

УДК 336.7:368

КЛАПКІВ Ю. М.^{1*}, СВІРСЬКИЙ В. С.^{2*}, ФІГУРКА М. В.^{3*}

^{1*} д.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів ім. С. Юрія, Західноукраїнський національний університет, e-mail: j.klapkiv@wunu.edu.ua ORCID ID: 0000-0002-9771-5357

^{2*}к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту, Західноукраїнський національний університет, e-mail: v.svirskyu@wunu.edu.ua ORCID ID: 0000-0002-5757-2320

*к.е.н., доцент, e-mail: mvf.boss@i.ua ORCID ID: 0000-0002-9601-0400

ДО ПИТАННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Мета. Розробка нових підходів до обґрунтування теоретико-методологічних засад формування ринку страхових послуг. **Методологічну основу:** діалектичні, гносеологічні й логічні методи, системно-функціональний метод та метод компаративістики при обґрунтуванні категоріально-понятійного апарату дослідження. **Результати.** Здійснено обґрунтування економічної природи страхової справи та визначення ознак страхової послуги у страховій системі, розкриття сутності та функціонального призначення ринку страхових послуг. Виділено основоположні принципи формування ринку страхових послуг, серед яких: конкурентність; вільний вибір страхувальником страховика; страховий ризик; страховий інтерес; принцип максимальної сумлінності; відшкодування в межах реально завданих збитків; франшиза; суброгація; контрибуція; співстрахування і перестрахування; диверсифікація. Окреслено функції ринку страхових послуг, що дозволило визначити його іманентні властивості. Виділено канали дистрибуції страхових послуг. Обґрунтовано, що сучасну концепцію інституціонального розвитку ринку страхових послуг України мають визначати поширення нових продуктів і видів страхування, в основі яких лежать технологічні та фінансові інновації. **Наукова новизна.** Запропоновано комплексний підхід до формування теоретичної концептуалізації ринку страхових послуг з урахуванням гносеологічних і емпіричних методів дослідження його сутності, як: складової фінансового сектору економіки з більшістю властивих йому характеристик, функцій і принципів; економічного простору, в якому взаємодіють інституційні одиниці з реалізації послуг страхування; сукупності упорядкованих грошових потоків між суб'єктами ринку страхових послуг на принципово нових засадах інноваційного поступу; результату гармонізації соціально-економічного, фінансово-гарантованого та життєво-безпечного аспектів взаємодії суб'єктів страхування. **Практична значимість.** Дослідження теоретико-методологічних та методичних аспектів формування ринку страхових послуг є основою для системного вирішення практичних проблем у даній сфері, розробки та вжиття заходів, спрямованих на досягнення прискореного поступального формування ринку страхових послуг для забезпечення соціально-економічного зростання.

Ключові слова: страхування, страхові послуги, страхові компанії, страховий ринок, ринок страхових послуг, функціонування інституцій ринку страхових послуг, страхова діяльність, технічні інновації, канали дистрибуції страхових послуг

Постановка проблеми

Сучасна економіка зазнає перманентних трансформаційних змін, ставлячи перед фінансовими інституціями нові завдання, змушуючи формувати нові продукти та послуги, технологічні та організаційні рішення. Перехід до нових реалій господарювання значно збільшив ступінь ризику для підприємств і домогосподарств. З'явилися нові ризики, характерні для сучасних інноваційних трансформацій [1]. Інститут страхування займає важливе місце в системі фінансових механізмів захисту економічних агентів від несприятливих подій

і ризиків. Він є невід'ємним і динамічним інститутом будь-якої розвиненої ринкової економіки, орієнтованої на сталий інтенсивний розвиток в умовах утвердження нового технологічного укладу, що визначається інноваціями і знаннями. Відтак, поява досліджень, які відображають теоретичні й практичні аспекти функціонування страхової сфери за умов інституційних змін сучасних ринків, є вельми своєчасною і актуальною для сьогодення. Важливою є розробка базових понять і теоретичних положень, що стосуються формування і ефективного функціонування ринку страхових послуг, формування

наукової концепції його розвитку в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Різноманітні питання становлення й розвитку страхування розкривали у своїх працях такі вітчизняні і зарубіжні вчені як В. Базилевич, С. Волосович, О. Вовчак, І. Габидулін, О. Гаманкова, Т. Гварліані, В. Гомелля, М. Жилкіна, О. Залетов, О. Заруба, М. Клапків, О. Кнейслер, О. Козьменко, В. Корнеєв, К. Лискава, М. Мних, С. Осадець, Н. Приказюк, К. Пфайффер, В. Райхер, Л. Рейтман, Т. Ротова, А. Руденко, Н. Ткаченко, В. Тринчук, К. Турбіна, В. Фурман, Д. Хемптон, Н. Худиел, Л. Шірінян, Р. Юлдашев та ін. Високо оцінюючи наукові здобутки вказаних авторів, можна констатувати брак загальноприйнятого системного підходу і відповідних інноваційних розробок для страхового ринку України.

