацювання бізнес-процесів, зокрема структурно-технологічного блоку.

Цей блок має містити принаймні дві складові:

1. Удосконалення базової організаційної структури компанії (компаній групи), яка повинна відповідати критеріям економії постійних та змінних витрат, гнучкості управління, універсальності та спеціалізованості підрозділів компанії, підвищенню ефективності роботи персоналу, зменшення його чисельності, росту заробітної плати, підвищенню ефективності розподілу капіталу.

Організаційна структура повинна деталізуватися за кожним рівнем (центральний офіс, регіональна дирекція чи управління страхування, агентський офіс) окремо, з визначенням функціональних обов’язків структурних одиниць та враховують лінії захисту.

2. Прогнозування кількості точок продажу, асистентських центрів і т. ін. Якщо в організаційній структурі з’являються нові елементи (точки продажу, агентські офіси), то обґрунтовується необхідність їх започаткування і складається кошторис початкових витрат на їх створення.

Основними джерелами доходів є операційна діяльність, продаж страхових продуктів, що неможливі без структурованих чітких та прозоро вибудованих бізнес-процесів (до таких можна віднести досягнення маркетингових цілей).

Розглянемо логіку побудови блоку досягнення маркетингових цілей.

Охарактеризуємо алгоритм побудови цього розділу (рис. 5), складові частини такі:

1. Визначення тенденції розвитку страхового ринку та особливостей діяльності страхової компанії, що формалізуються у вигляді SWOT-аналізу об’єкта стратегічного планування.

2. Визначення найперспективніших цільових клієнтських сегментів для підготовки та реалізації страхових послуг та розгляд формули успіху і маркетингових переваг страхової компанії з погляду продажу страхових послуг, на які вона буде орієнтуватися в перспективі.

3. Проведення аналізу інвестиційної привабливості регіонів (за економічним розвитком, ринковою інформаційною, телекомунікаційною інфраструктурою, активністю фінансового ринку, людськими ресурсами і т. ін.), який з’являється з конкурентним аналізом регіональних страхових ринків на предмет наявності компанії конкурентів, їх частки на ринку та основних його сегментах і розгляд цінової конкуренції та рівня комісійної винагороди тощо. На підставі проведеного аналізу визначення пріоритетних для розвитку компанії регіонів.

4. Розроблення програм виходу на



Рис. 5. Алгоритм побудови блоку „Маркетинг”



Рис. 6. Алгоритм побудови фінансово-економічного блоку

кожний регіональний ринок страхування для надання послуг відповідним цільовим клієнтським сегментам, визначення каналів продажу страхових послуг для відповідних клієнтських сегментів.

Неможливо досягти управлінських цілей без деяких концептуальних складових, які притаманні тій чи іншій компанії. Такими складовими мають бути інформаційні технології, управління та оптимізація наявної нерухомості, матеріально-технічне забезпечення, пересувні точки продажу, центри врегулювання збитків створення ефективної системи мотивації та навчання персоналу. Цей блок повинна будувати група стратегічного планування, виходячи із „родзинки” компанії. Він має містити такий важливий елемент, як навчання персоналу, що є основою, рушійною силою реалізації стратегії розвитку компанії. Персонал повинен бути поставлений у центр вирішення корпоративних завдань компанії. Стратегію, розроблену керівниками вищої та середньої ланки управління, має бути підтримана як керівниками середньої ланки так і всіма працівниками. Останні повинні чітко знати свою роль в діяльності фірми щодо досягнення нею довготривалих та короткострокових цілей. Для цього вони повинні бути відповідним чином проінформовані. Без чіткого формулювання цілей неможливо об'єднати зусилля всіх працівників для їх досягнення.

Останній ключовий блок в алгоритмі побудови стратегії розвитку страхової компанії - реалізація фінансово-економічних цілей.

Розглянемо послідовність побудови цього розділу, складові частини якого такі (рис. 6):

1. Консолідація інформації, представлені у перших блоках, і розвитку пріоритетних видів страхування, структурно-технологічних перебудов та маркетинг, орієнтований на розвиток інвестиційних ресурсів на реалізацію стратегії розвитку компанії на період планування.

2. Складання плану продажу за пріоритетними видами страхування та основні операційні витрати на реалізацію цього плану.

3. Формування плану витрат, зокрема витрат на ведення справи компанії, а також на оплату праці працівників за елементами організаційної структури.

4. Оцінювання ефективності діяльності новостворених елементів організаційної структури та стратегії розвитку в цілому за такими показниками, як рівень виплат, рівень витрат на комісійні винагороди, рівень витрат на перестраховання, рівень витрат на ведення справи, очікуваний прибуток, потік грошових коштів, приведена вартість грошових потоків (NPV), загальна капіталізація компанії, внутрішня норма дохідності (IRR), строк окупності проекту та ін.

Таким чином, запропонований алгоритм побудови бізнес-стратегії дозволяє акціонерам, з'ясувати таке: на даний час страхова компанія із врахування внутрішньої структури та місця на ринку коштує n грошових одиниць, інвестує в розвиток компанії m грошових одиниць вартість бізнесу становить $3m$ грошових одиниць

доходу щороку впродовж інвестиційного періоду з дисконтом $X\%$, отже вартість компанії зросте $2n$ раз. Як саме?

Розвиваючи пріоритетні види страхування, зменшуючи аквізиційні та адміністративні витрати, розширюючи канали продажу страхових послуг та збільшуючи їх результативність, удосконалюючи внутрішні бізнес-процеси, інформаційні технології, навчаючи та мотивуючи персонал і т. ін.

Топ-менеджмент опрацьовує загальні орієнтири (критеріальні точки) для розвитку компанії, які чітко розуміють інсайдери, розробляє перспективні напрями розвитку та їх рентабельність, впроваджує ноу-хау в страхуванні та ін. А персонал чітко розуміє основні стратегічні напрями розвитку компанії, взаємозв'язок між стратегією та власною мотивацією, особисті перспективи кар'єрного росту, що пов'язані зі стратегією.

Особливістю успішного виконання стратегічних планів компанії є повна відповідальність його учасників за напрями розвитку (проекти розвитку) та повний контроль з боку топ-менеджменту й акціонерів за послідовністю виконання поставлених завдань.

Бізнес-стратегія - це перманентний процес, основа для розробки функціональних стратегій у ключових напрямках розвитку, побудови щорічних бізнес-планів та бюджетів компанії на найближчу перспективу. Крім того, щороку стратегія розвитку компанії переглядається і коригується з урахування зміни тенденцій на страховому ринку.



Страховий ринок України. Підсумки 2023 року

Валові страхові премії страховиків України за січень-грудень 2023 року зросли на 18,7% з 39,6 млрд грн до 47 млрд грн. Журнал Insurance TOP проаналізував статистику українських страхових компаній за 12 місяців та підвів "воєнні" підсумки ринку.

Премії

Від фізичних осіб отримано 28,76 млрд грн страхових премій, від юридичних осіб 17,2 млрд грн., від перестраховальників 1,06 млрд грн.

Чисті страхові премії перевищили 46 млрд грн, чисті зароблені страхові премії склали 38,7 млрд грн, підписані премії 46,5 млрд грн. За даними НБУ, загальна кількість укладених договорів страхування в 2023 році перевищила 94,82 млн одиниць.

Премії зі страхування життя значно зросли як за квартал, так і протягом року: на 22% та 19% відповідно. Водночас суттєво збільшилися й обсяги виплат на 41%. 41,85 млрд грн припадало на ризикове страхування (89%) та 5,15 млрд грн на страхування життя (11%).

Структура видів страхування

Що стосується структури видів страхування, то страховики отримали 8,54 млрд грн премій по ОСАЦВ, 4,99 млрд грн по зеленій картці, 3,94 млрд грн премій з накопичувального страхування життя,

987 млн грн премій з банківського страхування життя, 1,4 млрд грн страхування від нещасних випадків, 5,7 млрд грн по ДМС, 10,9 млрд грн по КАСКО, 1,3 млрд грн вантажі, 1,2 млрд грн по вогневим та 2,4 млрд грн по майновим ризикам, 873 млн грн по страхуванню туристів, 602 млн грн по обов'язковому авіаційному страхуванню, 152,8 млн грн по ядерних ризиках, більше 1 млрд грн по фінансових ризиках.

Автомобільні види страхування (КАСКО, ОСЦПВ, "Зелена картка") зберегли лідерство за обсягом страхових премій серед інших ризикових видів. Порівняно з аналогічним періодом торік премії автострахування зросли на 15%. Однак в останньому кварталі 2023 року обсяг валових премій автострахування дещо скоротився (на 3%), передусім через менші премії за продуктом "Зелена картка".

Пік зростання популярності цього продукту через вимушену еміграцію українців, ймовірно, вже пройдено, тоді як обсяг виплат зростає: у понад два рази за останній рік, що збільшило рівень виплат

більш ніж удвічі. На 40% за рік зросли валові премії зі страхування майна та вогневих ризиків, а валові виплати – зменшилися на чверть. Попри стрімке зростання, цей продукт досі не відновився після падіння у 2022 році.

Коефіцієнт утримання залишався сталим протягом 2023 року. Хоча в IV кварталі обсяг страхових премій, переданих на перестраховання, знизився, це було співмірно зменшенню валового обсягу страхових премій.

Страхові виплати

Валові страхові виплати склали 16,9 млрд грн. Фізичним особам було виплачено більше 9,15 млрд грн., юридичним особам 7,6 млрд грн, перестраховальникам 134 млн грн. Чисті страхові виплати склали 16,7 млрд грн.

Рівень виплат, приведений до річного виміру, надалі зростає: у IV кварталі 2023 року був на третину вищим, ніж наприкінці 2022 року. Рівень валових та чистих виплат в 2023 році склав 36%.

Резерви збитків

Резерви збитків за добровільними видами страхування зменшилися на 2% порівняно з III кварталом. Ануалізований коефіцієнт покриття премій резервами знижувався третій квартал поспіль до 85% у IV кварталі. Натомість аналогічний коефіцієнт для обов'язкових видів страхування незначно зріс протягом останнь-

ого півріччя з огляду на швидше зростання резервів збитків порівняно зі зростанням чистих премій.

В ІV кварталі погіршилися коефіцієнти збитковості обов'язкового та добровільного страхування до 51% та 38% відповідно. Причиною цього стало швидше зростання виплат порівняно із заробленими преміями наприкінці року. Для добровільного страхування таке погіршення – перше після чотирьох кварталів зниження показника.

Комбінований коефіцієнт у ІV кварталі зріс (погіршився) на 3 в. п. до 95%. Крім вищих коефіцієнтів збитковості на це значно вплинуло суттєве зростання обсягу операційних витрат.

За участі (зареєстрованих) страхових посередників та брокерів було залучено 67,8 млн грн. премій зі страхування, у т.ч. 2,2 млн грн. премій з обов'язкового страхування, 3,9 млн грн. зі страхування відповідальності, 16,7 млн грн. премій по майновим ризикам, 43,6 млн грн. премій з особистих видів та 1,4 млн грн. зі страхування життя.

Страхові посередники

За участі перестрахових брокерів було передано в перестраховання страховикам-резидентам та нерезидентам 449,8 млн грн. премій зі страхування та перестраховання, у т.ч. 171,2 млн грн. премій з обов'язкового страхування, 39,4 млн грн. зі страхування відповідальності, 238,6 млн грн. премій по майновим ризикам, 466 тис. грн. премій з особистих видів. За участю страхових брокерів українським страховикам було компенсовано перестраховиками 23,4 млн грн.

Витрати страховиків

Витрати ризикових страховиків,

пов'язані з укладанням та пролонгацією договорів страхування (аквізиційні витрати) перевищили 11,4 млрд грн, у тому числі на агентські винагороди 10,6 млрд грн. Витрати компаній страхування життя на комісії страховим агентам та посередникам перевищили 1,6 млрд грн.

Витрати з податку на прибуток 1,58 млрд грн. Витрати на оплату праці страховиків склали 3,38 млрд грн.

Перестраховання

За 2023 рік українські страховики передали у перестраховання 4,65 млрд грн. премій, у т.ч. перестраховикам-нерезидентам 3,65 млрд грн.

Активи та резерви

Обсяг активів ризикових страховиків у ІV кварталі 2023 року залишився незмінним, а за весь 2023 рік зріс лише на 1%. Активи страховиків життя зросли на 4% за квартал і на 17% упродовж року.

Обсяги активів інших фінустанов та основних фінансових послуг упродовж кварталу зменшилися. Зокрема, порівняно з ІІІ кварталом знизилася валова премія з ризикового страхування, тоді як страхові виплати зросли. Погіршилися коефіцієнти збитковості та ефективності діяльності ризикових страховиків. Проте завдяки інвестиційним доходам страховики були прибутковими. Обсяг активів кредитних спілок майже не змінився, однак обсяг кредитного портфеля та операційна ефективність знизилася. Отримати прибуток їм вдалося за рахунок зниження обсягу резервів під кредитні збитки.

Активи страховиків за балансом станом на 31.12.2023 склали 74,3 млрд грн, активи, визначені ст 31 Закону "Про страхування" 56,3 млрд грн. Власний капітал склав 20,7 млрд грн., зобов'язання страхо-

виків зросли до 53,6 млрд грн.

Обсяг сплачених статутних капіталів склав майже 6 млрд грн., сформовані страхові резерви перевищили 46,8 млрд грн.

Доходи українських ризикових страховиків за облігаціями за рік склали 2,4 млрд грн, доходи від депозитів 2,77 млрд грн. Лайфові страховики отримали 1,36 млрд грн доходів за облігаціями та більше 1 млрд грн за депозитними вкладками.

Кількість страховиків

Кількість зареєстрованих страхових компаній в Україні на початок 2024 року складала 101 СК, у т.ч. 89 ризикових страховиків та 12 компаній зі страхування життя. Протягом 4 кварталів 2023 року було виключено з державного реєстру 10 страховиків. Звітність до НБУ подало 97 компаній, звітність до Insurance TOP подало 46 компаній.

Наприкінці 2023 року кількість страховиків, що порушували хоча б один із нормативів (платоспроможності та достатності капіталу, якості активів, ризиковості операцій) знизилася до п'яти компаній. Однак частка порушників в активах децю зросла – до 8%. Кількість страховиків – порушників нормативів наприкінці 2023 року знизилася до 5 компаній, однак їх частка в активах страховиків зросла до 8%.

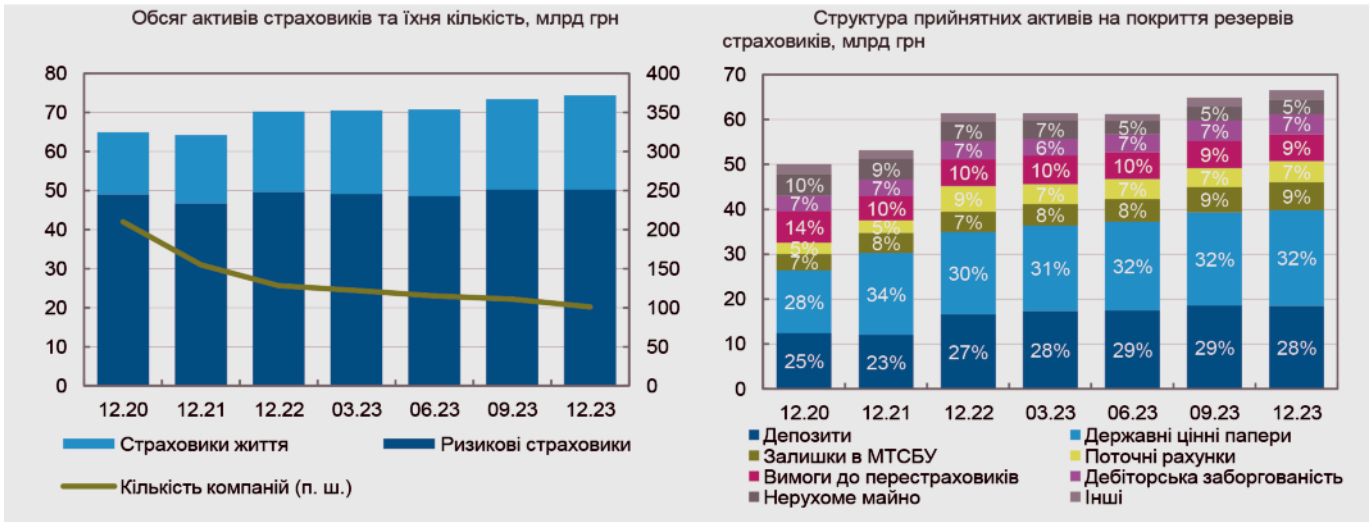
Страховики розпочнуть рік із проведення "пілотного проекту" оцінки якості активів – додатковий аудиторський звіт має бути наданий до 30 червня 2024 року.

Перехідний період для приведення учасниками ринку своєї діяльності до вимог оновленого законодавства для небанківських фінустанов триває. Національний банк вже затвердив відповідні нормативно-правові акти. Їхнє дотримання – запорука стійкості та подальшого розвитку ринку.

Підсумки страхового ринку України за 2023 рік

Показники	1К2023	2К2023	9М2023	12М2023
Кількість укладених договорів страхування, за період, тис. одиниць	20 229	40 775	73 353	94 821
Активи за балансом	70 480	70 780	73 399	74 335
Активи, визначені статтею 31 Закону України "Про страхування"	54 516	54 579	55 865	56 292
Обсяг сплачених статутних капіталів	6 472	6 298	6 202	5 956
Сформовані страхові резерви	41 329	42 482	44 888	46 781
Валові страхові премії, з них:	10 116	21 355	34 142	47 015
від страхувальників – фізичних осіб	6 110	13 036	20 952	28 755
від перестраховальників	224	495	737	1 057
Валові страхові виплати, з них:	3 840	7 818	12 027	16 867
страхувальникам – фізичним особам	2 037	4 162	6 458	9 151
перестраховальникам	81	80	103	134
Рівень валових виплат, відсотки	38	37	35	36
Чисті страхові премії	9 915	20 895	33 438	46 011
Чисті страхові виплати	3 793	7 744	11 923	16 736
Рівень чистих виплат, відсотки	38	37	36	36
Обсяг страхових платежів, належних перестраховикам, із них:	1 379	2 437	3 684	4 650
перестраховикам-нерезидентам	1 178	1 978	2 980	3 647

У IV кварталі активи страховиків життя зростали, а ризикових страховиків – залишилися незмінними, попри вихід десяти компаній з ринку.



Джерело: НБУ

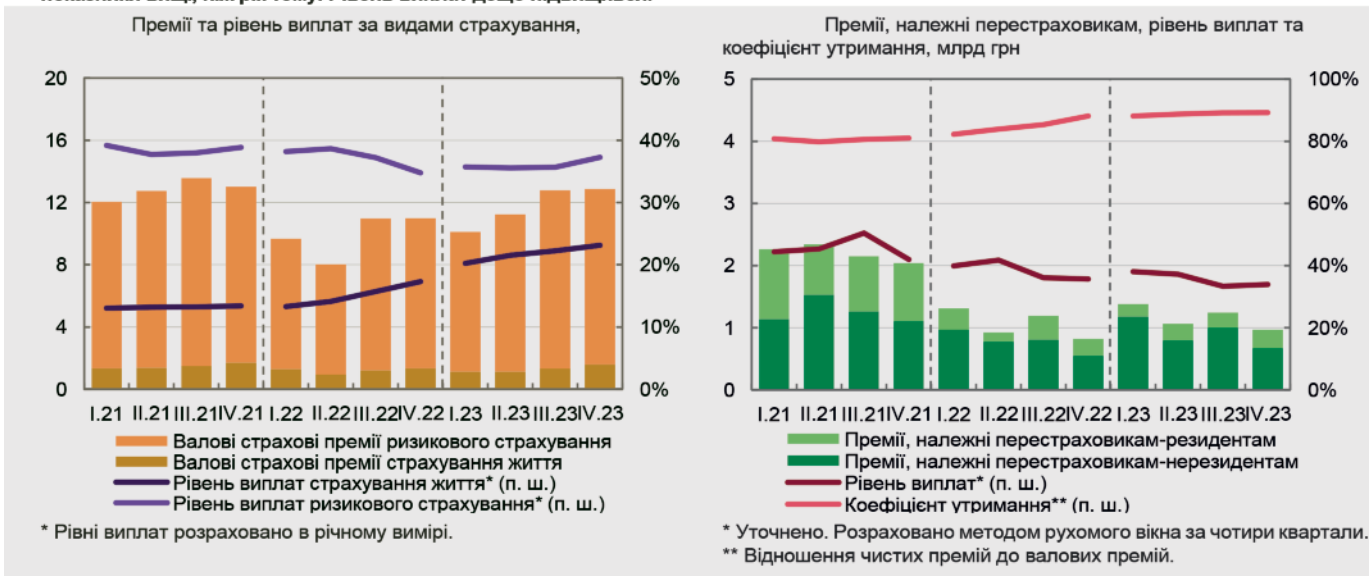
Страховики життя і далі нарощували частку грошових коштів в активах. У структурі активів ризикових страховиків відбувся перерозподіл 2 в. п. від поточних до довгострокових інвестицій.



