

УДК 339.138:368(477)

JEL M31, G22, L84

DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-17

Корман І.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Уманський національний університет садівництва
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1743-1213>

Семенда О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Уманський національний університет садівництва
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6690-645X>

Макушок О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Уманський національний університет садівництва
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4584-4074>

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

У статті розглянуто поняття «ринок страхових послуг», «страховий ринок», «страхова послуга» і «страховий продукт». Впродовж 2012–2021 років процеси розвитку страхового ринку України стримувалися низкою несприятливих факторів внутрішньодержавного та глобального характеру: політична нестабільність в країні; окупація АР Крим і східних територій з відповідною втратою частини ринку; пандемія COVID-19; нестабільність на світовому ринку капіталів тощо. Повномасштабне вторгнення РФ на територію України на початку 2022 р. значно поглибило проблемну ситуацію та спричинило нові виклики, які залишили відбиток як на діяльності страхових компаній, так і ефективності усього ринку страхування. Проведено дослідження основних показників, що характеризують попит та пропозицію на ринку страхових послуг з 2012 року, зроблено SWOT- і PEST-аналіз, визначено основні проблеми та можливості для страхових компаній.

Ключові слова: маркетингове дослідження, страхування, ринок страхових послуг, маркетинг страхування, страховий ринок, страховий продукт, стан ринку.

Постановка проблеми. Страховий ринок постійно змінюється внаслідок економічних, політичних, соціальних та технологічних трансформацій. Маркетингові дослідження можуть допомогти зрозуміти сучасні тенденції, потреби споживачів та конкурентну обстановку на ринку. Дослідження ринку дозволяє страховим компаніям краще розуміти своїх клієнтів, їхні потреби та очікування, що сприяє розробці ефективних маркетингових стратегій та продуктів. Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення продуктів та послуг страхових компаній, підвищення їхньої конкурентоспроможності та залучення нових клієнтів. Повномасштабна війна, що почалася 24 лютого 2022 року, посилила негативні тенденції на фінансовому ринку України, в тому числі і на ринку страхових послуг. До проблем, зумовлених війною, можна віднести: економічну нестабільність, що ускладнює прогнозування попиту, вартості реклами та інших аспектів маркетингу; зміну пріоритетів споживачів та

їхніх вимог до страхових послуг; обмеження або незрозумілості щодо покриття страхових полісів та виплат, що може призвести до втрати довіри споживачів до страхових компаній; необхідність перегляду та адаптації маркетингових стратегій, включаючи зміну підходів до комунікації з клієнтами, розробку нових пропозицій тощо. Отже, маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг є важливою та актуальною темою для вивчення з урахуванням його значення для бізнесу, науки та суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз страхового ринку України, а саме його сучасного стану і перспектив розвитку, проводили Боднар О.А., Хоренженко В.В., Татаренкова Ю.В. [1], Клапків Ю.М. [3], Олійник О.В., Нагаєва Г.О. [6], Лащик І., Кондрат І., Віблій П., Білець В. [4], Мельник В.Є., Волкова В.В. [6], Марина А.С., Пеценко М.В. [5] та інші. Не зважаючи на наявність великої кількості праць, присвячених цій тематиці, маркетингове дослідження страхового ринку

є вкрай важливим та необхідним. Умови війни створюють додаткові виклики для сфери страхових послуг в Україні.

Метою статті є маркетингове дослідження сучасних тенденцій розвитку страхового ринку в Україні та визначення перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок страхових послуг визначають як складову фінансового ринку, яка є системою правових та організаційних заходів із реалізації страхового продукту. Клапків Ю. пропонує термін «ринок страхових послуг» трактувати як систему економічних відносин, де страхувальники, страхові компанії, страхові агенти та брокери шляхом купівлі-продажу, страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги. Отже, страховий ринок – це поняття, що охоплює ринок страхових послуг, ринок страхових компаній та їхніх філій і відділень, перестраховування та ринок страхових капіталів [3, с. 41].