Формулювання цілей статті

Метою даної статті є обґрунтування теоретико-методологічних засад формування ринку страхових послуг, розвиток інституційних детермінант його функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасний соціально-економічний розвиток країни взаємопов'язаний із модифікацією страхового сектору під впливом інституційних перетворень, реорганізації системи регулювання та нагляду, технічних інновацій, значення яких в епоху інтернетизації суспільства невпинно зростає [2]. Вихідною методологічною основою дослідження розвитку ринку страхових послуг є інституціональний та системний підходи як загальнометодологічні підвалини дослідження самоорганізації складних систем [3]. Враховуючи доміанти вище окреслених підходів до дослідження явищ і процесів у сфері страхування, які базуються на філософському пізнанні страхових відносин та зважаючи на те, що ринок страхових послуг є багатограним поняттям, його

сутність розкривається у комплексному вивченні та врахуванні всіх основних аспектів. Відтак, поняття “ринок страхових послуг” запропоновано трактувати з таких позицій:

- макроекономічного – як складову фінансового сектору економіки з більшістю притаманних йому характеристик, функцій і принципів;

- організаційно-управлінського – економічний простір, у якому взаємодіють інституційні організації, здійснюючи діяльність із надання страхових послуг або обслуговуючи чи регулюючи її;

- інституціонального – сукупність інститутів, які визначають і регламентують правила та умови взаємин учасників операцій, де страхувальники, страхові компанії (товариства взаємного страхування), страхові агенти та брокери шляхом купівлі-продажу, страхового захисту, який реалізується через страховий інтерес;

- фінансового – сукупність економічних відносин, які виникають між його суб'єктами (страховики, страхувальники, страхові посередники) щодо здійснення операцій з купівлі-продажу страхових продуктів шляхом укладання страхових договорів з метою одержання прибутку;

- маркетингового – сфера послуг, де страхувальники, страхові компанії (товариства взаємного страхування), страхові агенти та брокери шляхом купівлі-продажу страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги.

Зважаючи на складність та багатогранність страхових відносин [4; 5], взаємозв'язок ринку страхових послуг із суміжними ринками та процесами зображено запропоновано у такому вигляді (рис. 1.).

Вихідними даними для методології наукового дослідження розвитку ринку страхових послуг є основоположні принципи. Саме вони є вихідним положенням будь-якого вчення, теорії та внутрішніх переконань, що визначають погляди і ставлення до ризиків.

Основою розвитку ринку страхових послуг є його специфічні принципи функціонування.

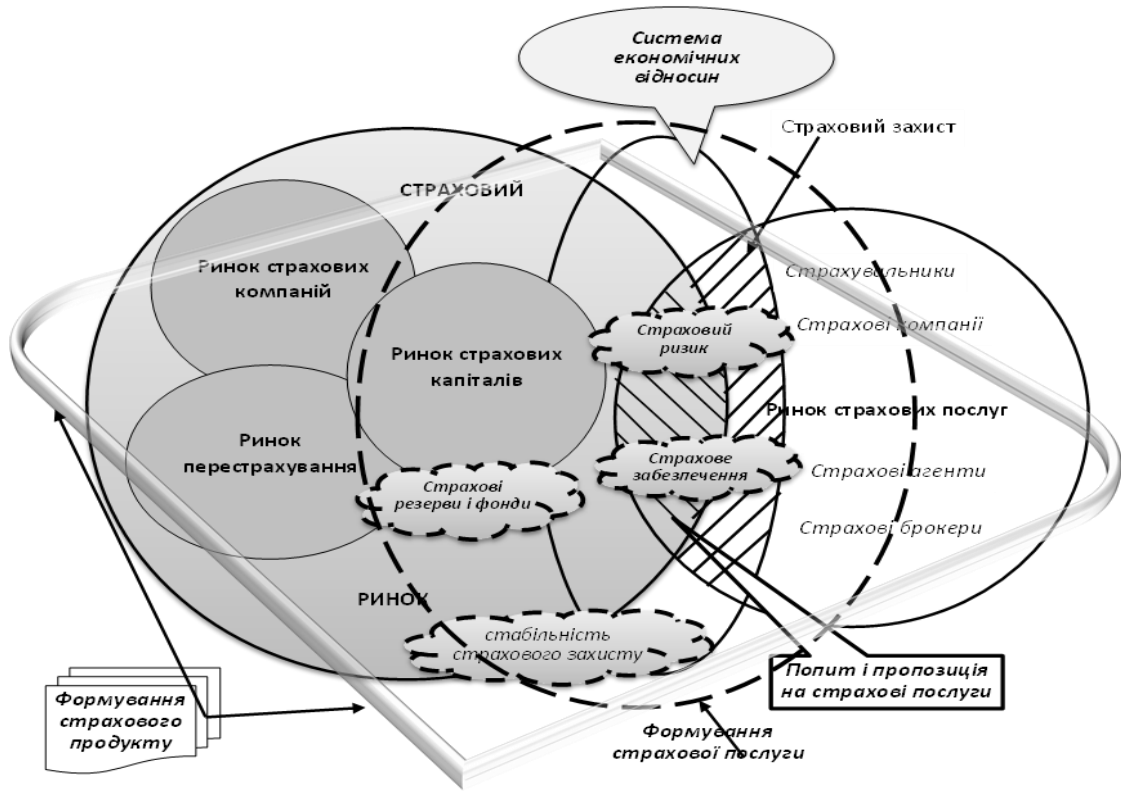


Рис. 1. Взаємозв'язок ринку страхових послуг із суміжними ринками та процесами
 Джерело: розроблено автором

