

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри маркетингу  
д.е.н., проф. Литовченко І.Л. \_\_\_\_\_  
(підпис)  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
зі спеціальності 6.030507 Маркетинг  
(шифр та найменування спеціальності)  
за освітньою програмою Маркетинг  
(назва освітньої програми)  
на тему: « **Страховий маркетинг ПрАТ СК “УНІКА”** »

**Виконавець:**

студентка 45 гр. факультету  
міжнародної економіки

Барон Інна Григоріївна

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

к.э.н., доцент  
(науковий ступінь, вчене звання)

Рулінська Ольга Володимирів

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Одеса 2019**

## ЗМІСТ

	стор.
<b>ВСТУП .....</b>	<b>5</b>
 <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАХОВОГО МАРКЕТИНГУ ....</b>	<b>7</b>
1.1. Історія виникнення і розкриття змісту страхового маркетингу як способу управління діяльністю страхової компанії.....	7
1.2. Основні цілі і завдання відділу маркетингу страхової компанії....	16
1.3. Сучасні тенденції розвитку страхового маркетингу.....	24
 <b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ СК «УНІКА»...</b>	<b>33</b>
2.1. Техніко-економічна характеристика страхової компанії «Уніка»..	33
2.2. Сучасний стан ринку страхування. Аналіз конкурентів СК «Уніка».....	42
2.3. Аналіз комплексу маркетингу страховика. SWOT-аналіз та PEST-аналіз.....	52
 <b>РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ “УНІКА”.....</b>	<b>63</b>
3.1. Пропозиції щодо покращення рекламної діяльності СК «Уніка».....	63
3.2. Рекомендації з розширення напрямків просування СК “Уніка” за допомогою Інтернет- реклами.....	73
3.3. Загально-підсумковий аналіз пропонованих маркетингових заходів.....	83
 <b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>91</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>93</b>
<b>Додатки</b>	

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасних ринкових умовах розвитку підприємництва та модернізації економіки, істотно змінюється зміст організаційних, управлінських і соціально-економічних відносин в сфері послуг. З одного боку, розвиток конкуренції, ринкових відносин дає імпульс до розширення різних сфер бізнесу, з іншого - розвиток ринкових відносин вимагає постійного вдосконалення стратегічного маркетингового управління, орієнтованого на створення конкурентної позиції організації на ринку.

Формування маркетингу організації є найважливішим фактором зміцнення конкурентних позицій, сприяє її успішної діяльності в довгостроковій перспективі, підкреслює компетентність менеджменту, сприяє популярності. Це полегшує розпізнавання продукції / послуги організації на ринку і відображається на рівні продажів.

Таким чином, проблема формування і розвиток маркетингу на ринку страхування актуальна. В сучасних умовах рівень конкуренції дуже високий, тому необхідно, щоб організації відрізнялися один від одного. Сприятливий маркетингові заходи допомагають організації побудувати позитивну репутацію і домогтися ефективних результатів роботи.

**Мета дипломної роботи** складається у визначенні шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх економічне обґрунтування, аналіз існуючої політики просування та розробка рекомендацій щодо поліпшення комунікативної політики СК«Уніка».

**Предметом дослідження** є методи та заходи, що спрямовані на збільшення конкурентоспроможності підприємства.

**Об'єктом дослідження** є маркетингова діяльність дочірнього підприємства СК «Уніка».

### **Постановка завдання:**

- розглянути теоретичні основи формування ринку страхування в маркетингу;
- визначити сучасний стан ринку страхових послуг і перспективи його

розвитку;

- провести аналіз основних конкурентів;
- дати загальну характеристику підприємства та основні напрямки його діяльності;
- проаналізувати маркетингові можливості підприємства за допомогою PEST-аналізу та SWOT-аналізу;
- провести аналіз комунікаційної політики «Уніка», виявити основні проблеми в комунікаціях;
- розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності та збільшення прибутку.