Більшість європейських учених розмежовує страхову послугу і страховий продукт. У загальному вигляді страховий продукт – це таке поєднання факторів виробництва, яка дає змогу страховикові надавати страхову послугу. Так, «виробничий» процес спрямований саме на надання страхової послуги, що потребує наявності певної бази, яку можна назвати страховим продуктом. Такою базою на первинному етапі є інформаційні потоки, які потім можуть бути перетворені в матеріальну форму, грошові кошти, що опосередковують фінансові відносини з приводу створення страхового продукту. Страхова послуга уособлює визначений набір інформації, що містить умови надання майнової гарантії та може реалізовуватися в матеріальній формі при настанні страхового випадку [3, с. 42].

Серед фінансових ринків України ринок страхування довгий час залишався одним із найбільш проблемних, передусім, через низький рівень проникнення та щільності страхування. Страховий ринок у розвинутих країнах забезпечує активні інвестиційні процеси в різних сферах економіки, оскільки, мобілізуючи значні ресурси, здатен покривати значні потреби в капіталі на тривалі періоди часу.

В Україні страхова діяльність регулюється Конституцією України, Міжнародними угодами, Цивільним кодексом України, законами України «Про страхування», «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів», «Про господарські товариства», «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом» та іншими, а також

постановами КМУ, нормативними актами (інструкції, методики, положення, накази), котрі приймаються відомствами виконавчої влади чи спеціального призначеного органу, що здійснює нагляд за страховою діяльністю, правилами та договорами страхування.

Аналіз функціонування страхового ринку в Україні показує, що частка страхових платежів з особистого страхування дорівнює 16,8%, що є досить малою, адже в США і країнах Західної Європи цей показник сягає близько 60%, у Великобританії – 70%, у Японії – 80%, середнє значення по світу становить 58% [2].

Нині страховий ринок України характеризується досить суперечливими показниками. На 1 жовтня 2023 року на ринку функціонували 107 страхових компаній (серед них 12 компаній, що займаються страхуванням життя, 95 – ризикових страхових компаній) із загальним обсягом активів 73375 млн грн. За період 2012–2023 р. кількість компаній на ринку зменшилась майже у 4 рази (рис. 1).

За даними регулятора, більше половини страховиків покинули ринок ще до повномасштабного вторгнення рф. З усіх компаній, що припинили діяльність, 40 зробили це за власною ініціативою, 10 компаній були зареєстровані на тимчасово окупованих до 2022 року територіях. Решту було позбавлено всіх ліцензій НБУ через непрозору структуру власності або порушення законодавства та регуляторних вимог.

Нацбанк також повідомляє, що більше половини ризикових страховиків, які залишали ринок протягом 2021–2023 років, були неактивними: мали невеликі обсяги премій або взагалі не провадили діяльності. Значна кількість страховиків, що вибули, обслуговувала переважно корпорації і не страхувала населення. Частина компаній займалася майже виключно перестраховуванням – вони становили 87% внутрішнього ринку перестраховування. У страхових преміях корпоративних страховиків і перестраховиків превалювало страхування майна і фінансових ризиків. Частина цих операцій якраз відображає страхування, позбавлене ринкових мотивів і по суті «схемне».

Крім того, спільною рисою страховиків, які залишили ринок, був український рівень виплат. Порівняно з медіанним показником у 28% у 2022 році для страховиків, які вибули, він становив лише 14% за рік, що передуює виходу з ринку. А у перестраховиків, які залишили ринок, цей показник був близький до 2% [10].

Незважаючи на скорочення чисельності страхових компаній, ті оператори ринку, які продовжують свою діяльність, суттєво нарощують капіталізацію ринку. Так,



Рис. 1. Кількість страхових компаній України та розмір їх активів у 2012–2023 рр.