Особливої ваги в процесі формування ринку страхових послуг України набувають: конкурентність; свобода вибору страхувальником страховика (волевиявлення); страховий інтерес; страховий ризик; максимальна сумлінність; відшкодування в межах реально завданих збитків; франшиза; регрес (суброгація); контрибуція;

співстрахування і перестрахування; диверсифікація. Сутнісне призначення, роль і місце ринку страхових послуг конкретизуються через його функції (рис. 2).

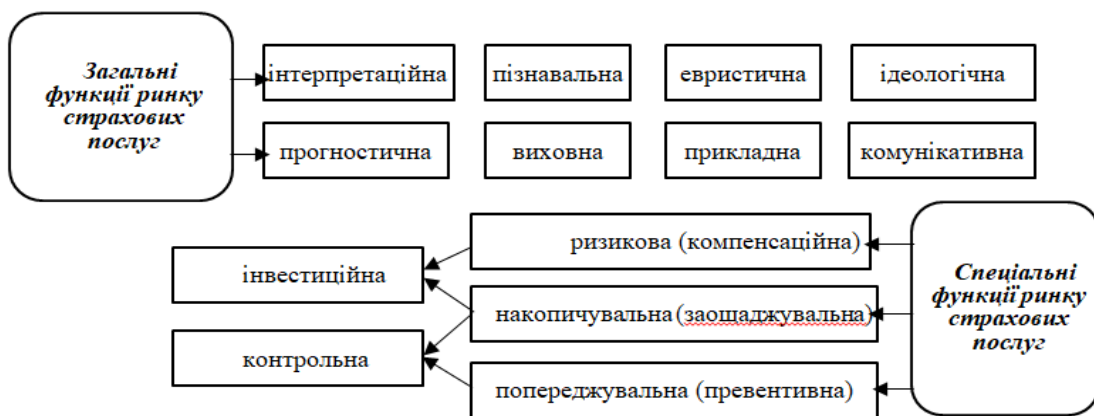


Рис. 2. Функції ринку страхових послуг
 Джерело: розроблено автором

Через ринок страхових послуг реалізуються як загальні (пізнавальна, інтерпретаційна, прогностична, евристична, комунікативна, прикладна, ідеологічна, виховна), так і спеціальні функції (ризикова (компенсаційна), накопичувальна, попереджувальна (превентивна), інвестиційна, контрольна), властиві лише страховій справі. Визначення згаданих функцій дозволило визначити іманентні властивості ринку страхових послуг, характерні множинним формам прояву цієї економічної категорії, показати її в узагальненому, синтезованому вигляді [3].

Сучасний етап формування ринку страхових послуг в Україні характеризується певною багатополарністю в трактуванні такої його фундаментальної складової, як страхова послуга, та її теоретичної домінанти – страхового ризику. Пізнання сутності страхування як ринкової послуги базується на знанні про послугу, яка надається на платній основі за цінами, котрі покривають витрати і забезпечують прибуток. Відповідно економічний простір, де реалізуються операції з купівлі-продажу цієї послуги, є ринком, де страхувальники, страхові компанії (товариства взаємного страхування), страхові агенти та брокери шляхом купівлі-продажу страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги.

Загалом, страхова послуга – це специфічний товар страхового ринку, який формує страховий захист майнових інтересів клієнта від збитків, які є наслідком страхових випадків [6]. Купівля-продаж є сутністю ринкових відносин між страховиком і страхувальником, у результаті чого страхувальник отримує страхову послугу. Водночас як виробництво-споживання страхового продукту характеризує економічні відносини й укладання страхової угоди, яке фіксується підписанням страхового договору.

Страхову послугу вважаємо за доцільне трактувати як визначений набір інформації, що містить умови надання гарантії стабільності майнового статусу протягом певного періоду, де ризик випадкового погіршення матеріального стану страхувальника при настанні страхового випадку компенсується страховою виплатою. При цьому, яскраво вираженим розрізненням страхової послуги від інших є часова диспропорція виробництва та споживання.

Страхувальник купляючи страхову послугу, отримує гарантію страховика надати визначену фінансову підтримку в майбутньому при настанні страхового випадку. Здійснення страхової послуги відрізняється від аналогічного процесу в інших видах економічної діяльності фінансовим механізмом платежів, зокрема часом отримання оплати та здійсненням відповідних витрат на діяльність. За стандартним алгоритмом, насамперед, здійснюються фінансові вкладення в організацію виробництва товарів чи послуг,

приймається ризик нереалізації продукції, а після передання права власності чи надання послуги, отримується властива оплата від покупця.

