

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Загальними зборами акціонерів  
ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА  
«СТРАХОВА КОМПАНІЯ «СУЗІР'Я»  
Протокол № 103 від «26» червня 2024 р.

**СТРАТЕГІЧНИЙ ПЛАН ТА ПЛАН ДІЯЛЬНОСТІ  
ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА  
«СТРАХОВА КОМПАНІЯ «СУЗІР'Я»**

**Київ 2024**

<b>РЕЗЮМЕ ПРОЕКТУ</b> .....	3
<b>ОПИС КОМПАНІЇ</b> .....	4
<b>ВІЗІЯ КОМПАНІЇ</b> .....	5
<b>МІСІЯ</b> .....	5
<b>НАШІ ЦІННОСТІ</b> .....	5
<b>ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА</b> .....	6
<b>ПОТОЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ</b> .....	7
Основні показники діяльності .....	8
Ключові клієнти та стратегія розвитку .....	10
Стратегія управління ризиками та мінімізація їх впливу .....	11
Стратегія андеррайтингу .....	12
Стратегія перестраховання .....	13
SWOT-аналіз .....	13
Основні направлення стратегії розвитку компанії на 2024-2027 рік .....	14
Напрямки реалізації стратегії розвитку компанії .....	14
Дослідження цільової аудиторії: .....	14
Розширення асортименту страхових продуктів .....	15
Цифрова присутність .....	16
Поліпшення обслуговування клієнтів.....	16
Партнерство з іншими компаніями .....	17
Маркетингові та рекламні кампанії.....	18
Аналіз конкурентів та ринкового середовища.....	18
Фокус на якості та надійності .....	19
Розвиток нових каналів продажів. ....	20
<b>АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РИНКУ СТРАХУВАННЯ</b> .....	21
Основна статистика по ринку страхування .....	23
<b>ВИСНОВОК</b> .....	27
<b>АНАЛІЗ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА КОНКУРЕНТІВ</b> .....	28
<b>ФІНАНСОВИЙ ПЛАН 2024-2027</b> .....	30

## РЕЗЮМЕ ПРОЕКТУ

Даний документ представляє план розвитку страхової компанії «Сузір'я» на період 2024-2027 року. Основні акценти стратегічного плану сконцентровані на:

- забезпечення стабільного та стійкого зростання, підвищення конкурентоспроможності на ринку, збільшення обсягу страхових премій, розширення клієнтської бази, підвищення якості обслуговування клієнтів та зміцнення репутації компанії, як надійного партнера.

Для досягнення мети ставляться та виконуються наступні **завдання**:

*Розширення ринків та клієнтської бази:*

- Залучення нових клієнтів через маркетингові кампанії та партнерські програми.
- Розширення спектру страхових продуктів та послуг.

*Підвищення якості обслуговування клієнтів:*

- Впровадження інноваційних технологій для спрощення процесу оформлення та врегулювання страхових випадків.
- Проведення регулярного навчання персоналу для підвищення професійного рівня та якості обслуговування.
- Збір та аналіз відгуків клієнтів для виявлення та усунення недоліків в обслуговуванні.

*Фінансова стійкість та управління ризиками:*

- Розробка та впровадження ефективних стратегій управління ризиками.
- Забезпечення достатнього рівня резервів та капіталу для покриття страхових зобов'язань.
- Оптимізація витрат та підвищення рентабельності діяльності.

*Підвищення конкурентоспроможності:*

- Аналіз ринкових тенденцій та конкурентного середовища.
- Розробка унікальних продуктів та послуг, що відповідають потребам клієнтів.
- Побудова та зміцнення бренду компанії.

Даний проект побудований на базі стратегії поступового росту компанії з розширенням існуючого сегменту страхових продуктів за рахунок роботи з клієнтами у тих галузях, де компанія вже має успіхи та відомих клієнтів.

Крім того, акцент робиться на розширення каналів збуту за рахунок використання платформ для продажу страхових продуктів, наприклад ЕВА, та/або налагодження ділових стосунків з відомими страховими компаніями.

## ОПИС КОМПАНІЇ

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «СТРАХОВА КОМПАНІЯ «СУЗІР'Я» (надалі за текстом – «Компанія») була зареєстрована в Україні у 1994 році.

Основним видом діяльності Компанії є надання страхових послуг за класами страхування іншими, ніж страхування життя. Компанія має 11 ліцензій на надання послуг обов'язкового та добровільного страхування. Компанія надає послуги фізичним і юридичним особам переважно, як роздрібна страхова компанія.

Станом на 31 грудня 2023 року в Компанії середня кількість працівників склала 15 осіб та 2 страхових агентів-фізичних осіб підприємців.

### Повне найменування Товариства:

українською мовою: ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «СТРАХОВА КОМПАНІЯ «СУЗІР'Я»

Код ЄДРПОУ: 22891956

Місцезнаходження: Код території за КОАЕУУ 8038900000,03067 М. КИЇВ, СОЛОМ'ЯНСЬКИЙ Р-Н, ВУЛИЦЯ ГАРМАТНА, БУДИНОК 6

Тел/факс (044) 239-29-97, 239-29-99

Електронна пошта: [suzirya94@ukr.net](mailto:suzirya94@ukr.net)

Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань: Дата державної реєстрації: 22.11.1994, Дата запису: 19.08.2004, Номер запису: 10731200000000426. [Виписка з Єдиного державного реєстру](#)

Інформація щодо включення ПРАТ «СК «СУЗІР'Я» до державного реєстру фінансових установ: Дата прийняття та номер розпорядження Держфінпослуг про схвалення рішення про видачу свідоцтва - 21.08.2004 №311; реєстраційний номер: 11100971; серія та номер свідоцтва: СТ №258, дата видачі свідоцтва: 21.08.2004, код фінансової установи: 11 [Свідоцтво про реєстрацію фінансової установи](#)

Основний вид діяльності: КВЕД 65.12 Інші види страхування, крім страхування життя.

Поточні рахунки:

UA253057490000026501000000096 в АТ «БАНК КРЕДИТ ДНІПРО» м. Київ;

UA163204780000026505924489141 в АБ «УКРГАЗБАНК» м. Київ.

У Товариства відсутні зареєстровані відокремлені підрозділи.

Проведення по справі про банкрутство відносно ПРАТ «СТРАХОВА КОМПАНІЯ «СУЗІР'Я» не відкривалось та процедура санації відносно фінансової установи не застосовувалась.

Рішення про ліквідацію Товариства не приймалось.

Орган, що здійснює нагляд: Національний банк України. web-сайт: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua), м. Київ, 01601, вул. Інститутська, 9.

## ВІЗІЯ КОМПАНІЇ

Компанія хоче бути надійним партнером для клієнтів. Наші зацікавлені сторони бачать у нас стабільного та надійного партнера. Це дозволяє нам мати довготривалі стосунки з клієнтами.

Ми приймаємо довгострокову бізнес-стратегію, орієнтовану на клієнтів та фокусування на певних сегментах.

Ми пропонуємо нашим клієнтам спокій і надійність.

## МІСІЯ

Ми виступаємо за стабільність і компетентність у сфері захисту від ризиків. Ми використовуємо наш досвід, щоб стати ближчими до наших клієнтів. Ми вважаємо своїм обов'язком захистити цінності, важливі для наших клієнтів.

Ми допомагаємо нашим клієнтам підвищити їх фінансову стабільність і захистити їх від конкретних ризиків.

Ми вважаємо різноманітність однією з наших сильних сторін і ділимося своїм досвідом і знаннями.

Ми будуємо свою позицію на ринку за допомогою нашої культури, орієнтованої на ефективність.

Ми орієнтуємося на вимоги місцевих клієнтів і унікальні регіональні особливості.

Ми покладаємося на місцеве керівництво, щоб ефективно використовувати ринкові можливості.

Ми дбайливо та стабільно управляємо ризиками та ресурсами.

Ми виконуємо свої обіцянки на благо наших клієнтів, акціонерів і суспільства.

## НАШІ ЦІННОСТІ

### Фокусування

### Близькість до клієнта

### Відповідальність

*Фокусування:* завдяки фокусуванню на певних страхових продуктах, ми маємо більш професійний колектив та акцент на особливостях цих продуктів страхування і можемо краще задовільнити потреби клієнтів.

*Близькість до клієнтів:* ми маємо міцне коріння на місцевому рівні. Завдяки нашим місцевим співробітникам ми, більш ніж, знайомі з типовими потребами клієнтів. Це дозволяє нам пропонувати індивідуальні рішення та максимально задовольняти клієнтів.

*Відповідальність:* ми використовуємо багаторічний досвід, щоб якомога ефективніше захистити майбутнє наших клієнтів. Почуття відповідальності та поваги завжди займають центральне місце в наших стосунках із клієнтами, діловими партнерами, акціонерами та суспільством загалом.



## ПОТОЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ

### Опис страхових послуг

ПРАТ «СК «СУЗІР'Я» пропонує страхові послуги, які покривають усі основні страхові ризики. Основні напрямки діяльності Компанії:

- Страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ;
- Страхування майна;
- Страхування наземного транспорту (крім залізничного);
- Страхування від нещасних випадків;
- Інше страхування, відмінне від страхування життя (страхування відповідальності перед третіми особами, фінансових ризиків, тощо);

### Основні класи страхування

Тип фінансової установи	Повне найменування	Код за ЄДРПОУ	Статус ліцензії	Назва ліцензії	Назва ліцензії (деталізація)
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ ЦИВІЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЗА ШКОДУ, ЯКУ МОЖЕ БУТИ ЗАПОДІЯНО ПОЖЕЖАМИ ТА АВАРІЯМИ НА ОБ'ЄКТАХ ПІДВИЩЕНОЇ НЕБЕЗПЕКИ, ВКЛЮЧАЮЧИ ПОЖЕЖОВИБУХОНЕБЕЗПЕЧНІ ОБ'ЄКТИ ТА ОБ'ЄКТИ, ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ЯКИХ МОЖЕ ПРИЗВЕС
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ ВІД ВОГНЕВИХ РИЗИКІВ ТА РИЗИКІВ СТИХІЙНИХ ЯВИЩ
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ ЗДОРОВ'Я НА ВИПАДОК ХВОРОБИ
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ НАЗЕМНОГО ТРАНСПОРТУ (КРІМ ЗАЛІЗНИЧНОГО)
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ ВАНТАЖІВ ТА БАГАЖУ (ВАНТАЖОБАГАЖУ)

Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПЕРЕД ТРЕТІМИ ОСОБАМИ [КРИМ ЦИВІЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЛАСНИКІВ НАЗЕМНОГО ТРАНСПОРТУ, ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЛАСНИКІВ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ, ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЛАСНИКІВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ (ВКЛЮЧАЮЧИ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПЕРЕВІЗНИ
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ ВІД НЕЩАСНИХ ВИПАДКІВ
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	СТРАХУВАННЯ МАЙНА [КРИМ ЗАЛІЗНИЧНОГО, НАЗЕМНОГО, ПОВІТРЯНОГО, ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ (МОРСЬКОГО ВНУТРІШНЬОГО ТА ІНШИХ ВИДІВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ), ВАНТАЖІВ ТА БАГАЖУ (ВАНТАЖОБАГАЖУ)]
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	ОСОБИСТЕ СТРАХУВАННЯ ВІД НЕЩАСНИХ ВИПАДКІВ НА ТРАНСПОРТІ
Страхова компанія	Приватне акціонерне товариство "Страхова компанія "Сузір'я"	22891956	Діюча	ІНШІ ВИДИ СТРАХУВАННЯ (NON-LIFE СТРАХУВАННЯ)	ОСОБИСТЕ СТРАХУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ВІДОМЧОЇ (КРИМ ТИХ, ЯКІ ПРАЦЮЮТЬ В УСТАНОВАХ І ОРГАНІЗАЦІЯХ, ЩО ФІНАНСУЮТЬСЯ З ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ) ТА СІЛЬСЬКОЇ ПОЖЕЖНОЇ ОХОРОНИ І ЧЛЕНІВ ДОБРОВІЛЬНИХ ПОЖЕЖНИХ ДРУЖИН (КОМАНД)

## Основні показники діяльності

### Звіт про фінансові результати

У тисячах українських гривень	2023	2022	2021	2020	2019
Премії отримані, загальна сума	32,819	28,030	31,085	26,398	26,976
Страхові премії передані у перестраховування	21,268	18,898	20,126	16,873	17,390
% Перестраховування	65%	67%	65%	64%	64%
<b>Чисті страхові премії</b>	<b>11,551</b>	<b>9,132</b>	<b>10,959</b>	<b>9,525</b>	9,586
<b>Інші доходи</b>	<b>5,472</b>	<b>8,157</b>	<b>5,292</b>	<b>5,655</b>	5,620
<b>Чистий дохід</b>	<b>17,023</b>	<b>17,289</b>	<b>16,251</b>	<b>15,180</b>	<b>15,206</b>
Страхові відшкодування виплачені, загальна сума	1	5	7	153	329
% Відшкодувань					

Зміни у страхових резервах	-173	128	-1,083	162	-324
Зміни у страхових резервах в частині перестраховування	615	360	-631	-126	316
<b>Валовий прибуток</b>	<b>16,580</b>	<b>17,516</b>	<b>15,792</b>	<b>15,063</b>	<b>14,869</b>
<b>/Витрати на аквізицію по страховим та інвестиційним договорам</b>	3,671	4,425	5,025	4,335	3,611
Комерційні та адміністративні витрати	3,330	2,341	3,256	3,731	3,239
% Витрат комерційних та адміністративних					
Інші витрати	3,105	9,412	5,962	5,700	5,233
Інші прибутки та збитки	0	0	0	0	0
<b>Прибуток ( збиток ) від операційної діяльності</b>	<b>6,474</b>	<b>1,338</b>	<b>1,549</b>	<b>1,297</b>	<b>2,786</b>
<b>Прибуток ( збиток ) до оподаткування</b>	<b>6,474</b>	<b>1,338</b>	<b>1,549</b>	<b>1,297</b>	<b>2,786</b>
Витрати з податку на прибуток	2,150	1,082	1,211	1,025	1,311
Прибуток ( збиток ) за рік	4,324	256	338	272	1,475
В т.ч.: власників компанії	4,324	256	338	272	1,475
Інші сукупні прибутки	0	0	0		
Всього сукупного прибутку за рік	4,324	256	338	272	1,475
В т.ч.: власників компанії	4,324	256	338	272	1,475
Прибуток на акцію (у грн. )	3.48	0.21	0.27	0.22	1.40
<b>Базисний та розбавлений прибуток (збиток) на акцію</b>	3.48	0.21	0.27	0.22	1.40
<b>Кількість акцій, шт</b>	1242050				

Аналіз історичних показників фінансової звітності показує стабільний ріст компанії за винятком 2022 року, що викликано ризиками пов'язаними з війною. Крім того, компанія має стабільний показник перестраховування на рівні 65%. Що говорить про певну обмеженість власного утримання та потенційно потреби росту власного капіталу для зменшення долі перестраховування та збільшення власного утримання та отримання страхових премій, що може дати суттєвий ріст чистих премій та чистого прибутку. З іншого боку у компанії досить низькі страхові виплати, що не зовсім відповідає ринковим показникам та несе певний ризик корегування фінансових результатів.

З точки зору аналізу – компанія має відносно сталий портфель страхових продуктів та концентрується на 4 страхових продуктах ризикового страхування. Страхуванням життя компанія не займається.

Ці основні страхові продукти реалізуються певному сталому колу страхувальників, перелік яких наведено нижче. Основна стратегія компанії на даному етапі – це захисна стратегія, пов'язана з збереженням портфелю замовників (страхувальників) та поступовий горизонтальний зріст в тих галузях, де в неї є відомі клієнти та досвід.

## Ключові клієнти та стратегія розвитку

	2021	2022	2023
ТОВ "Юрія Фарм"	640,782.82	754,366.45	754,366.45
ТОВ "МТК"	2,961,533.00	3,693,268.70	3,186,852.64
ПрАТ "УХЛ-МАШ"	1,400,000.00	1,400,000.00	1,400,000.00
ТОВ "Металеві меблі"	1,511,606.00	1,511,606.00	1,400,000.00
ТОВ "ДОЗСТ "Чайка"	671,113.92	671,113.92	1,679,315.08
ТОВ "Медея"	440,073.00	-	-
ТОВ "Спецтранссервіс"	23,120.00	23,120.00	23,120.00
ПВКС	-	100,058.29	66,025.74
	<b>7,648,228.74</b>	<b>8,153,533.36</b>	<b>8,509,679.91</b>

Майже 25% страхових премій компанія отримує від 10-15 компаній, що є доволі ризикованим, та потребує певної відповіді та стратегії реагування. Втрата кожного з них не буде катастрофічною, але вимагає вкрай обережного планування та розширення діяльності з диверсифікацією та розширенням клієнтської бази. Одним із напрямків такого розширення є горизонтальний ріст в галузях основних клієнтів компанії.

Галузі наведені нижче у таблиці:

### Галузевий розподіл клієнтів

Галузі	Клас страхування	Клієнти	код ЄДРПОУ
Виробництво	8.9	ПрАТ «УХЛ-МАШ»	14311749
	8.9	ТОВ «Металеві меблі»	31254699
	8.9	ТОВ "СВІТАНОК СЕРВІС"	41132673
Дитячі табори	1	ТОВ «Дитячий оздоровчий заклад санаторного типу «Чайка»	20624493
	1	ТОВ «КО «ПЕРЛИНА ЧОРНОМОР'Я»	40098434
Медичні клініки	8,9,13	ТОВ «Медея»	30514886
	8,9,13	КНП "Київська міська клінічна лікарня №1" Дарницького району	
Фізичні особи	1	Перша всеукраїнська кредитна спілка	26519685
	3		
Медичні лабораторії	8,9,13	ТОВ "МЕДИЧНА ЛАБОРАТОРІЯ "ДІЛА"	37633556
	8,9,13	ТОВ "ЮКРЕЙН БІОСАНС"	41049723
	8,9,13	ТОВ "КИЇВ БІОСАНС"	41860673

Комунальне майно		8.9	Печерський р-н м. Києва	
		8.9	Солом"янський р-н м. Києва	
		8.9	Метрополитен	
Фармацевтика		8.9	ТОВ «Юрія-Фарм»	30109129
		8.9	ТОВ «Медичний центр «М.Т.К.»	21633086
Нафтобази, АЗС		13	ТОВ «СПЕЦТРАНССЕРВІС»	31626517
Учбові заклади	1,8,9		КПІ, НАУ, КНУАБ	

### Стратегія управління ризиками та мінімізація їх впливу

Метою запровадження Стратегії є уникнення і мінімізація ризиків, пом'якшення їх наслідків, зменшення вразливості до них Компанії.

Ключовими цілями Товариства в галузі управління ризиками є забезпечення реалізації загальної Стратегії Компанії, своєчасна адаптація Компанії до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі, забезпечення ефективного функціонування Компанії, її стійкості і перспектив розвитку.

№	Фактор	Вплив	Заходи щодо зменшення впливу
1	<b>Економічна нестабільність</b>	Зниження платоспроможності клієнтів, зменшення попиту на страхові послуги, зростання рівня неплатежів за страховими внесками. Швидка зміна пріоритетних напрямів страхування (як приклад Зелена карта)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поступова диверсифікація портфеля страхових продуктів для існуючих клієнтів та залучення нових клієнтів з різних сегментів ринку.</li> <li>2. Впровадження накопичувальних знижок та гнучких умов оплати, таких як розстрочки або знижки за своєчасну оплату.</li> <li>3. Підтримка тісного контакту з існуючими клієнтами для підвищення їх лояльності та утримання.</li> </ol>
2	<b>Зміни в законодавстві та регуляторних вимогах</b>	Суттєва зміна вимог регулятора щодо звітності та потреба інвестування у створення відповідної інфраструктури, у тому числі ІТ інфраструктури	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Постійний моніторинг змін у законодавстві та своєчасна адаптація внутрішніх політик та процедур.</li> <li>2. Навчання персоналу новим вимогам для забезпечення відповідності законодавству.</li> </ol>
3	<b>Конкуренція з боку великих страхових</b>	Втрата частки ринку, зниження доходів та скорочення клієнтської бази	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розробка унікальних страхових продуктів, які відповідають специфічним потребам цільової</li> </ol>

	<b>компаній</b>	через агресивні маркетингові стратегії великих конкурентів.	аудиторії. 2. Підвищення рівня обслуговування клієнтів, надання персоналізованих послуг. 3. Використання сучасних технологій для покращення зручності та доступності страхових послуг. 4. Стратегія партнерства з продажу продуктів великих страхових компаній, де компанія не представлена у сегменті (КАСКА, ОСАГО, та інші)
4	<b>Ризики ліквідності</b>	Неможливість своєчасного виконання страхових зобов'язань перед клієнтами через недостатність фінансових резервів	1. Підтримка достатнього рівня резервів для покриття можливих страхових випадків. 2. Регулярний аналіз та управління ризиками для своєчасного виявлення та мінімізації потенційних загроз. 3. Розробка та впровадження ефективної стратегії інвестування для забезпечення стабільного фінансового потоку. 4. Використання сталих інвестицій для покриття ризиків інфляції та знецінення грошей (наприклад інвестиційна нерухомість)
5	<b>Технологічні загрози та кібербезпека</b>	Втрати даних, збої в роботі інформаційних систем, шахрайство та інші кіберзагрози, що можуть призвести до фінансових втрат та втрати довіри клієнтів	1. Розробка політик управління ІТ ризиками, ІТ безпеки та захисту даних клієнтів. 2. Впровадження сучасних систем кібербезпеки для захисту даних клієнтів та інформаційних систем. 3. Регулярне оновлення програмного забезпечення та проведення аудиту безпеки. 4. Навчання персоналу основам кібербезпеки та підвищення їх обізнаності щодо можливих загроз.