Джерело: НБУ

Премії зі страхування життя у IV кварталі різко зросли на 21%, а премії ризикового – скоротилися на 2%. В обох сегментах показники вищі, ніж рік тому. Рівень виплат дещо підвищився.

За IV квартал обсяг переданих в перестраховання премій, як і в минулі роки, скоротився.



Джерело: НБУ

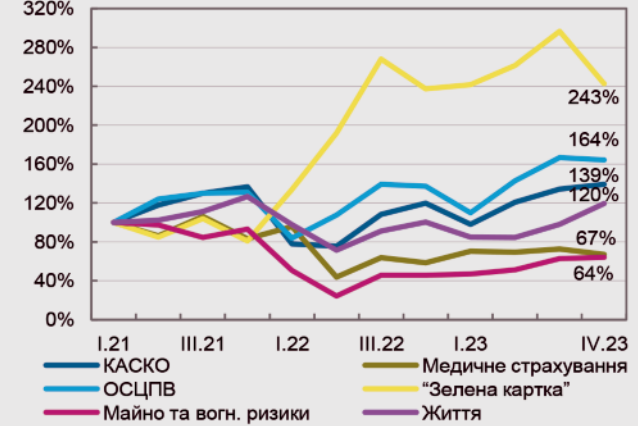
Рівень виплат за основними видами страхування майже не змінився протягом кварталу, однак медичне страхування вперше стало лідером за цим показником внаслідок різкого зростання виплат.

Серед основних видів страхування лише обсяг премій страхування життя суттєво зріс у IV кварталі.

Страхові премії та виплати за найпоширенішими видами страхування за 2023 рік, млрд грн



Страхові премії за найбільшими видами страхування, I квартал 2021 року = 100%



Значення у відсотках показує рівень виплат відповідного виду.

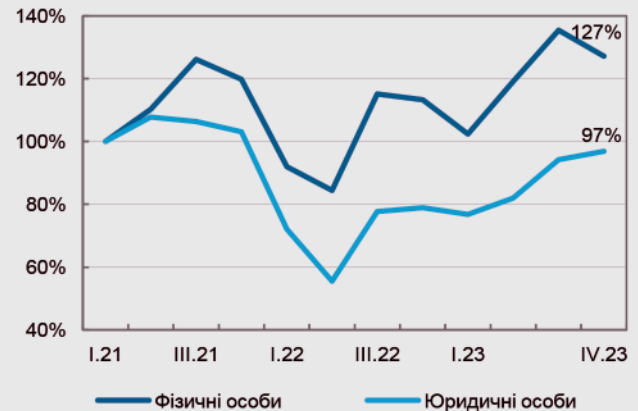
Джерело: НБУ

У IV кварталі премії зменшувалися в роздрібному сегменті, а в корпоративному – збільшувалися.

Валові страхові премії за видами страхування (без вхідного перестраховання), I квартал 2021 року = 100%



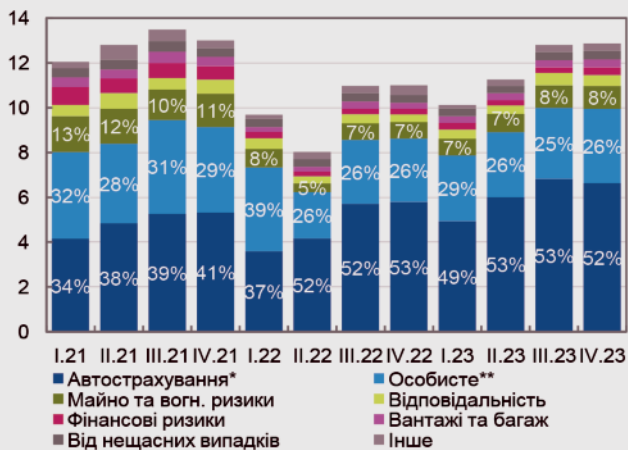
Валові премії з ризикового страхування за типами страхувальників, I квартал 2021 року = 100%



Джерело: НБУ

Частка основних видів страхування у структурі премій страховиків майже не змінюється три квартали поспіль.

Структура страхових премій за основними видами страхування, млрд грн



За результатами 2023 року всі категорії надавачів небанківських фінансових послуг отримали прибутки.

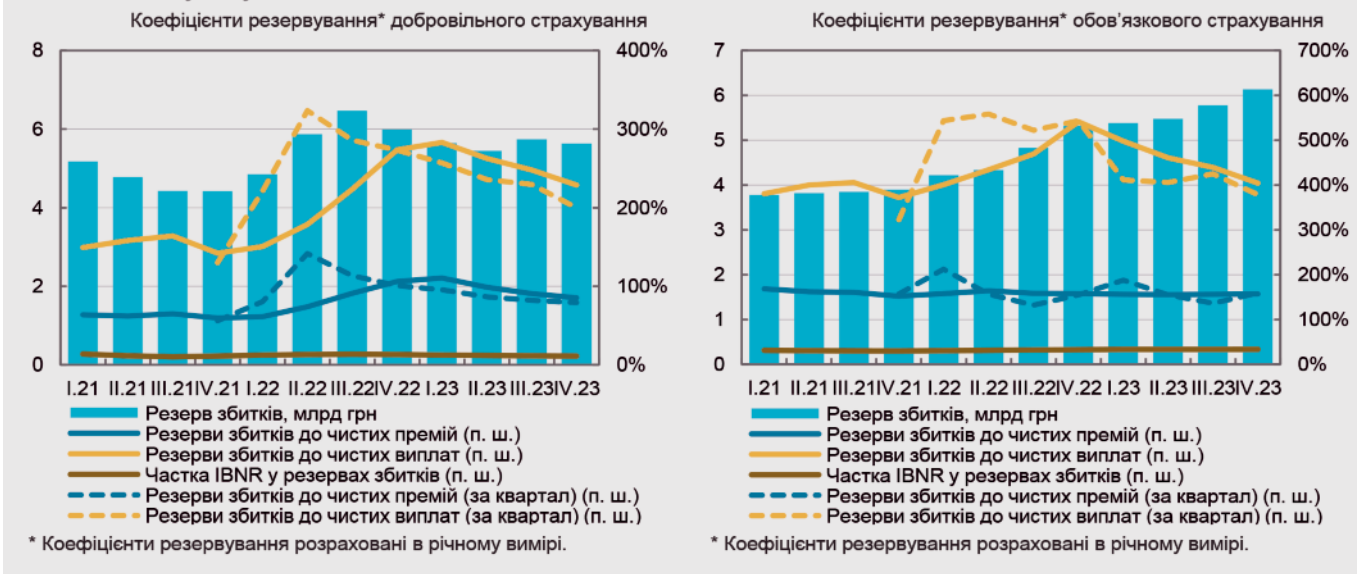
Чистий фінансовий результат надавачів небанківських фінансових послуг, млн грн



* КАСКО, ОСЦПВ, "Зелена картка". ** Життя, медичне страхування.

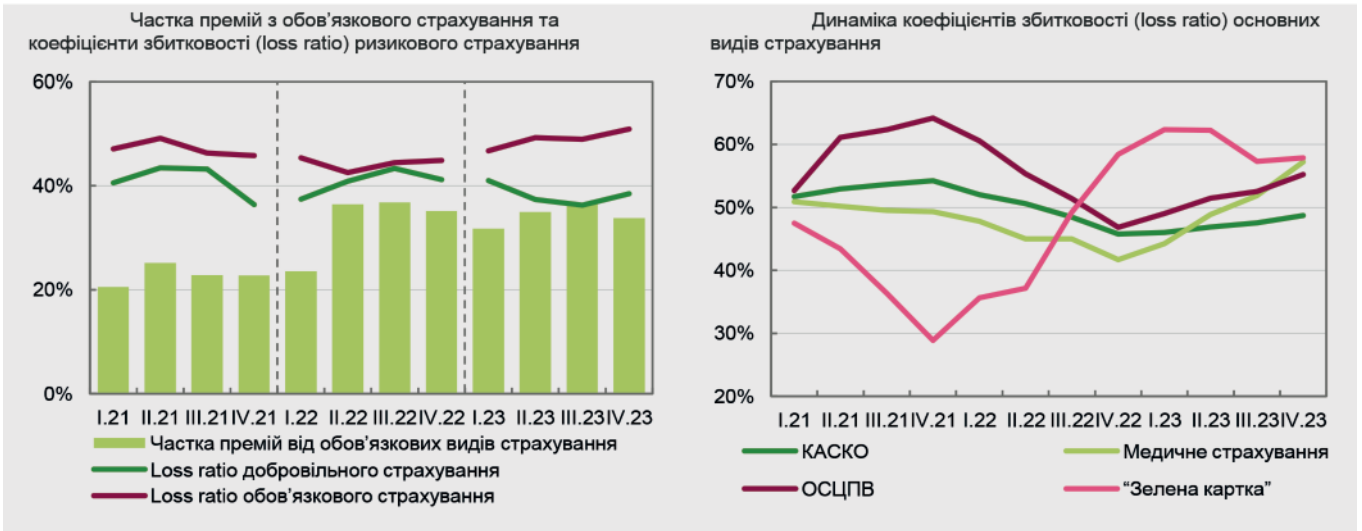
Джерело: НБУ

Резерви збитків у IV кварталі за обов'язковими видами страхування надалі зростали, а за добровільними – незначно скоротилися. Коефіцієнти резервування надалі знижувалися (поліпшувалися) в обох сегментах ринку після рекордного рівня (погіршення) через повномасштабну війну.

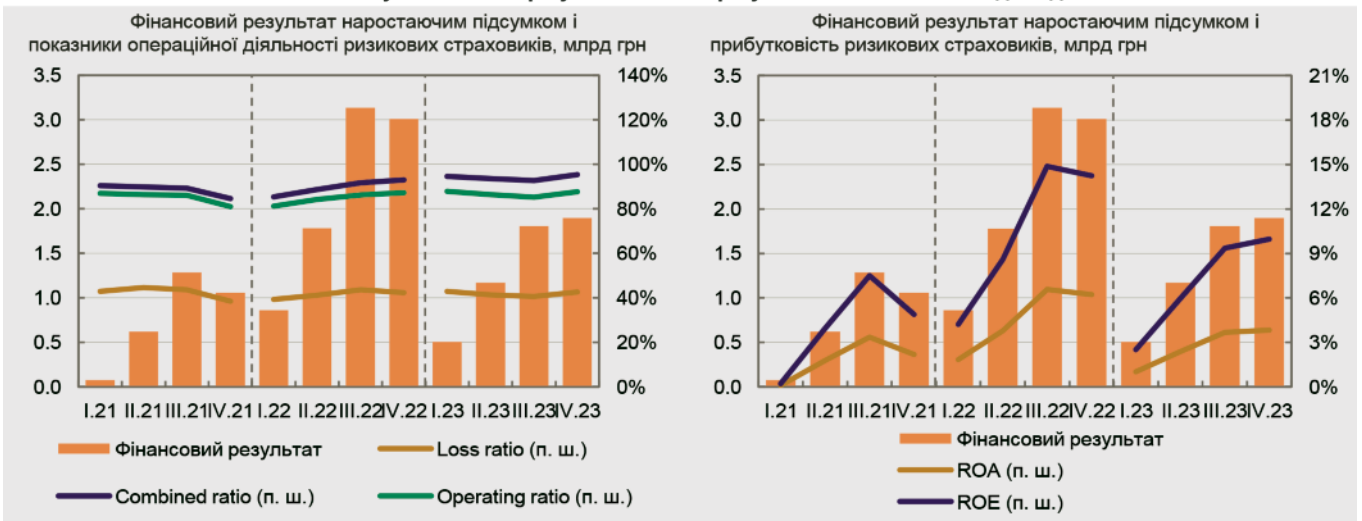


Джерело: НБУ

Коефіцієнти збитковості основних обов'язкових видів страхування (ОСЦПВ та "Зелена картка") у IV кварталі зросли, внаслідок чого загальний коефіцієнт збитковості обов'язкових видів страхування сягнув 51%. Коефіцієнт збитковості добровільних видів страхування після скорочення протягом чотирьох кварталів зріс (погіршився) на 2 в. п. до 38%. Причина зростання коефіцієнта збитковості для обох сегментів – більший обсяг виплат.

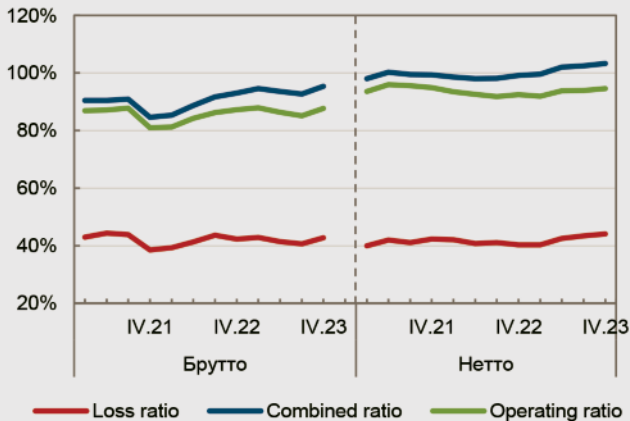


У IV кварталі коефіцієнти ефективності ризикових страховиків погіршувалися (зростали) відповідно до динаміки коефіцієнтів збитковості. Рентабельність капіталу та активів за результатами 2023 року становила 10% та 4% відповідно.

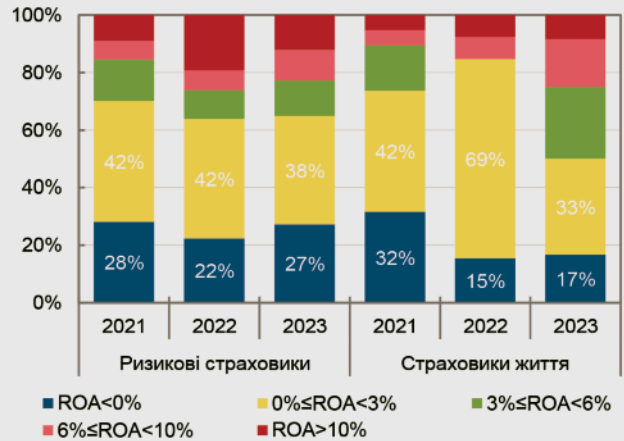


Зростання операційних витрат у IV кварталі збільшило комбінований коефіцієнт у нетто-вимірі на 3 в. п.

Показники операційної діяльності ризикових страховиків у бруто- та нетто- вимірах



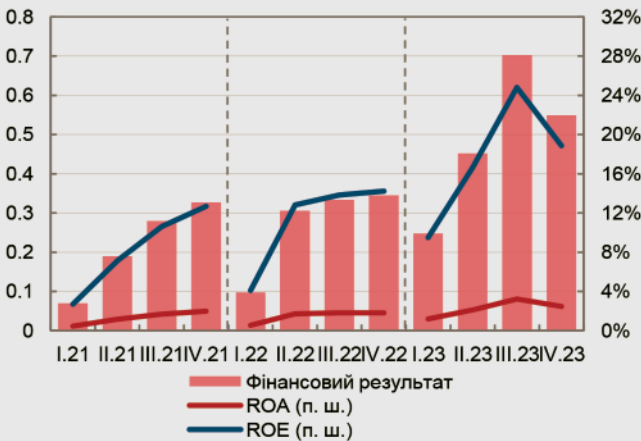
Розподіл страховиків за рентабельністю активів



Джерело: НБУ

Попри чистий збиток у IV кварталі, страховики життя за 2023 рік отримали рекордний прибуток у розмірі 0.5 млрд грн.

Фінансовий результат наростаючим підсумком і прибутковість страховиків життя, млрд грн



Інвестиційна діяльність забезпечує позитивний фінансовий результат як ризиковим страховикам, так і страховикам життя

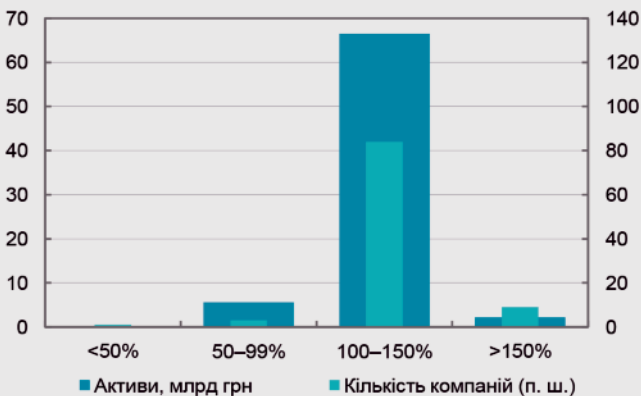
Декомпозиція чистого фінансового результату страховиків



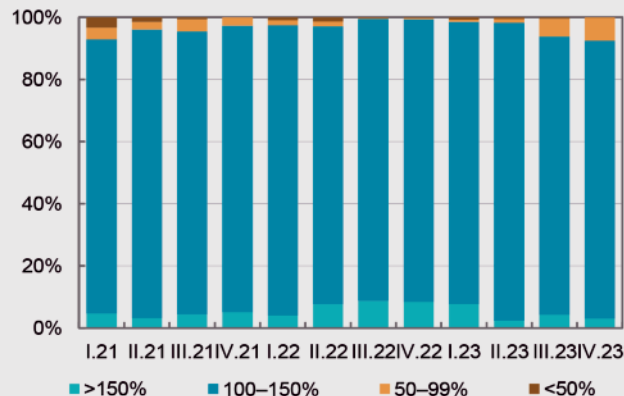
Джерело: НБУ

Чотири страховики порушували норматив платоспроможності та достатності капіталу, їхня частка в активах ринку – 8%.

Розподіл кількості компаній і розміру активів страховиків* за співвідношенням прийнятих активів та нормативного запасу платоспроможності на 1 січня 2024 року



Розподіл активів страховиків* за співвідношенням прийнятих активів та нормативного запасу платоспроможності



Джерело: НБУ

The background of the entire page is a vibrant underwater scene. In the foreground, a clownfish with a bright yellow face and white body with black stripes is swimming towards the left. Behind it, there are large, soft-focus coral structures in shades of pink, red, and purple. The overall lighting is warm and colorful.