Відзначимо особливості страхової послуги як товару: продаж здійснюється лише на певний термін, визначений страховим договором; споживча вартість є імовірною [7], страхувальник чи застрахований може й не отримати страхового відшкодування; застрахований не має змоги передати право скористатися страховою послугою іншому суб'єкту, крім випадків, передбачених страховим договором; на відміну від звичайного товару, покупець якого прагне в повному обсязі використати його споживчі властивості, власник страхового полісу (договору) не завжди в цьому зацікавлений.

Найхарактерніша особливість мінової вартості страхової послуги як товару полягає у тому, що у момент купівлі-продажу страховик не знає, скільки конкретно коштуватиме для нього взятий на страхування ризик, й не усвідомлює, як і страхувальник, його реальної споживчої та мінової вартості, які можуть бути визначені лише після настання страхового випадку, зазначеного в договорі.

Страхова послуга не є товаром, якщо вона не продається і не купується на ринку; і відповідно стає товаром, якщо вона виробляється страховиками для продажу і цей продаж стає регулярним. Поділяємо думку Я. Шумелди, який вважає більш широким і загальним поняття «страхова послуга», а «страховий продукт» конкретним і вузьким поняттям [8, с. 63]. Страховий продукт конкретизується в послугі щодо страхового захисту – у страховій послугі. Реальна матеріалізація страхової послуги має місце лише для тих страхувальників, чії покриті страховим захистом застраховані інтереси постраждали внаслідок страхових випадків, окреслених договором страхування, та індивідуалізуються у формі страхової виплати. Загалом страховий продукт слід визначити як таке поєднання факторів виробництва, що дає змогу страховику надавати страхову послугу. Так, «виробничий» процес спрямований саме на надання страхової послуги. Страховий продукт значною мірою прив'язаний не до клієнта, а до об'єкта страхування, і є комплексним страховим покриттям, що забезпечене сервісним обслуговуванням з урахуванням потреб конкретного клієнта. Оскільки страховий продукт має нематеріальний характер, все, що отримує клієнт, це обов'язок виплати відшкодування або надання виплати у разі реалізації страхового випадку. Фінальна форма страхового продукту виявляється в момент завершення терміну дії договору страхування (що означає припинення захисту) або виплати компенсації. Матеріальним продуктом, що передаються застрахованому або вигодонабувачу, є обіцянка надання страховиком виплати.

