

Уманців Ю.М.,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії
та конкурентної політики
Київського національного
торговельно-економічного університету,

Дворак М.С.,

асистент кафедри економічної теорії
та конкурентної політики
Київського національного
торговельно-економічного університету

КОНКУРЕНТНА ПОЛІТИКА НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Проаналізовано особливості реалізації конкурентної політики на ринку страхових послуг. Систематизовано порушення конкурентного законодавства на страховому ринку України, визначено напрями їх подальшого недопущення. Запропоновано низку заходів, які сприятимуть подальшому вдосконаленню конкурентної політики на українському ринку страхових послуг.

The article deals with peculiarities in the implementation of competition policy at Ukraine's insurance market. The authors systematize violations of competition legislation at Ukraine's insurance market; determine directions to preclude them; and suggest a string of measures which would promote further improvement of competition policy at the Ukrainian market of insurance services.

Конкурентна політика на ринку страхових послуг покликана зумовлювати формування ефективного конкурентного середовища як механізму, що у короткостроковій перспективі сприятиме економічному зростанню, поєднаному з реалізацією ключових завдань соціального розвитку, а в довгостроковій — стане одним з вагомих чинників створення і функціонування соціально орієнтованої ринкової економіки. Конкурентне середовище на ринку страхових послуг — це специфічний простір конкурентної взаємодії страхових компаній, на поведінку яких впливає сукупність чинників, що визначають відповідний рівень розвитку цього ринку. Необхідно зазначити, що формування конкурентного середовища на ринку страхових послуг відбувається під впливом двох груп чинників — мікрорівня та макrorівня, які в цілому обумовлюють інтенсивність та ефективність цього процесу (рис. 1).

Чинники внутрішнього середовища страхової компанії впливають на зміну принципів та цілей господарювання, засобів, ресурсів і методів, необхідних для їх досягнення й управління. Вирішальними, тобто такими, що визначають стан внутрішнього середовища страхових компаній, насамперед є наявність необхідних фінансових ресурсів і кваліфікованого персоналу. Внутрішнє середовище підприємства значною мірою піддається керуванню, але повністю елемент невизначеності виключити не можна, тому чинники, які пов'язані з внутрішнім середовищем, визначаються як умовно-регульовані. Зовнішнє середовище будь-якої компанії, у тому числі й страхової, складається з мікро- та макросередовища.