Джерело: побудовано за [10]

починаючи з 2012 року, коли на одну компанію припадало 109 млн. грн, значення цього показника щорічно зростало і за останні 3 роки становило: 2021 р. – 419 млн. грн, 2022 р. – 502 млн. грн, на 1 жовтня 2023 року – 696 млн. грн. За досліджуваний період номінальний розмір активів на одну страхову компанію збільшився майже в 7 раз. Проте, більш розгорнуті показники розвитку страхового ринку за період 2012–2023 рр. демонструють нестійку суперечливу динаміку.

За досліджуваний період кількість укладених договорів змінювалася нерівномірно (рис. 2).

У 2012 році було укладено 178,2 млн страхових договорів, протягом наступних років цей показник то збільшувався, то зменшувався. Найбільше договорів було укладено у 2015 році – 202,4 млн договорів та у 2018 році – 201,1 млн. договорів. Починаючи з 2019 року цей показник зменшувався і у 2022 році становив 88 млн. договорів, а за

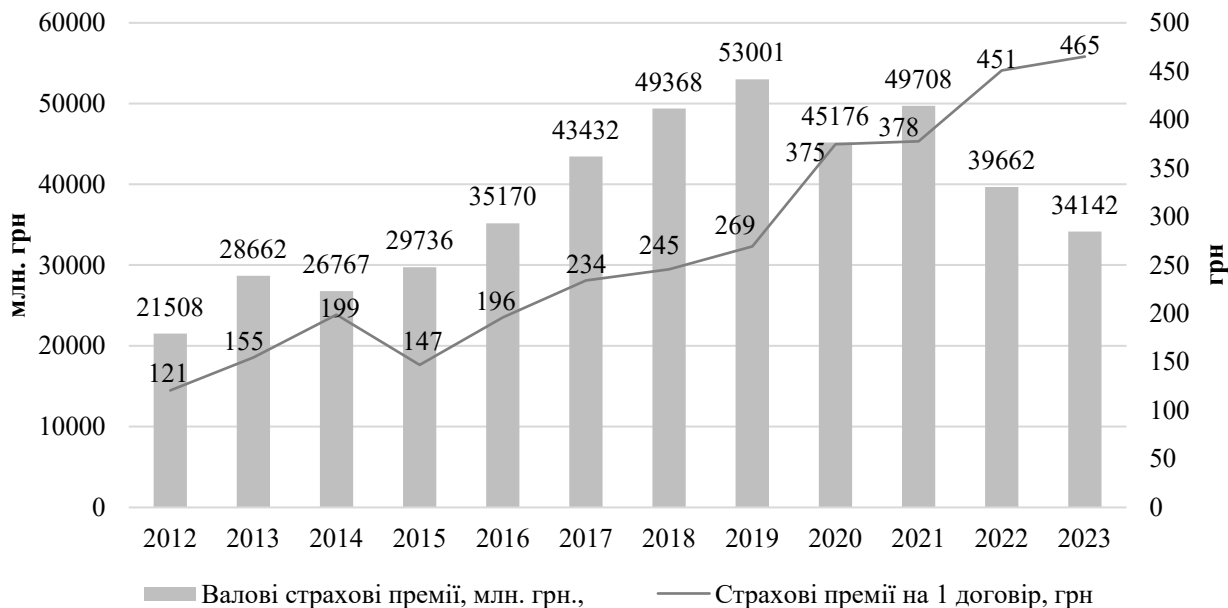


Рис. 2. Динаміка валових страхових виплат та страхових виплат на 1 договір

Джерело: побудовано за [10]

9 місяців 2023 року було укладень 73,4 млн. договорів. Розмір валових страхових виплат протягом досліджуваного періоду з 2013 року до 2021 року зростав щорічно і збільшився за цей період майже в 4 рази. Але з початком війни у 2022 році валові страхові виплати зменшилися на 28% і продовжили тенденцію до зниження і у 2023 році. При цьому розмір страхових виплат на один договір протягом досліджуваного періоду збільшувався і навіть у воєнні роки був найвищим – 148 грн у 2022 році і 164 у 2023 році.