**Методологічною основою роботи** є метод горизонтального та порівняльного аналізу для оцінки фінансово – господарської діяльності СК «Уніка» та визначення його місця на ринку. Також, застосовуються спостереження та порівняння, розрахунково-аналітичний метод, моделювання і прогнозування, що дозволило розробити пропозиції щодо вирішення проблем комунікативної політики компанії «Уніка».

**Інформаційною базою дослідження** є офіційні матеріали та документи, наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних авторів, наукові інформаційні видання, наукова і навчальна література з маркетингу, зокрема з маркетингових комунікацій в сфері страхування, документи та форми статистичної звітності СК «Уніка», а також статті економічних журналів та Інтернет - ресурсів.

## ВИСНОВКИ

З року в рік “Уніка” в Україні демонструє динамічний і успішний ріст, входить в трійку лідерів страхового ринку України. Утримувати лідерські позиції на вітчизняному ринку страхування, особливо в останні складні роки економічної кризи, компанії дозволяє чітка стратегія материнської компанії UNIQA Insurance Group. Велика увага “Уніка” приділяє якості страхових послуг. У компанії впроваджена система контролю якості, що включає регулярні дослідження якості продажів і врегулювання, на підставі яких здійснюються заходи з підвищення рівня страхових послуг, надання нових, зручних сервісів для клієнтів.

Пріоритетом для “Уніка” завжди залишається якісне врегулювання страхових випадків. Компанія розробила і впровадила для своїх клієнтів зручну систему врегулювання страхових випадків на транспорті, включаючи варіанти дистанційного врегулювання, що дозволяють клієнтам економити свій час і залишатися в звичному темпі свого життя.

Впровадження нових ІТ рішень і постійна модернізація існуючих інформаційних систем забезпечують високу ефективність роботи персоналу і якісний рівень обслуговування клієнтів компанії. У минулому році була проведена модернізація Контакт-центру “Уніка”, що дозволило підвищити ефективність технічного і медичного асистансів і рівень обслуговування клієнтів Компанії.

Важливою складовою своєї діяльності Страхова компанія “Уніка” вважає корпоративну соціальну відповідальність. Виконуючи свій громадянський обов'язок, співробітники Страхової компанії “Уніка” надають допомогу малозабезпеченим, хворим людям, інвалідам та дітям-сиротам. За роки своєї діяльності компанія зібрала список з більш ніж 40-ти благодійних фондів та установ, яким була предоставленоаблагодотворітельная допомогу.

Аналізуючи показники рентабельності за період 2015-2017 рр., можна побачити що, в 2016 році, в порівнянні з 2015 роком, рентабельність компанії знизилася. Але вже в 2017 році рентабельність знову знизилася майже в два

рази. Спостерігається значний спад рентабельності підприємства, це може бути пов'язано з тим, що ростуть сукупні витрати та податки, а чистий дохід зменшується.

В ХХІ столітті набирає популярність використання інтегрованих маркетингових комунікацій, яке є актуальним і для СК «Уніка». Компанія ефективно використовує усі інструменти маркетингових комунікацій як традиційних, так і в Інтернет-середовищі. Більшість рекламних комунікацій направлена на Одесу та Одеську область.

СК «Уніка» отримує вказівки з приводу маркетингових комунікацій з головного офісу, але має вплив на їх зміну. Згідно з усіх перерахованих рекомендацій для СК «Уніка» в третьому розділі, можна згрупувати та виділити такі:

- Використання зовнішньої реклами та на телебаченні;
- Банерна та друкована реклами;
- Розробка мобільного додатку;
- Перехід до Інтернету (Офіційний сайт, таргетована реклама та відеореклама);
- Проводити маркетингові дослідження по ефективності використання інструментів комунікацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зикова М.Є. Маркетинг у страховій справі. / Зикова М.Є.// Вестник ОрелГИЭТ. (Серія “Маркетингові дослідження”). – 2015. – № 4. – 57-80с.
2. Заруба О.Д. Страхова справа: Підручник. / Заруба О.Д. – Київ: Товариство “Знання”, КОО. – 1998. – 321 с.
3. Зубець А.Н. Маркетингові дослідження страхового ринку - Підручник. / Зубець А.Н. – Миколаїв: Центр економіки і маркетингу. – 2001. – 224 с.
4. Довідник по страховому бізнесу / за редакцією проф. Уткіна Е.А. М .: Асоціація авторів і видавців «ТАНДЕМ» Видавництво ЕКМОС. – 1998.– 416 с.
5. Гомелля В.Б., Туленти Д.С. Страховий маркетинг [Актуальні питання методології, теорії і практики]. Друге видання. – Київ: Анкил. – 2000. – 128 с .
6. Шумейко В.М. Маркетингові аспекти страхової діяльності / В.М. Шумейко, О.Л. Токар // Механізм регулювання економіки. Київ: Товариство “Знання” – 2009.– 342 с.
7. Данников О.В. Ринок страхування в Україні: роль маркетингу / Данников О.В. // Харків: Маркетинг в Україні №5 (15).– 2002.– 343 с.
8. Нікуліна М.М. Страховий маркетинг: навч. посіб. / М.М. Нікуліна, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Еріашвілі. - Херсон: ЮНИТИ-ДАНА.– 2009. – 503 с.
9. Шаплико, Д. Основні поняття, принципи та моделі маркетингу страхової компанії / Д. Шаплико // Страхова справа. - 2001. – 343 с.
10. Хоменко О.І. Особливості маркетингу у сфері страхових послуг / О.І. Хоменко // Одеса : Економіка та держава. – 2011.– 231с.
11. Калітченко Н.В., Кравченко В.А. Страховий бізнес в Україні з погляду маркетинголога. Маркетинг у вітчизняній страховій справі: перші кроки і перші проблеми. – Миколаїв: Центр економіки і маркетингу. – 2011. – 324 с.

12. Сухоруков, М.М. Сучасні технології в страховому маркетингу і системах продажів страхових послуг / М.М. Сухоруков // Одеса: Страхова справа. - 2016. – 125 с.
13. Храмов, В.В. Використання інструментів маркетингу при розробці страхового продукту / В.В. Храмов // Одеса: Страхова справа. - 2016. – 325 с.
14. Страхові компанії ERV і UNIQA почали співробітництво зі страхування виїжджаючих за кордон [Електронний ресурс] // Офіційний новинний веб-портал компанії “Уніка”. – Режим доступу: [https://uniqa.ua/about\\_us/news/strakhovi-kompanii-erv-i-uniqa-pochali-spivrobitnistvo-zi-strakhuvannya-viizhdzhayuchikh-za-kordon/](https://uniqa.ua/about_us/news/strakhovi-kompanii-erv-i-uniqa-pochali-spivrobitnistvo-zi-strakhuvannya-viizhdzhayuchikh-za-kordon/).
15. Загальна характеристика компанії “Уніка” [Електронний ресурс] // Офіційний новинний веб-портал компанії “Уніка”. – Режим доступу: <http://law.forum-west.com.ua/2010/images/Uniq.doc>.
16. Страхова компанія UNIQA [Електронний ресурс] // Новинний портал ТопГород – Режим доступу: <https://topgorod.com/component/directory/77-strakhovye-kompanii/257-strakhova-kompaniya-uniqa.html>.
17. Страховая компания «УНИКА» отмечает 23 года работы на рынке Украины” [Електронний ресурс] // Офіційний новинний веб-портал компанії “Уніка”. – Режим доступу: [https://uniqa.ua/about\\_us/news/strakhovaya-kompaniya-unika-otmechaet-23-goda-raboty-na-rynke-ukrainy/](https://uniqa.ua/about_us/news/strakhovaya-kompaniya-unika-otmechaet-23-goda-raboty-na-rynke-ukrainy/).
18. Про компанію [Електронний ресурс] // Офіційний веб-портал компанії “Уніка”. – Режим доступу: [https://uniqa.ua/ua/about\\_us/about\\_company/](https://uniqa.ua/ua/about_us/about_company/).
19. У 1-му півріччі 2018 року УНІКА Україна продовжує успішне зростання [Електронний ресурс] // Офіційний новинний веб-портал компанії “Уніка”. – Режим доступу: [https://uniqa.ua/ua/about\\_us/news/v-1-m-polugodii-2018-goda-uniqa-ukraina-prodolzhaet-uspeshnyy-rost/](https://uniqa.ua/ua/about_us/news/v-1-m-polugodii-2018-goda-uniqa-ukraina-prodolzhaet-uspeshnyy-rost/).



20. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / Г.В. Савицька. - Київ: Знання. – 2007. – 654 с.
21. Іванюк І. Теоретичні підходи до визначення категорії страхової компанії України: наук. – теор. посіб. / Іванюк І. – Київ: Центр економіки і маркетингу–2007. – 586 с.
22. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: [підручник] / Я. Попович - М .: Економічна думка. – 2008. - 630 с.
23. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз: навч. посіб. / Б. Є. Грабовецький. - Київ: ЦУЛ, 2009. - 256 с.
24. Муравьева Н.Н. Исследование проблем организации и функционирования российского страхового рынка на современном этапе / Н.Н. Муравьева, Е.М. Клименко // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2015. - 256 с.
25. Маргасова В. Г. Актуальні проблеми розвитку страхового ринку України / В. Г. Маргасова, М. В. Дубина, М. В. Тунік // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2015. – 228 с.
26. Танчак. Я.А. Аналітична оцінка сучасного стану та перспектив розвитку ринку страхування життя в Україні / Я.А. Танчак, // Вестник ОрелГИЭТ.. – 2016. – № 4. – С. 32-37.
27. Підсумки діяльності страхових компаній за I півріччя 2017 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forinsurer.com/files/file00580.pdf>.
28. Гаманкова О. О. Ринок страхових послуг України: теорія, методологія, практика: монографія / О. О. Гаманкова. — К.: КНЕУ, 2009. — 283 с.
29. Страховий ринок України входить в десятку динамічних ринків світу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interfax.com.ua/news/economic/531680.html>.
30. Осадець С. С. Напрями модернізації страхової справи / С. С. Осадець // Страхова справа. — 2012. — 283 с.

31. Рейтинг компаній по страхуванню життя за 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://mind.ua/ru/publications/20186445-rejting-strahovyh-kompanij-2018-kak-rynok-strahovshchikov-v-ukraine-vyhodit-iz-zastoya\](https://mind.ua/ru/publications/20186445-rejting-strahovyh-kompanij-2018-kak-rynok-strahovshchikov-v-ukraine-vyhodit-iz-zastoya).
32. Орлова О.В. Організація та перспективи розвитку страхування життя в Україні / О.В. Орлова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – 390 с.
33. Джегерук О. В. Напрями удосконалення функціонування ринку страхових послуг в Україні: матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції – Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ. 2016. –145 с.
34. Рейтинг страховых компаний Украины. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/ratings/nonlife>.
35. Insurance TOP рейтинг страхових компаній підсумки за 9 місяців 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00645.pdf>.
36. Аналоуи Ф., Карами А. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий: учебник. Москва: Юнити-Дана. – 2012. – 400 с.
37. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент: учеб. пособие. Москва: Юнити-Дана. – 2012. – 624 с.
38. Дудин М.И., Лясников Н.В., Широковских С.А. Стратегический менеджмент: учеб. пособ. Москва: КНОРУС. – 2014.– 256 с.
39. Фисун І.В. Сутність страхової послуги як товару на страховому ринку / І.В. Фисун, О.В. Чернявська, // Науковий вісник ПУС- КУ. – Серія «Економічні науки». – 2010. – 183 с.
40. Говорушко Т.А. Страхові послуги: навч. посіб. / Т.А. Говорушко. – Київ: ЦНЛ, 2005. – 396 с.
41. Страховой случай. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uniqa.ua/case/>.