Insurance Top[®]

рейтинг страховых компаний

Показники діяльності страхових компаній life: за 2023 рік

Активи

Власний капітал

Премії

Виплати

Рівень виплат

Страхові резерви

Накопичувальне страхування

Пенсійне страхування

Страхування на випадок смерті

Страхування критичних

захворювань та банківське

страхування життя

Страхові платежі по страхованню життя

№	Назва компанії	Страхові платежі, тис. грн.			Темп росту, %		Зміна, тис. грн.	
		2023 рік	2022 рік	2021 рік	2023/2022	2022/2021	2023/2022	2022/2021
1	МЕТЛАЙФ	2 488 695,0	2 120 311,0	2 107 239,0	17,37	0,62	368 384,0	13 072,0
2	ТАС	581 756,9	518 678,0	766 214,0	12,16	-32,31	63 078,9	-247 536,0
3	ГРАВЕ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	580 367,0	507 511,3	520 749,0	14,36	-2,54	72 855,7	-13 237,7
4	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	401 220,0	398 062,0	635 450,0	0,79	-37,36	3 158,0	-237 388,0
5	УНІКА ЖИТТЯ	357 247,3	422 797,0	525 551,7	-15,50	-19,55	-65 549,7	-102 754,7
6	ARX LIFE	308 246,5	266 272,6	320 907,3	15,76	-17,03	41 973,9	-54 634,7
7	АСКА-ЖИТТЯ	155 933,0	296 835,0	406 807,0	-47,47	-27,03	-140 902,0	-109 972,0
8	ФОРТЕ ЛАЙФ	101 714,0	89 760,0	170 084,0	13,32	-47,23	11 954,0	-80 324,0
9	ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС	66 528,0	67 251,0	93 556,0	-1,08	-28,12	-723,0	-26 305,0
10	КНЯЖА ЛАЙФ ВІСННА ІНШУРАНС ГРУП	64 355,6	60 323,0	72 935,0	6,69	-17,29	4 032,6	-12 612,0
11	КД-ЖИТТЯ	57 654,0	53 204,0	57 467,4	8,36	-7,42	4 450,0	-4 263,4
ВСЬОГО		5 163 717,3	4 801 004,9	5 676 960,4	7,55	-15,43	362 712,4	-875 955,5

Кількість договорів страхування життя та застрахованих

№	Назва компанії	Кількість громадян, застрахованих на 31.12.2023 р.	в т.ч. за 2023 рік	Кількість договорів страхування, укладених за 2023 рік	Частка страховальників в страхових платежах, %	
					громадян-резидентів	юридичних осіб-резидентів
1	МЕТЛАЙФ	909 282	826 499	801 577	97,66	2,34
2	ARX LIFE	754 770	170 282	399 257	85,88	14,12
3	ТАС	201 237	55 586	26 001	96,40	3,60
4	УНІКА ЖИТТЯ	174 549	60 244	93 885	84,29	15,70
5	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	99 379	231 712	231 712	94,98	4,79
6	АСКА-ЖИТТЯ	66 121	32 092	27 381	99,61	0,39
7	ФОРТЕ ЛАЙФ	44 933	2 628	2 760	100,00	0,00
8	ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС	42 136	767	1 269	100,00	0,00
9	КД-ЖИТТЯ	11 158	1 045	1 094	98,83	1,17
10	КНЯЖА ЛАЙФ ВІСННА ІНШУРАНС ГРУП	10 238	738	112	99,11	0,89
ВСЬОГО		2 313 803	1 381 593	1 585 048	95,62	4,36

Структура активів

№	Назва компанії	Активи на 31.12.2023 р., тис. грн., в т.ч.	основні засоби	довгострокові фінансові інвестиції	поточні фінансові інвестиції	гроші та їх еквіваленти	Активи на 31.12.2022 р., тис. грн.	Зміна, 2023/2022, %
2	ГРАВЕ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	4 968 502,0	56 940,0	1 795 071,0	2 078 355,0	699 078,0	4 970 428,6	0,0
3	ТАС	4 719 052,0	62 640,0	451 386,0	3 105 189,0	738 096,0	4 181 296,0	12,9
4	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	2 299 193,0	227,0	306 319,0	1 493 185,0	408 897,0	1 885 204,0	22,0
5	УНІКА ЖИТТЯ	1 424 712,0	6 504,0	513 819,0	874 735,0	22 078,0	1 313 075,0	8,5
6	КНЯЖА ЛАЙФ ВІСННА ІНШУРАНС ГРУП	797 322,0	394,0	865,0	772 209,0	2 504,0	707 806,0	12,6
7	КД-ЖИТТЯ	511 588,0	43 265,0	402 049,0	0,0	22 063,0	421 546,0	21,4
8	ФОРТЕ ЛАЙФ	368 659,0	44 159,0	53 387,0	63 586,0	151 686,0	330 990,0	11,4
9	ARX LIFE	285 131,0	859,0	108 974,0	126 942,0	39 454,0	222 717,0	28,0
10	АСКА-ЖИТТЯ	225 762,0	24 630,0	102 640,0	3 064,0	71 870,0	213 374,0	5,8
11	ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС	164 755,0	54 193,0	0,0	61 659,0	27 107,0	113 177,0	45,6
ВСЬОГО		23 573 682,0	309 424,0	4 968 905,0	9 232 258,0	7 779 239,0	20 466 207,6	15,2

Власний та уставний капітал

№	Назва компанії	Власний капітал на 31.12.2023 р., тис. грн.	В т.ч. статутний капітал, оплачений	Частка статутного капіталу у власному капіталі, %	Власний капітал на 31.12.2022 р., тис. грн.,	Зміна, 2023/2022, %
1	МЕТЛАЙФ	1 154 255,0	102 925,0	8,9	744 142,0	55,11
2	ГРАВЕ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	805 225,0	26 903,0	3,3	305 845,0	163,28
3	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	553 643,0	48 436,0	8,7	403 458,0	37,22
4	УНІКА ЖИТТЯ	397 541,0	100 090,0	25,2	193 851,0	105,08
5	ТАС	311 271,0	93 322,0	30,0	247 758,0	25,64
6	КНЯЖА ЛАЙФ ВІСННА ІНШУРАНС ГРУП	274 978,0	49 001,0	17,8	196 076,0	40,24
7	ARX LIFE	211 771,0	29 300,0	13,8	145 771,0	45,28
8	АСКА-ЖИТТЯ	90 992,0	19 385,0	21,3	86 854,0	4,76
9	ФОРТЕ ЛАЙФ	75 155,0	17 000,0	22,6	77 041,0	-2,45
10	КД-ЖИТТЯ	66 971,0	36 015,0	53,8	59 832,0	11,93
11	ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС	65 756,0	11 000,0	16,7	57 645,0	14,07
ВСЬОГО		4 007 558,0	533 377,0	13,3	2 518 273,0	59,14

Страхові виплати і кількість страхових випадків

№	Назва компанії	Страхові виплати, на 31.12.2023р., тис. грн.	В тому числі у вигляді ануїтетів, тис. грн.	Отримано від перестраховальників	Викупна сума, тис. грн.	Кількість страхових випадків, од.	Страхова виплата по окремому страховому випадку, тис. грн.	
								середня
1	МЕТЛАЙФ	516 664,0	0,0	30 897,0	106 683,0	23 365	9 509,0	22,1
2	ТАС	261 618,1	70 604,6	7 368,8	37 040,3	9 699	13 099,9	27,0
3	ГРАВЕ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	214 658,8	0,0	70 796,4	19 509,4	3 490	1 616,4	61,5
4	УНІКА ЖИТТЯ	82 964,7	0,0	5 502,7	29 664,8	1 145	5 368,7	72,5
5	ARX LIFE	68 795,9	0,0	937,9	8,3	7 418	4 858,0	9,3
6	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	46 403,0	43,0	0,0	29 444,0	1 762	654,0	26,3
7	КНЯЖА ЛАЙФ ВІСННА ІНШУРАНС ГРУП	34 352,2	425,6	0,0	15 301,3	362	2 310,6	94,9
8	ФОРТЕ ЛАЙФ	11 147,0	304,0	0,0	816,0	470	518,0	23,7
9	ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС	9 759,0	2 642,0	0,0	682,0	334	932,0	29,2
10	КД-ЖИТТЯ	9 727,0	76,0	0,0	5 556,0	245	389,0	39,7
11	АСКА-ЖИТТЯ	6 754,0	188,0	0,0	2 839,0	437	748,0	15,5
ВСЬОГО		1 262 843,7	74 283,2	115 502,8	247 544,1	48 727	13 099,9	25,9

Страхові резерви та інвестиційний дохід

№	Назва компанії	Страхові резерви, на 31.12.2023 р., тис. грн.	в т.ч. частка перестраховиків	Страхові резерви, на 31.12.2022 р., тис. грн.	Зміна, 2023/2022, %	Інвестиційний дохід за 2023 рік., тис. грн.
1	МЕТЛАЙФ	6 186 017,0	20 430,0	5 002 186,0	23,67	713 076,0
2	ТАС	4 201 529,0	1 871,0	3 740 026,0	12,34	469 629,9
3	ГРАВЕ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	4 004 762,0	190 892,0	4 448 389,9	-9,97	327 931,9
4	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	1 668 586,0	0,0	1 418 820,0	17,60	188 762,0
5	УНІКА ЖИТТЯ	951 584,0	66,0	1 000 303,0	-4,87	54 910,6
6	КНЯЖА ЛАЙФ ВІСННА ІНШУРАНС ГРУП	516 409,0	0,0	490 436,0	5,30	53 246,9
7	КД-ЖИТТЯ	428 024,0	0,0	351 275,0	21,85	34 478,0
8	ФОРТЕ ЛАЙФ	277 893,0	0,0	247 749,0	12,17	30 187,0
9	АСКА-ЖИТТЯ	130 430,0	0,0	121 666,0	7,20	13 185,0
10	ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС	73 303,0	0,0	45 099,0	62,54	5 693,0
11	ARX LIFE	59 073,0	185,0	63 126,0	-6,42	7 642,0
ВСЬОГО		18 497 610,0	213 444,0	16 929 075,9	9,27	1 898 742,3

Джерело: Insurance TOP

Основні показники діяльності по видах страхування життя

№	Назва компанії	Страхові платежі за 2023 рік, тис. грн.			Страхові резерви, тис. грн.	Інвестицій- ний дохід, тис. грн.	Кількість застрахованих	
		Всього, в т.ч. від резидентів	громадян	підприємств			за 2023 рік	на 31.12.2023
За договорами страхування життя, по яких передбачено досягнення застрахованою особою визначеного договором пенсійного віку								
1	ТАС	91 318,2	90 935,7	382,5	422 534,4	53 080,6	1 826	12 544
2	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	12 021,0	11 369,0	652,0	52 292,0	5 782,0	45	1 445
3	ФОРТЕ ЛАЙФ	242,0	242,0	0,0	3 903,0	428,0	2	564
4	АСКА-ЖИТТЯ	222,0	25,0	197,0	1 070,0	168,0	1	22
5	КНЯЖА ЛАЙФ ВІЕННА ІНШУРАНС ГРУП	73,3	24,6	48,7	771,9	61,4	0	14
ВСЬОГО		103 876,5	102 596,3	1 280,2	480 571,3	59 520,0	1 874	14 589
За договорами накопичувального страхування життя								
1	МЕТЛАЙФ	2 224 326,0	2 224 326,0	0,0	6 137 465,0	711 029,0	44 469	303 326
2	ТАС	381 253,3	380 178,4	1 074,8	3 743 652,3	416 332,6	11 060	112 378
3	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	289 497,0	289 220,0	277,0	1 604 925,0	182 483,0	1 200	50 547
4	УНІКА ЖИТТЯ	167 182,1	157 972,4	9 179,5	1 085 083,0	54 910,6	1 371	12 560
5	ФОРТЕ ЛАЙФ	100 892,0	100 892,0	0,0	273 459,0	29 759,0	2 391	41 294
6	КНЯЖА ЛАЙФ ВІЕННА ІНШУРАНС ГРУП	62 407,6	62 194,8	212,7	669 904,8	53 185,5	34	7 905
7	ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС	57 637,0	57 637,0	0,0	71 233,0	5 693,0	460	40 013
8	КД-ЖИТТЯ	57 410,0	56 785,0	625,0	427 926,0	34 478,0	971	10 909
9	АСКА-ЖИТТЯ	22 088,0	22 088,0	0,0	116 348,0	11 083,0	198	2 231
10	ARX LIFE	2 204,3	2 204,3	0,0	18 384,7	1 584,4	12	1 186
ВСЬОГО		3 364 897,3	3 353 497,9	11 369,0	14 148 380,8	1 500 538,1	62 166	582 349
За договорами страхування життя виключно на випадок смерті								
1	УНІКА ЖИТТЯ	51 721,7	4 818,1	46 903,6	20 276,1	0,0	30 874	34 578
2	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	49 629,0	48 937,0	692,0	2 234,0	188,0	7 431	9 621
3	ARX LIFE	12 739,7	12 739,7	0,0	6 924,0	1 647,7	2 224	5 412
4	АСКА-ЖИТТЯ	12 595,0	12 595,0	0,0	347,0	17,0	16 837	8 781
5	МЕТЛАЙФ	130,0	0,0	130,0	386,0	46,0	0	2 841
6	ТАС	9,5	9,5	0,0	560,3	12,6	0	85
7	КНЯЖА ЛАЙФ ВІЕННА ІНШУРАНС ГРУП	9,1	1,3	7,8	0,6	0,0	52	2
ВСЬОГО		126 834,0	79 100,6	47 733,4	30 728,0	1 911,3	57 418	61 320
За іншими договорами страхування життя								
1	ARX LIFE	293 302,5	249 783,5	43 519,0	49 276,7	4 409,9	168 046	748 172
2	МЕТЛАЙФ	264 239,0	206 049,0	58 190,0	48 166,0	2 001,0	782 030	603 115
3	УНІКА ЖИТТЯ	138 343,4	138 343,4	0,0	32 807,3	0,0	27 999	127 411
4	АСКА-ЖИТТЯ	121 028,0	120 615,0	413,0	12 665,0	1 917,0	15 056	55 087
5	ТАС	109 175,9	89 717,1	19 458,8	34 782,5	204,0	42 700	76 230
6	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	50 073,0	31 569,0	17 580,0	9 135,0	309,0	223 036	37 766
7	ГРІНВУД ЛАЙФ ІНШУРАНС	8 891,0	8 891,0	0,0	2 070,0	0,0	307	2 123
8	КНЯЖА ЛАЙФ ВІЕННА ІНШУРАНС ГРУП	1 865,6	1 560,2	305,5	1 015,6	0,0	652	2 317
9	ФОРТЕ ЛАЙФ	580,0	580,0	0,0	531,0	0,0	235	3 075
10	КД-ЖИТТЯ	244,0	196,0	48,0	98,0	0,0	74	249
ВСЬОГО		987 742,4	847 304,2	139 514,3	190 547,1	8 840,9	1 260 135	1 655 545

Показники діяльності страхових компаній non-life: за 2023 рік

Активи

Власний капітал

Премії

Виплати

Перестраховання

Рівень виплат

Страхові резерви

Гарантійний фонд

Автостраховання

Медичне страхування

Нещасний випадок

Страховання майна та вогню

Страховання вантажів

Туристичне страхування

Авіастраховання

Морське страхування

Власний капітал страховиків України

№ п/п	Назва компанії	Власний капітал на 31.12.2023 р., тис.грн.		Частка власного капіталу у валюті баланса	Власний капітал на 31.12.2022 р., тис.грн.	Приріст власного капіталу, %
		Всього	сплачений статутний капітал			
1	ARX	2 080 247,0	261 975,2	36,84	1 692 149,5	22,94
2	УНІКА	1 689 098,0	155 480,0	43,99	1 212 252,0	39,34
3	ІНГО	1 191 108,0	305 543,0	32,38	958 219,0	24,30
4	PZU УКРАЇНА	968 114,0	48 518,0	35,62	866 956,0	11,67
5	ТАС СГ	904 876,2	102 000,0	23,15	869 689,0	4,05
6	UNIVERSALNA	755 312,0	192 700,0	51,34	613 272,0	23,16
7	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	712 891,0	255 600,0	29,03	576 078,0	23,75
8	ВУСО	634 114,0	274 145,0	36,27	380 164,0	66,80
9	УСГ	597 576,0	278 659,0	21,89	473 177,0	26,29
10	ОРАНТА	522 875,9	159 000,0	31,67	412 152,2	26,86
11	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	469 793,0	30 000,0	63,32	343 202,0	36,89
12	КНЯЖА	467 791,8	129 964,2	17,40	398 044,6	17,52
13	ГАРДІАН	315 309,0	100 000,0	30,45	245 026,0	28,68
14	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	311 975,9	84 500,0	39,94	250 320,0	24,63
15	UPSK	284 784,0	100 000,0	39,85	281 511,0	1,16
16	БУСІН	243 016,4	122 000,0	41,41	201 030,5	20,89
17	ЄВРОІНС УКРАЇНА	193 837,0	77 940,1	17,47	191 261,2	1,35
18	ПЕРША	188 649,0	60 000,0	19,08	171 839,0	9,78
19	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	187 011,0	38 460,0	67,63	174 074,0	7,43
20	КРАЇНА	141 531,0	84 985,0	42,69	139 098,0	1,75
21	ББС ІНШУРАНС	135 615,0	51 400,0	33,52	164 532,0	-17,58
22	ЕТАЛОН	122 418,0	77 000,0	32,79	117 459,0	4,22
23	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	117 640,7	48 627,9	42,29	116 036,8	1,38
24	ALLIANZ УКРАЇНА	114 974,0	63 160,0	25,47	114 031,0	0,83
25	АЛЬФА-ГАРАНТ	105 383,0	65 000,0	28,70	83 344,0	26,44
26	УТІСО	99 148,0	133 959,0	25,11	123 416,0	-19,66
27	ОБЕРІГ	89 543,0	40 000,0	30,37	80 127,0	11,75
28	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	85 452,0	55 000,0	38,76	85 460,0	-0,01
29	УЛЬТРА АЛЬЯНС	72 848,0	48 000,0	36,87	63 164,0	15,33
30	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	65 511,0	32 001,0	80,13	59 217,0	10,63
31	САЛАМАНДРА	62 477,0	37 632,0	29,34	69 462,0	-10,06
32	КВОРУМ	56 032,0	32 000,0	85,70	42 979,0	30,37
33	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	51 746,0	29 339,0	55,71	72 432,0	-28,56
34	ГРАВЕ УКРАЇНА	50 355,0	92 155,0	32,53	74 627,0	-32,52
	Разом	14 089 052,9	3 666 743,4	33,00	11 715 801,8	20,26

Джерело: Insurance TOP

Гарантійний фонд страховиків України

№	Назва компанії	Гарантійний фонд на 31.12.2023 р., тис.грн.			
		Всього	в т.ч.		
	Додатковий капітал		Резервний капітал	Нерозподілений прибуток	
1	ARX	1 805 378,8	0,0	118 000,0	1 687 378,8
2	УНІКА	1 533 618,0	88 910,0	0,0	1 444 708,0
3	ІНГО	885 565,0	98 016,0	143 495,0	644 054,0
4	PZU УКРАЇНА	880 810,0	768 831,0	32 498,0	79 481,0
5	КНЯЖА	803 060,9	555 457,3	7 614,6	239 989,0
6	TAC CG	738 073,9	140 605,4	16 397,4	581 071,1
7	UNIVERSALNA	562 612,0	4 244,0	4 093,0	554 275,0
8	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	439 793,0	0,0	2 808,0	436 985,0
9	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	438 585,0	103 926,0	44 157,0	290 502,0
10	ОРАНТА	333 683,2	236 673,0	2 718,1	94 292,1
11	УСГ	318 917,0	105 362,0	191 537,0	22 018,0
12	БУСО	294 438,0	168 624,0	64 369,0	61 445,0
13	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	222 071,1	13 789,2	11 681,9	196 600,0
14	ГАРДІАН	215 309,0	169 395,0	0,0	45 914,0
15	UPSK	159 761,0	75 345,0	15 720,0	68 696,0
16	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	148 551,0	4 617,0	10 402,0	133 532,0
17	ПЕРША	125 456,0	42 012,0	5 660,0	77 784,0
18	БУСІН	118 671,8	0,0	63 430,2	55 241,6
19	ЄВРОІНС УКРАЇНА	106 290,3	183 272,2	4 562,3	-81 544,2
20	БЕС ІНШУРАНС	74 821,0	40 230,0	5 000,0	29 591,0
21	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	69 012,8	3 912,5	6 567,2	58 533,1
22	ALLIANZ УКРАЇНА	51 814,0	204,0	6 410,0	45 200,0
23	КРАЇНА	51 309,0	24 651,0	18 492,0	8 166,0
24	ЕТАЛОН	42 773,0	41 314,0	12 367,0	-10 908,0
25	ОБЕРІГ	41 543,0	36 759,0	1,0	4 783,0
26	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	33 510,0	0,0	29 119,0	4 391,0
27	АЛЬФА-ГАРАНТ	25 811,0	17 651,0	5 020,0	3 140,0
28	УЛЬТРА АЛЬЯНС	24 848,0	412,0	13 978,0	10 458,0
29	САЛАМАНДРА	24 845,0	11 090,0	0,0	13 755,0
30	КВОРУМ	24 032,0	4 500,0	1 534,0	17 998,0
31	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	22 530,0	2 890,0	18 829,0	811,0
32	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	22 407,0	24 912,0	551,0	-3 056,0
33	ГРАВЕ УКРАЇНА	-41 797,0	7 742,0	3 007,0	-52 546,0
34	УТІСО	-52 913,0	1 111,0	17 541,0	-71 565,0
	Разом	10 545 190,8	2 976 457,6	877 559,7	6 691 173,5