Розмір валових страхових премій також змінювався нерівномірно. Найнижче значення цього показника було у 2012 році (21508 млн. грн), найвище – у 2019 році (53001 млн. грн). У 2020 році розмір валових премій знизився на 15% через скорочення кількості договорів на 39%. У 2021 році відбулося незначне зростання договорів, яке привело до зростання валових страхових премій. У воєнні роки валові страхові премії знизилися. При цьому розміри страхових премій на один договір у 2022–2023 рр. були найвищі – 451 та 465 млн. грн відповідно (рис. 3).

Показник проникнення та показник щільності страхування за період 2012–2023 рр. відображають надзвичайно низький рівень розвитку ринку страхування України у порівнянні з іншими країнами світу (в середньому 6,1% і 34 дол. США відповідно). Зокрема, показник проникнення, який показує співвідношення валових страхових премій до ВВП країни у %, знаходиться на надзвичайно низькому рівні, очевидно через скорочення обсягів страхових премій при одночасному прирості

ВВП. Щільність страхування, що відображає розмір страхових премій на 1 особу також демонструє нестабільну динаміку через мінливі умови економічного зростання в країні та нестійку платоспроможність населення. Частка населення, що має хоч один поліс страхування також дуже низька і починаючи з 2013 року знижується (рис. 4).

Серед компаній зі страхування життя лідируючі позиції за основними показниками діяльності займають компанії МЕТЛАЙФ, ТАС, РЗУ Україна страхування життя та АРХ LIFE [9]. Серед non-life компаній рейтинги за основними показниками діяльності за 9 місяців 2023 року очолюють компанії АРХ, УНІКА, ІНГО, РЗУ Україна, УСГ, ТАС СГ [8].

Для аналізу ринку страхових послуг доцільно використовувати SWOT-аналіз, який дозволяє визначити внутрішні та зовнішні фактори впливу на компанію (табл. 1).

На основі проведеного SWOT-аналізу українського ринку страхових послуг можна зробити наступні висновки. Ринок страхових послуг має можливості для подальшого розвитку за рахунок зростання обізнаності та страхової культури населення. Проблеми на страховому ринку пов'язані з недостатньою фінансовою стійкістю страхових компаній, зменшенням кількості клієнтів через окупацію частини території України, виїзд населення закордон, загибель військових і цивільного населення.

Для зменшення негативного впливу та для розвитку ринку страхових послуг необхідно посилити вимоги щодо капіталізації страховиків, запровадити систему гарантування