### Стратегія андерайтингу

Стратегія андерайтингу Компанії спрямована на диверсифікованість таким чином, щоб портфель страхових продуктів Компанії завжди включав кілька категорій непов'язаних між собою ризиків і щоб кожна відповідна категорія ризиків, у свою чергу, охоплювала велику кількість страхових полісів. Керівництво Компанії вважає, що даний підхід знижує рівень змінюваності результату.

Компанія реалізує стратегію за допомогою використання процедури андерайтингу та методичних керівництв для укладення договорів страхування з різних класів

страхування, які детально визначають правила андеррайтингу за кожним видом страхового продукту.

В методичних керівництвах визначаються концепції й процедури, опис властивих ризиків, терміни дії й умови, права й обов'язки, перелік вимог до документації, зразок договору страхування/зразок страхового поліса, підстави для застосування тарифів і факторів, які згодом вплинуть на застосований тариф. Розрахунки тарифів проводиться на основі ознак ймовірності й мінливості.

Основним методом диверсифікованості страхового ризику є управління ризиком на основі регулювання тарифної політики.

Страхові тарифи встановлюються на основі аналізу наступних факторів:

- очікуваний коефіцієнт збитків на підставі аналізу аналогічних продуктів на ринку;
- ставка комісії на підставі аналізу прибутковості продукту й аналогічних комісійних ставок на ринку;
- аналіз середніх ринкових страхових тарифів.

Керівництво на постійній основі здійснює моніторинг дотримання процедури андеррайтингу та відповідних методичних керівництв.

## Стратегія перестраховування

Компанія передає в перестраховування частину прийнятих на страхування ризиків для того, щоб контролювати ризик збитків і захищати власний капітал. Компанія укладає договори факультативного пропорційного перестраховування на базі ексцедента збитку, щоб знизити ризик чистих збитків для Компанії.

Компанія укладає договори перестраховування для основних напрямків бізнесу, які захищають Компанію від ризику накопичених збитків, що можуть відбутися в результаті виплати численних страхових відшкодувань внаслідок настання того самого страхового випадку або події.

Аналіз історичних показників показав відсоток перестраховування на рівні 65%, що доволі є високим показником та є певним ресурсом збільшення надходжень та збільшення чистих премій. Але це вимагає збільшення капіталу товариства. Крім того, планується зміна підходу та перехід на співстрахування. Співстрахування змінить лише модель розподілу страхових премій та ризику не виконання зобов'язань перестраховими компаніями.

## SWOT-аналіз

### Сильні сторони

1. Гнучкість та адаптивність: Товариство може швидко реагувати на зміни ринку та потреби клієнтів.
2. Клієнтоорієнтованість: Можливість надавати персоналізовані послуги та підхід до кожного клієнта.
3. Низькі операційні витрати: Менші витрати на адміністративні та операційні потреби порівняно з великими страховими компаніями.
4. Інноваційні продукти: Швидке впровадження нових страхових продуктів та послуг.

### Слабкі сторони:

1. Обмежені ресурси: Недостатньо фінансових та людських ресурсів для масштабного розширення та маркетингових кампаній.
2. Менша відомість бренду: Менша впізнаваність на ринку порівняно з великими конкурентами.
3. Ризики ліквідності: Обмежені фінансові резерви для покриття великих страхових випадків.

4. Залежність від партнерів: Велика залежність від партнерських мереж для залучення клієнтів.

#### **Можливості:**

1. Розширення ринків: Вихід на нові регіональні ринки або сегменти клієнтів.
2. Партнерства та альянси: Створення стратегічних партнерств для розширення продуктового портфеля та клієнтської бази.
3. Технологічні інновації: Використання новітніх технологій для підвищення ефективності та якості обслуговування.
4. Ніші ринку: Зосередження на спеціалізованих страхових продуктах для певних галузей або груп клієнтів.

#### **Загрози:**

1. Конкуренція з великими компаніями: Великі страхові компанії можуть запропонувати кращі умови та більш розширений спектр послуг.
2. Регуляторні зміни: Зміни в законодавстві та регуляторних вимогах можуть вплинути на операційну діяльність.
3. Економічні коливання: Економічні кризи або нестабільність можуть вплинути на попит на страхові послуги

### **Основні напрямлення стратегії розвитку компанії на 2024-2027 рік**

- 1) Приведення у відповідність до нових вимог законодавства та закону «Про Страхування» системи управління компанією.
- 2) Стратегія на утримання страхового портфелю, та розширення клієнтської бази за галузевими групами, там де компанія має позитивний досвід роботи.
- 3) Розширення продуктової бази за рахунок виконання агентських функцій у співпраці з великими страховими компаніями і одночасно продаж своїх продуктів з фокусом на класи страхування 1, 3, 13, 8 та 9. Та розвиток нових страхових продуктів з урахуванням умов військового стану.
- 4) Для забезпечення можливостей розширення бізнесу компанія розглядає також можливість пошуку партнерів (страхові компанії) сегменту малих компанії для потенційного злиття.
- 5) Стратегічно важливим напрямком розвитку компанія визначила технологічний розвиток та використання технологій для налагодження сервісів онлайн продаж та роботи з клієнтами.

### **Напрямки реалізації стратегії розвитку компанії**

#### **Дослідження цільової аудиторії:**

Розуміння потреб та вимог цільової аудиторії є ключовим для розвитку бізнесу.

Цільова аудиторія маленької страхової компанії може бути різноманітною, залежно від спеціалізації та напрямку бізнесу. Ось кілька спільних груп, які можуть бути ключовими для компанії:

**1. Приватні особи сімейного статусу:** Це можуть бути люди, які шукають страхування для себе, своїх сімей та майна. Вони можуть бути зацікавлені у страхуванні автомобілів, будинків, здоров'я та інших видів страхування, які забезпечать захист та безпеку для їхніх близьких.

**2. Різноманітні бізнеси та підприємці:** Різноманітні бізнеси та підприємці можуть також шукати страхування для своїх бізнесів, включаючи страхування майна, відповідальності,

працівників, а також страхування від нещасних випадків на виробництві для себе та своїх співробітників.

**3. Люди, які працюють вдома або фрілансери:** У зв'язку з тенденціями, що змінюються у світі праці, багато людей вважають за краще працювати вдома або займатися фрілансом. Вони можуть потребувати спеціалізованих страхових продуктів, таких як страхування обладнання, страхування відповідальності за професійну діяльність та інші.

**4. Власники нерухомості та орендарі:** Люди, які володіють чи орендують нерухомість, можуть шукати страхування для своїх будинків, квартир чи комерційних приміщень. Вони зацікавлені у захисті свого майна від різних ризиків, таких як пожежа, крадіжка, стихійні лиха тощо.

**5. Молоді люди:** Молоді люди, які лише починають свою кар'єру та сімейне життя, можуть також бути цільовою аудиторією. Вони можуть шукати доступні та адаптовані до їх потреб страхові продукти, такі як страхування оренди житла, автомобіля, здоров'я та ін.

### Розширення асортименту страхових продуктів

Для невеликої страхової компанії може бути вигідно зосередитися на страхових продуктах, які мають високий попит серед цільової аудиторії та забезпечують стійкий потік доходів. Ось кілька страхових продуктів, які зазвичай підходять для невеликих страхових компаній:

**1. Автомобільне страхування:** Страхування автомобілів є одним із найпопулярніших видів страхування, оскільки воно є обов'язковим для багатьох власників транспортних засобів. Це включає страхування від шкоди, завданної внаслідок ДТП, страхування від угону, страхування від нещасних випадків та інші.

**2. Страхування нерухомості:** Власники будинків, квартир та комерційної нерухомості потребують захисту свого майна від різних ризиків, включаючи пожежу, крадіжку, стихійні лиха тощо. Тому страхування нерухомості, може бути цікавим продуктом для невеликих страхових компаній.

**3. Страхування здоров'я:** Страхування здоров'я є ключовим для багатьох людей, особливо у країнах, де охорона здоров'я має високі витрати. Пропонуючи страхування здоров'я з різними планами та покриттям, невелика страхова компанія може залучити широке коло клієнтів.

**4. Страхування відповідальності:** Цей вид страхування захищає клієнтів від потенційних юридичних проблем та фінансових втрат, пов'язаних з позовами про відшкодування збитків третім особам. Він може включати страхування відповідальності власника нерухомості, бізнесу, медичної практики і т.д.

**5. Страхування для бізнесу:** Підприємці та власники бізнесу потребують різних видів страхування, таких як страхування майна, відповідальності, працівників та ін. Пропонуючи спеціалізовані страхові продукти для бізнесу, компанія може залучити цю категорію клієнтів.

Вибір конкретних страхових продуктів залежить від потреб та переваг нашої цільової аудиторії, а також від конкурентного середовища на ринку страхування.

## Цифрова присутність

У наш час цифровізація відіграє важливу роль у розвитку бізнесу. Треба розробити зручний та інформативний веб-сайт, який дозволить клієнтам легко отримувати інформацію про ваші послуги та оформлювати страхові поліси онлайн.