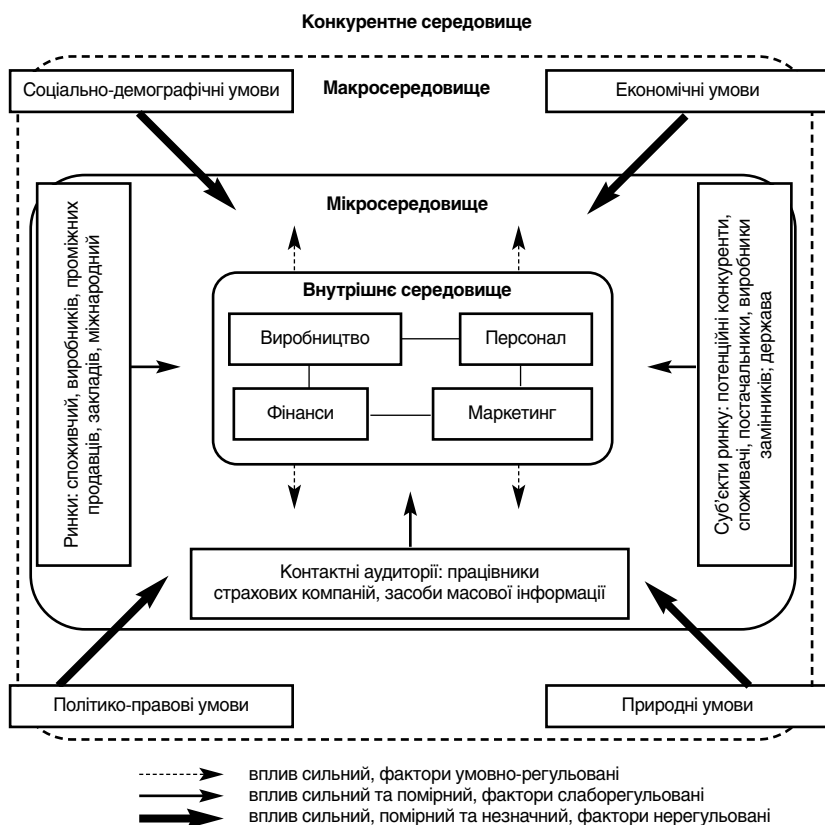


Рис. 1. Чинники формування конкурентного середовища на ринку страхових послуг

Чинники, що утворюють мікросередовище страхової компанії, можна розділити на три групи. До першої належать різні ринки, на яких формується своєрідний контингент споживачів страхових послуг: споживчий ринок, ринок виробників, ринок проміжних продавців, ринок закладів, міжнародний ринок. Що стосується впливу певних груп споживачів на стан конкуренції на ринку страхових послуг, то він буде сильним за наявності таких чинників: споживачі, які купують значну частину страхового продукту, впливають на страхову компанію через зменшення обсягу придбання страхових продуктів; володіння широкою інформацією про страхові послуги, які пропонують страхові компанії, збільшує споживачам можливість вибору, що загострює конкуренцію на ринку страхових послуг.

Другу групу чинників, які впливають на мікросередовище страхової компанії, формують суб'єкти ринку страхових послуг. До суб'єктів цього ринку належать компанії, що входять на ринок і загострюють боротьбу, споживачі продукції, постачальники, виробники товарів-замінників, конкуренти, держава, яка проводить свою політику в галузі регулювання конкуренції¹.

¹ Портер М. Стратегія конкуренції. — К.: Основи, 1998. — С. 21.

Імовірність потенційної конкуренції з боку нових страхових компаній визначають бар'єри входження на ринок. Якщо вони є досить високими, то імовірність появи новачків буде невеликою. На вітчизняному ринку страхових послуг наявні як структурні, так і поведінкові бар'єри входження. До бар'єрів структурного характеру належать: обмеження місткості регіонального ринку страхових послуг — високий ступінь задоволення попиту, що відображає як значну насиченість ринку, так й низьку платоспроможність споживачів; економічні та організаційні обмеження — важелі та стимули державного характеру (інвестиційна, кредитна, податкова, цінова і митна політика); капітальні витрати, обсяг первинних інвестицій — одне з основних обмежень можливості входження нових компаній на ринок страхових послуг; абсолютні переваги у рівні витрат — витрати на обслуговування одного клієнта діючих страхових компаній є нижчими, ніж у тих, хто вперше входить на ринок страхових послуг, що обумовлено нерівністю стартових умов на ринку, технологічною перевагою діючих страхових компаній, розвитком філійної мережі та витратами на рекламу; досягнення ефекту масштабу (в період між первинними інвестиціями і досягненням оптимального обслуговування у новачків є більш високі питомі витрати, ніж у тих страхових компаній, які вже діють на ринку страхових послуг, і отже, вони є менш конкурентоспроможними). Поведінкові бар'єри характеризуються: стратегічною поведінкою страхових компаній, що діють на ринку страхових послуг, сталими діловими стосунками страхових компаній та їх відносинами з покупцями; вертикальною і горизонтальною інтеграцією (діючі страхові компанії користуються перевагами внутрішньокорпоративних зв'язків у вигляді доступу до сукупних інвестицій, фінансових та інформаційних ресурсів); адміністративними вимогами, які полягають у ліцензуванні страхових компаній, порядку їх реєстрації, неформальних зв'язках керівників страхових компаній з органами влади.