Джерело: Insurance TOP

Активи страховиків України

№ п/п	Назва компанії	Активи на 31.12.2023 р., тис.грн.					
		Всього	в т.ч.				
			основні засоби	довгострокові фінансові інвестиції	поточні фінансові інвестиції	грошові засоби та їх еквіваленти	інші активи
1	ARX	5 646 558,9	82521,6	1214305,0	1 745 446,2	196 329,0	2 407 957,1
2	TAC CT	3 908 101,4	180 328,4	1 241 182,5	434 413,5	107 045,0	1 945 132,0
3	УНІКА	3 839 799,0	49 363,0	859 025,0	1 732 948,0	108 258,0	1 090 205,0
4	ІНГО	3 678 012,0	234 969,0	452 687,0	1 249 900,0	96 417,0	1 644 039,0
5	УСГ	2 729 473,0	44 640,0	88 623,0	1 022 433,0	831 350,0	742 427,0
6	PZU УКРАЇНА	2 718 266,0	48731,0	449769,0	606 741,0	307 003,0	1 306 022,0
7	КНЯЖА	2 688 404,0	36 192,1	276 895,2	662 471,6	50 045,4	1 662 799,7
8	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	2 455 475,0	91 955,0	591 700,0	0,0	716 587,0	1 055 233,0
9	ВУСО	1 748 129,0	164 815,0	0,0	205 464,0	552 918,0	824 932,0
10	ОРАНТА	1 651 171,1	221 186,1	433 053,5	108 983,1	34 056,5	853 891,9
11	UNIVERSALNA	1 471 317,0	58 751,0	0,0	996 237,0	172 546,0	243 783,0
12	ЄВРОІНС УКРАЇНА	1 109 439,4	52 421,6	0,0	109 709,5	87 773,7	859 534,6
13	ГАРДІАН	1 035 480,0	172 649,0	0,0	193 068,0	153 490,0	516 273,0
14	ПЕРША	988 934,0	167 992,0	11 506,0	32 322,0	223 264,0	553 850,0
15	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	781 082,3	2 239,9	0,0	25,0	709 175,0	69 642,4
16	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	741 987,0	27 373,0	0,0	0,0	701 834,0	12 780,0
17	UPSK	714 618,0	51 042,0	0,0	0,0	385 017,0	278 559,0
18	БУСІН	586 909,3	9 263,8	5,6	0,0	265 873,3	311 766,6
19	ALLIANZ УКРАЇНА	451 366,0	326,0	0,0	75 400,0	80 885,0	294 755,0
20	ББС ІНШУРАНС	404 599,0	55 653,0	33 685,0	0,0	203 053,0	112 208,0
21	UTICO	394 849,0	3 086,0	0,0	2 895,0	103 233,0	285 635,0
22	ЕТАЛОН	373 333,0	9 975,0	81 004,0	44 391,0	29 569,0	208 394,0
23	АЛЬФА-ГАРАНТ	367 146,0	36 090,0	12 297,0	60 993,0	55 104,0	202 662,0
24	КРАЇНА	331 533,0	38 027,0	1 218,0	25 683,0	114 035,0	152 570,0
25	ОБЕРІГ	294 821,0	6 630,0	32 524,0	0,0	76 514,0	179 153,0
26	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	278 188,6	7 131,4	54 797,7	102 842,6	53 644,7	59 772,2
27	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	276 515,0	1 712,0	26 130,0	113 211,0	116 106,0	19 356,0
28	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	220 452,0	771,0	0,0	4 999,0	71 471,0	143 211,0
29	САЛАМАНДРА	212 963,0	29 595,0	36 302,0	0,0	11 078,0	135 988,0
30	УЛЬТРА АЛЬЯНС	197 556,0	81,0	1,0	39 791,0	76 035,0	81 648,0
31	ГРАВЕ УКРАЇНА	154 804,0	1 319,0	90 850,0	5 645,0	22 179,0	34 811,0
32	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	92 885,0	30 207,0	413,0	0,0	27 617,0	34 648,0
33	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	81 751,0	90,0	0,0	51 800,0	20 943,0	8 918,0
34	КВОРУМ	65 383,0	830,0	0,0	400,0	44 408,0	19 745,0
	Разом	42 691 301,0	1 917 956,9	5 987 973,5	9 628 212,5	6 804 856,6	18 352 301,5

Джерело: Insurance TOP

Страхові резерви

№	Назва компанії	Страхові резерви на 31.12.2023 р., тис. грн.	Страхові резерви на 31.12.2022 р., тис. грн.	Приріст, %	Рівень покриття інвестиційними активами та грошовими засобами страхових резервів-нетто	Коефіцієнт забезпеченості власними засобами
1	ARX	2 917 653,4	2 443 238,5	19,42	1,11	0,71
2	TAC SG	2 632 386,1	1 869 435,0	40,81	0,75	0,34
3	УСГ	2 066 907,0	2 060 408,0	0,32	0,96	0,29
4	ІНГО	1 952 938,0	1 517 188,0	28,72	1,04	0,61
5	УНІКА	1 861 956,0	2 243 890,0	-17,02	1,48	0,91
6	PZU УКРАЇНА	1 518 236,0	1 204 960,0	26,00	0,93	0,64
7	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	1 466 313,0	1 422 697,0	3,07	0,95	0,49
8	КНЯЖА	1 465 235,1	1 030 692,1	42,16	0,70	0,32
9	ОРАНТА	1 030 694,7	820 892,3	25,56	0,77	0,51
10	ВУСО	1 004 967,0	556 213,0	80,68	0,92	0,63
11	ПЕРША	674 778,0	646 766,0	4,33	0,64	0,28
12	ГАРДІАН	673 189,0	434 279,0	55,01	0,77	0,47
13	ЄВРОІНС УКРАЇНА	655 795,6	602 778,9	8,80	0,38	0,30
14	UNIVERSALNA	599 947,0	533 658,0	12,42	2,05	1,26
15	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	405 697,1	321 933,4	26,02	1,75	0,77
16	UPSK	348 196,0	271 261,0	28,36	1,25	0,82
17	ALLIANZ УКРАЇНА	325 740,0	513 060,0	-36,51	0,48	0,35
18	UTICO	256 182,0	159 219,0	60,90	0,43	0,39
19	АЛЬФА-ГАРАНТ	249 067,0	215 487,0	15,58	0,66	0,42
20	ЕТАЛОН	234 389,0	167 844,0	39,65	0,70	0,52
21	БЕС ІНШУРАНС	219 466,0	130 381,0	68,33	1,33	0,62
22	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	213 424,0	189 179,0	12,82	3,42	2,20
23	ОБЕРІГ	199 135,0	198 134,0	0,51	0,58	0,45
24	БУСІН	194 865,2	234 259,0	-16,82	1,41	1,25
25	КРАЇНА	161 020,0	148 770,0	8,23	1,11	0,88
26	Віді - СТРАХУВАННЯ	140 515,0	111 433,4	26,10	1,55	0,84
27	САЛАМАНДРА	135 896,0	61 761,0	120,04	0,57	0,46
28	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	120 849,0	93 783,0	28,86	0,64	0,71
29	УЛЬТРА АЛЬЯНС	108 799,0	107 177,0	1,51	1,07	0,67
30	ГРАВЕ УКРАЇНА	75 786,0	68 688,0	10,33	1,58	0,66
31	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	72 898,0	83 990,0	-13,21	3,53	2,57
32	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	36 853,0	30 277,0	21,72	1,58	1,40
33	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	10 843,0	9 519,0	13,91	6,72	6,04
34	КВОРУМ	2 757,0	2 590,0	6,45	16,55	20,32
	Разом	24 033 373,2	20 505 841,6	17,20	1,01	0,59

Джерело: Insurance TOP

Страхові виплати за видами

№	Назва компанії	Всього страхових виплат по страхуванню перестрахованню на 31.12.2023 р., тис.грн.				
		Всього	в т.ч.			
			Особисте страхування (крім страхування життя)	Майнове страхування	Страхування відповідальності	Обов'язкове страхування (крім державного)
1	УСГ	1 477 781,2	243 217,9	410 369,5	11 531,6	812 662,2
2	ARX	1 384 577,3	311 099,8	910 681,9	17 910,3	144 885,3
3	УНІКА	1 377 655,7	677 712,8	556 687,8	10 205,4	133 049,7
4	ТАС СГ	1 341 251,9	183 155,8	416 701,9	11 847,7	729 546,6
5	ІНГО	1 136 502,0	503 967,0	365 064,0	21 330,0	246 141,0
6	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	979 183,0	95 275,0	735 895,0	8 025,0	139 988,0
7	БУСО	972 699,8	372 851,8	314 096,1	5 020,4	280 731,5
8	PZU УКРАЇНА	701 413,1	184 261,7	183 955,2	28 434,7	304 761,6
9	UNIVERSALNA	700 220,0	350 057,0	270 732,4	2 372,9	77 057,7
10	КНЯЖА	634 158,8	119 367,4	114 736,9	2 051,8	398 002,7
11	ОРАНТА	523 799,2	9 147,5	33 685,9	2 964,4	478 001,4
12	ГАРДІАН	393 448,0	1 764,0	20 994,0	819,0	369 869,0
13	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	326 644,6	6 780,1	284 470,7	4 681,2	30 712,6
14	ПЕРША	291 932,0	18 597,0	62 299,0	13 483,0	197 553,0
15	ЄВРОІНС УКРАЇНА	265 342,6	65 989,8	26 646,0	2 586,3	170 120,5
16	КРАЇНА	191 265,0	106 241,9	33 919,2	596,6	50 507,3
17	ОБЕРІГ	180 074,0	446,4	2 093,6	440,7	177 092,5
18	АЛЬФА-ГАРАНТ	172 964,0	1 214,0	3 124,0	1 230,0	167 396,0
19	UPSK	151 310,6	24 462,3	34 881,8	2 008,0	89 958,5
20	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	138 657,0	57 193,3	65 413,7	7 360,0	8 690,3
21	УТІСО	124 383,0	1 169,0	2 885,0	2 137,0	118 192,0
22	ББС ІНШУРАНС	124 053,4	7 865,0	45 157,3	2 445,6	68 585,5
23	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	123 924,0	64 164,0	29 241,0	760,0	29 759,0
24	ЕТАЛОН	120 296,0	6 141,0	19 128,0	30,0	94 997,0
25	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	111 421,7	0,0	111 421,7	0,0	0,0
26	САЛАМАНДРА	78 862,8	8 473,0	16 853,0	263,0	53 273,0
27	ALLIANZ УКРАЇНА	74 839,5	0,0	40 636,2	34 203,3	0,0
28	ГРАВЕ УКРАЇНА	68 541,6	3 336,6	41 906,0	1 052,2	22 246,8
29	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	47 414,0	45 957,0	1 453,0	4,0	0,0
30	УЛЬТРА АЛЬЯНС	41 780,4	8 758,9	32 887,2	134,2	0,0
31	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	26 225,0	785,6	957,0	150,0	24 332,4
32	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	9 330,9	3 826,1	5 504,8	0,0	0,0
33	КВОРУМ	6 467,8	13,5	6 454,3	0,0	0,0
34	БУСІН	1 316,6	0,0	178,2	538,4	600,0
	Разом	14 299 736,5	3 483 292,2	5 201 111,3	196 616,7	5 418 713,1

Джерело: Insurance TOP

Рівень виплат

№ п/п	Назва компанії	Рівень виплат на 31.12.2023 р., %	Рівень виплат на 31.12.2022 р., %	Приріст, %	Сума страхових виплат на 31.12.2023 р., тис. грн.	Сума страхових виплат на 31.12.2022 р., тис. грн.
1	ALLIANZ УКРАЇНА	91,15	118,31	108,84	74 839,5	35 836,0
2	УСГ	50,33	24,86	87,63	1 477 781,2	787 592,3
3	КРАЇНА	47,48	49,31	-21,45	191 265,0	243 497,0
4	ГРАВЕ УКРАЇНА	47,34	38,06	48,30	68 541,6	46 218,3
5	ЄВРОІНС УКРАЇНА	46,96	39,97	41,50	265 342,6	187 519,6
6	ОБЕРІГ	46,54	39,04	55,01	180 074,0	116 171,7
7	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	45,14	50,50	40,10	326 644,6	233 157,2
8	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	45,07	57,50	-20,86	26 225,0	33 136,0
9	УНІКА	42,87	48,68	11,08	1 377 655,7	1 240 194,9
10	ІНГО	42,49	40,78	56,59	1 136 502,0	725 796,0
11	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	42,16	43,17	36,06	979 183,0	719 677,0
12	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	41,20	39,88	47,46	123 924,0	84 038,0
13	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	38,25	24,80	119,29	9 330,9	4 255,0
14	ТАС СГ	37,89	37,17	48,32	1 341 251,9	904 319,3
15	АЛЬФА-ГАРАНТ	37,53	33,01	55,56	172 964,0	111 191,0
16	PZU УКРАЇНА	37,53	44,98	21,87	701 413,1	575 537,4
17	ARX	37,50	37,62	33,17	1 384 577,3	1 039 737,9
18	ВУСО	36,33	32,03	71,60	972 699,8	566 839,5
19	ПЕРША	35,26	39,27	35,27	291 932,0	215 814,8
20	САЛАМАНДРА	35,13	27,65	48,58	78 862,8	53 077,0
21	UNIVERSALNA	34,92	24,76	101,55	700 220,0	347 416,9
22	УТІСО	34,73	26,03	76,67	124 383,0	70 404,0
23	ОРАНТА	34,33	33,06	33,89	523 799,2	391 215,5
24	ЕТАЛОН	33,69	39,21	15,93	120 296,0	103 764,0
25	Віді - СТРАХУВАННЯ	33,34	43,64	9,46	111 421,7	101 790,8
26	ББС ІНШУРАНС	32,53	24,71	93,93	124 053,4	63 967,3
27	КНЯЖА	31,83	33,21	55,39	634 158,8	408 098,8
28	UPSK	31,78	38,09	-14,65	151 310,6	177 284,6
29	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	31,31	55,67	-46,37	47 414,0	88 411,0
30	ГАРДІАН	30,22	18,33	132,57	393 448,0	169 177,0
31	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	23,10	27,82	25,67	138 657,0	110 331,0
32	КВОРУМ	13,07	25,95	-31,91	6 467,8	9 498,9
33	УЛЬТРА АЛЬЯНС	9,76	6,12	178,66	41 780,4	14 993,4
34	БУСІН	0,45	0,21	91,76	1 316,6	686,6
	Разом	38,25	35,59	43,27	14 299 736,5	9 980 645,7

Джерело: Insurance TOP

Вихідне перестраховання

№	Назва компанії	Питома вага перестраховання у страхових платежах	Частка страхових платежів, належних перестраховикам на 31.12.2023 р., тис.грн.	Сума страхових платежів на 31.12.2023 р., тис.грн.
1	БУСІН	66,14	193 950,6	293 237,9
2	УЛЬТРА АЛЬЯНС	46,65	199 739,7	428 201,7
3	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	37,94	9 253,9	24 391,6
4	КНЯЖА	35,04	698 056,2	1 992 149,1
5	КВОРУМ	32,47	16 066,5	49 488,1
6	УСГ	30,66	900 401,4	2 936 372,6
7	ІНГО	17,89	478 632,0	2 674 896,0
8	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	17,26	51 905,0	300 753,0
9	ЄВРОІНС УКРАЇНА	16,30	92 102,6	565 013,6
10	ALLIANZ УКРАЇНА	15,81	12 977,2	82 106,1
11	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	11,39	68 374,0	600 153,0
12	ПЕРША	9,07	75 054,0	827 850,0
13	ГАРДІАН	8,71	113 339,0	1 301 916,0
14	ВУСО	7,63	204 246,4	2 677 387,2
15	UPSK	7,14	34 011,6	476 063,5
16	ГРАВЕ УКРАЇНА	7,07	10 241,0	144 779,8
17	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	5,93	137 820,0	2 322 404,0
18	UNIVERSALNA	5,69	114 046,4	2 005 024,6
19	UTICO	5,59	20 014,0	358 133,0
20	УНІКА	5,50	176 600,5	3 213 478,1
21	ТАС СГ	3,90	138 144,2	3 539 924,0
22	АЛЬФА-ГАРАНТ	3,08	14 192,0	460 844,0
23	ББС ІНШУРАНС	3,04	11 602,5	381 317,9
24	PZU УКРАЇНА	2,85	53 215,2	1 869 030,5
25	ARX	2,68	98 818,9	3 691 794,7
26	ЕТАЛОН	2,58	9 223,0	357 052,0
27	ОБЕРІГ	2,07	8 000,6	386 964,4
28	ОРАНТА	1,77	26 968,0	1 525 623,6
29	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	1,55	899,0	58 184,0
30	САЛАМАНДРА	1,38	3 098,9	224 506,0
31	КРАЇНА	0,68	2 742,0	402 838,0
32	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	0,23	343,0	151 456,0
33	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	0,04	147,1	334 163,7
34	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	0,04	308,8	723 549,9
	Разом	10,63	3 974 535,2	37 381 047,6

Джерело: Insurance TOP

Страхові платежі по видах

№ п/п	Назва компанії	Всього страхових платежів по страхованню перестрахованню на 31.12.2023 р., тис.грн.				
		Всього	в т.ч.			
			Особисте страхування (крім страхування життя)	Майнове страхування	Страховання відповідальності	Обов'язкове страхування (крім державного)
1	ARX	3 691 794,7	597 125,6	2 569 185,3	84 187,6	441 296,2
2	ТАС СГ	3 539 924,0	513 264,0	853 242,4	98 624,7	2 074 792,9
3	УНІКА	3 213 478,1	1 503 372,7	1 277 707,9	126 107,5	306 290,0
4	УСГ	2 936 372,6	403 892,8	1 105 560,7	86 139,8	1 340 779,3
5	БУСО	2 677 387,2	820 635,8	1 195 835,5	64 759,5	596 156,7
6	ІНГО	2 674 896,0	764 779,0	1 022 936,0	113 982,0	773 199,0
7	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	2 322 404,0	244 015,0	1 710 672,0	41 577,0	326 140,0
8	UNIVERSALNA	2 005 024,6	851 522,4	865 772,5	23 780,3	263 949,4
9	КНЯЖА	1 992 149,1	244 077,2	315 439,5	27 191,1	1 405 441,3
10	PZU УКРАЇНА	1 869 030,5	369 646,6	448 485,2	56 582,5	994 316,2
11	ОРАНТА	1 525 623,6	52 701,6	163 614,0	30 422,9	1 278 885,1
12	ГАРДІАН	1 301 916,0	95 745,0	65 763,0	14 116,0	1 126 292,0
13	ПЕРША	827 850,0	60 853,0	191 553,0	61 180,0	514 264,0
14	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	723 549,9	11 810,9	624 738,6	4 573,1	82 427,3
15	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	600 153,0	123 682,4	350 501,3	113 823,7	12 145,4
16	ЄВРОІНС УКРАЇНА	565 013,6	123 710,9	65 552,1	16 820,1	358 930,5
17	UPSK	476 063,5	82 544,7	134 955,9	13 501,7	245 061,2
18	АЛЬФА-ГАРАНТ	460 844,0	4 773,5	103 749,8	11 260,0	341 060,7
19	УЛЬТРА АЛЬЯНС	428 201,7	44 947,3	338 612,0	23 974,0	20 668,3
20	КРАЇНА	402 838,0	171 835,5	72 874,4	7 014,0	151 114,1
21	ОБЕРІГ	386 964,4	58 704,1	31 733,8	15 374,5	281 152,7
22	БЕС ІНШУРАНС	381 317,9	28 982,0	147 050,4	41 540,6	163 744,9
23	УТІСО	358 133,0	866,0	69 819,0	2 595,0	284 853,0
24	ЕТАЛОН	357 052,0	30 172,0	103 835,0	2 470,0	220 575,0
25	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	334 163,7	4,2	334 152,3	7,3	0,0
26	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	300 753,0	107 721,4	108 492,6	18 587,0	65 952,0
27	БУСІН	293 237,9	681,1	30 942,7	40 306,9	221 307,2
28	САЛАМАНДРА	224 506,0	14 490,0	58 170,0	18 700,0	133 147,0
29	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	151 456,0	143 425,0	6 030,0	2 001,0	0,0
30	ГРАВЕ УКРАЇНА	144 779,8	19 443,5	86 137,7	1 934,3	37 264,3
31	ALLIANZ УКРАЇНА	82 106,1	0,0	46 955,3	35 150,7	0,0
32	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	58 184,0	4 187,5	5 543,4	1 016,2	47 436,9
33	КВОРУМ	49 488,1	97,4	49 390,7	0,0	0,0
34	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	24 391,6	5 979,4	18 235,7	177,0	0,0
	Разом	37 381 047,6	7 499 689,5	14 573 239,7	1 199 478,0	14 108 642,6

Джерело: Insurance TOP



UNIQA

Краще бути
з тим, кому
довіряєш.