42. Страхування: теорія та практика: навч.-метод. посіб. / [Н.М. Внукова, Л.В. Временко, Д.В. Кондратенко та ін.]. – Харків: Бурун Книга, 2004. – 377 с.
43. Щербакова В. И. От страхового продукта к страховой услуге: определение объекта страхового рынка / В. И. Щербакова // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – С. 96 – 103 с.
44. Никулина Н.Н. Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Эриашвили. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 503 с.
45. «Нова Пошта» надасть усім своїм працівникам повне медичне страхування від Страхової компанії «УНІКА». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tyzhden.ua/PressReleases/215715>.
46. Про компанію. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://unika.ua/about\\_us/](https://unika.ua/about_us/)
47. Google Trends динаміка популярності . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://trends.google.com.ua/trends/?geo=UA>.
48. Струніна Л.В. Впровадження інновацій- них технологій в рекламну діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4377/1/Strunina\\_Innovative\\_technology\\_in\\_advertisement.pdf](http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4377/1/Strunina_Innovative_technology_in_advertisement.pdf).
49. Офіційний сайт компанії «BIGboard» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://bigbord.biz/>.
50. Офіційний сайт телеканалу «1+1». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://1plus1.ua>.
51. Офіційний сайт телеканалу «Новий канал». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://novy.tv/ua/>.
52. Офіційний сайт телеканалу «Інтер». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://inter.ua/uk/>.
53. Офіційний сайт компанії «Соната» [Електронний ресурс] - Режим

- доступу: <http://inet.adv-sonata.com/>.
54. Капінус Л. В. Класифікація реклами та її практичне значення в підвищенні ефективності управління поведінкою споживачів [Електронний ресурс] / Л. В. Капінус.— 2010.—Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/1234>.
  55. Офіційний сайт компанії типографія «Сфінкс». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://sphinx-print.com>.
  56. Офіційний сайт компанії типографія «Колібрі». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://kolibry-print.com>.
  57. Офіційний сайт компанії типографія «Main Element&Aromatic». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.main-element.com>.
  58. Офіційний сайт компанії «Magora System» розробка web та мобільних додатків. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://magora-systems.ru>.
  59. Офіційний сайт компанії «MobileUp» розробка web та мобільних додатків. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://mobileup.ru>.
  60. Офіційний сайт компанії «AVD» розробка web та мобільних додатків. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://adv.ru/?utm\\_source=ratingruneta&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=apps-development-1-4-19#Home](https://adv.ru/?utm_source=ratingruneta&utm_medium=referral&utm_campaign=apps-development-1-4-19#Home).
  61. Прайс-лист компанії «Admixer» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://sales.admixer.ua>.
  62. Офіційний сайт компанії «Netpeak» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://netpeak.ua/about/>.
  63. Офіційний сайт компанії «Соната» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://sonata.biz.ua>.
  64. ТОП-20 сайтів українського інтернету за даними Gemius за лютий 2018 року. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.gemius.com.ua/izdateli-novosti/top-20-sajtov-ukrainskogo-interneta-po-dannym-gemius-za-fevral-2015-goda.html>.

65. Онлайн відеореклама в Україні. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.gemius.com.ua/reklamodатели-novosti/onlajn-videoreklama-v-ukraine-nedelnyj-oxvat.html>.
66. Корпоративний сайт внутрішньої звітності UNIQA [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://cisbi.uniqua-group.com>.
67. Офіційний сайт компанії «Admixer» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://video.admixer.ua/>.
68. Офіційний сайт компанії «Tubecontext» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://tubecontext.com/>.
69. Офіційний сайт компанії «ADVmaker» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://advmaker.net/>.
70. Українська онлайн-аудиторія і ринок інтернет-реклами: дайджест-дослідження [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ain.ua/2015/07/23/593290>.