Цифрова присутність для продажу продуктів страхування означає використання цифрових технологій та онлайн-платформ для залучення, привернення уваги та конвертації потенційних клієнтів у реальних клієнтів страхових продуктів. У контексті страхування цифрова присутність включає кілька ключових аспектів:

**1. Веб-сайт:** Розвиток інформативного та привабливого веб-сайту, який надає потенційним клієнтам корисну інформацію про страхові продукти, послуги, ціни, акції та контактні дані. Веб-сайт має бути зручним для навігації та оптимізованим для пошукових систем (SEO), щоб його легко було знайти потенційними клієнтами.

**2. Онлайн-продаж:** Надання можливості для онлайн-купівлі страхових продуктів через веб-сайт компанії. Це може включати функціональність онлайн-оформлення полісів, розрахунків страхових премій, вибору опцій покриття і т.д. Онлайн-продаж робить процес купівлі більш зручним і доступним для клієнтів.

**3. Соціальні мережі:** Активна присутність у соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, LinkedIn і т.д., для комунікації з клієнтами, надання їм корисної інформації, проведення маркетингових кампаній, реклами та привернення уваги нових клієнтів.

**4. Електронна пошта та SMS-розсилки:** Використання електронної пошти та SMS-розсилок для надсилання персоналізованих пропозицій, розсилки новин, повідомлень про знижки, нагадування про закінчення термінів страхування тощо. Це допомагає підтримувати зв'язок із клієнтами та стимулювати їх до дій.

**5. Мобільні додатки:** Розробка мобільного додатка компанії, що дозволяє клієнтам керувати своїми страховими полісами, отримувати повідомлення, зв'язуватися з агентами, здійснювати оплати тощо. Мобільні програми покращують зручність обслуговування та підвищують рівень задоволеності клієнтів.

Цифрова присутність дозволяє страховим компаніям розширити своє охоплення, залучити нових клієнтів, покращити якість обслуговування та збільшити обсяг продажу, а також підвищити свою конкурентоспроможність на ринку страхування.

## Поліпшення обслуговування клієнтів

Якісне обслуговування клієнтів може стати конкурентною перевагою. Треба навчати своїх співробітників ефективному спілкуванню з клієнтами та вирішенню їхніх проблем.

Поліпшення обслуговування клієнтів для страхової компанії означає створення позитивного та задовільного досвіду для клієнтів на всіх етапах їх взаємодії з компанією, починаючи від первинного звернення до подальшого обслуговування та врегулювання страхових випадків. Ось кілька ключових аспектів покращення обслуговування клієнтів:

**1. Доступність та комунікація:** Забезпечення легкого доступу до інформації про страхові продукти та послуги, а також доступ до агентів та спеціалістів з обслуговування клієнтів через різні канали зв'язку, такі як телефон, електронна пошта, чати онлайн та соціальні мережі.

2. **Персоналізація:** Надання персоналізованого обслуговування, враховуючи індивідуальні потреби та переваги клієнтів. Це може включати аналіз історії страхування клієнта, надання рекомендацій з оптимізації покриття і т.д.

3. **Професіоналізм та навчання персоналу:** Забезпечення високого рівня професіоналізму у співробітників компанії, включаючи агентів, операторів кол-центру, фахівців із врегулювання збитків та інших. Регулярне навчання та оновлення знань допомагають співробітникам надавати якісне обслуговування.

4. **Ефективне вирішення проблем:** Швидке та ефективне вирішення проблем та запитів клієнтів. Це включає оперативну обробку заявок, врегулювання збитків у погоджені терміни та надання компенсації у разі страхового випадку.

5. **Зворотний зв'язок та покращення процесів:** Систематичний збір зворотнього зв'язку від клієнтів про якість обслуговування та страхові продукти, а також використання цієї інформації для покращення процесів та послуг компанії.

6. **Використання технологій:** Впровадження сучасних технологій, таких як автоматизовані системи управління клієнтськими запитам (CRM), чат-боти, онлайн-платформи самообслуговування та ін., для оптимізації процесів обслуговування та підвищення зручності клієнтів.

Поліпшення обслуговування клієнтів допомагає страховим компаніям зміцнити свою репутацію, підвищити лояльність клієнтів, зменшити відтік клієнтів та залучити нових клієнтів за рахунок рекомендацій.

### Партнерство з іншими компаніями

Партнерство з іншими компаніями для розвитку страхової компанії означає співпрацю з іншими організаціями чи фірмами, з метою взаємної вигоди та досягнення спільних цілей. У контексті страхової компанії партнерство може являти собою кілька форм співробітництва:

1. **Агентські та брокерські відносини:** Партнерство з незалежними агентами або брокерами зі страхування, які просуватимуть продукти нашої страхової компанії серед своїх клієнтів. Це допомагає розширити клієнтську базу та збільшити обсяг продажу.

2. **Партнерство з автомобільними дилерами та продавцями нерухомості:** Співпраця з автомобільними дилерами та агентствами з нерухомості для надання страхових продуктів, як додаткової послуги при купівлі автомобілів або нерухомості. Це допомагає залучити нових клієнтів та покращити їхню задоволеність.

3. **Корпоративні партнерства:** Партнерство з корпоративними клієнтами для надання групових страхових програм для їхніх співробітників. Це може включати страхування здоров'я, майна, транспорту, відповідальності та інші страхові продукти.

4. **Технологічні партнерства:** Співпраця з технологічними компаніями для розробки та впровадження інноваційних технологічних рішень у галузі страхування, таких як цифрові платформи, аналітика даних, системи автоматизації процесів та ін.

5. **Фінансові партнерства:** Партнерство з фінансовими інститутами, банками або інвестиційними компаніями для надання комплексних фінансових послуг, включаючи страхування, інвестиції, кредитування та ін.

**6. Маркетингові та рекламні партнерства:** Співпраця з іншими компаніями для проведення спільних маркетингових та рекламних кампаній, обміну ресурсами та розширення рекламного охоплення.

Партнерство з іншими компаніями дозволяє страховій компанії розширити свої можливості, диверсифікувати свій бізнес, підвищити ефективність та конкурентоспроможність, а також забезпечити ширший доступ до ринку та клієнтів.

### Маркетингові та рекламні кампанії

Маркетингові та рекламні кампанії для страхової компанії являють собою стратегічні дії та кампанії, спрямовані на привернення уваги потенційних клієнтів, підвищення поінформованості про продукти та послуги компанії, а також стимулювання продажу. Ось деякі ключові аспекти маркетингових та рекламних кампаній для страхової компанії:

1. **Реклама:** Використання різних рекламних каналів та інструментів для привернення уваги цільової аудиторії. Це може включати рекламу в друкованих виданнях, радіо, телебаченні, інтернеті, соціальних мережах, а також зовнішню рекламу та ін.

2. **Цифровий маркетинг:** Використання цифрових каналів для проведення маркетингових кампаній, таких як контекстна реклама, розсилка електронних листів, соціальні мережі, контент-маркетинг, SEO та SEM, а також мобільна реклама.

3. **Просування продуктів:** Просування конкретних страхових продуктів та послуг компанії через маркетингові кампанії, акції, спеціальні пропозиції, знижки та ін. Це може допомогти залучити нових клієнтів та збільшити обсяг продажів.

4. **Брендинг:** Створення та зміцнення бренду страхової компанії за допомогою маркетингових та рекламних кампаній. Це включає формування іміджу компанії, її цінностей, позиціонування над ринком і комунікації з клієнтами.

5. **Промо-акції та заходи:** Проведення промо-акцій, заходів та спеціальних заходів для привернення уваги до продуктів та послуг компанії, а також для взаємодії з клієнтами та зміцнення їх лояльності.

6. **Аналітика та оптимізація:** Аналіз результатів маркетингових та рекламних кампаній з метою оцінки їх ефективності, визначення ключових метрик та показників успіху, а також оптимізації стратегій та тактик маркетингу для досягнення кращих результатів.

Маркетингові та рекламні кампанії відіграють важливу роль у залученні клієнтів, зміцненні позицій компанії на ринку, збільшенні її впізнаваності та конкурентоспроможності, а також у стимулюванні зростання та розвитку бізнесу.

### Аналіз конкурентів та ринкового середовища

Аналіз конкурентів та ринкового середовища для страхової компанії є процес вивчення та оцінки діяльності інших страхових компаній на ринку, а також загальної обстановки та тенденцій у галузі. Цей аналіз допомагає страховій компанії зрозуміти свої конкурентні переваги та слабкі сторони, визначити можливості для покращення та розвитку, а також прийняти поінформовані стратегічні рішення.

1. **Конкуренти:** Ідентифікація та аналіз інших страхових компаній, які пропонують аналогічні або порівняні страхові продукти та послуги. Це включає вивчення їх стратегій

маркетингу, цінової політики, позиціонування на ринку, обслуговування клієнтів та інших аспектів діяльності.

**2. Аналіз ринкової частки:** Оцінка частки ринку, яку займає ваша компанія та її конкурентами, і навіть змін у цій частки згодом. Це допомагає визначити позицію компанії на ринку щодо конкурентів та виявити потенційні можливості для зростання.

**3. Порівняльний аналіз продуктів та послуг:** Дослідження страхових продуктів та послуг, які пропонують конкуренти, порівняно з тими, які пропонує наша компанія. Це допомагає зрозуміти, які переваги та можливості у нашої компанії, а також виявити області, де можна покращити свої продукти та послуги.

**4. Аналіз цінової стратегії:** Вивчення цінової політики конкурентів та порівняння їх тарифів та ставок зі своїми. Це допомагає визначити конкурентоспроможність наших цін та виявити можливості для коригування цінової стратегії.

**5. Тенденції та зміни у галузі:** Оцінка загальних тенденцій та змін у страховій галузі, таких як зміни в законодавстві, технологічні інновації, зміни у споживчих уподобаннях та поведінці, демографічні зміни тощо. Це допомагає компанії адаптуватися до умов, що змінюються, і приймати відповідні стратегічні рішення.

Аналіз конкурентів та ринкового середовища допомагає страховій компанії краще зрозуміти своє оточення, виявити свої сильні та слабкі сторони, а також визначити можливості для покращення та зростання. Це дозволяє компанії розробити ефективніші стратегії розвитку та конкуренції на ринку.