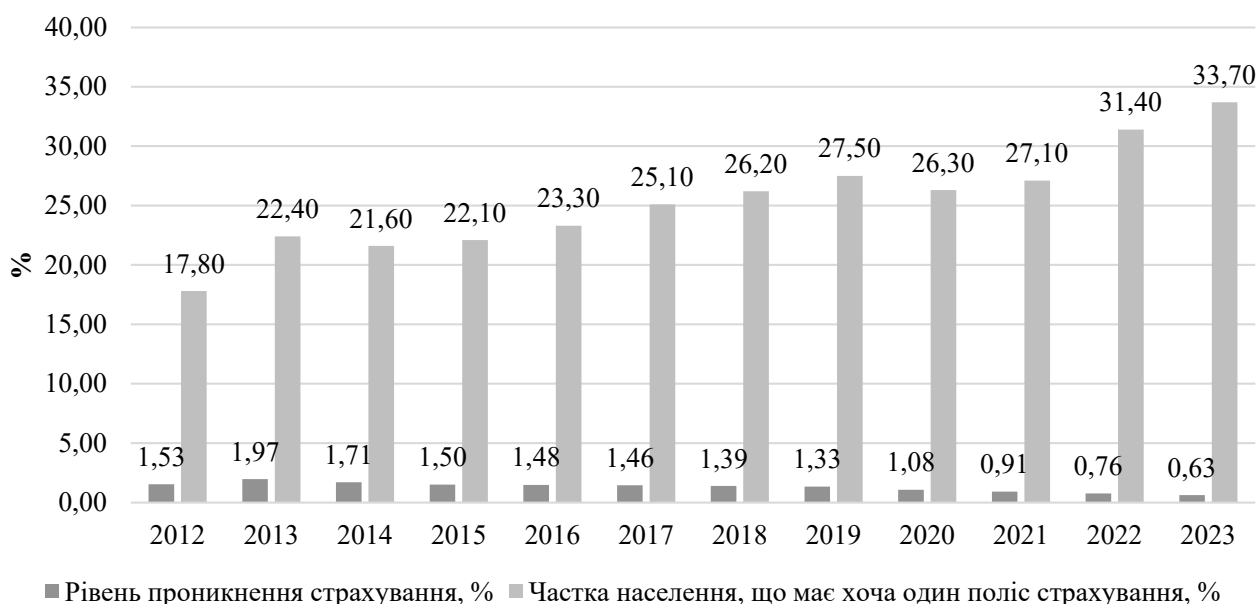


Рис. 3. Динаміка валових страхових премій та страхових премій на 1 договір

Джерело: побудовано за [10]

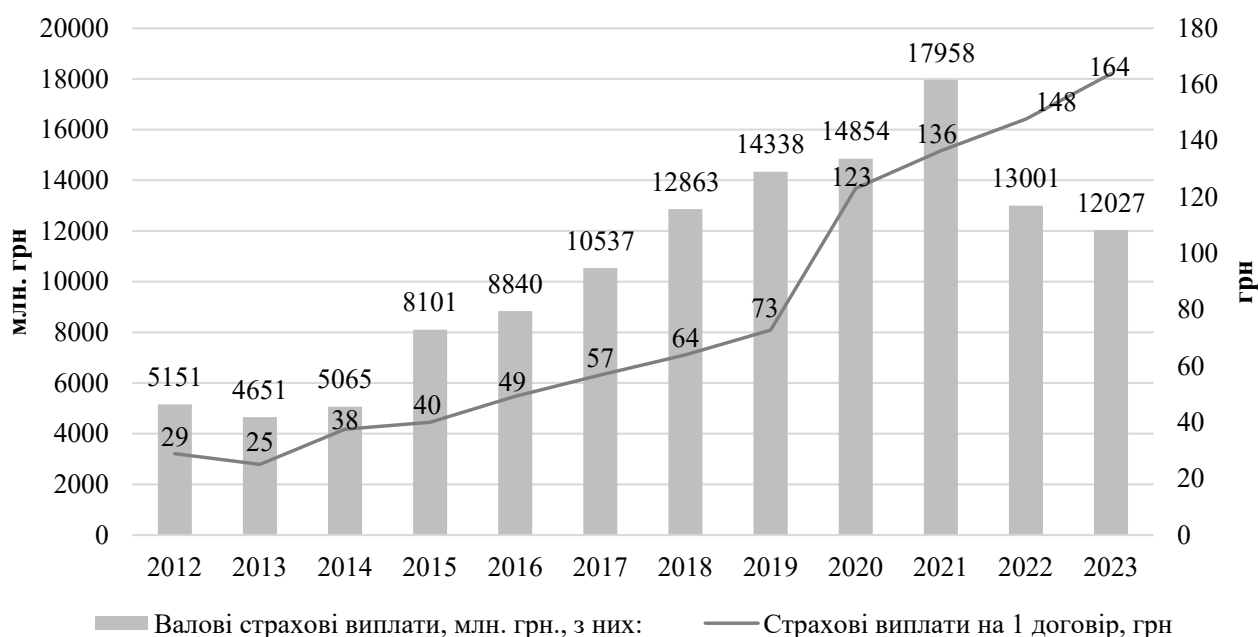


Рис. 4. Рівень проникнення та частка населення, що має хоч один поліс страхування