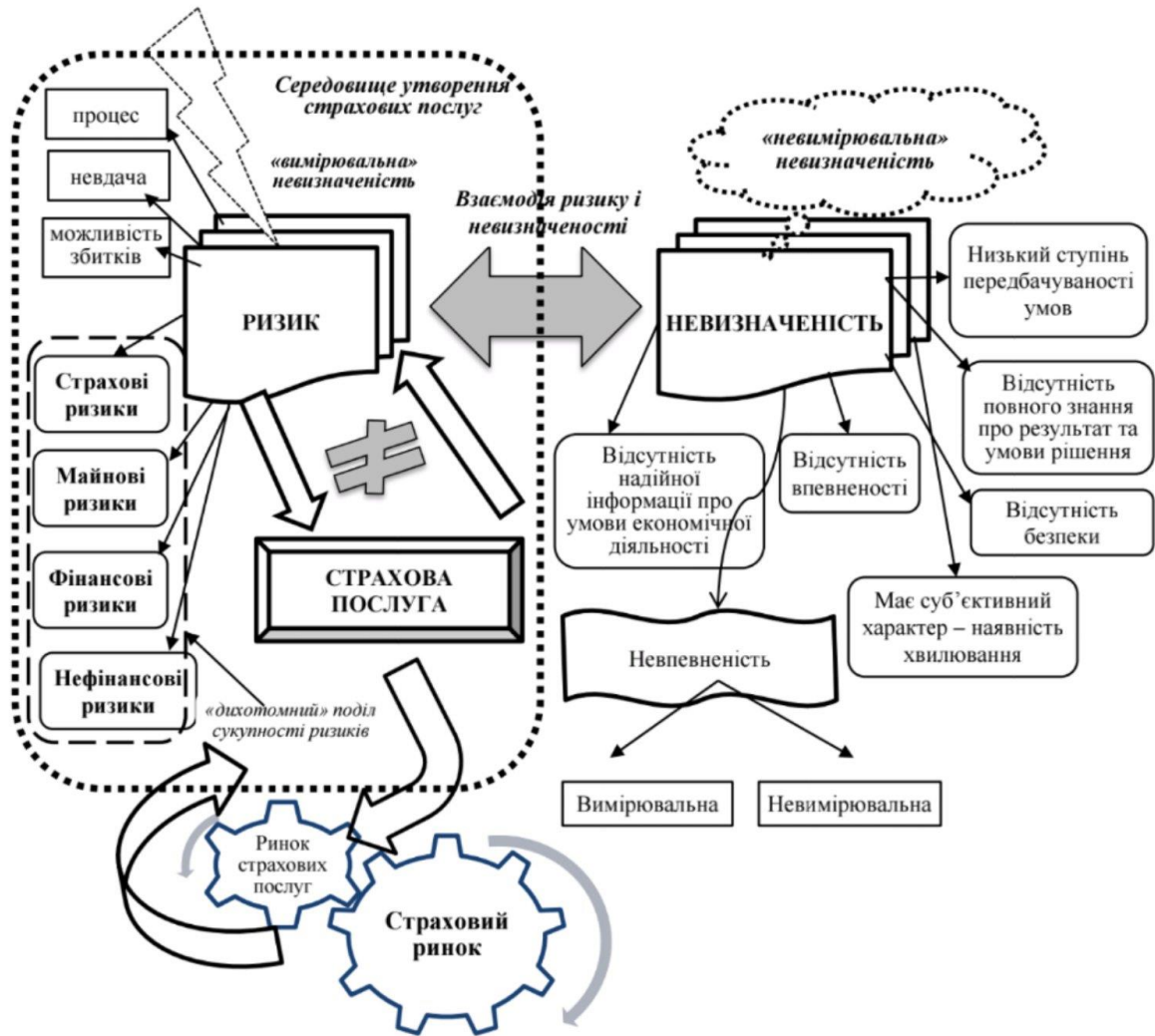


Рис. 3. Ризик у конструкції страхової послуги

Джерело: розроблено автором.

Передумовою формування страхової послуги є страховий інтерес [9; 10]. Проведене дослідження дало змогу трактувати страховий інтерес у майновому страхуванні як економічну категорію, яка визначає право на майно або уповноваження, що є похідними власності, та може бути втрачене за настання майбутньої випадкової події, а також встановлює максимальний розмір страхового відшкодування. Страховий інтерес у страхуванні життя – це ступінь зацікавленості у страховому відшкодуванні в разі настання несприятливих подій, де вигодонабувачем може бути як застрахована особа, так і особи, з якими вона перебуває в постійному зв'язку чи існують

обґрунтовані майнові консеквенції у разі смерті застрахованої особи.

Економічна природа страхування є ризиковою, і саме ризик виокремлює страхові відносини серед інших економічних відносин, наділяючи їх специфічними ознаками. Відтак, теоретичною домінантою страхових послуг є страхові ризики (рис. 3).

Сучасний етап ринку страхових послуг характеризується інституціональними перетвореннями. Інституціоналізація ринку страхових послуг – це процес організації та регулювання формальних і неформальних інститутів, котрі еволюціонували під впливом історичних передумов з примітивних фінансових

установ до спеціалізованих страхових конгломератів, що враховує триаду розуміння сутності суспільного життя з приводу страхової діяльності, формалізації та стандартизації суспільно-фінансових відносин щодо майнового, накопичувального й особистого страхування, забезпечення страхування і культури споживання страхових продуктів.

Страхові компанії є інституціями, діяльність яких полягає в об'єднанні та групуванні масиву індивідуальних ризиків з метою перерозподілу витрат в разі настання страхових випадків в окремих учасників на групу загалом. Страхова посередницька діяльність безпосередньо пов'язана з системою організації страхового бізнесу. Інституційно вона представлена діяльністю страхових (перестрахових) брокерів та агентів. Придбання страхової послуги є одним із методів фінансування наслідків реалізації ризиків як фізичних осіб, так і юридичних, що використовуються найбільш часто. Фінансовий механізм страхової справи забезпечує надання у разі настання обумовленої шкоди фінансових ресурсів у розмірі, що значно перевищує початковий внесок і ефективно стабілізує фінансовий стан страхувальника. Формування фінансового механізму інституцій страхового ринку здійснюється відповідно до стратегії соціально-економічного розвитку держави. Зміни окремих елементів фінансового механізму відбуваються у зв'язку з вирішенням окремих тактичних завдань у процесі генезису страхової справи. Саме тому фінансовий механізм кожної з інституцій, представлених на страховому ринку, чуттєво реагує на особливості сучасного стану в економіці та соціальній сфері держави.

Впровадження ефективної стратегії взаємодії суб'єктів на ринку страхових послуг, а також активізація нових видів і технологій страхування вимагає формування відповідного сприятливого середовища. Визначники розвитку ринку страхових послуг України доцільно розділити на зовнішні і внутрішні; залежні від суб'єкта попиту і незалежні.

Зовнішніми визначниками є мегасередовище (міждержавний рівень), макросередовище (національний рівень), мезосередовище (рівень територіально-адміністративних утворень) мікросередовище (рівень підприємства чи внутрішнє бізнес-середовище) та віртуальне середовище. В свою чергу, у зовнішніх визначниках виокремимо макросередовище, мікросередовище та мезосередовище [11].