### Фокус на якості та надійності

Стратегія фокусування для страхової компанії означає концентрацію зусиль на певному сегменті ринку або групі клієнтів з метою забезпечення спеціалізованих та високоякісних страхових продуктів та послуг. Замість того, щоб намагатися охопити широкий спектр ринкових сегментів, компанія фокусується на певній ніші, де вона може досягти конкурентних переваг та забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів. Ось кілька аспектів стратегії фокусування для страхової компанії:

**1. Сегментація ринку:** Ідентифікація конкретних сегментів ринку або груп клієнтів, які становлять найбільший потенціал для компанії. Це може бути певна географічна сфера, певна демографічна група, певний тип бізнесу і т.д.

**2. Спеціалізація у продуктах та послугах:** Розробка спеціалізованих страхових продуктів та послуг, які відповідають потребам обраної ніші. Наприклад, якщо компанія спеціалізується на страхуванні нерухомості, вона може запропонувати продукти, які найкраще підходять для власників будинків та орендарів.

**3. Професійне обслуговування клієнтів:** Здійснення високоякісного та персоналізованого обслуговування клієнтів, що відповідає особливостям та потребам обраної ніші. Це може включати в себе навчених спеціалістів зі страхування, які добре знаються на потребах клієнтів і пропонують їм оптимальні рішення.

**4. Зміцнення бренду у вибраній ніші:** Створення та зміцнення бренду компанії у вибраній ніші ринку. Це включає маркетингові кампанії та заходи, спрямовані на підвищення впізнаваності бренду і привернення уваги клієнтів з цієї ніші.

**5. Конкурентні переваги:** Розвиток конкурентних переваг, які роблять компанію привабливою для клієнтів у вибраній ніші. Це може бути особливий досвід, високий рівень обслуговування, інноваційні продукти чи інші фактори.

Стратегія фокусування дозволяє страховій компанії ефективно використовувати свої ресурси та концентрувати зусилля на тих ринкових сегментах, де вона має найбільші шанси на успіх. Це дозволяє компанії стати експертом у своїй ніші та досягти довгострокового успіху на ринку страхування.

### Розвиток нових каналів продажів

Розвиток каналів продажів для страхової компанії означає розширення та покращення способів, за допомогою яких компанія поширює свої страхові продукти та послуги, а також взаємодіє з потенційними та існуючими клієнтами. Це включає різні методи і платформи, які використовуються для продажу страхових продуктів і обслуговування клієнтів. Ось кілька ключових аспектів розвитку каналів продажів для страхової компанії:

**1. Традиційні канали продажу:** Це включає використання агентів, брокерів і посередників, які продають страхові продукти безпосередньо клієнтам. Традиційні канали продажів забезпечують персоналізований підхід та консультації для клієнтів.

**2. Прямі канали продажів:** Це канали продажів, через які клієнти можуть купувати страхові продукти безпосередньо від страхової компанії без участі агентів чи посередників. Приклади прямих каналів продажів включають онлайн-платформи, контактні центри і поштові розсилки.

**3. Цифрові канали продажів:** Це канали продажів, які базуються на використанні цифрових технологій, таких як інтернет та мобільні додатки. Цифрові канали продажів включають веб-сайти компанії, мобільні додатки для оформлення полісів і управління полісами, а також онлайн-платіжні системи.

**4. Партнерські канали продажу:** Це співпраця з іншими компаніями чи організаціями для просування страхових продуктів. Це може включати спільні маркетингові кампанії, продаж страхових продуктів через партнерів або включення страхових продуктів в пакетні пропозиції інших компаній.

**5. Мультиканальний підхід:** Це використання комбінації різних каналів продажу для забезпечення максимальної доступності та зручності для клієнтів. Мультиканальний підхід дозволяє компанії досягти ширшої аудиторії та забезпечити задоволення потреб різних типів клієнтів.

Розвиток каналів продажів для страхової компанії дозволяє розширити її присутність на ринку, покращити доступність для клієнтів, оптимізувати процеси продажу та обслуговування клієнтів, а також збільшити обсяг продажу та задоволення клієнтів.

## АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РИНКУ СТРАХУВАННЯ

### Нормативно-правове середовище

*Законодавство:* Регуляція страхового ринку в Україні зазнає суттєвих змін. Новий Закон «Про страхування», прийнятий у 2021 році, спрямований на приведення українського законодавства у відповідність до директив ЄС, вимагає від страхових компаній суттєво змінювати свої операційні та управлінські моделі, що призводить до додаткових витрат, але в майбутньому має сприяти покращенню стабільності та дохідності.

*Податковий режим:* Податкове навантаження на страхові компанії та їх клієнтів також впливає на фінансові результати компаній і вартість страхових продуктів.

*Споживчий захист:* Закони про захист прав споживачів впливають на довіру до страхових компаній і на їхні операційні практики.

### Ринкова структура

*Конкуренція:* Ринок страхування в Україні характеризується високим рівнем конкуренції, особливо у сфері обов'язкового страхування. Значна частка ринку належить декільком великим компаніям, що може обмежувати можливості нових гравців.

*Партнерські мережі:* Співпраця з банками (банківське страхування), агентами та брокерами є важливим для розширення каналів збуту страхових продуктів через низький рівень обізнаності населення про страхові продукти. Недовіра до страхових компаній через випадки шахрайства або нечесних практик також впливає на попит. Основний попит зосереджений на обов'язкових видах страхування, таких як ОСЦПВ (обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів), яке реалізується в основному через партнерів.

### Показники ринку страхування

У IV кварталі 2023 року обсяг активів ризикових страховиків залишився незмінним, а за весь рік зріс лише на 1%. У 2023 році з Реєстру виключено 27 компаній - усі із сегмента ризикового страхування.

Активи страховиків життя зросли на 4% за квартал і на 17% упродовж року.

Протягом останнього кварталу валові премії з ризикового страхування зменшилися порівняно з III кварталом на 2%, однак зросли на 17% порівняно із показниками IV кварталу 2022 року. Виплати збільшилися на 15% кв/кв та на 39% р/р. Відповідно ануалізоване відношення виплат до премій у сегменті ризикового страхування незначно зросло в IV кварталі.

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 19% кв/кв та на 41% р/р. Рівень виплат, приведений до річного виміру, надалі зростає: у IV кварталі 2023 року був на третину вищим, ніж наприкінці 2022 року.

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 перестраховування, знизився, це було співмірно зменшенню валового обсягу страхових премій.

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

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

У IV кварталі доходи від ОВДП надалі зростали, а доходи від депозитів - зменшувалися. За майже незмінних інвестиційних доходів коефіцієнт ефективності діяльності страховиків зріс (погіршився) на 2 в. п., відображаючи погіршення комбінованого коефіцієнта.

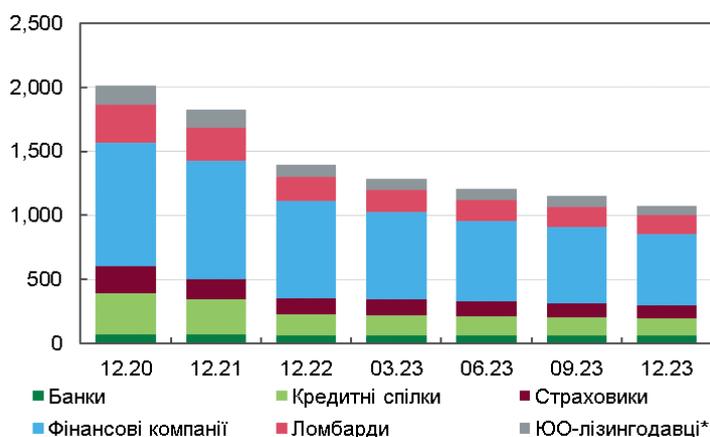
У 2023 році ризикові страховики були операційно прибутковими: їхній прибуток становив 1.9 млрд грн, що забезпечило рентабельність капіталу на рівні 10%. Це майже в півтора рази нижче, ніж у 2022 році, але вдвічі вище, ніж у 2021.

Страховики життя завершили рік з прибутком 0.5 млрд грн попри операційну збитковість, їхня рентабельність капіталу становить 19%.

## Основна статистика по ринку страхування

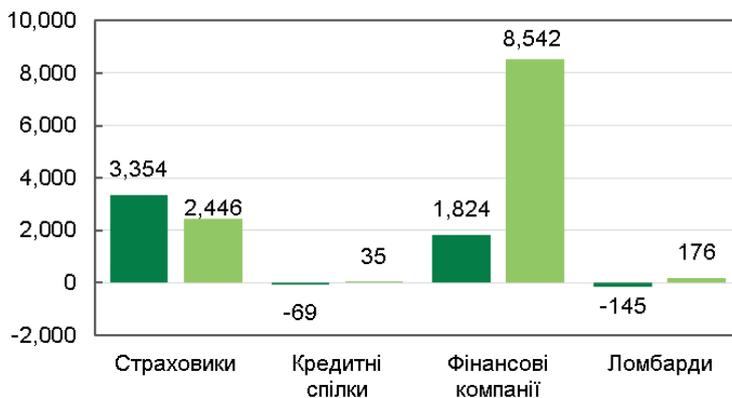
### Кількість надавачів фінансових послуг

	12/31/2020	12/31/2021	12/31/2022	3/31/2023	6/30/2023	9/30/2023	12/31/2023
Банки	73	71	67	65	65	64	63
<b>Страховики</b>	<b>210</b>	<b>155</b>	<b>128</b>	<b>122</b>	<b>115</b>	<b>111</b>	<b>101</b>
Фінансові компанії	960	922	760	682	629	594	559
ЮО-лізингодавці*	146	137	98	89	82	82	76
Кредитні спілки	322	278	162	157	151	143	133
Ломбарди	302	261	183	171	164	158	146



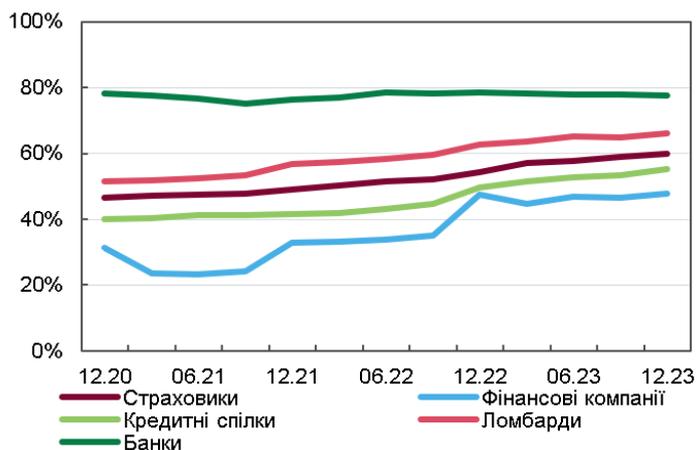
### Чистий фінансовий результат

	2022	2023
Страховики	3,354	2,446
Кредитні спілки	-69	35
Фінансові компанії	1,824	8,542
Ломбарди	-145	176