Питома вага перестраховання

№ п/п	Назва компанії	Сума страхових платежів на 31.12.2023 р., тис.грн.	Сума страхових платежів на 31.12.2022 р., тис.грн.	Приріст, %	Частка страхових платежів, належних перестраховикам на 31.12.2023 р., тис. грн.	Питома вага перестраховання у страхових платежах
1	ARX	3 691 794,7	2 763 900,4	33,57	98 818,9	2,68
2	TAC CF	3 539 924,0	2 432 613,6	45,52	138 144,2	3,9
3	УНІКА	3 213 478,1	2 547 433,4	26,15	176 600,5	5,50
4	УСГ	2 936 372,6	3 167 509,9	-7,30	900 401,4	30,66
5	ВУСО	2 677 387,2	1 769 461,1	51,31	204 246,4	7,6
6	ІНГО	2 674 896,0	1 779 726,0	50,30	478 632,0	17,89
7	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	2 322 404,0	1 667 017,0	39,31	137 820,0	5,9
8	UNIVERSALNA	2 005 024,6	1 403 370,9	42,87	114 046,4	5,69
9	КНЯЖА	1 992 149,1	1 228 700,5	62,13	698 056,2	35,0
10	PZU УКРАЇНА	1 869 030,5	1 279 537,8	46,07	53 215,2	2,85
11	ОРАНТА	1 525 623,6	1 183 525,3	28,91	26 968,0	1,8
12	ГАРДІАН	1 301 916,0	922 797,0	41,08	113 339,0	8,71
13	ПЕРША	827 850,0	549 617,0	50,62	75 054,0	9,07
14	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	723 549,9	461 669,7	56,72	308,8	0,04
15	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	600 153,0	396 528,0	51,35	68 374,0	11,39
16	ЄВРОІНС УКРАЇНА	565 013,6	469 125,2	20,44	92 102,6	16,30
17	UPSK	476 063,5	465 421,5	2,29	34 011,6	7,14
18	АЛЬФА-ГАРАНТ	460 844,0	336 841,0	36,81	14 192,0	3,08
19	УЛЬТРА АЛЬЯНС	428 201,7	244 824,9	74,90	199 739,7	46,65
20	КРАЇНА	402 838,0	493 806,0	-18,42	2 742,0	0,7
21	ОБЕРІГ	386 964,4	297 600,3	30,03	8 000,6	2,07
22	БЕС ІНШУРАНС	381 317,9	258 851,8	47,31	11 602,5	3,0
23	УТІСО	358 133,0	270 516,0	32,39	20 014,0	5,59
24	ЕТАЛОН	357 052,0	264 635,0	34,92	9 223,0	2,58
25	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	334 163,7	233 242,8	43,27	147,1	0,04
26	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	300 753,0	210 725,0	42,72	51 905,0	17,26
27	БУСІН	293 237,9	328 123,5	-10,63	193 950,6	66,14
28	САЛАМАНДРА	224 506,0	191 991,0	16,94	3 098,9	1,38
29	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	151 456,0	158 825,0	-4,64	343,0	0,23
30	ГРАВЕ УКРАЇНА	144 779,8	121 424,3	19,23	10 241,0	7,07
31	ALLIANZ УКРАЇНА	82 106,1	30 290,7	171,06	12 977,2	15,81
32	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	58 184,0	57 631,0	0,96	899,0	1,55
33	КВОРУМ	49 488,1	36 607,0	35,19	16 066,5	32,47
34	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	24 391,6	17 160,0	42,14	9 253,9	37,94
	Разом	37 381 047,6	28 041 049,6	33,31	3 974 535,2	10,63

Джерело: Insurance TOP

Темп приросту

№	Назва компанії	Приріст, %	Сума страхових платежів на 31.12.2023 р., тис.грн.	Сума страхових платежів на 31.12.2022 р., тис.грн.
1	ALLIANZ УКРАЇНА	171,06	82 106,1	30 290,7
2	УЛЬТРА АЛЪЯНС	74,90	428 201,7	244 824,9
3	КНЯЖА	62,13	1 992 149,1	1 228 700,5
4	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	56,72	723 549,9	461 669,7
5	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	51,35	600 153,0	396 528,0
6	ВУСО	51,31	2 677 387,2	1 769 461,1
7	ПЕРША	50,62	827 850,0	549 617,0
8	ІНГО	50,30	2 674 896,0	1 779 726,0
9	ББС ІНШУРАНС	47,31	381 317,9	258 851,8
10	PZU УКРАЇНА	46,07	1 869 030,5	1 279 537,8
11	ТАС СГ	45,52	3 539 924,0	2 432 613,6
12	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	43,27	334 163,7	233 242,8
13	UNIVERSALNA	42,87	2 005 024,6	1 403 370,9
14	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЪЯНС	42,72	300 753,0	210 725,0
15	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	42,14	24 391,6	17 160,0
16	ГАРДІАН	41,08	1 301 916,0	922 797,0
17	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	39,31	2 322 404,0	1 667 017,0
18	АЛЪФА-ГАРАНТ	36,81	460 844,0	336 841,0
19	КВОРУМ	35,19	49 488,1	36 607,0
20	ЕТАЛОН	34,92	357 052,0	264 635,0
21	ARX	33,57	3 691 794,7	2 763 900,4
22	УТІСО	32,39	358 133,0	270 516,0
23	ОБЕРІГ	30,03	386 964,4	297 600,3
24	ОРАНТА	28,91	1 525 623,6	1 183 525,3
25	УНІКА	26,15	3 213 478,1	2 547 433,4
26	ЄВРОІНС УКРАЇНА	20,44	565 013,6	469 125,2
27	ГРАВЕ УКРАЇНА	19,23	144 779,8	121 424,3
28	САЛАМАНДРА	16,94	224 506,0	191 991,0
29	UPSK	2,29	476 063,5	465 421,5
30	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	0,96	58 184,0	57 631,0
31	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	-4,64	151 456,0	158 825,0
32	УСГ	-7,30	2 936 372,6	3 167 509,9
33	БУСІН	-10,63	293 237,9	328 123,5
34	КРАЇНА	-18,42	402 838,0	493 806,0
	Разом	33,31	37 381 047,6	28 041 049,6

Джерело: Insurance TOP

Чисті страхові платежі

№	Назва компанії	Сума чистих страхових платежів на 31.12.2023 р., тис.грн.	Сума чистих страхових платежів на 31.12.2022 р., тис.грн.	Приріст, %
1	ARX	3 592 975,8	2 669 103,1	34,61
2	TAC CT	3 401 779,8	2 342 899,4	45,20
3	УНІКА	3 036 877,6	2 357 182,8	28,84
4	ВУСО	2 473 140,8	1 590 984,5	55,45
5	ІНГО	2 196 264,0	1 536 064,0	42,98
6	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	2 184 584,0	1 534 090,0	42,40
7	УСТ	2 035 971,2	2 280 815,5	-10,73
8	UNIVERSALNA	1 890 978,2	1 210 044,8	56,27
9	PZU УКРАЇНА	1 815 815,3	1 172 345,4	54,89
10	ОРАНТА	1 498 655,6	1 159 344,0	29,27
11	КНЯЖА	1 294 092,9	815 056,3	58,77
12	ГАРДІАН	1 188 577,0	855 983,0	38,86
13	ПЕРША	752 796,0	468 413,9	60,71
14	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	723 241,1	461 511,6	56,71
15	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	531 779,0	363 250,0	46,39
16	ЄВРОІНС УКРАЇНА	472 911,0	371 056,1	27,45
17	АЛЬФА-ГАРАНТ	446 652,0	329 640,0	35,50
18	UPSK	442 051,9	439 668,7	0,54
19	КРАЇНА	400 096,0	482 446,0	-17,07
20	ОБЕРІГ	378 963,8	293 380,0	29,17
21	ББС ІНШУРАНС	369 715,4	249 888,2	47,95
22	ЕТАЛОН	347 829,0	252 476,0	37,77
23	УТІСО	338 119,0	258 972,0	30,56
24	Віді - СТРАХУВАННЯ	334 016,6	231 128,9	44,52
25	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	248 848,0	185 386,0	34,23
26	УЛЬТРА АЛЬЯНС	228 462,0	113 776,4	100,80
27	САЛАМАНДРА	221 407,1	191 188,0	15,81
28	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	151 113,0	155 407,0	-2,76
29	ГРАВЕ УКРАЇНА	134 538,8	113 485,7	18,55
30	БУСІН	99 287,3	111 122,8	-10,65
31	ALLIANZ УКРАЇНА	69 128,9	23 581,3	193,15
32	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	57 285,0	54 087,0	5,91
33	КВОРУМ	33 421,6	26 968,9	23,93
34	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	15 137,7	11 016,0	37,42
	Разом	33 406 512,4	24 711 763,3	35,18

Джерело: Insurance TOP

Пряме страхування

№	Назва компанії	Премії по прямому страхуванню за 31.12.2023 р., тис.грн.	Премії по прямому страхуванню за 31.12.2022 р., тис.грн.	Темп росту, %
1	ARX	3 685 296,0	2 761 494,0	133,45
2	TAC CG	3 528 614,6	2 427 706,4	145,35
3	УНІКА	3 203 272,6	2 542 842,3	125,97
4	УСГ	2 926 260,9	3 163 174,5	92,51
5	ІНГО	2 647 661,0	1 768 430,0	149,72
6	ВУСО	2 645 182,5	1 750 262,5	151,13
7	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	2 319 289,0	1 666 721,0	139,15
8	UNIVERSALNA	2 002 757,3	1 402 336,2	142,82
9	КНЯЖА	1 988 179,5	1 226 657,0	162,08
10	PZU УКРАЇНА	1 863 640,0	1 264 875,6	147,34
11	ОРАНТА	1 523 502,2	1 179 317,4	129,19
12	ГАРДІАН	1 296 721,0	921 444,0	140,73
13	ПЕРША	824 389,0	546 986,3	150,71
14	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	723 549,9	461 669,7	156,72
15	ЄВРОІНС УКРАЇНА	564 711,4	468 865,9	120,44
16	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	540 085,0	375 554,0	143,81
17	UPSK	472 425,9	463 301,8	101,97
18	АЛЬФА-ГАРАНТ	451 523,0	333 157,0	135,53
19	УЛЬТРА АЛЬЯНС	418 180,2	239 122,6	174,88
20	КРАЇНА	401 488,6	492 620,0	81,50
21	ОБЕРІГ	379 485,3	297 047,2	127,75
22	БЕС ІНШУРАНС	374 497,5	251 995,7	148,61
23	ЕТАЛОН	356 817,0	264 474,0	134,92
24	УТІСО	339 623,0	259 788,0	130,73
25	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	334 163,7	233 242,8	143,27
26	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	299 686,0	209 660,0	142,94
27	БУСІН	250 056,1	286 753,2	87,20
28	САЛАМАНДРА	223 766,7	173 944,0	128,64
29	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	151 456,0	158 825,0	95,36
30	ГРАВЕ УКРАЇНА	144 779,8	121 424,3	119,23
31	ALLIANZ УКРАЇНА	82 037,1	30 196,3	271,68
32	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	58 184,0	57 631,0	100,96
33	КВОРУМ	49 488,1	36 606,0	135,19
34	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	24 391,6	17 160,0	142,14
	Разом	37 095 161,5	27 855 285,7	133,17

Джерело: Insurance TOP

Чистий фінансовий результат

№ п/п	Назва компанії	Фінансовий результат за 31.12.2023 р., тис.грн.
1	УНІКА	427 513,0
2	АРХ	388 097,5
3	ІНГО	232 540,0
4	UNIVERSALNA	136 377,5
5	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	132 407,0
6	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	131 395,0
7	ОРАНТА	82 423,3
8	ТАС СГ	76 177,5
9	КНЯЖА	71 719,4
10	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	66 723,2
11	БУСІН	55 217,7
12	PZU УКРАЇНА	46 489,0
13	ВУСО	44 047,9
14	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	35 946,5
15	ПЕРША	26 262,0
16	АЛЬФА-ГАРАНТ	21 280,0
17	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	12 937,0
18	КВОРУМ	10 155,9
19	УЛЬТРА АЛЪЯНС	9 683,4
20	ЕТАЛОН	6 271,0
21	UPSK	5 703,8
22	КРАЇНА	2 980,0
23	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	1 821,0
24	ALLIANZ УКРАЇНА	1 512,9
25	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЪЯНС	811,0
26	ГАРДІАН	721,0
27	ОБЕРІГ	551,2
28	ЄВРОІНС УКРАЇНА	-2 378,5
29	САЛАМАНДРА	-12 348,5
30	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	-14 498,0
31	ГРАВЕ УКРАЇНА	-19 744,7
32	УТІСО	-24 582,0
33	БЕС ІНШУРАНС	-33 525,1
Всього		1 920 687,9

Джерело: Insurance TOP

ТОП на ринку добровільного медичного страхування за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестраховання, %
1	УНІКА	1 069 341,2	33,28	50,32	573 174,1	53,60	1,54
2	ІНГО	658 480,0	24,62	52,09	450 669,0	68,44	5,07
3	UNIVERSALNA	571 966,4	28,53	197,93	271 316,3	47,44	0,00
4	ARX	524 208,9	14,20	22,20	265 447,5	50,64	1,46
5	ВУСО	492 170,0	18,38	192,61	279 139,5	56,72	0,00
6	ТАС СГ	385 008,0	10,88	71,79	164 310,0	42,68	0,00
7	УСГ	380 156,7	12,95	19,58	240 672,1	63,31	0,00
8	PZU УКРАЇНА	237 889,6	12,73	72,50	144 692,0	60,82	0,00
9	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	229 007,0	9,86	159,16	90 881,0	39,68	0,00
10	КРАЇНА	164 844,9	40,92	-2,10	103 781,2	62,96	0,00
11	КНЯЖА	132 673,2	6,66	28,55	78 974,1	59,53	0,00
12	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	122 094,7	20,34	26,95	57 193,3	46,84	0,00
13	ЄВРОІНС УКРАЇНА	107 510,6	19,03	109,88	65 582,5	61,00	0,00
14	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	106 128,7	35,29	47,83	64 054,0	60,36	0,00
15	UPSK	63 818,1	13,41	-8,46	22 983,4	36,01	0,00
16	ОБЕРІГ	47 937,8	12,39	18,64	307,0	0,64	0,00
17	ПЕРША	40 248,0	4,86	132,03	16 223,0	40,31	0,00
18	ОРАНТА	28 890,3	1,89	73,34	4 539,6	15,71	0,00
19	УЛЬТРА АЛЬЯНС	12 063,7	2,82	52,74	7 871,3	65,25	0,05
20	ББС ІНШУРАНС	11 081,3	2,91	40,71	6 649,5	60,01	0,00
21	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	11 015,5	1,52	45,87	6 780,1	61,55	0,00
22	САЛАМАНДРА	8 788,0	3,91	-23,10	7 707,0	87,70	0,00
23	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	5 979,4	24,51	28,67	3 826,1	63,99	0,00
24	ЕТАЛОН	5 082,0	1,42	21,00	5 466,0	107,56	0,00
25	ГРАВЕ УКРАЇНА	4 496,1	3,11	17,73	2 668,5	59,35	0,00
Разом		5 420 880,1	15,81	60,19	2 934 908,1	54,14	1,06

ТОП на ринку добровільного страхування від нещасних випадків за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестраховання, %
1	УНІКА	199 447,2	6,2	6,5	35 320,6	17,7	0,0
2	UNIVERSALNA	185 383,7	9,2	15,4	62 290,5	33,6	0,1
3	ВУСО	92 270,8	3,4	72,4	36 705,4	39,8	0,1
4	ІНГО	81 244,0	3,0	12,1	45 932,0	56,5	58,9
5	КНЯЖА	64 006,9	3,2	126,6	31 946,6	49,9	0,3
6	ТАС СГ	50 522,7	1,43	168,98	1 484,3	2,94	0,03
7	PZU УКРАЇНА	37 559,7	2,0	9,1	572,5	1,5	0,2
8	ГАРДІАН	26 554,0	2,0	53,6	1 167,0	4,4	0,0
9	ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	23 920,0	15,79	1,66	29,0	0,12	0,17
10	ЕТАЛОН	21 100,0	5,9	129,6	88,0	0,4	0,0
11	УЛЬТРА АЛЬЯНС	13 534,2	3,2	34,2	90,7	0,7	0,1
12	ЄВРОІНС УКРАЇНА	12 874,7	2,28	24,43	228,8	1,78	0,00
13	UPSK	11 908,0	2,5	-11,7	565,8	4,8	0,0
14	ОБЕРІГ	8 130,7	2,1	51,2	31,2	0,4	0,0
15	ОРАНТА	7 912,3	0,52	27,18	1 068,5	13,50	0,00
16	УСГ	7 907,7	0,3	9,8	33,7	0,4	2,3
17	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	7 663,0	0,33	-0,75	614,0	8,01	5,29
18	ББС ІНШУРАНС	7 545,0	1,98	47,27	73,1	0,97	0,00
19	КРАЇНА	5 253,4	1,3	131,5	942,2	17,9	0,0
20	ПЕРША	4 538,0	0,55	84,41	155,0	3,42	0,59
21	ГРАВЕ УКРАЇНА	4 315,1	3,0	57,4	144,8	3,4	1,3
22	ARX	2 577,1	0,1	26,1	326,3	12,7	0,0
23	АЛЬФА-ГАРАНТ	2 161,0	0,5	227,9	6,0	0,3	0,0
24	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	1 587,7	0,26	3,95	0,0	0,00	0,58
25	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	1 569,9	0,5	51,1	110,0	7,0	1,9
Разом		881 486,8	2,50	28,93	219 926,0	24,95	5,59