Ринок страхових послуг зазнає перетворень та трансформацій, в основі яких лежать інновації. Інновації на ринку страхових послуг можуть стосуватися нових технологій, інститутів або ринків збуту. Вони можуть мати характер процесів, інституцій, а також видів і продуктів страхування. В сучасних умовах в основі поширення нових продуктів, видів і продуктів страхування лежать технологічні та фінансові інновації (опціони, e-banking, платформи колективного інвестування, високочастотний алгоритмічний трейдинг (High-Frequency Trading), інвестування в соціальних мережах (social trading), соціальні кредитування, краудфандинг тощо).

В умовах інноваційного розвитку дистрибуція страхових послуг набуває різних форм, серед яких основними визначено прямі та непрямі канали (рис. 4).

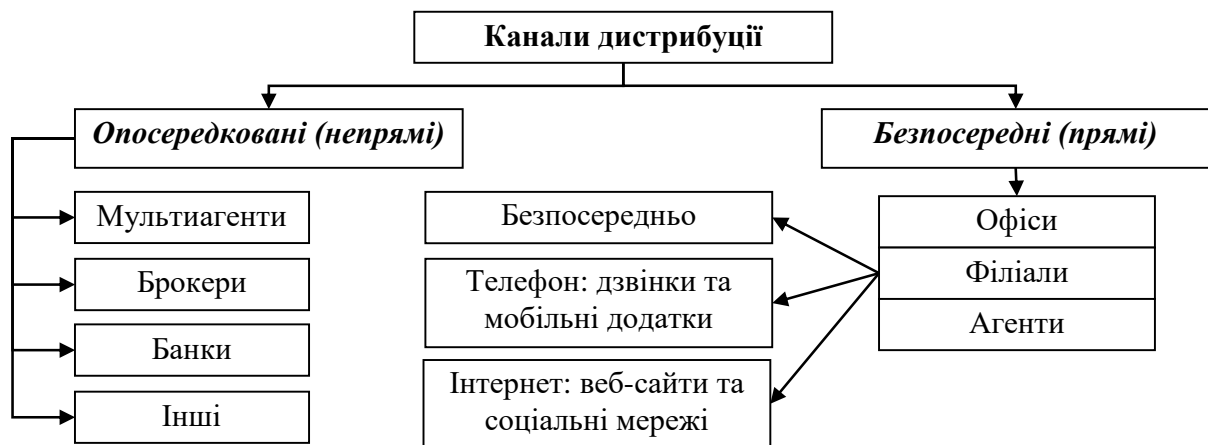


Рис. 4. Класифікація каналів дистрибуції страхових продуктів

Джерело: розроблено автором.

Традиційні форми прямої (безпосередньої) дистрибуції охоплюють продажі, здійснені співробітниками страхових компаній, у тому числі

агентами, які працюють у філіальній мережі страховика. Нетрадиційні форми безпосередньої дистрибуції, передбачають використання нових

технологій для продажу страхових послуг, тобто їхній збут через Інтернет, телефон чи смартфон. Ці канали називають прямими продажами. Використання сучасних технологій у дистрибуції страхових послуг, зокрема у страхуванні цивільної відповідальності власників транспортних засобів, дає змогу зменшити витрати у сфері продажу. Крім того, нові технології полегшують охоплення клієнтів, які віддають перевагу цифровим каналам, і сприяють популяризації страхових продуктів, особливо серед молоді. Водночас, соціальні мережі та сучасні месенджери видозмінюють середовище діяльності страхових компаній, впливають на розробку нових страхових послуг і технології їхньої реалізації чи врегулювання претензій. Серед нових видів страхування слід виокремити кібер-страхування як страховий захист від втрати інформації, кібер-атак [12; 13].

Заради справедливості, слід відзначити не тільки переваги інноваційних і високотехнічних страхових послуг над мультиризиковими і можливі стоп-фактори, які можуть виникнути при проектуванні новітніх зарубіжних практик у вітчизняну. Для успішного впровадження інноваційних страхових послуг страхове співтовариство спільно з державою повинні провести достатню попередню роботу: збір даних, їхню підготовку, аналіз, верифікацію та розробку продуктів, їхню апробацію тощо. Згадані страхові послуги не лише значно зменшать витрати на супровід договорів страхування, а й дадуть змогу страхувальникам в найкоротші терміни отримати страхове відшкодування. При цьому низький рівень витрат сприятиме істотному зменшенню страхових тарифів і залученню додаткових споживачів страхування.

Розвиток ринку страхових послуг в Україні має базуватись на основі елементів систем саморегулювання, захисту та гарантій. Утім кожен з цих сутнісних елементів має поки що своєрідні та дещо деформовані прояви на вітчизняному ринку страхових послуг. Головною причиною такого становища є те, що, в новій парадигмі забезпечення прав та інтересів споживачів на ринку страхових послуг відбувся відхід від неоліберальних концепцій, де споживач залишається один на один із страховими компаніями та посередниками, до моделі, в якій підтримку споживачу надають публічні інституції, що в такий спосіб вирівнюють сили на ринку. Вибір споживача певним чином обмежиться активними діями регулятора, адже більша безпека означає і менше свободи вибору. Водночас, в довгостроковій перспективі це має бути в інтересах як споживача страхових послуг, так і сприяти зростанню фаховості та професійної етики страхових посередників. В свою чергу, це вимагатиме сучасних навиків у менеджменту та персоналу страховика [2; 14; 15], запровадження

нових систем управління ризиками та резервами в страхових компаніях [16; 17], а отже сприятиме розвитку і стабільності ринку страхових послуг.