## Частка активів десяти найбільших установ у сегментах

	12/31/2020	3/31/2021	6/30/2021	9/30/2021	12/31/2021	3/31/2022	6/30/2022	9/30/2022	12/31/2022	3/31/2023	6/30/2023	9/30/2023	12/31/2023
<b>Страховики</b>	47%	47%	47%	48%	49%	50%	51%	52%	54%	57%	58%	58.842%	59.935%
Фінансові компанії	31%	24%	23%	24%	33%	33%	34%	35%	47%	45%	47%	46.580%	47.914%
Кредитні спілки	40%	40%	41%	41%	41%	42%	43%	45%	50%	51%	53%	53.248%	55.282%
Ломбарди	52%	52%	52%	53%	57%	57%	58%	60%	63%	63%	65%	64.853%	66.120%
Банки	78%	78%	77%	75%	76%	77%	78%	78%	78%	78%	78%	77.818%	77.627%



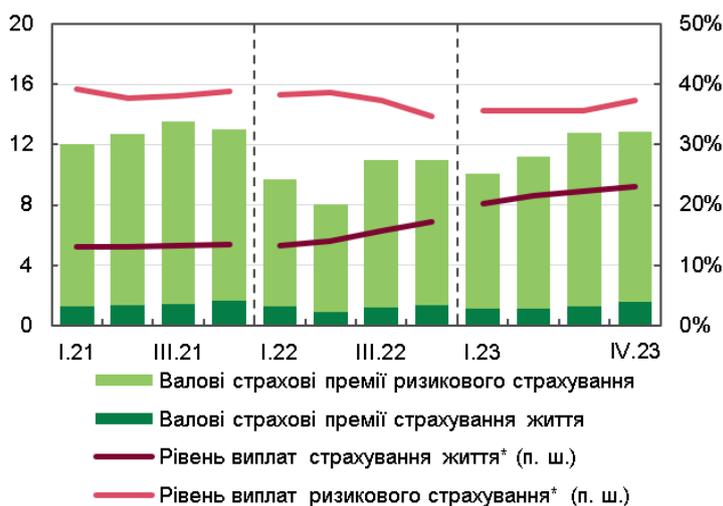
## Обсяг активів страховиків та їхня кількість, млрд грн

	12.20	12.21	12.22	03.23	06.23	09.23	12.23
Страховики життя	15.9	17.5	20.6	21.4	22.2	23.1	24.1
Ризикові страховики	49.0	46.7	49.7	49.1	48.6	50.3	50.2
Кількість компаній (п. ш.)	210	155	128	122	115	111	101



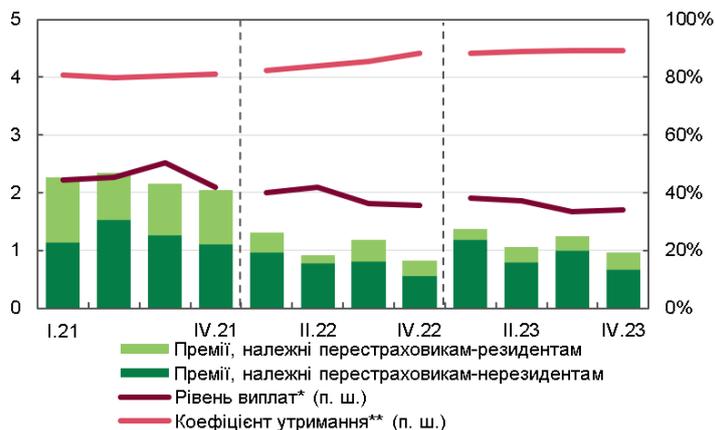
## Премії та рівень виплат за видами страхування, млрд грн

	Q1.21	Q3.21	Q1.22	Q3.22	Q1.23	Q3.23	Q1.24	Q3.24
	I.21	III.21	I.22	III.22	I.23	III.23	I.24	III.24
Валові страхові премії страхування життя	1.3	1.4	1.5	1.7	1.3	1.0	1.2	1.3
<b>Валові страхові премії ризикового страхування</b>	<b>10.7</b>	<b>11.4</b>	<b>12.1</b>	<b>11.3</b>	<b>8.4</b>	<b>7.1</b>	<b>9.8</b>	<b>9.7</b>
Рівень виплат страхування життя* (п. ш.)	13%	13%	13%	13%	13%	14%	16%	17%
Рівень виплат ризикового страхування* (п. ш.)	39%	38%	38%	39%	38%	39%	37%	35%



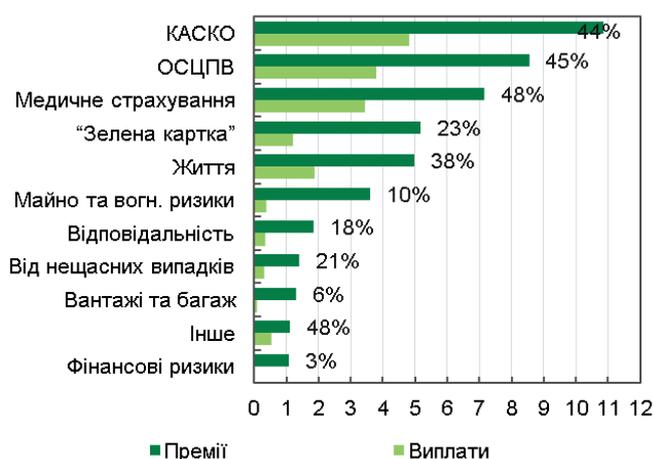
## Премії, належні перестраховикам, рівень виплат та коефіцієнт утримання, млрд грн

	Q1.21	Q3.21	Q1.22	Q4.22	Q2.23	Q4.23	Q2.24	Q4.24
	I.21	IV.21	II.22	IV.22	II.23	IV.23	II.24	IV.24
Премії, належні перестраховикам-нерезидентам	1.1	1.5	1.3	1.1	1.0	0.8	0.8	0.6
Премії, належні перестраховикам-резидентам	1.1	0.8	0.9	0.9	0.3	0.1	0.4	0.3
<b>Коефіцієнт утримання** (п. ш.)</b>	<b>81%</b>	<b>80%</b>	<b>81%</b>	<b>81%</b>	<b>82%</b>	<b>84%</b>	<b>85%</b>	<b>88%</b>
Рівень виплат* (п. ш.)	44%	45%	50%	42%	40%	42%	36%	36%



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

	Премії	Виплати
КАСКО	10.9	4.8
ОСЦПВ	8.5	3.8
Медичне страхування	7.1	3.5
“Зелена картка”	5.2	1.2
Життя	5.0	1.9
Майно та вогн. ризики	3.6	0.4
Відповідальність	1.8	0.3
Від нещасних випадків	1.4	0.3
Вантажі та багаж	1.3	0.1
Інше	1.1	0.5
Фінансові ризики	1.1	0.0



## Частка премій з обов’язкового страхування та коефіцієнти збитковості (loss ratio) ризикового страхування

	Q1.2 I		Q4.2 I		Q2.2 2		Q4.2 2		Q2.2 3		Q4.2 3	
	I.21		IV.21		II.22		IV.22		II.23		IV.23	
Частка премій від обов’язкових видів страхування	21%	25%	23%	23%	24%	36%	37%	35%	32%	35%	37%	34%
Loss ratio обов’язкового страхування	47%	49%	46%	46%	45%	43%	44%	45%	47%	49%	49%	51%
Loss ratio добровільного страхування	41%	43%	43%	36%	37%	41%	43%	41%	41%	37%	36%	38%

	Q1.21 I.21		Q4.21 IV.21		Q2.22 II.22		Q4.22 IV.22		Q2.23 II.23		Q4.23 IV.23	
Фінансовий результат	0.1	0.6	1.3	1.1	0.9	1.8	3.1	3.0	0.5	1.2	1.8	1.9
ROA (п. ш.)	0.1%	1.8%	3.4%	2.2%	1.8%	3.8%	6.6%	6.2%	1.0%	2.4%	3.7%	3.8%
ROE (п. ш.)	0.2%	3.9%	7.5%	4.9%	4.2%	8.6%	14.9%	14.2%	2.5%	6.0%	9.3%	10.0%

## Розподіл страховиків за рентабельністю активів

	Non-life insurers		
	2021	2022	2023
	Ризикові страховики		
ROA<0%	28%	22%	27%
0%≤ROA<3%	42%	42%	38%
3%≤ROA<6%	14%	10%	12%
6%≤ROA<10%	7%	7%	11%
ROA>10%	9%	19%	12%



## ВИСНОВОК

Основні висновки з аналізу статистики: це певна концентрація ринку 15 компаніями із загального списку у понад 100, що говорить про необхідну структурну перебудову.

Крім того, основні страхові продукти КАСКО, ОСАГО, Зелена карта, життя. Нажаль Компанія не представлена ні в одному з цих сегментів. Це є певним суттєвим недоліком діяльності та потенційною можливістю.