Джерело: Insurance TOP

ТОП на ринку КАСКО за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестраховування, %
1	ARX	1 950 804,8	52,84	28,56	836 777,5	42,89	0,71
2	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	1 533 938,0	66,05	35,92	697 128,0	45,45	6,13
3	УНІКА	967 054,5	30,09	25,41	430 884,0	44,56	0,82
4	УСГ	795 231,4	27,08	31,47	393 038,9	49,42	0,59
5	ТАС СГ	723 231,6	20,43	41,05	402 782,9	55,69	0,40
6	ВУСО	707 603,4	26,43	59,89	270 469,0	38,22	17,33
7	UNIVERSALNA	646 118,6	32,22	28,79	219 464,1	33,97	0,93
8	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	622 402,5	86,02	50,82	284 405,5	45,69	0,00
9	ІНГО	545 603,0	20,40	21,31	320 589,0	58,76	1,17
10	PZU УКРАЇНА	368 492,2	19,72	29,01	167 433,2	45,44	0,64
11	ВіДі - СТРАХУВАННЯ	333 320,4	99,75	43,45	111 421,7	33,43	0,00
12	КНЯЖА	274 525,0	13,78	54,86	112 750,5	41,07	1,40
13	ПЕРША	149 677,0	18,08	97,07	60 224,0	40,24	1,39
14	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	131 417,3	21,90	33,38	55 861,2	42,51	4,33
15	ББС ІНШУРАНС	113 939,8	29,88	53,08	44 479,3	39,04	0,53
16	АЛЬФА-ГАРАНТ	101 965,0	22,13	51,04	3 085,8	3,03	2,08
17	UPSK	81 240,6	17,07	19,14	32 310,3	39,77	6,33
18	ОРАНТА	71 973,8	4,72	55,50	26 721,0	37,13	1,52
19	ГРАВЕ УКРАЇНА	69 899,0	48,28	14,52	38 949,9	55,72	2,17
20	КРАЇНА	63 198,6	15,69	13,25	33 835,2	53,54	3,02
21	ЄВРОІНС УКРАЇНА	54 682,6	9,68	-1,58	25 712,3	47,02	34,31
22	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	51 407,0	17,09	12,67	29 168,0	56,74	2,63
23	УЛЬТРА АЛЬЯНС	50 526,9	11,80	63,87	29 721,8	58,82	4,89
24	ГАРДІАН	48 342,0	3,71	50,55	20 588,0	42,59	37,47
25	ОБЕРІГ	27 937,6	7,22	511,43	2 016,0	7,22	0,00
Разом		10 484 532,6	29,30	35,23	4 649 817,1	44,35	3,10

ТОП на ринку добровільного страхування на випадок хвороби за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестраховування, %
1	УНІКА	206 402,5	6,4	5,1	55 507,0	26,9	0,0
2	ВУСО	139 785,9	5,2	-26,9	29 876,2	21,4	0,0
3	UNIVERSALNA	52 682,5	2,6	260,7	11 591,6	22,0	0,0
4	ТАС СГ	29 920,0	0,8	29,2	1 051,8	3,5	0,1
5	УЛЬТРА АЛЬЯНС	13 056,7	3,05	31,34	327,4	2,51	68,83
6	ГАРДІАН	8 291,0	0,64	71,98	310,0	3,74	0,00
7	PZU УКРАЇНА	5 403,6	0,3	10,8	143,3	2,7	0,0
8	ББС ІНШУРАНС	3 235,0	0,85	45,94	0,0	0,00	0,01
9	UPSK	2 362,4	0,5	16,4	308,4	13,1	0,0
10	САЛАМАНДРА	1 463,0	0,65	142,22	0,0	0,00	0,00
11	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	1 084,0	1,86	-45,98	168,0	15,50	0,00
12	КРАЇНА	642,2	0,16	-99,49	1 518,5	236,45	0,00
13	ЄВРОІНС УКРАЇНА	372,5	0,07	321,38	0,0	0,00	0,00
14	ARX	276,6	0,0	422,9	7,4	2,7	0,0
15	КНЯЖА	261,1	0,01	3,98	2,5	0,96	0,00
16	ПЕРША	145,0	0,0	284,6	0,0	0,0	0,0
17	ОРАНТА	106,8	0,0	-83,0	60,8	56,9	0,0
18	АЛЬФА-ГАРАНТ	104,0	0,0	-47,5	16,0	15,4	0,0
19	ОБЕРІГ	70,8	0,0	-24,0	0,0	0,0	0,0
20	УСГ	35,1	0,00	338,75	0,0	0,00	0,00
Разом		465 700,7	1,61	-19,58	100 888,9	21,66	1,93

Джерело: Insurance TOP

ТОП на ринку ОСАЦВ за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестраховування, %
1	ТАС СГ	1 149 841,8	32,48	35,76	491 211,6	42,72	0,00
2	ОРАНТА	1 050 303,3	68,84	34,70	362 480,8	34,51	0,00
3	КНЯЖА	723 854,0	36,34	53,79	249 114,9	34,42	46,50
4	PZU УКРАЇНА	499 397,4	26,72	55,31	195 015,4	39,05	0,00
5	УСГ	478 662,4	16,30	42,47	229 630,0	47,97	42,82
6	ГАРДІАН	365 471,0	28,07	23,33	158 258,0	43,30	0,00
7	ВУСО	364 123,6	13,60	26,57	160 392,4	44,05	0,00
8	ЄВРОІНС УКРАЇНА	356 438,1	63,08	24,32	170 018,5	47,70	19,38
9	АЛЬФА-ГАРАНТ	330 382,0	71,69	33,04	167 396,0	50,67	2,26
10	ІНГО	294 264,0	11,00	55,09	119 616,0	40,65	0,00
11	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	291 185,0	12,54	19,93	137 962,0	47,38	0,00
12	ARX	290 768,2	7,88	26,71	116 666,8	40,12	0,00
13	УНІКА	281 431,5	8,76	49,61	132 375,0	47,04	0,01
14	ОБЕРІГ	279 797,8	72,31	22,67	177 092,5	63,29	2,67
15	ЕТАЛОН	219 767,0	61,55	58,80	94 997,0	43,23	0,00
16	UPSK	177 687,9	37,32	-6,92	87 972,4	49,51	0,00
17	ПЕРША	143 991,0	17,39	67,31	62 279,0	43,25	0,00
18	ББС ІНШУРАНС	140 777,4	36,92	59,71	68 583,2	48,72	0,00
19	КРАЇНА	136 915,6	33,99	21,48	48 152,3	35,17	0,00
20	UNIVERSALNA	136 430,3	6,80	-1,62	73 483,3	53,86	0,00
21	САЛАМАНДРА	132 208,0	58,89	31,55	53 273,0	40,29	0,00
22	UTICO	89 234,0	24,92	14,39	55 536,0	62,24	0,00
23	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	82 365,1	11,38	132,39	30 712,6	37,29	0,00
24	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	59 783,0	19,88	25,31	29 759,0	49,78	0,00
25	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	46 782,8	80,40	13,62	24 332,4	52,01	0,00
Разом		8 121 862,2	23,03	35,14	3 496 310,1	43,05	7,70

ТОП на ринку добровільного страхування водного транспорту за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестраховування, %
1	УСГ	35 731,4	1,22	51,98	36,4	0,10	15,90
2	ІНГО	17 176,0	0,64	1,31	0,0	0,00	91,42
3	ПЕРША	1 160,0	0,14	305,45	0,0	0,00	71,38
4	КРАЇНА	215,2	0,05	254,53	0,0	0,00	8,83
5	ARX	157,5	0,00	-2,11	0,0	0,00	1,97
6	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	128,0	0,01	-	0,0	0,00	32,03
7	ВУСО	103,7	0,00	-150,63	0,0	0,00	133,37
8	UPSK	76,2	0,02	-20,95	0,0	0,00	0,00
9	ББС ІНШУРАНС	49,1	0,01	-78,09	0,0	0,00	0,00
10	УЛЬТРА АЛЬЯНС	42,3	0,01	-13,67	0,0	0,00	0,00
Разом		54 839,4	0,33	33,30	36,4	0,07	40,87

Джерело: Insurance TOP

ТОП на ринку ДЦВ за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень пере-страхування, %
1	ТАС СГ	93 896,2	2,65	28,91	11 626,9	12,38	1,00
2	ПЕРША	59 200,0	7,15	46,36	12 801,0	21,62	23,30
3	УСГ	47 647,8	1,62	38,94	8 247,0	17,31	7,27
4	ARX	44 627,2	1,21	24,93	11 909,3	26,69	0,00
5	ІНГО	39 142,0	1,46	50,62	10 833,0	27,68	0,00
6	УНІКА	34 035,4	1,06	31,70	8 969,0	26,35	2,74
7	PZU УКРАЇНА	33 439,1	1,79	55,37	3 874,7	11,59	5,33
8	ВУСО	32 017,4	1,20	12,74	4 211,9	13,16	74,40
9	ОРАНТА	28 688,2	1,88	49,42	2 955,7	10,30	0,00
10	ALLIANZ УКРАЇНА	23 247,2	28,31	-	2 819,2	12,13	8,62
11	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	20 670,0	0,89	18,45	6 572,0	31,79	1,03
12	КНЯЖА	19 298,0	0,97	42,39	1 995,5	10,34	9,38
13	ББС ІНШУРАНС	16 251,4	4,26	46,69	2 269,5	13,96	0,00
14	UNIVERSALNA	15 351,2	0,77	22,19	1 859,6	12,11	3,80
15	ОБЕРІГ	14 835,5	3,83	57,03	438,4	2,96	0,00
16	ЄВРОІНС УКРАЇНА	12 212,6	2,16	2,56	2 262,0	18,52	3,47
17	АЛЬФА-ГАРАНТ	10 267,0	2,23	30,87	1 227,0	11,95	0,00
18	ГАРДІАН	9 565,0	0,73	44,73	819,0	8,56	29,90
19	САЛАМАНДРА	5 444,0	2,42	-60,03	263,0	4,83	0,00
20	КРАЇНА	4 976,4	1,24	19,76	522,8	10,51	0,00
21	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	4 434,1	0,61	48,82	4 554,0	102,70	0,00
22	UPSK	3 880,9	0,82	-21,23	1 922,9	49,55	3,71
23	УТІСО	2 592,0	0,72	-0,08	2 137,0	82,45	23,11
24	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	2 285,3	0,76	49,98	195,0	8,53	0,00
25	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	2 151,7	0,36	14,08	722,6	33,58	0,00
Разом		580 155,6	1,63	35,76	106 008,0	18,27	9,20

ТОП на ринку добровільного страхування медичних витрат за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестра-хування, %
1	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	119 505,0	78,90	6,08	45 928,0	38,43	0,16
2	ВУСО	96 409,1	3,60	16,87	27 130,7	28,14	0,00
3	PZU УКРАЇНА	88 793,7	4,75	-8,20	38 854,0	43,76	0,23
4	ARX	70 063,1	1,90	-1,09	45 318,6	64,68	0,00
5	ГАРДІАН	60 576,0	4,65	-35,66	287,0	0,47	20,79
6	ТАС СГ	47 813,4	1,35	-41,66	16 309,7	34,11	0,00
7	КНЯЖА	47 136,0	2,37	15,69	8 444,2	17,91	1,69
8	UNIVERSALNA	41 459,8	2,07	6,26	4 858,6	11,72	0,00
9	УНІКА	28 181,8	0,88	13,68	13 711,1	48,65	0,00
10	ІНГО	25 055,0	0,94	42,66	7 366,0	29,40	0,67
11	ПЕРША	15 922,0	1,92	26,89	2 219,0	13,94	0,00
12	УСГ	15 793,3	0,54	6,60	2 512,1	15,91	0,00
13	ОРАНТА	15 792,2	1,04	9,27	3 478,6	22,03	0,00
14	ГРАВЕ УКРАЇНА	10 632,4	7,34	34,71	523,3	4,92	17,99
15	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	7 335,0	0,32	30,19	3 780,0	51,53	0,00
16	ББС ІНШУРАНС	7 120,8	1,87	29,64	1 142,5	16,04	0,00
17	УЛЬТРА АЛЬЯНС	6 292,7	1,47	1 101,13	469,5	7,46	8,05
18	UPSK	4 456,1	0,94	2,12	604,7	13,57	0,00
19	ЕТАЛОН	3 979,0	1,11	13,46	587,0	14,75	0,00
20	САЛАМАНДРА	3 484,0	1,55	189,13	740,0	21,24	0,00
21	ЄВРОІНС УКРАЇНА	2 953,0	0,52	-34,76	178,5	6,04	0,00
22	ОБЕРІГ	2 564,8	0,66	59,24	108,2	4,22	0,00
23	КРАЇНА	1 095,0	0,27	12,12	0,0	0,00	0,00
24	УТІСО	740,0	0,21	-25,33	1 161,0	156,89	0,00
25	АЛЬФА-ГАРАНТ	371,0	0,08	25,34	63,0	16,98	0,00
Разом		723 524,2	2,07	-2,20	225 775,3	31,20	2,26

Джерело: Insurance TOP

ТОП на ринку страхування майна за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень пере-страхування, %
1	ARX	433 262,0	11,74	37,56	56 604,6	13,06	12,55
2	ІНГО	185 795,0	6,95	83,30	12 592,0	6,78	40,00
3	УЛЬТРА АЛЬЯНС	161 540,9	37,73	136,10	268,6	0,17	53,52
4	ВУСО	118 284,3	4,42	74,66	21 962,6	18,57	18,00
5	УНІКА	111 603,5	3,47	14,73	5 091,9	4,56	34,73
6	UNIVERSALNA	86 776,2	4,33	42,93	40 974,8	47,22	18,20
7	УСГ	82 965,7	2,83	11,62	3 371,6	4,06	49,96
8	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	76 441,5	12,74	70,47	1 209,2	1,58	22,74
9	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	64 383,0	2,77	39,98	1 777,0	2,76	16,84
10	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	52 720,9	17,53	1 229,72	73,0	0,14	86,24
11	UPSK	48 043,8	10,09	10,69	1 719,5	3,58	12,69
12	ТАС СГ	41 201,8	1,16	16,18	6 242,7	15,15	15,02
13	PZU УКРАЇНА	28 866,8	1,54	-36,49	6 850,1	23,73	37,56
14	ЕТАЛОН	18 174,0	5,09	-40,70	1 227,0	6,75	13,59
15	БЕС ІНШУРАНС	11 751,0	3,08	39,71	417,8	3,56	18,05
16	ПЕРША	11 269,0	1,36	47,12	85,0	0,75	30,73
17	ГАРДІАН	8 580,0	0,66	-30,50	359,0	4,18	6,43
18	САЛАМАНДРА	5 373,0	2,39	89,52	0,0	0,00	0,56
19	УТІСО	4 590,0	1,28	-71,45	0,0	0,00	0,13
20	ЄВРОІНС УКРАЇНА	2 754,8	0,49	-75,06	209,6	7,61	14,83
21	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	2 168,4	0,30	98,43	65,2	3,01	13,96
22	КРАЇНА	1 868,2	0,46	52,77	64,6	3,46	7,60
23	ALLIANZ УКРАЇНА	1 349,2	1,64	-235,29	1 361,7	100,93	-8,91
24	ГРАВЕ УКРАЇНА	1 147,8	0,79	5,34	165,7	14,44	29,82
25	ОБЕРІГ	1 104,4	0,29	-17,38	20,4	1,85	5,17
Разом		1 562 015,2	4,81	42,43	162 713,6	10,42	28,11

ТОП на ринку добровільного страхування фінансових ризиків за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень пере-страхування, %
1	ВУСО	187 817,4	7,01	89,58	17 951,5	9,56	1,86
2	ARX	128 690,5	3,49	188,00	13 100,9	10,18	2,21
3	UNIVERSALNA	117 765,8	5,87	318,11	9 690,1	8,23	1,11
4	УНІКА	69 872,8	2,17	4,83	36 441,1	52,15	21,00
5	ТАС СГ	34 134,1	0,96	2,17	2 836,4	8,31	0,00
6	ІНГО	27 237,0	1,02	-	81,0	0,30	67,94
7	ЕТАЛОН	26 061,0	7,30	-2,51	20,0	0,08	0,00
8	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	24 156,1	4,02	260,39	926,3	3,83	23,33
9	УЛЬТРА АЛЬЯНС	10 402,0	2,43	1,60	0,0	0,00	62,25
10	УТІСО	9 306,0	2,60	-	0,0	0,00	0,00
11	ПЕРША	7 386,0	0,89	67,85	33,0	0,45	0,00
12	САЛАМАНДРА	6 392,0	2,85	62,94	0,0	0,00	0,00
13	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	4 486,0	2,96	-69,99	1 438,0	32,06	0,00
14	БЕС ІНШУРАНС	248,4	0,07	-61,48	0,0	0,00	39,25
15	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	222,4	0,91	119,55	0,0	0,00	50,40
16	ALLIANZ УКРАЇНА	202,7	0,25	-103,30	19 989,6	9 861,67	-34,39
17	ГАРДІАН	144,0	0,01	311,43	0,0	0,00	0,00
18	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	120,0	0,01	-36,84	33,0	27,50	0,00
19	UPSK	105,3	0,02	-40,07	0,0	0,00	0,00
20	КРАЇНА	39,9	0,01	-95,50	0,0	0,00	0,00
Разом		654 789,4	2,54	95,57	102 540,9	15,66	8,11

Джерело: Insurance TOP

ТОП на ринку добровільного страхування вантажів і багажу за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень пере-страхування, %
1	ІНГО	205 084,0	7,67	64,31	21 291,0	10,38	40,85
2	УСГ	107 491,1	3,66	-15,82	4 784,3	4,45	28,24
3	УЛЬТРА АЛЬЯНС	66 201,6	15,46	149,45	914,2	1,38	51,37
4	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	54 431,1	9,07	156,42	5 032,2	9,25	10,53
5	КВОРУМ	49 338,6	99,70	34,91	6 454,3	13,08	32,56
6	УТІСО	49 337,0	13,78	153,61	2 007,0	4,07	0,00
7	ALLIANZ УКРАЇНА	44 198,7	53,83	62,27	5 850,2	13,24	8,62
8	АРХ	43 501,0	1,18	108,82	2 549,3	5,86	8,00
9	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	39 277,0	1,69	-6,71	76,0	0,19	8,25
10	PZU УКРАЇНА	38 268,5	2,05	51,39	2 197,0	5,74	10,64
11	УНІКА	30 405,2	0,95	13,94	530,8	1,75	37,16
12	БУСО	16 064,4	0,60	129,96	429,4	2,67	34,11
13	ПЕРША	12 636,0	1,53	94,57	135,0	1,07	27,87
14	ГРАВЕ УКРАЇНА	12 269,6	8,47	30,04	2 790,0	22,74	46,22
15	UNIVERSALNA	11 551,6	0,58	92,51	26,0	0,23	11,97
16	КНЯЖА	8 897,4	0,45	391,70	0,0	0,00	53,25
17	ББС ІНШУРАНС	8 059,8	2,11	56,80	7,7	0,10	12,76
18	ТАС СГ	7 450,0	0,21	27,30	192,6	2,59	12,11
19	ЕТАЛОН	7 033,0	1,97	-	0,0	0,00	0,10
20	ЄВРОІНС УКРАЇНА	5 314,3	0,94	-32,66	680,7	12,81	27,96
21	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	4 260,4	1,42	83,42	0,0	0,00	6,10
22	САЛАМАНДРА	4 198,0	1,87	-10,49	0,0	0,00	31,99
23	КРАЇНА	3 488,5	0,87	25,61	0,0	0,00	2,18
24	ОРАНТА	2 116,5	0,14	78,20	0,0	0,00	2,44
25	UPSK	1 992,1	0,42	28,49	482,0	24,20	16,26
Разом		832 865,4	2,48	48,54	56 429,7	6,78	26,67