Джерело: розраховано і побудовано на основі [10]

Таблиця 1

SWOT-аналіз українського ринку страхових послуг

	Сильні сторони:	Слабкі сторони:
Внутрішні фактори	<ul style="list-style-type: none"> - розвиток нормативної бази регулювання ринку - поступове зростання страхової культури населення - різноманітність страхових компаній та продуктів - зростаючий попит на страхування, зокрема страхування життя та медичне страхування - використання новітніх технологій для покращення обслуговування клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> - недостатня фінансова стійкість страховиків - обмеження страхового покриття в окремих сегментах ринку - низький рівень довіри населення до страхових компаній - недостатній рівень фінансової грамотності серед населення - відсутність страхових продуктів, що відповідають специфіці українського ринку
Зовнішні фактори	Можливості:	Загрози:
	<ul style="list-style-type: none"> - збільшення попиту на фондові страхові послуги - поява нових видів страхування під впливом інновацій - поглиблення співпраці з іноземними компаніями - використання технологій Інтернету та мобільних додатків для покращення доступності та зручності страхових послуг. - партнерство з іншими галузями для створення інтегрованих рішень 	<ul style="list-style-type: none"> - погіршення економічної ситуації внаслідок війни - зменшення чисельності населення внаслідок війни - посилення конкуренції з боку іноземних страховиків - витік капіталу за межі країни через офшори - зміни в законодавстві та регулюванні, які можуть вплинути на умови діяльності страхових компаній

Джерело: розроблено авторами

страхових виплат, створити рівні умови конкуренції між учасниками ринку, стимулювати розробку спільних страхових продуктів із банками та ритейлом, доповнити традиційні послуги онлайн-каналами продажу та супроводу клієнтів.

PEST-аналіз є ефективним інструментом для вивчення впливу політичних, економічних, соціокультурних та технологічних факторів на ринок. Враховуючи специфіку ринку

страхових послуг в Україні в умовах конфлікту, розглянемо вплив кожного з чотирьох аспектів PEST (табл. 2).

Отже, провівши PEST-аналіз, можна зробити наступні висновки. Політична та економічна нестабільність створюють значні ризики для страхового бізнесу. Тому необхідно відстежувати зміни та вживати заходи для хеджування ризиків. Війна та економічна криза негативно впливають на доходи

Таблиця 2

PEST-аналіз українського ринку страхових послуг

Політичні фактори:	Економічні фактори:
- політична нестабільність та ризик пов'язані з війною - зміни в законодавстві та регулюванні страхової галузі - політичні реформи, які можуть вплинути на економічну ситуацію країни	- економічна нестабільність та зміни курсу національної валюти. - рівень доходів населення та його спроможність оплачувати страхові послуги. - вплив інфляції та інших економічних факторів на страхові премії.
Соціальні фактори:	Технологічні фактори:
- зростання свідомості про важливість страхування серед населення - зміна демографічних та соціокультурних тенденцій - розвиток інтернет-технологій та цифровізація суспільства	- використання інноваційних технологій для покращення обслуговування клієнтів - застосування штучного інтелекту та аналітики даних для прогнозування ризиків - розвиток мобільних додатків та онлайн-платформ для продажу страхових продуктів

Джерело: розроблено авторами

населення та попит на страхові послуги. Страховим компаніям потрібно адаптувати цінову політику та продуктову лінію з врахуванням фінансових можливостей клієнтів. Розвиток технологій відкриває можливості для інновацій та залучення нових клієнтів онлайн, тому слід активно інвестувати в діджиталізацію. Для мінімізації наслідків політико-економічної кризи потрібно оптимізувати витрати, диверсифікувати портфель та партнерську мережу.