# АНАЛІЗ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА КОНКУРЕНТІВ

## Страхові платежі за 9 місяців 2023 року

№	Назва компанії	Сума страхових платежів на 30.09.2023 р., тис.грн.	Приріст, %
1	ARX	2 759 944	41,01
2	ТАС СГ	2 542 203	47,78
3	УНІКА	2 380 917	23,74
4	УСГ	2 242 893	-1,2
5	ВУСО	2 005 184	64,44
6	ІНГО	1 993 392	64,98
7	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	1 599 612	42,34
8	КНЯЖА	1 464 147	68,92
9	УНІВЕРСАЛЬНА	1 462 487	54,61
10	PZU УКРАЇНА	1 314 354	41,98
11	ОРАНТА	1 099 901	29,59
12	ГАРДІАН	1 010 096	60,52
13	ПЕРША	599 401	47,65
14	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	511 133	68,51
15	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	450 191	65,39
16	ЄВРОІНС УКРАЇНА	407 977	22,09
17	АЛЬФА-ГАРАНТ	330 887	37,61
18	УЛЬТРА АЛЬЯНС	303 595	121,39
19	КРАЇНА	281 034	-27,2
20	ОБЕРІГ	275 049	30,71
21	БРОКБІЗНЕС	273 501	47,71
22	ЕТАЛОН	258 813	35,95
23	Віді - СТРАХУВАННЯ	234 329	49,78
24	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	230 954	45,07
25	САЛАМАНДРА	150 827	6,77
26	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	118 062	-9,6
27	ALLIANZ УКРАЇНА	56 162	55,08
28	МЕГАПОЛІС СТ	51 820	-33,37
29	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	40 497	-7,85
30	КВОРУМ	36 442	44,24
	<b>Всього</b>	<b>26,485,801</b>	<b>38,85</b>

## Страхові виплати за 9 місяців 2023 року

№	Назва компанії	Сума страхових виплат на 30.09.2023 р., тис. грн.	Приріст, %
1	УСГ	1 065 724	95,17
2	УНІКА	999 389	1,92
3	ARX	988 538	27,44

4	ТАС СГ	933 208	38,12
5	ІНГО	822 570	68,37
6	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	688 815	32,03
7	ВУСО	679 941	61,88
8	РЗУ УКРАЇНА	484 816	13,24
9	УНІВЕРСАЛЬНА	473 260	96,71
10	КНЯЖА	438 383	53,61
11	ОРАНТА	382 966	29,37
12	ГАРДАН	281 574	151,73
13	ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ	232 934	42,99
14	ПЕРША	197 772	20,57
15	ЄВРОІНС УКРАЇНА	188 178	41,18
16	КРАЇНА	133 606	-26,82
17	ОБЕРІГ	126 535	47,5
18	АЛЬФА-ГАРАНТ	125 037	50,63
19	КОЛОННЕЙД УКРАЇНА	97 252	20,9
20	ЕТАЛОН	91 282	18,84
21	БРОКБІЗНЕС	85 590	79,3
22	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СТРАХОВИЙ АЛЬЯНС	83 396	36,32
23	Віді - СТРАХУВАННЯ	77 577	-0,4
24	ALLIANZ УКРАЇНА	70 395	281,06
25	САЛАМАНДРА	53 519	39,45
26	ЄВРОПЕЙСЬКЕ ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ	32 051	-56,76
27	УЛЬТРА АЛЬЯНС	31 079	296,46
28	АСКО-ДОНБАС ПІВНІЧНИЙ	18 438	-31,74
29	МЕГАПОЛІС СГ	5 019	53,39
30	КВОРУМ	4 781	-38,14
	<b>Всього</b>	<b>9,893,625</b>	<b>39,29</b>

Огляд статистики страхового ринку говорить про певну концентрацію страхового ринку у великих компаніях, причому значна кількість надходжень та виплат також сконцентрована на 3 основних страхових продуктах: КАСКО, ОСАГО, Страхування життя. Таким чином більшість невеликих компаній працюють у менших сегментах ринку, хоча і потенційно з можливостями росту.

## ФІНАНСОВИЙ ПЛАН 2024-2027

### Структура страхових премій компанії за період 2021-2023 роки, млн. грн

Премії страхові за видами страхування	Об'єм страхових премій за 2023 рік	Структура премій	Об'єм страхових премій за 2022 рік	Структура премій	Об'єм страхових премій за 2021 рік	Структура премій	Об'єм страхових премій переданих в перестраховання за 2023 рік	Об'єм страхових премій переданих в перестраховання за 2022 рік	Об'єм страхових премій переданих в перестраховання за 2021 рік
Добровільне страхування наземного транспорту	142.10	0.43%	142.6	0.51%	200.6	0.65%	0	0	0
Страхування від нещасних випадків	3,318.90	10.11%	2627.1	9.37%	3600.5	11.58%	0	0	0
Страхування відповідальності перед третіми особами	229.90	0.70%	1987.7	7.09%	1977.5	6.36%	122.1	1742.3	1527.1
Страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ	14,523.70	44.25%	11626	41.48%	12631.5	40.64%	10573	8572.8	9297
Страхування майна	14,484.40	44.13%	11594	41.36%	12496.3	40.20%	10572.7	8572	9266.8
Обов'язкове страхування працівників відомчої та сільської пожежної охорони і членів добровільної пожежної дружини	74.30	0.23%	6	0.02%	91.1	0.29%	0	0	0
Обов'язкове страхування цивільної відповідальності суб'єктів господарювання за шкоду, яку може бути заподіяно пожежами та аваріями на об'єктах підвищеної небезпеки, включаючи пожежовибухонебезпечні об'єкти та об'єкти, господарська діяльність на яких може призвести до аварій екологічного та санітарно-епідеміологічного характеру	46.20	0.14%	46.2	0.16%	87	0.28%	0	10.5	35.3
Разом	32,819.50	100%	28029.6	100%	31084.5	100%	21267.8	18897.5	20126.2

Прогнозовані показники страхових премій, млн. грн

<b>Премії страхові за видами страхування</b>	<b>2027</b>	<b>2026</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>
Добровільне страхування наземного транспорту	342.29	285.24	239.70	203.13
Страхування від нещасних випадків	6,700.62	5,583.85	4,692.31	3,976.54
Страхування відповідальності перед третіми особами	3,052.58	2,543.82	2,137.66	1,811.58
Страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ	27,254.19	22,711.83	19,085.57	16,174.21
Страхування майна	27,109.94	22,591.62	18,984.55	16,088.60
Обов'язкове страхування працівників відомчої та сільської пожежної охорони і членів добровільної пожежної дружини	116.65	97.21	81.69	69.23
Обов'язкове страхування цивільної відповідальності суб'єктів господарювання за шкоду, яку може бути заподіяно пожежами та аваріями на об'єктах підвищеної небезпеки, включаючи пожежовибухонебезпечні об'єкти та об'єкти, господарська діяльність на яких може призвести до аварій екологічного та санітарно-епідеміологічного характеру	126.27	105.23	88.43	74.94
Разом	64,702.55	53,918.79	45,309.91	38,398.23

## Звіт про фінансові результати

<i>У тисячах українських гривень</i>	2027	2026	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Премії отримані, загальна сума	64,702.55	53,918.79	45,309.91	38,398	32,819	28,030	31,085	26,398	26,976
Страхові премії передані у перестраховання	42,056.66	35,047.22	29,451.44	24,959	21,268	18,898	20,126	16,873	17,390
% Перестраховання	65%	65%	65%	65%	65%	67%	65%	64%	64%
Чисті страхові премії	22,645.89	18,871.58	15,858.47	13,439	11,551	9,132	10,959	9,525	9,586
Інші доходи	10,010.53	8,342.11	7,010.17	5,941	5,472	8,157	5,292	5,655	5,620
Чистий дохід	32,656.42	27,213.69	22,868.64	19,380	17,023	17,289	16,251	15,180	15,206
Страхові відшкодування виплачені, загальна сума	2,265	1,887	1,586	1,344	1	5	7	153	329
% Відшкодувань	10%	10%	10%	10%					
Зміни у страхових резервах	3,271.37	2,611.60	2,096.73	1,693	-173	128	-1,083	162	-324
Зміни у страхових резервах в частині перестраховання	2,126.39	1,697.54	1,362.88	1,228	615	360	-631	-126	316
Валовий прибуток	29,246.85	24,412.47	20,548.94	17,571	16,580	17,516	15,792	15,063	14,869
/Витрати на аквизицію по страховим та інвестиційним договорам	6,975.55	5,812.96	4,884.84	4,140	3,671	4,425	5,025	4,335	3,611
Комерційні та адміністративні витрати	10,352.41	9,166.20	8,155.78	7,529	3,330	2,341	3,256	3,731	3,239
% Витрат комерційних та адміністративних									
Інші витрати					3,105	9,412	5,962	5,700	5,233
Інші прибутки та збитки					0	0	0	0	0
Прибуток ( збиток ) від операційної діяльності	11,918.90	9,433.32	7,508.32	5,903	6,474	1,338	1,549	1,297	2,786
Прибуток ( збиток ) до оподаткування	11,918.90	9,433.32	7,508.32	5,903	6,474	1,338	1,549	1,297	2,786
Витрати з податку на прибуток	2,481.27	2,067.73	1,737.59	1,473	2,150	1,082	1,211	1,025	1,311
Прибуток ( збиток ) за рік	9,437.62	7,365.59	5,770.73	4,430	4,324	256	338	272	1,475

В т.ч.: власників компанії	9,437.62	7,365.59	5,770.73	4,430	4,324	256	338	272	1,475
Інші сукупні прибутки	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0		
Всього сукупного прибутку за рік	9,437.62	7,365.59	5,770.73	4,430	4,324	256	338	272	1,475
В т.ч.: власників компанії	9,437.62	7,365.59	5,770.73	4,430	4,324	256	338	272	1,475
Прибуток на акцію (у грн. )	7.60	5.93	4.65	3.57	3.48	0.21	0.27	0.22	1.40
Базисний та розбавлений прибуток (збиток) на акцію	7.60	5.93	4.65	3.57	3.48	0.21	0.27	0.22	1.40
Кількість акцій, шт	1242050	1242050	1242050	1242050	1242050				

**Звіт про рух грошових коштів ( за  
прямим методом)**

У тисячах українських гривень	2027	2026	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Грошові потоки від операційної діяльності									
Інші надходження					558	137	2340	4008	6015
Відсотки, одержані					0	0	0	1	81
Надходження грошових коштів від клієнтів	64,703	53,919	45,310	38,398	31895	27330	32054	26840	26070
Грошові кошти, сплачені страховальникам, постачальникам, та працівникам	59,385	50,026	42,492	36,627	23710	27330	30582	28664	32027
Страхові відшкодування	2,265	1,887	1,586	1,434					
Податки на прибуток, сплачені	2,068	1,738	1,473	2,138	1082	1211	1025	1311	1037
Чисті грошові кошти від операційної діяльності	986	268	-241	-1,801	7661	1928	2787	874	-898
Грошові потоки від інвестиційної діяльності					0	0	0	0	0
Надходження від продажу фінансових інвестицій					9227	4444	528	6954	5001
Відсотки, одержані	8,631	7,193	6,044	5,122	3057	2215	901	1623	2031
Придбання цінних паперів ( акції, облігації )					18378	6500	6257	8224	5000
Інші надходження	1,379	1,149	966	819	0	0	0	0	3
Чисті грошові кошти, використані в інвестиційній діяльності	10,011	8,342	7,010	5,941	-6094	159	-4828	353	2035
Грошові потоки від фінансової діяльності	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Надходження від довгострокової позики	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Сплата довгострокової позики	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Чисті грошові кошти, використані у фінансовій діяльності	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Чисте збільшення грошових коштів та їх	10,996	8,610	6,770	4,140	1567	2087	-2041	1227	1137