ТОП на ринку добровільного страхування від вогню та стихійних явищ за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестраховування, %
1	БУСО	164 925,4	6,16	78,54	3 274,2	1,99	13,03
2	УНІКА	96 333,6	3,00	20,83	83 740,0	86,93	28,09
3	ОРАНТА	86 105,5	5,64	5,13	6 158,8	7,15	1,99
4	УСГ	78 745,3	2,68	10,35	9 138,3	11,60	51,51
5	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	67 544,0	2,91	25,76	36 881,0	54,60	19,93
6	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	61 947,7	10,32	76,58	2 384,8	3,85	23,70
7	УЛЬТРА АЛЬЯНС	48 419,4	11,31	61,35	1 982,6	4,09	73,80
8	ТАС СГ	40 360,5	1,14	13,05	4 479,4	11,10	14,35
9	ІНГО	35 628,0	1,33	50,80	10 511,0	29,50	23,09
10	КНЯЖА	31 987,2	1,61	43,26	1 986,3	6,21	25,95
11	ЕТАЛОН	18 195,0	5,10	-40,66	0,0	0,00	13,58
12	БУСІН	13 779,7	4,70	3,66	0,0	0,00	64,27
13	ББС ІНШУРАНС	11 470,7	3,01	36,59	168,5	1,47	18,60
14	ПЕРША	9 380,0	1,13	27,61	1 822,0	19,42	18,75
15	ГАРДІАН	7 427,0	0,57	19,81	17,0	0,23	7,43
16	САЛАМАНДРА	7 319,0	3,26	312,11	0,0	0,00	0,41
17	УТІСО	4 621,0	1,29	-71,33	0,0	0,00	0,15
18	ГРАВЕ УКРАЇНА	2 821,3	1,95	6,36	0,0	0,00	26,38
19	ЄВРОІНС УКРАЇНА	2 800,4	0,50	-62,64	43,4	1,55	15,41
20	КРАЇНА	2 764,8	0,69	26,46	19,4	0,70	9,82
21	ALLIANZ УКРАЇНА	1 204,7	1,47	-166,70	13 342,2	1 107,51	-2,82
22	ОБЕРІГ	1 092,2	0,28	-16,10	57,2	5,24	5,23
23	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	765,5	3,14	-6,96	0,0	0,00	52,70
24	АЛЬФА-ГАРАНТ	735,0	0,16	15,28	30,2	4,11	0,00
25	UNIVERSALNA	473,5	0,02	-74,63	0,0	0,00	96,28
Разом		796 846,4	2,68	27,54	176 036,3	22,09	24,49

Джерело: Insurance TOP

ТОП на ринку обов'язкового страхування цивільної авіації за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень пере-страхування, %
1	БУСІН	219 766,6	74,94	-21,10	600,00	0,27	64,21
2	ІНГО	152 425,0	5,70	140,17	3,00	0,00	91,79
3	UNIVERSALNA	117 260,9	5,85	-44,23	0,00	0,00	70,42
4	ТАС СГ	33 405,8	0,94	63,73	0,00	0,00	66,78
5	UPSK	23 240,1	4,88	79,82	0,00	0,00	64,73
6	УЛЬТРА АЛЬЯНС	18 857,2	4,40	-43,92	0,00	0,00	59,55
7	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	18 493,0	0,80	-	1 924,00	10,40	68,77
8	ББС ІНШУРАНС	3 776,8	0,99	876,93	0,00	0,00	45,14
9	PZU УКРАЇНА	1 589,7	0,09	-14,87	0,00	0,00	19,80
10	УСГ	1 285,5	0,04	-73,46	0,00	0,00	22,73
Разом		590 100,6	3,49	-5,77	2 527,00	0,43	72,40

ТОП на ринку страхування сільськогосподарської продукції за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень пере-страхування, %
1	PZU УКРАЇНА	10 946,2	0,59	-74,94	4 664,9	42,62	44,84
2	УКРАЇНСЬКА АГРАРНО-СТРАХОВА КОМПАНІЯ	10 631,3	43,59	81,78	2 909,9	27,37	52,40
3	ARX	8 089,3	0,22	89,09	1 649,8	20,39	51,85
4	ОРАНТА	2 908,9	0,19	-11,23	806,1	27,71	0,00
5	ЕТАЛОН	1 964,0	0,55	-22,13	10 367,0	527,85	0,00
6	UNIVERSALNA	1 032,7	0,05	-92,92	577,4	55,91	25,31
7	КРАЇНА	885,5	0,22	-68,73	0,0	0,00	-5,14
8	UPSK	568,8	0,12	-13,82	20,0	3,52	0,00
9	ТАС СГ	211,0	0,01	-16,07	42,5	20,14	0,00
10	ІНГО	168,0	0,01	-60,56	0,0	0,00	12,50
Разом		37 405,7	0,23	-52,27	21 037,6	56,24	39,86

ТОП на ринку обов'язкового страхування "Зелена карта" за 2023 р.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис.грн.	Питома вага виду у портфелі страховика, %	Приріст страхових платежів, %	Сума страхових виплат, тис.грн.	Рівень виплат, %	Рівень перестра-хування, %
1	ТАС СГ	856 743,5	24,20	78,17	238 050,2	27,79	10,38
2	УСГ	852 971,6	29,05	-43,38	582 972,5	68,35	65,39
3	ГАРДІАН	730 215,0	56,09	70,13	211 611,0	28,98	9,26
4	КНЯЖА	670 018,1	33,63	87,39	147 775,6	22,06	50,59
5	PZU УКРАЇНА	488 912,2	26,16	119,08	109 746,2	22,45	5,60
6	ПЕРША	339 723,0	41,04	31,19	135 080,0	39,76	11,66
7	ІНГО	319 688,0	11,95	46,64	126 318,0	39,51	10,03
8	ОРАНТА	208 368,8	13,66	11,66	115 268,3	55,32	8,45
9	ВУСО	201 573,7	7,53	37,29	120 298,7	59,68	11,13
10	UTICO	181 217,0	50,60	50,55	62 653,0	34,57	7,43
11	ARX	139 130,7	3,77	176,78	27 481,1	19,75	6,77
Разом		4 988 561,6	21,32	25,39	1 877 254,6	37,63	24,36

Джерело: Insurance TOP

Insurance Top[®]

— регіони —

24 області України:

Вінницька область
Волинська область
Дніпропетровська область
Донецька область

Житомирська область
Закарпатська область
Запорізька область
Івано Франківська область
Київ та Київська область
Кіровоградська область
Луганська область
Львівська область
Миколаївська область
Одеська область

Полтавська область
Рівненська область
Сумська область
Тернопільська область
Харківська область
Херсонська область
Хмельницька область
Черкаська область
Чернігівська область
Чернівецька область

Вінницька область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВІПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	КНЯЖА	135 230,6	21 899,1	84 752,4	169,2	844,3	2 086,9	2 625,3	468,2	18 471,9	3 913,3	42 217,5
2	ARX	102 345,8	84 580,4	7 542,0	1 470,1	82,6	3 297,9	711,6	0,0	3 620,3	1 040,7	н/д
3	СГ ТАС	95 012,7	19 511,4	52 069,7	650,3	830,0	2 363,7	1 547,8	242,4	11 862,9	5 934,4	40 626,7
4	ОРАНТА	60 308,7	845,3	48 760,7	529,7	168,6	1 984,2	376,7	0,0	6 270,2	1 373,3	14 964,0
5	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	53 643,0	48 874,0	2 695,0	-367,0	26,0	1 964,0	111,0	0,0	0,0	340,0	20 666,0
6	PZU УКРАЇНА	38 851,9	15 611,3	12 319,9	310,1	773,1	522,7	1 856,5	51,5	6 110,3	1 296,5	17 093,8
7	КРАЇНА	37 900,2	2 087,0	13 779,7	19 674,0	204,1	434,8	0,0	19,7	0,0	1 700,9	6 497,4
8	ІНГО	25 356,6	7 995,6	3 470,3	0,0	25,7	1 099,1	146,0	113,2	7 021,7	5 485,1	7 498,1
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		548 649,5	201 404,2	225 389,9	22 436,5	2 954,5	13 753,3	7 374,8	894,9	53 357,3	21 084,2	149 563,5

Волинська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВІПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	181 697,6	24 017,9	46 571,9	1 247,4	765,2	1 817,7	2 476,1	56,9	91 489,5	13 255,1	85 161,3
2	PZU УКРАЇНА	76 693,6	19 664,0	24 987,3	967,7	1 686,4	1 377,2	3 863,6	155,8	20 217,3	3 774,3	55 518,6
3	ОРАНТА	40 753,9	1 088,4	22 873,1	92,3	121,4	5 031,2	276,9	0,1	9 949,5	1 321,0	7 884,9
4	КНЯЖА	25 120,7	2 913,0	8 335,0	155,2	88,0	1 181,4	244,3	0,0	11 836,7	367,1	8 565,9
5	ARX	22 592,5	17 388,0	2 041,6	545,8	9,8	864,8	156,6	11,3	594,4	980,2	н/д
6	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	20 240,0	15 667,0	1 600,0	0,0	97,0	1 213,0	102,0	0,0	0,0	1 561,0	7 920,0
7	ІНГО	10 720,4	1 609,8	1 672,3	0,0	7,8	2 129,1	73,1	66,0	4 272,1	890,3	3 696,6
8	КРАЇНА	3 734,6	329,3	1 234,3	0,4	1,8	9,4	0,0	0,0	0,0	2 159,4	558,7
9	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	3 665,0	837,8	2 679,4	5,5	15,7	22,9	0,0	0,0	0,0	103,7	1 540,3
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		385 218,3	83 515,3	111 994,9	3 014,3	2 793,1	13 646,6	7 192,6	290,0	138 359,5	24 412,0	170 846,3

Дніпропетровська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВІПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	309 548,0	205 286,0	43 323,0	-797,0	223,0	15 967,0	569,0	28 698,0	0,0	16 279,0	126 651,0
2	ARX	283 057,0	153 648,8	23 601,8	1 374,0	78,9	87 814,2	1 529,8	2 868,3	8 160,3	3 980,9	н/д
3	СГ ТАС	140 754,7	35 767,0	70 231,4	3 939,8	832,2	2 880,7	2 059,8	469,3	15 972,7	8 601,8	55 457,2
4	PZU УКРАЇНА	101 157,8	28 768,6	41 641,2	3 676,3	2 303,5	2 784,9	4 279,8	768,8	13 291,8	3 642,8	38 581,8
5	ІНГО	85 468,0	54 515,1	10 565,1	5 705,4	16,9	5 683,7	208,2	1 165,8	6 306,9	1 300,9	56 210,5
6	ОРАНТА	61 283,0	1 969,3	52 654,8	729,1	183,4	658,0	477,2	959,2	2 693,9	958,1	19 672,1
7	КНЯЖА	50 380,9	4 903,4	26 842,5	7 652,5	438,8	3 282,4	1 219,9	101,5	4 235,5	1 704,5	17 574,5
8	КРАЇНА	35 973,6	7 783,2	7 175,8	20 132,8	75,0	126,8	0,0	0,0	0,0	680,0	6 703,0
9	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	2 523,3	771,0	1 688,3	0,0	4,1	41,1	0,0	0,0	0,0	18,8	1 074,0
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		1 070 146,3	493 412,4	277 723,9	42 412,8	4 155,8	119 238,8	10 343,7	35 031,0	50 661,2	37 166,8	321 924,1

Донецька область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВІПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	128 842,2	3 976,6	26 232,0	93 447,6	64,9	507,3	189,3	0,0	3 169,7	1 254,7	60 541,1
2	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	23 997,0	299,3	21 613,7	640,8	343,0	154,8	0,0	0,0	0,0	945,4	12 389,9
3	PZU УКРАЇНА	8 003,5	5 566,1	1 436,8	23,9	25,8	15,1	67,5	2,8	806,7	58,7	1 361,3
4	ARX	6 904,7	6 313,1	450,6	0,0	0,7	6,9	33,7	0,0	40,8	59,0	н/д
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		167 747,4	16 155,1	49 733,1	94 112,3	434,5	684,0	290,5	2,8	4 017,2	2 317,8	74 292,3

Житомирська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	194 181,9	61 908,6	85 631,2	17,2	917,1	8 390,7	2 503,5	23,1	24 394,1	10 396,3	78 439,7
2	КНЯЖА	46 968,6	3 794,5	30 204,6	2 688,6	292,4	484,4	1 222,4	0,0	7 212,4	1 069,3	16 155,5
3	ОРАНТА	41 160,8	1 117,5	27 091,9	880,3	223,6	7 793,4	347,5	0,1	1 612,9	2 093,6	10 164,7
4	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	24 732,0	19 213,0	1 554,0	0,0	153,0	3 544,0	46,0	0,0	0,0	222,0	8 248,0
5	PZU УКРАЇНА	18 258,8	4 560,9	8 261,7	229,5	391,9	107,4	620,6	22,3	3 436,7	627,8	7 063,7
6	ARX	15 563,9	12 419,5	1 441,2	214,3	50,7	517,3	126,1	378,1	217,9	198,9	н/д
7	ІНГО	11 382,2	7 881,9	1 504,4	0,0	337,7	326,5	80,6	0,0	687,8	563,3	4 804,2
8	КРАЇНА	3 185,3	312,5	1 344,1	4,2	5,3	16,3	0,0	0,0	0,0	1 502,9	1 044,8
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		355 433,4	111 208,4	157 033,1	4034,1	2 371,7	21 179,9	4 946,8	423,6	37 561,8	16 674,1	125 920,6

Закарпатська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	112 371,6	28 401,5	22 712,9	50,7	239,1	2 792,1	2 068,3	560,7	50 829,9	4 716,4	50 096,5
2	ОРАНТА	78 471,9	2 664,1	29 853,6	767,3	449,2	5 653,2	1 124,3	24,1	36 041,8	1 894,3	14 363,8
3	КНЯЖА	51 248,2	4 050,7	11 179,1	1,8	125,9	716,1	1 650,1	0,0	33 261,9	262,7	14 508,0
4	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	49 686,0	36 265,0	4 478,0	0,0	84,0	6 023,0	213,0	0,0	0,0	2 623,0	52 974,0
5	PZU УКРАЇНА	44 336,8	9 316,4	13 478,8	796,7	1 115,4	499,1	2 180,3	167,9	14 893,0	1 889,2	23 419,2
6	ARX	35 135,4	23 653,6	6 124,5	246,0	32,0	2 375,4	728,8	10,6	631,3	1 333,1	н/д
7	ІНГО	19 056,8	1 312,4	3 617,8	363,0	60,6	12,0	143,3	0,0	11 551,4	1 996,4	7 372,2
8	КРАЇНА	1 098,0	140,8	956,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	2 246,2
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		391 404,8	105 804,4	92 400,7	2225,5	2 106,2	18 072,1	8 108,2	763,3	147 209,3	14 715,1	164 979,9

Запорізька область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	207 165,0	108 007,0	37 667,0	27 560,0	275,0	11 376,0	1 530,0	5 171,0	0,0	15 579,0	80 046,0
2	ARX	74 351,8	53 332,8	10 687,3	1 235,0	71,6	2 683,4	1 028,7	130,7	3 497,2	1 685,0	н/д
3	СГ ТАС	56 898,6	9 801,1	17 101,3	19 502,6	163,6	670,0	458,8	12,7	7 533,1	1 655,4	23 731,1
4	PZU УКРАЇНА	31 412,2	7 275,8	7 711,1	214,1	613,1	194,7	1 297,6	4 771,5	8 121,4	1 213,0	9 371,0
5	КРАЇНА	24 576,8	3 947,1	8 967,3	10 870,5	33,7	134,0	0,0	335,3	0,0	288,9	3 265,3
6	ІНГО	16 164,5	456,2	1 632,7	12 905,4	258,9	227,0	55,1	6,1	557,5	65,5	12 186,6
7	ОРАНТА	16 149,8	1 943,2	11 519,1	104,3	64,3	62,9	118,2	517,0	1 662,7	158,1	6 585,2
8	КНЯЖА	15 044,2	1 235,0	10 736,1	0,3	34,9	171,2	303,6	0,0	2 385,8	177,2	5 638,5
9	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	11 752,3	806,6	8 910,2	993,1	382,4	40,9	0,0	0,0	0,0	619,1	3 847,3
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		453 515,3	186 804,9	114 932,2	73 385,4	1 897,5	15 560,2	4 792,1	10 944,3	23 757,6	21 441,1	144 671,0

м.Київ та Київська обл.

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	ARX	2 416 101,2	1 039 849,4	159 325,4	502 519,8	1 198,1	314 314,1	57 273,7	33 297,0	103 227,6	205 096,1	н/д
2	ІНГО	2 144 500,3	372 992,8	190 155,8	624 948,8	79 588,2	192 331,9	15 831,6	202 764,9	168 298,0	297 588,3	876 023,1
3	СГ ТАС	1 253 616,3	301 715,6	237 397,8	207 877,5	40 271,2	39 233,4	8 753,6	4 958,9	283 167,2	130 241,0	404 614,0
4	PZU УКРАЇНА	988 141,4	118 862,8	231 105,6	203 707,4	17 118,5	11 269,7	44 368,3	26 313,6	292 701,7	42 693,8	340 843,5
5	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	966 742,0	543 799,0	124 752,0	202 329,0	4 155,0	56 236,0	2 470,0	3 341,0	0,0	29 660,0	414 862,0
6	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	600 152,8	131 417,3	11 990,0	122 094,7	1 587,7	138 389,0	0,0	54 431,1	0,0	140 243,0	138 657,4
7	КНЯЖА	529 014,7	143 525,2	136 168,6	109 823,8	58 360,7	12 899,9	5 784,7	3 071,8	47 763,6	11 614,3	208 803,6
8	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	490 444,0	248 423,6	55 113,3	103 790,5	1 568,5	52 596,0	0,0	4 222,6	0,0	24 729,5	119 914,0
9	ОРАНТА	487 376,1	24 571,1	350 553,4	15 703,8	1 566,4	8 700,9	5 382,9	505,2	53 436,3	26 866,1	253 072,6
10	УКРАЇНСЬКА ТРАНСПОРТНА СТРАХОВА КОМПАНІЯ	358 133,0	1 964,0	89 234,0	1,0	125,0	9 211,0	740,0	49 337,0	181 217,0	26 304,0	124 383,0
11	ВІ ДІ СТРАХУВАННЯ	334 163,8	333 320,4	0,0	1,2	1,8	827,8	1,2	1,1	0,0	10,3	111 421,7
12	КРАЇНА	188 478,5	34 995,8	28 685,4	108 823,4	3 849,8	2 300,4	0,0	1 393,9	0,0	8 429,8	140 883,0
13	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	151 456,0	0,0	0,0	0,0	23 920,0	0,0	119 505,0	1 544,0	0,0	6 487,0	47 414,0
14	КВОРУМ	49 488,1	0,0	0,0	0,0	97,4	52,1	0,0	49 338,6	0,0	0,0	6 467,8
15	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	5 612,7	1 701,1	3 120,2	32,8	113,8	161,6	0,0	0,0	0,0	483,2	1 516,7
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		10 963 421,0	3 297 138,2	1 617 601,5	2 201 653,7	233 522,2	838 523,7	260 111,1	434 610,7	1 129 811,4	950 446,5	3 188 876,4

Кіровоградська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	СГ ТАС	65 544,0	8 604,0	45 668,5	0,0	323,0	659,8	1 325,5	4,6	6 950,3	2 008,3	20 965,3
2	ОРАНТА	31 630,6	6 897,1	21 757,7	506,0	245,9	755,4	203,8	0,2	479,2	785,3	8 406,8
3	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	30 682,0	27 227,0	1 549,0	0,0	147,0	1 673,0	30,0	0,0	0,0	56,0	7 094,0
4	ARX	18 601,5	14 452,3	2 703,7	177,5	21,6	380,1	152,2	0,0	513,0	201,1	н/д
5	КРАЇНА	11 319,3	463,1	10 579,4	1,2	21,8	86,2	0,0	0,0	0,0	167,6	3 588,8
6	PZU УКРАЇНА	10 271,1	2 745,5	4 665,8	435,2	164,6	377,3	481,0	19,0	1 150,3	232,4	4 092,7
7	ІНГО	6 926,5	2 571,3	1 533,9	33,7	11,3	1 235,8	80,8	0,0	1 431,3	28,3	5 537,0
8	КНЯЖА	3 819,0	76,2	3 333,6	0,3	35,4	11,7	131,8	0,0	203,7	26,4	1 318,4
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		178 793,9	63 036,5	91 791,5	1 153,9	970,7	5 179,3	2 405,0	23,8	10 727,9	3 505,4	51 003,0

Луганська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	СГ ТАС	5 636,2	2 295,0	1 707,0	0,0	5,7	7,4	46,5	0,0	1 506,9	67,7	1 865,2
2	PZU УКРАЇНА	566,7	122,9	297,6	0,2	1,1	0,0	2,3	0,6	138,0	4,0	734,3
3	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	2,5	0,0	0,0	1,5	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	173,7
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		6 205,4	2 417,8	2 004,6	1,7	7,0	7,4	48,8	0,6	1 645,0	72,6	2 773,2