Незважаючи на виклики, є можливості для розвитку бізнесу через діджитал-трансформацію та освоєння нових ніш страхового ринку.

Зважаючи на затяжний характер військових дій на території України страховим компаніям потрібно враховувати їх негативний вплив на свою діяльність.

Висновки. Ринок страхових послуг – це система економічних відносин, де страховальники, страхові компанії, страхові агенти та брокери шляхом купівлі-продажу, страхового захисту формують попит і пропозицію на страхові послуги. Впродовж останніх довоєнних років процеси розвитку страхового ринку України стримувалися низкою несприятливих факторів внутрішньодержавного та глобального характерів. Повномасштабне вторгнення РФ на територію України на початку 2022 р. значно поглибило проблемну ситуацію та спричинило нові виклики для страхових компаній. Для зменшення негативного впливу політичних та економічних факторів на ринок страхових послуг необхідно повністю відстежувати зміни та вживати заходи для хеджування ризиків.

Бібліографічний список

1. Боднар О.А., Хоренженко В.В., Татаренкова Ю.В. Функціонування страхового ринку України в умовах пандемії covid-19. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8268> (дата звернення: 08.02.2024).
2. Золотарова О.В. Ключові тенденції та пріоритети розвитку ринку страхових послуг в Україні. *Економіка і держава*. 2017. № 11. С. 413–420.
3. Клапків Ю.М. Ринок страхових послуг: концептуальні засади, технічні інновації та перспективи розвитку: монографія. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. 568 с.
4. Лащик І., Кондрат І., Віблій П., Білець В. Страховий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 5 (66). С. 105–112.
5. Марина А.С., Пеценко М.В. Страховий ринок України в умовах війни. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 5 (05). С. 44–51. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.5-7>
6. Мельник В.Є., Волкова В.В. Функціонування страхового ринку України: нові виклики та загрози. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль: ТНТУ, 2023. Том 84. № 5. С. 71–80.
7. Олійник О.В., Нагаєва Г.О. Страхування: навч. посіб. Харків: ХНАУ. 2020. 252 с.
8. Показники діяльності non-life страхових компаній: 9 місяців 2023. *Insurance TOP*. № 4 (96) 2023. С. 23–43. URL: <https://forinsurer.com/files/file00748.pdf> (дата звернення: 11.02.2024).
9. Показники діяльності компаній страхування життя 9 місяців 2023. *Insurance TOP*. № 4 (96) 2023. С. 19–22. URL: <https://forinsurer.com/files/file00748.pdf> (дата звернення: 11.02.2024).
10. Показники діяльності страхових компаній. Наглядова статистика. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist#6> (дата звернення: 10.02.2024).