еквівалентів									
Грошові кошти та їх еквіваленти на початок періоду	38,076	29,466	22,697	18,557	16990	14903	16944	15717	14580
Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець періоду	49,072	38,076	29,466	22,697	18557	16990	14903	16944	15717

<i>У тисячах українських гривень</i>	31 грудня 2027 р.	31 грудня 2026 р.	31 грудня 2025 р.	31 грудня 2024 р.	31 грудня 2023 р.	31 грудня 2022 р.	31 грудня 2021 р.
--------------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

АКТИВИ							
Грошові кошти та їх еквіваленти (депозити)	49,072	38,076	29,466	22,697	18,557	16,990	14,903
Дебіторська заборгованість, у тому числі дебіторська заборгованість по страховій діяльності	261	261	261	261	261	3,888	18,462
Частка перестраховиків у резерві незароблених премій	12,758	10,632	8,934	7,572	6,344	6,959	6,599
Передплати та інші активи	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	61	180
Інвестиційна нерухомість	16,595	16,595	16,595	16,595	16,595		
Поточні фінансові інвестиції (ОВДП)	17,093	17,093	17,093	17,093	17,093	6,423	
Нематеріальні активи	147	147	147	147	147	147	147
Обладнання та інші основні засоби	15,347	15,347	15,347	15,347	15,347	34,468	26,260
<b>ВСЬОГО АКТИВІВ</b>	<b>112,279</b>	<b>99,156</b>	<b>88,849</b>	<b>80,716</b>	<b>75,349</b>	<b>68,936</b>	<b>66,551</b>
ЗОБОВ'ЯЗАННЯ							
Резерв незароблених премій, загальна сума	19,628	16,357	13,745	11,649	9,956	10,129	10,001
Резерв на покриття збитків, загальна сума					90	0	90
Поточне зобов'язання з податку на прибуток	2,481	2,068	1,738	1,473	2,138	1,070	1,200
Страхові та інші фінансові зобов'язання	793	793	793	793	793	2,394	1,869
Інші зобов'язання	212	212	212	212	212	137	492
<b>ВСЬОГО ЗОБОВ'ЯЗАНЬ</b>	<b>23,114</b>	<b>19,430</b>	<b>16,488</b>	<b>14,126</b>	<b>13,189</b>	<b>13,730</b>	<b>13,652</b>
КАПІТАЛ					0	0	0
Акціонерний капітал	32,343	32,343	32,343	32,343	32,343	32,343	32,343
Капітал у дооцінках	15,462	15,462	15,462	15,462	15,462	12,828	9,241
Резервний капітал	4,988	4,988	4,988	4,988	4,988	4,732	4,394

Нерозподілений прибуток	36,371	26,934	19,568	13,797	9,367	5,303	6,911
ВСЬОГО КАПІТАЛУ	89,164	79,727	72,361	66,590	62,160	55,206	52,899
ВСЬОГО ЗОБОВ'ЯЗАНЬ І КАПІТАЛУ	112,279	99,156	88,849	80,716	75,349	68,936	66,551

<b>Страхові резерви</b>							
У тисячах українських гривень	31 грудня 2027 р.	31 грудня 2026 р.	31 грудня 2025 р.	31 грудня 2024 р.	31 грудня 2023 р.	31 грудня 2022 р.	31 грудня 2021 р.
Загальні суми							
Резерв незароблених премій	19628	16357	13745	11649	9956	10129	10001.5
Резерв на покриття збитків				0	90	0	90.1
Всього страхових резервів, загальна сума	19628	16357	13745	11649	10046	10129	10091.6
Резерв незароблених премій	-12758	-10632	-8934	-7572	-6344	-6959	-6599.1
Резерв на покриття збитків				0	0		
Всього частка перестраховика у страхових резервах	-12758	-10632	-8934	-7572	-6344	-6959	-6599.1
Резерв незароблених премій	6870	5725	4811	4077	3612	3170	3402.4
Резерв на покриття збитків	0	0	0	0	90	0	90.1
Всього страхових резервів, чиста сума	6870	5725	4811	4077	3702	3170	3492.5

<b>Аквізиційні витрати</b>	<b>2027</b>	<b>2026</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>	<b>Структура</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>
----------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	------------------	-------------	-------------	-------------

Комісія, виплачена агентам:									
Страхування від нещасних випадків	1,335	1,112	935	792	20%	661	519	733	
Страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ	2,824	2,353	1,978	1,676	10%	1,505	1,953	2,146	
Страхування майна	2,817	2,347	1,973	1,672	10%	1,505	1,953	2,146	
Аквізиційні витрати всього	6,976	5,813	4,885	4,140		3,671	4,425	5,025	
	11%	11%	11%	11%		11%	16%	16%	

<b>Інші операційні доходи</b>	<b>2027</b>	<b>2026</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>	<b>Структура</b>	<b>2023</b>		<b>2022</b>		<b>2021</b>	
Відсотки отримані	8,631	7,193	6,044	5,122	86%	4,718	86%	1,860	23%	897	17%
Інші доходи від фінансових операцій	0	0	0	0	0%	0	0%	0	0%	398	8%
Дохід від операційної оренди	110	91	77	65	1%	60	1%	72	1%	78	1%
Дохід від дисконтування довгострокової дебіторської заборгованості	0	0	0	0	0%	0	0%	2	0%	9	0%
Інші	1,270	1,058	889	753	13%	694	13%	6,223	76%	3,910	74%
Інші операційні доходи всього	10,011	8,342	7,010	5,941		5,472		8,157		5,292	
	15%	15%	15%	15%	100.00%	15%	100%	35%		27%	

<b>Адміністративні витрати</b>	<b>2027</b>	<b>2026</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>	<b>Структура</b>	<b>2022</b>	<b>Структура</b>	<b>2021</b>	<b>Структура</b>
Витрати на оплату праці	2,162	1,914	1,703	1,572	1344	20.89%	971	8.26%	1069	11.59%
Витрати на інформаційно-консультаційні послуги	121	107	95	88	75	1.17%	25	0.21%	90	0.98%
Податки та нарахування на оплату праці	478	423	376	347	297	4.62%	236	2.01%	234	2.54%
Витрати на оренду та комунальні платежі	404	358	318	294	251	3.90%	1	0.01%	274	2.97%
Амортизація	18	16	14	13	11	0.17%	13	0.11%	22	0.24%
Витрати на розрахунково-касове обслуговування	24	21	19	18	15	0.23%	15	0.13%	14	0.15%
Юридичні послуги	16	14	13	12	10	0.16%	10	0.09%	0	0.00%
Членські внески	97	85	76	70	60	0.93%	60	0.51%	36	0.39%
Витрати на обслуговування комп'ютерного та офісного обладнання	11	10	9	8	7	0.11%	3	0.03%	7	0.08%
Витрати на формування резерву знецінення фінансових активів	0	0	0	0	0	0.00%	9349	79.55%	4068	44.12%
Витрати на аудиторські та консультаційні послуги	771	682	607	560	479	7.44%	165	1.40%		0.00%
Витрати на охорону	50	44	39	36	31	0.48%	32	0.27%	31	0.34%
Витрати на телекомунікаційні послуги	103	91	81	75	64	0.99%	74	0.63%	77	0.84%
Витрати на сплату податків та зборів	90	80	71	66	56	0.87%	62	0.53%	57	0.62%

Інші витрати	6,009	5,320	4,734	4,370	3735	58.04%	737	6.27%	3241	35.15%
Разом витрат	10,352	9,166	8,156	7,529	6435	100%	11753	100%	9220	100%
	16%	17%	18%	20%	20%		42%		30%	

<b>Податок на прибуток</b>	<b>2027</b>	<b>2026</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>
Прибуток(збиток) до оподаткування	11,919	9,433	7,508	5,903	6474	1338	1549
Сума податку на прибуток за встановленою законом ставкою податку 3%	679	566	476	403	985	841	932
Сума податку на прибуток за встановленою законом за ставкою 18 %	1802	1502	1262	1069	1165	241	279
Витрати з податку на прибуток	2481	2068	1738	1473	2150	1082	1211
Прибуток (збиток)	9,438	7,366	5,771	4,430	4324	256	338

<b>Показники діяльності страхової компанії</b>	<b>2027</b>	<b>2026</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>
------------------------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Чисті премії отримані, млн. грн	22,646	18,872	15,858	13,439	11,551
Чисті активи	89,164	79,727	72,361	66,590	62,160
Loss ration, %	10%	10%	10%	10%	
ROE	13%	11%	10%	9%	9%
ROA	8%	7%	6%	5%	6%
% Чистий прибуток	42%	39%	36%	33%	37%
Акціонерний капітал	32,343	32,343	32,343	32,343	32,343
Рівень 1	64,265	56,899	51,128	46,698	42,634
Рівень 2	73,702	64,265	56,899	51,128	46,698
Рівень 3	73,702	64,265	56,899	51,128	46,698

Базовий

Припущення	2027	2026	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Інфляція,%	5	5	6	8	5	26,6			
Страхові премії, ріст % компанія	20%	19%	18%	17%	17%	-10%	18%	-2%	
Страхові премії, ріст % ринок	38%	38%	38%	38%	38%				
Відношення перестраховування до премій, %	65%	65%	65%	65%	65%	67%	65%	64%	64%
Відношення перестраховування до власного капіталу,%									

Показник рівня незароблених премій, %	30%	30%	30%	30%	30%				
Показник втрат, %	10%	10%	10%	10%	10%				
Показник операційних витрат, %	20%	20%	20%	20%	20%				
Аквізиційні витрати, %	17%	17%	17%	17%	17%				
Податок 3%	3%	3%	3%	3%	3%				
Податок 18%	18%	18%	18%	18%	18%				