Висновки

Ринок страхових послуг розглянуто як систему економічних відносин, де страхувальники, страхові компанії (товариства взаємного страхування), страхові агенти та брокери шляхом купівлі-продажу страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги. Виокремлено специфічні принципи його розвитку (конкурентність; вільний вибір страхувальником страховика; страховий ризик; страховий інтерес; максимальна сумлінність; відшкодування в межах реально завданих збитків; франшиза; суброгація; контрибуція; співстрахування і перестрахування; диверсифікація), конкретизовано функції. Це дало змогу визначити іманентні властивості такого ринку, виразити його в узагальненому, синтезованому вигляді.

Діяльність на ринку страхових послуг здійснюється відповідними інституціями, тип інституціональної організації діяльності яких регулюється нормативно-правовими актами, котрі діють на території країни та легітимізують організаційно-правові форми ведення бізнесу. Інституціоналізація ринку страхових послуг – це процес організації та регулювання суспільного життя з приводу страхової діяльності, формалізація і стандартизація суспільних відносин щодо майнового, накопичувального й особистого страхування, культура споживання страхових продуктів.

Страхові компанії є основою ринку страхових послуг в Україні та їхній розвиток безпосередньо узалежнений від соціально-економічної ситуації в країні, демонструючи фази зростання в період стабільності й значний потенціал для розвитку. В процесі інституціонального розвитку ринку страхових послуг виникає необхідність створення системи різних за призначенням і методами формування резервних і страхових фондів. Вони виникають в процесі здійснення діяльності учасників суспільного відтворення і дуже рідко із залученням бюджетних ресурсів.

Фундаментальними складовими ринку страхових послуг в Україні є страхова послуга та її теоретична домінанта – страховий ризик. Використання терміна «страховий продукт» передбачає вживання поняття «страхова послуга», оскільки вони мають різне значення, але є взаємопов'язаними: страхувальник не отримає страхової послуги без наявності страхового продукту. Страхову послугу запропоновано трактувати як визначений набір інформації, що містить умови надання гарантії стабільності майнового статусу протягом певного періоду, де ризик випадкового погіршення матеріального

стану страхувальника при настанні страхового випадку компенсується страховою виплатою.

Вагоме значення у формуванні сучасного ринку страхових послуг України займають інновації, страхова культура та страхова свідомість. В новій парадигмі забезпечення прав та інтересів споживачів на ринку страхових послуг його слід розвивати на основі елементів

систем саморегулювання, захисту та гарантій, набуття сучасних навичок у менеджменту і персоналу страховика, запровадження нових систем управління ризиками та резервами у страхових компаніях. Все це загалом, сприятиме розвитку ринку страхових послуг.

KLAPKIV Yu. M.^{1*}, SVIRSKY V. S.^{2*}, FIGURKA M.V.^{3*}

1* Doctor in Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of S. Yurii Finance, Western Ukrainian National University, e-mail: j.klapkiv@wunu.edu.ua ORCID ID: 0000-0002-9771-5357

2* Ph.D. in Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economics, Marketing and Management, Western Ukrainian National University, e-mail: v.svirsky@wunu.edu.ua ORCID ID: 0000-0002-5757-2320

3* Ph.D. in Economic Sciences, Associate Professor, e-mail: mvf.boss@i.ua ORCID ID: 0000-0002-9601-0400

ON THE THEORETICAL FUNDAMENTALS OF THE INSURANCE SERVICES MARKET

The purpose. Development of new approaches to substantiation of theoretical and methodological bases of formation of the market of insurance services. Methodological basis: dialectical, epistemological and logical methods, system-functional method and method of comparative studies in substantiating the categorical-conceptual apparatus of research. **Results.** The substantiation of the economic nature of the insurance business and the definition of the features of the insurance service in the insurance system, the disclosure of the essence and functional purpose of the market of insurance services is done. The basic principles of formation of the market of insurance services are allocated, among which: competitiveness; free choice of the insurer by the insured; insurance risk; insurance interest; the principle of maximum integrity; compensation within the limits of actual damages; franchise; subrogation; indemnity; co-insurance and reinsurance; diversification. The functions of the insurance services market are outlined, which allowed to determine its immanent properties. Distribution channels of insurance services are allocated. It is substantiated that the modern concept of institutional development of the insurance services market of Ukraine should be determined by the spread of new products and types of insurance, which are based on technological and financial innovations. **The scientific novelty.** A comprehensive approach to the formation of theoretical conceptualization of the insurance market taking into account the epistemological and empirical methods of studying its essence, as: a component of the financial sector of the economy with most of its inherent characteristics, functions and principles; economic space in which institutional units for the implementation of insurance services interact; a set of orderly cash flows between the subjects of the insurance market on a fundamentally new basis of innovation; the result of harmonization of socio-economic, financially guaranteed and life-safety aspects of interaction of insurance entities. **The practical significance.** The study of theoretical and methodological and methodological aspects of the formation of the insurance market is the basis for the systematic solution of practical problems in this area, development and implementation of measures aimed at achieving accelerated progressive formation of the insurance market to ensure socio-economic growth.