References

1. Bodnar O., Khorenzhenko V. and Tatarenkova Y. (2020) Funktsionuvannia strakhovoho rynku Ukrainy v umovakh pandemii covid-19 [Functioning of the insurance market of Ukraine in the conditions of the covid-19 pandemic]. *Efektivna ekonomika*, vol. 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8268> (Accessed 18 Feb 2024). (in Ukrainian)
2. Zolotarova O. V. (2017) Klyuchovi tendentsiyi ta priorytety rozvytku rynku strakhovykh posluh v Ukrayini [Key trends and priorities for the development of the insurance market in Ukraine]. *Ekonomika i derzhava*, no. 11, pp. 413–420. (in Ukrainian)
3. Klapkiv Yu. M. (2020) Rynok strakhovykh posluh: konceptualjni zasady, tekhnichni innovaciji ta perspektyvy rozvytku [The insurance services market: conceptual foundations, technical innovations and development prospects]: monohrafija. Ternopilj : TNEU, 568 p. (in Ukrainian)
4. Lashchuk I., Kondrat I., Viblyi P., Bilets V. (2020) Strakhovyi rynek Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [Ukrainian insurance market: current state and development prospects]. *Galician economic bulletin* (Tern.), vol. 66, no. 5, pp. 105–112. (in Ukrainian)
5. Maryna A. S., Pecenko M. V. (2023) Strakhovyy rynek Ukrajinny v umovakh vijny [Ukrainian insurance market during the war]. *Cyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*, vol. 5, no. 5, pp. 44–51.
6. Melnyk V., Volkova V. (2023) Funktsionuvannia strakhovoho rynku Ukrainy: novi vyklyky ta zahrozy [Functioning of the insurance market of Ukraine: new challenges and threats]. *Galician economic journal* (Tern.), vol. 84, no. 5, pp. 71–80. (in Ukrainian)
7. Oliinyk O. V. & Nahaieva H. O. (2020) *Insurance* [Insurance]: a textbook. Kharkiv: KhNAU. (in Ukrainian)
8. Pokaznyky diialnosti non-life strakhovykh kompanii: 9 misiatsiv 2023 [Performance indicators of non-life insurance companies: 9 months of 2023]. (2023). *Insurance TOP*, no. 4 (96), pp. 23–43. Available at: <https://forinsurer.com/files/file00748.pdf> (accessed February 11, 2024).
9. Pokaznyky diialnosti kompanii strakhuvannia zhyttia 9 misiatsiv 2023 [Performance indicators of life insurance companies for 9 months of 2023]. (2023). *Insurance TOP*, no. 4 (96), pp. 19–22. Available at: <https://forinsurer.com/files/file00748.pdf> (accessed February 11, 2024).
10. Pokaznyky diialnosti strakhovykh kompanii. Naghlyadova statystyka. Nacionalnyj bank Ukrajinny [performance indicators of insurance companies. Supervisory statistics]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (accessed February 10, 2024).

Стаття надійшла до редакції 12.02.2024

Iryna Korman

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Marketing,
Uman National University of Horticulture
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1743-1213>

Olha Semenda

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Marketing,
Uman National University of Horticulture
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6690-645X>

Olga Makushok

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Marketing,
Uman National University of Horticulture
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4584-4074>

MARKETING RESEARCH OF THE UKRAINIAN MARKET OF INSURANCE SERVICES

Objective. The purpose of the article is marketing research of modern trends in the development of the insurance market in Ukraine and determination of prospects for its development. **Methods.** When writing the article, the following methods of scientific research were used: analysis of the dynamics of indicators of insurance companies (number of companies, assets, number of contracts, amount of premiums and payments, etc.) for the period 2012–2023; PEST-analysis of the influence of external factors on the insurance market (political, economic, socio-cultural, technological); SWOT analysis of the strengths and weaknesses of the insurance services market of Ukraine; comparative analysis of indicators of the development of Ukrainian and foreign insurance markets. **Results.** The insurance market of Ukraine is at the stage of formation and needs further research to understand the problem and development prospects. In the context of the economic and political crisis caused by the war, it is im-

perative to analyze the impact on the insurance industry and develop recommendations to overcome the challenges. It is necessary to evaluate the current trends of the insurance market and its modernization opportunities in view of global experience. An in-depth study of the problem of the insurance market will contribute to the improvement of its state regulation. **Scientific novelty.** The scientific novelty consists in conducting a comprehensive study of the state and development trends of the Ukrainian insurance market for the period 2012-2023, covering the crisis years of the war; improvement of the theoretical and methodological foundations of the research of the insurance market in the conditions of force majeure conditions of wartime. **Practical significance.** The main trends, problems and prospects for the development of the Ukrainian market of insurance services have been determined. Recommendations for insurance companies on minimizing the negative impact of the economic and political crisis have been developed. Proposals for improving state regulation of the insurance sector to strengthen the market in wartime conditions are provided. A PEST and SWOT analysis of the market of insurance services of Ukraine was carried out with an emphasis on new challenges and threats caused by the war.

Keywords: marketing research, insurance, market of insurance services, marketing of insurance, insurance market, insurance product, state of the market.