Івано-Франківська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	СГ ТАС	143 633,5	17 644,7	62 461,4	2,9	485,2	912,9	2 872,6	0,0	55 735,9	3 518,0	53 784,5
2	КНЯЖА	91 225,0	11 662,1	34 896,1	281,1	673,7	7 562,1	10 478,7	16,5	22 741,6	2 913,0	24 336,0
3	ОРАНТА	42 209,9	1 694,8	24 944,3	170,2	353,6	9 533,1	564,3	1,5	3 766,7	1 181,4	11 825,5
4	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	26 621,0	22 185,0	2 771,0	0,0	116,0	1 182,0	248,0	0,0	0,0	119,0	10 427,0
5	ARX	19 616,0	12 109,8	1 739,8	4 098,1	27,4	899,8	251,3	0,0	335,3	154,5	н/д
6	PZU УКРАЇНА	19 500,1	3 148,6	7 056,9	240,2	824,2	621,4	2 280,2	41,3	4 225,7	1 061,5	7 253,4
7	ІНГО	8 606,5	2 051,8	1 565,2	63,3	4,2	1 925,4	203,4	0,0	2 033,5	739,8	4 197,3
8	КРАЇНА	3 425,0	652,9	1 475,3	15,2	38,1	57,7	0,0	13,5	0,0	1 172,3	1 639,3
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		354 837,0	71 149,6	136 910,0	4 871,1	2 522,4	22 694,3	16 898,5	72,8	88 838,7	10 879,5	113 463,0

Львівська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	КНЯЖА	417 795,2	38 453,3	90 824,5	2 892,5	1 291,0	1 740,8	10 868,9	114,4	264 006,9	7 602,9	112 773,5
2	PZU УКРАЇНА	194 767,8	55 661,5	52 120,4	10 726,4	4 999,3	5 730,6	10 634,8	4 260,3	41 991,1	8 643,5	76 656,9
3	ARX	167 343,4	118 313,7	19 543,0	5 438,8	332,6	7 978,7	3 109,9	4 371,2	3 548,5	4 706,9	н/д
4	СГ ТАС	152 143,0	25 076,4	52 287,8	93,8	1 257,4	1 484,0	4 782,3	0,0	59 140,0	8 021,3	82 217,7
5	ІНГО	118 578,7	35 629,1	24 854,8	2 060,6	66,6	2 073,1	4 367,4	291,5	41 038,0	8 197,3	85 243,7
6	ОРАНТА	104 842,0	2 704,7	53 904,3	1 243,2	486,4	9 663,8	659,7	0,0	33 832,9	2 347,0	28 506,8
7	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	100 814,0	88 091,0	9 257,0	3,0	49,0	1 865,0	311,0	0,0	0,0	1 238,0	46 165,0
8	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	10 309,0	2 983,4	4 669,7	2 338,2	1,4	124,9	0,0	37,8	0,0	153,6	4 010,0
9	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	6 396,6	389,9	4 895,7	400,6	139,3	123,1	0,0	0,0	0,0	448,0	3 331,3
10	КРАЇНА	2 661,2	1 117,7	1 263,6	0,7	144,2	10,7	0,0	0,0	0,0	124,3	602,5
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		1 275 650,9	368 420,7	313 620,8	25 197,7	8 767,1	30 794,9	34 734,1	9 075,2	443 557,4	41 482,9	439 507,4

Миколаївська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	СГ ТАС	63 036,7	6 841,1	12 108,3	39 196,4	460,7	492,2	350,9	12,8	1 955,1	1 619,2	26 720,5
2	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	41 951,0	32 460,0	7 424,0	0,0	59,0	1 760,0	71,0	2,0	0,0	175,0	25 809,0
3	КНЯЖА	28 503,2	2 815,5	16 276,8	0,6	45,6	161,6	254,8	4 980,3	2 930,4	1 037,6	6 482,4
4	ОРАНТА	26 679,6	785,4	22 451,7	111,3	161,4	600,9	201,9	4,6	2 014,6	347,8	5 874,4
5	ІНГО	17 837,2	5 540,4	3 661,0	1 297,9	7,0	537,9	345,6	0,0	5 379,5	1 067,8	5 970,8
6	ARX	15 189,2	11 623,2	2 372,8	13,8	1,9	522,6	96,7	20,2	421,8	116,2	н/д
7	PZU УКРАЇНА	14 201,6	1 600,2	7 743,1	272,1	649,8	17,3	1 140,4	1,5	2 316,9	460,3	5 184,5
8	КРАЇНА	8 569,3	670,3	7 515,2	2,5	13,1	25,2	0,0	71,5	0,0	271,5	411,8
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		215 967,8	62 336,2	79 552,8	40 894,6	1 398,6	4 117,7	2 461,3	5 092,9	15 018,2	5 095,4	76 453,4

Одеська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	КНЯЖА	307 299,6	9 804,7	93 882,9	194,1	555,8	447,2	5 700,6	0,0	195 316,9	1 397,4	72 421,2
2	СГ ТАС	117 800,4	20 204,4	57 033,5	215,9	729,2	3 069,4	2 188,9	1 024,5	29 167,6	4 167,1	46 509,4
3	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	112 568,0	91 855,0	9 075,0	0,0	103,0	9 305,0	454,0	653,0	0,0	1 123,0	48 610,0
4	АРХ	106 371,1	85 862,8	10 755,2	570,1	102,7	2 675,7	1 158,9	628,8	3 529,2	1 087,8	н/д
5	PZU УКРАЇНА	69 094,6	10 785,1	16 669,2	10 711,9	1 434,6	417,2	2 518,9	65,9	23 577,3	2 914,6	26 499,4
6	ОРАНТА	56 781,9	2 017,4	41 288,0	797,1	333,7	795,3	861,0	0,3	9 339,1	1 350,0	15 164,5
7	КРАЇНА	17 726,2	3 975,3	9 870,9	2,9	39,3	398,3	0,0	1 568,6	0,0	1 870,9	5 062,4
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		787 641,8	224 504,6	238 574,7	12 492,1	3 298,2	17 108,1	12 882,3	3 941,1	260 930,1	13 910,8	214 266,9

Полтавська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	АРХ	133 238,3	102 387,4	12 303,9	862,4	221,8	10 224,3	894,8	798,6	3 097,2	2 447,9	н/д
2	СГ ТАС	91 611,7	20 645,1	51 970,4	995,1	615,6	2 015,6	2 242,0	0,0	6 777,0	6 350,8	24 753,7
3	ОРАНТА	65 369,4	2 313,6	53 661,0	943,6	798,1	2 382,1	649,0	0,8	2 489,7	2 131,5	16 735,0
4	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	57 911,0	46 132,0	6 055,0	0,0	484,0	4 392,0	141,0	132,0	0,0	575,0	21 083,0
5	ІНГО	36 810,8	12 019,3	5 953,4	36,1	41,3	2 328,2	286,9	94,0	15 219,3	832,5	13 510,2
6	КРАЇНА	25 328,3	1 113,4	22 266,8	769,8	70,3	164,7	0,0	37,1	0,0	906,2	7 468,2
7	PZU УКРАЇНА	18 019,9	7 191,2	4 481,2	143,5	626,9	197,2	1 361,7	12,0	2 953,2	1 053,0	4 943,9
8	КНЯЖА	14 262,4	4 139,4	8 351,5	1,1	57,8	53,4	332,6	0,0	1 129,7	197,0	5 086,5
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		442 551,8	195 941,3	165 043,2	3 751,6	2 915,8	21 757,4	5 908,0	1 074,5	31 666,0	14 493,9	93 580,5

Харківська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	Всього по регіону
1	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	143 645,0	119 890,0	14 692,0	106,0	808,0	5 235,0	254,0	1 245,0	0,0	1 415,0	49 608,0
2	АРХ	88 834,0	64 325,0	10 549,4	4 009,6	37,9	3 011,0	1 121,3	117,1	4 230,0	1 432,6	н/д
3	СГ ТАС	85 401,5	21 799,4	35 295,8	237,1	320,1	2 683,9	1 767,5	58,3	20 467,3	2 772,2	33 900,6
4	PZU УКРАЇНА	79 024,1	27 715,5	25 743,8	4 070,9	1 054,0	806,2	2 661,3	1 518,1	12 239,5	3 214,8	35 220,7
5	ОРАНТА	71 360,3	5 034,4	55 660,5	595,3	221,7	472,5	771,1	0,5	6 999,1	1 605,2	17 068,0
6	ІНГО	26 241,9	8 095,2	2 666,2	8 087,6	451,2	3 873,5	149,1	26,5	2 285,3	607,4	14 237,1
7	КНЯЖА	20 239,6	3 223,8	12 920,1	131,2	100,4	66,4	467,4	9,7	3 080,3	240,3	7 305,3
8	КРАЇНА	11 062,0	1 560,3	6 570,0	1 746,1	495,7	34,9	0,0	18,9	0,0	636,1	2 719,4
9	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	1 940,8	157,5	1 660,8	0,0	6,6	6,7	0,0	0,0	0,0	109,2	811,2
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		527 749,3	251 801,0	165 758,7	18 983,9	3 495,6	16 190,1	7 191,7	2 994,1	49 301,5	12 032,7	160 870,3

Рівненська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	63 682,8	12 981,5	28 108,4	4 414,1	429,3	1 867,8	1 538,2	3,0	10 559,3	3 781,2	26 151,1
2	PZU УКРАЇНА	59 470,1	17 555,2	10 649,0	313,5	1 000,0	611,0	2 359,1	14,7	23 167,5	3 800,0	17 954,2
3	ОРАНТА	57 250,4	2 294,2	36 375,8	1 031,4	553,9	10 365,6	561,1	0,0	4 327,6	1 740,8	15 607,1
4	АРХ	35 251,7	28 830,6	3 436,4	530,9	92,9	1 588,2	165,2	18,8	196,9	391,9	н/д
5	КНЯЖА	23 068,3	2 738,3	14 729,4	0,5	83,8	516,9	599,0	0,0	3 773,3	627,1	8 961,6
6	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	20 836,0	16 022,0	2 265,0	0,0	131,0	2 244,0	78,0	0,0	0,0	96,0	6 698,0
7	КРАЇНА	5 583,1	597,9	3 782,4	0,9	31,8	61,2	0,0	0,0	0,0	1 108,9	2 390,2
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		265 142,3	81 019,6	99 346,4	6 291,3	2 322,7	17 254,7	5 300,6	36,4	42 024,6	11 545,9	77 762,2

Сумська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	54 267,5	11 287,6	32 218,0	0,0	133,9	1 586,7	771,8	0,0	5 954,8	2 314,8	17 734,6
2	ОРАНТА	38 066,6	1 469,7	26 299,3	491,4	363,4	2 039,8	592,6	0,8	5 740,3	1 069,3	7 182,4
3	КНЯЖА	32 508,2	4 814,3	22 268,8	218,4	157,6	595,6	591,9	135,1	2 761,3	965,5	7 459,1
4	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	28 382,0	21 300,0	2 181,0	143,0	132,0	4 120,0	120,0	0,0	0,0	386,0	8 194,0
5	АРХ	11 739,9	8 797,5	1 211,2	64,5	9,1	470,6	85,9	701,8	304,4	95,0	н/д
6	PZU УКРАЇНА	9 014,3	1 681,5	4 602,4	124,7	272,3	87,8	673,9	3,9	1 326,2	241,6	3 251,1
7	КРАЇНА	2 449,0	419,9	391,9	0,6	6,2	9,4	0,0	0,0	0,0	1 621,0	153,8
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		176 427,5	49 770,6	89 172,5	1 042,5	1 074,5	8 909,8	2 836,0	841,5	16 086,9	6 693,2	43 975,0

Тернопільська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	212 470,2	28 540,3	60 040,4	4,6	347,3	1 785,1	3 884,6	0,0	106 218,4	11 649,5	82 277,0
2	КНЯЖА	48 771,3	2 270,1	32 666,8	2 703,3	264,0	395,6	1 821,9	0,0	7 605,5	1 044,2	15 387,0
3	ОРАНТА	43 351,5	2 662,4	28 240,7	382,3	210,8	5 476,1	455,0	0,1	4 488,5	1 435,6	13 402,6
4	PZU УКРАЇНА	27 027,6	13 543,9	6 043,1	303,9	614,1	1 947,8	1 278,7	17,3	2 446,8	832,0	6 637,0
5	АРХ	25 991,2	19 521,5	3 105,1	195,0	22,1	1 263,9	548,9	14,7	630,6	689,3	н/д
6	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	17 282,0	13 552,0	2 300,0	0,0	33,0	1 212,0	94,0	0,0	0,0	91,0	5 949,0
7	ІНГО	14 716,5	4 476,9	2 516,7	3,4	26,1	987,5	234,9	0,0	5 846,6	624,4	5 248,7
8	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	2 293,8	12,0	2 214,5	0,0	24,1	17,1	0,0	0,0	0,0	26,1	1 540,6
9	КРАЇНА	1 314,3	99,1	538,0	0,0	19,8	5,0	0,0	0,0	0,0	652,4	1 072,1
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		177 130,1	35 937,4	61 079,1	1 049,6	691,2	4 708,6	3 412,2	21,2	61 386,8	8 844,0	61 293,8

Хмельницька область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВИПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	130 308,8	14 498,7	59 658,4	12 343,8	422,1	2 776,3	1 824,1	0,0	33 570,4	5 215,0	54 279,0
2	АРХ	52 860,9	47 027,1	3 733,7	83,2	44,6	541,8	235,2	122,3	575,6	497,5	н/д
3	ОРАНТА	39 972,8	1 944,9	28 902,1	513,3	320,6	3 924,0	617,0	0,1	2 454,1	1 296,7	16 114,5
4	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	30 291,0	24 596,0	2 382,0	0,0	379,0	2 685,0	91,0	27,0	0,0	131,0	10 912,0
5	ІНГО	25 890,1	9 903,5	6 389,4	425,1	52,9	537,6	377,0	176,0	6 579,4	1 449,0	7 304,4
6	PZU УКРАЇНА	21 196,3	4 887,3	6 710,9	274,8	669,8	306,0	1 690,9	7,2	5 566,5	1 082,9	5 747,7
7	КНЯЖА	8 925,4	202,5	6 147,2	0,2	39,4	66,8	370,7	0,0	1 871,4	227,3	3 105,7
8	КРАЇНА	3 235,8	90,5	2 203,8	1,6	167,6	25,1	0,0	0,0	0,0	747,2	754,2
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		312 681,1	103 150,5	116 127,5	13 642,0	2 096,0	10 862,6	5 205,8	332,6	50 617,4	10 646,6	98 217,5

Херсонська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВІПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	ARX	14 344,3	11 698,0	1 267,0	155,5	2,3	84,9	148,3	6,5	928,0	53,7	н/д
2	СГ ТАС	9 256,3	1 181,8	5 776,6	0,0	23,0	111,6	123,0	0,0	1 846,9	193,5	3 211,3
3	ОРАНТА	4 311,7	233,7	3 059,7	24,7	11,5	1,5	29,0	0,0	822,1	129,5	798,3
4	ІНГО	4 284,2	978,1	768,2	0,0	0,2	1 124,4	65,8	5,8	1 243,6	98,2	1 709,1
5	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	3 913,0	3 712,0	169,0	0,0	4,0	13,0	7,0	0,0	0,0	8,0	1 071,0
6	PZU УКРАЇНА	3 359,4	667,2	792,3	29,4	167,8	2,7	137,6	3,3	1 497,5	61,6	1 846,7
7	КНЯЖА	1 878,8	0,0	1 205,8	0,0	8,3	0,0	71,8	0,0	587,6	5,3	557,3
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		41 347,7	18 470,7	13 038,6	209,7	217,0	1 338,1	582,6	15,6	6 925,7	549,7	9 193,7

Черкаська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВІПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	СГ ТАС	114 951,0	36 780,5	53 445,6	12,0	564,1	2 750,2	2 457,4	0,0	11 899,7	7 041,5	48 556,5
2	ОРАНТА	72 175,7	4 960,5	58 135,5	712,1	375,2	2 287,4	775,5	10,4	2 829,9	2 089,2	25 893,2
3	КНЯЖА	69 159,5	9 644,3	43 641,4	5 754,7	363,5	824,2	1 308,0	0,0	6 706,5	916,9	26 756,9
4	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	44 793,0	30 439,0	9 416,0	30,0	144,0	2 870,0	287,0	0,0	0,0	1 607,0	18 585,0
5	ARX	19 830,2	15 766,7	2 360,0	134,3	36,7	382,6	112,7	0,0	531,0	506,2	н/д
6	ІНГО	11 982,3	1 342,7	5 553,3	1,7	39,0	692,9	247,7	0,0	3 744,9	360,0	6 198,2
7	PZU УКРАЇНА	8 754,7	2 946,4	2 806,1	151,6	332,2	148,8	1 111,7	1,8	836,1	419,8	3 743,6
8	КРАЇНА	8 744,4	1 442,2	3 734,1	2 786,2	2,9	572,0	0,0	29,9	0,0	177,1	2 403,5
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		350 390,7	103 322,4	179 092,1	9 582,5	1 857,6	10 528,2	6 300,0	42,1	26 548,1	13 117,7	132 136,9

Чернівецька область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВІПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	КНЯЖА	52 003,5	1 933,9	21 230,5	0,4	112,4	723,8	813,6	0,0	26 893,0	295,8	19 965,9
2	ІНГО	38 811,2	2 177,2	5 638,0	178,1	11,0	102,0	1 005,0	0,0	28 584,6	1 115,3	11 760,3
3	ОРАНТА	31 677,3	796,2	13 061,7	375,5	159,8	904,3	340,9	0,5	15 340,4	698,0	3 580,7
4	PZU УКРАЇНА	19 159,5	6 028,3	4 769,8	85,4	515,9	321,0	1 436,3	32,1	4 648,1	1 322,6	6 003,9
5	СГ ТАС	18 153,5	626,4	6 314,0	0,0	14,0	360,9	585,9	0,0	10 006,0	246,2	7 061,6
6	ARX	10 538,9	7 957,7	1 536,6	79,0	64,0	264,6	220,0	5,2	298,3	113,6	н/д
7	КРАЇНА	3 057,3	96,0	2 791,2	11,9	27,5	11,3	0,0	0,0	0,0	119,4	628,3
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		173 401,1	19 615,7	55 341,9	730,3	904,6	2 688,0	4 401,7	37,7	85 770,3	3 910,9	49 000,7

Чернігівська область

№	Компанія	Страхові платежі, тис. грн.										ВІПЛАТИ Всього по регіону
		ВСЬОГО	КАСКО	ОСАЦВ	ДМС	НВ	Майно	Туристичне	Вантажі	Зел. карта	Інші види	
1	ОРАНТА	54 439,7	1 965,9	39 254,4	2 186,1	539,4	7 553,5	406,6	1,0	1 777,3	755,5	10 932,1
2	СГ ТАС	48 651,5	9 125,0	27 799,5	759,2	308,8	726,4	995,0	22,7	6 568,9	2 346,1	12 596,4
3	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	30 959,0	19 366,0	5 553,0	0,0	61,0	5 216,0	108,0	8,0	0,0	647,0	7 611,0
4	КНЯЖА	19 682,1	425,8	13 260,3	1,5	33,1	60,3	273,8	0,0	5 242,3	385,0	8 778,5
5	ІНГО	17 515,4	3 845,7	3 829,8	2 220,2	13,9	1 740,7	290,2	0,0	5 082,9	491,9	4 757,8
6	ARX	15 991,8	10 946,1	2 935,9	191,0	34,9	1 490,9	172,8	0,0	1,0	219,1	н/д
7	PZU УКРАЇНА	8 746,8	2 585,9	3 303,3	80,2	205,4	503,6	490,6	15,6	1 252,7	309,6	2 390,1
8	КРАЇНА	3 415,8	1 304,3	1 790,4	0,0	5,4	206,5	0,0	0,0	0,0	109,2	783,0
ВСЬОГО ПО КОМПАНІЯХ		199 402,1	49 564,6	97 726,6	5 438,2	1 201,9	17 497,9	2 737,0	47,3	19 925,1	5 263,5	47 848,9