Keywords: insurance, insurance services, insurance companies, insurance market, insurance services market, functioning of insurance services market institutions, insurance activity, technical innovations, insurance services distribution channels

REFERENCES

1. Polinkevych O., & Khovrak I., & Trynchuk V., & Klapkiv Y., & Volynets I. (2020). Business Risk Management in Times of Crises and Pandemics. *Montenegrin Journal of Economics*. 17 (3). 117-128.
2. Volosovych S. V., & Mazaraki A. A. (2019). *FinTech: monohrafiia*. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t.
3. Klapkiv Yu. (2020). *Rynok strakhovykh poslug: kontseptualni zasady, tekhnichni innovatsii ta perspektyvy rozvytku: monohrafiia*. Ternopil : TNEU.
4. Bulhakova S.O. at all (2007). *Strakhovyi rynek Ukrainy: stan ta perspektyvy rozvytku: monohrafiia / za redaktsiieiu A. A. Mazaraki*. K.: Kyiv. nats. torh. – ekon. un-t.

5. Vyhovska V. V. (2016). Teoretyko-metodolohichni zasady ta prahmatyka zabezpechennia bezpeky strakhovoho rynku Ukrainy: monohrafiia. Kyiv: Kondor-Vydavnytstvo.
6. Iuldashev R., & Shapliko D. (2000). Klyentskaia baza strakhovoi kompanyy: svoistva y ynstrumenty formirovaniya. *Strakhovoe delo*. 2. 12-18.
7. Nechyporuk L. V. (2018). Finansova inkluziia v konteksti strakhovykh posluh. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky*. 3 (26). 411 – 417.
8. Shumelda Ya. (2007). *Strakhuvannia: navch. posib*. Vyd. 2, rozshyr. K.: Mizhnarodna ahentsiia «BIZON».
9. Iuldashev R. T. (1999). Vvedenye v prodazhu strakhovaniya, yly kak nauchytisia prodavat nadezhdu. M.: "Ankyl".
10. Oblicz roczną składkę za ubezpieczenie nieruchomości. URL: <http://www.bzwbkaviva.pl/ubezpieczenia/locum/oblicz-oplate-za-ubezpieczenie-nieruchomosci.html> (01.11.2018).
11. Biletska I. M., & Klapkiv Yu. M., & Svirskiy V. S. (2018). *Rynok strakhovykh posluh: chynnyky zaprovadzhenia i rozvytku novitnikh tekhnolohii strakhuvannia*. Yevropeyskiy vektor modernizatsii ekonomiky: kreatyvnist, prozorst ta stalyy rozvytok: monohrafiia / za zah. red. L. L. Kalinichenko. Kharkiv : KhNUBA.
12. Klapkiv Lyubov (2020). Kiber-ryzyk v aspekty mozhyvostey rynku strakhovykh posluh. *Perspektyvy rozvytku osvity, nauky i biznesu v hlobalnomu seredovyschi: materialy VIII Mizhnar. nauk.-prakt. konf. [m. Ternopil, 23 zhovt. 2020 r.] / redkol. : P. R. Putsenteilo, R. F. Brukhanskyi, H. L. Monastyrskiy [ta in.]. Ternopil : ZUNU*.
13. Volosovych S., & Klapkiv L. (2018). Determinanty vynykennia ta realizatsii kiberryzykiv. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*. 3. 101–115.
14. Trynchuk V. (2018). Rol marketynhovykh komunikatsii u rozvytku strakhovoho rynku. *Problemy ta perspektyvy rozvytku ekonomiky i pidpriemnytstva ta kompiuternykh tekhnolohii v Ukraini: zbirnyk tez dopovidei KhIV naukovo-praktychnoi konferentsii*. 67-68.
15. Shirinyan L. V., & Shirinyan A. (2019). Precondition on microinsurance in Ukraine: Contingent valuation approach for poor population behaviour regarding insurance services. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*. 6(2). 356-367. DOI:10.15549/jeecar.v6i2.378
16. Klapkiv L., & Klapkiv Yu., & Svirskiy V. (2020). Finansovi ryzyky v diialnosti strakhovykh kompanii: teoretychni zasady, suchasni realii ta prahmatyzm upravlinnia: monohrafiia. Ivano- Frankivsk: KGMprint
17. Stroński E. (2004). *Ubezpieczenia na życie. Teoria i praktyka*. Warszawa: Poltext.

Стаття надійшла до редакції: 25.05.2021

Received: 2021.05.25