Суттєвим чинником, який впливає на ефективність конкуренції між страховими компаніями, є наявність вихідних з ринку страхових послуг бар'єрів. Вихідні бар'єри — це економічні, соціальні, структурні та психологічні чинники, які змушують страхові компанії функціонувати на ринку, навіть якщо вони працюють збитково. Наявність вихідних бар'єрів зумовлена чинником присутності на ринку страхових послуг неконкурентоспроможних компаній, а їх зниження — усуненням неплатоспроможних страхових компаній. Функціонування реально платоспроможних й економічно стійких страхових компаній сприяє динамічному розвитку ринку страхових послуг, зумовлює стабільність економічних взаємозв'язків зі страхувальниками і підвищує їх довіру до страхування.

Третя група чинників, які впливають на формування мікросередовища на ринку страхових послуг, включає будь-які контактні аудиторії, які виявляють реальний чи потенційний інтерес до страхових компаній і справляють вплив на їх здатність досягати поставленої мети. Наприклад, досить активний вплив на розвиток конкурентного середовища на ринку страхових послуг здійснюють засоби масової інформації, які формують у потенційних конкурентів і споживачів певну думку про цей ринок.

Макросередовище діяльності страхової компанії визначають такі чинники, як економічні та соціальні умови, демографічна ситуація в країні, науково-технічний прогрес, культурне оточення, політична і законодавча стабільність. На зовнішні чинники макросередовища страхова компанія не може здійснювати реального впливу, тому вона повинна адаптуватися до цих чинників й налаштовувати свою діяльність відповідно до зовнішніх змін, які відбуваються.

Щодо держави, то її вплив на формування конкурентного середовища на ринку страхових послуг є як безпосереднім, так і опосередкованим. Державне регулювання ринку страхових послуг здійснюється через конкурентну, ліцензійну і податкову політику. Держава здатна істотно впливати на формування ефективного конкурентного середовища на ринку страхових послуг шляхом забезпечення конкурентоспроможності страхових компаній. Держава регулює фінансові ринки, які виступають як замітники страхових послуг; крім того, вона виступає в ролі їх споживача. Таким чином, державний вплив присутній в усіх чинниках, які формують конкурентне середовище на ринку страхових послуг, що обумовлює його значущість.

Держава забезпечує реалізацію конкурентної політики на ринку страхових послуг, цілі якої повинні передбачати приведення останнього в бажаний стан і підтримку його протягом тривалого проміжку часу. Можна виділити дві основні групи цілей реалізації конкурентної політики на ринку страхових послуг, що розкривають її зміст: 1) створення (розвиток) конкуренції на ринку страхових послуг, а саме — приведення об'єкта (ринку страхових послуг) конкурентної політики в бажаний, на думку її суб'єкта (суб'єктів), стан; 2) підтримка конкуренції на ринку страхових послуг, а саме — досягнутого бажаного, на думку її суб'єкта (суб'єктів), стану протягом тривалого періоду часу.

Основними напрямками нагляду антимонопольних органів за учасниками ринку страхових послуг є: контроль за дотриманням антимонопольного законодавства у процесі економічної концентрації, зокрема, при створенні, реорганізації та ліквідації страхових компаній, а також формуванні об'єднань учасників страхового ринку; розгляд справ про порушення антимонопольного законодавства і прийняття рішення за його результатами в межах своїх повноважень; розробка та організація виконання заходів, спрямованих на запобігання порушенням антимонопольного законодавства; видання страховикам обов'язкових для виконання рішень про припинення порушень антимонопольного законодавства і про відновлення початкового становища, про примусовий поділ монопольних утворень; прийняття нормативно-правових актів відповідно до своєї компетенції, зокрема, з питань антиконкурентних узгоджених дій, зловживань монопольним становищем на ринку, дискримінації з боку органів влади; контроль за їх виконанням та надання роз'яснень щодо їх застосування (рис. 2)².

² Залетов О.М., Слюсаренко О.О. Основи страхового права України. — К.: Міжнародна агенція "BeeZone", 2003. — С. 88.

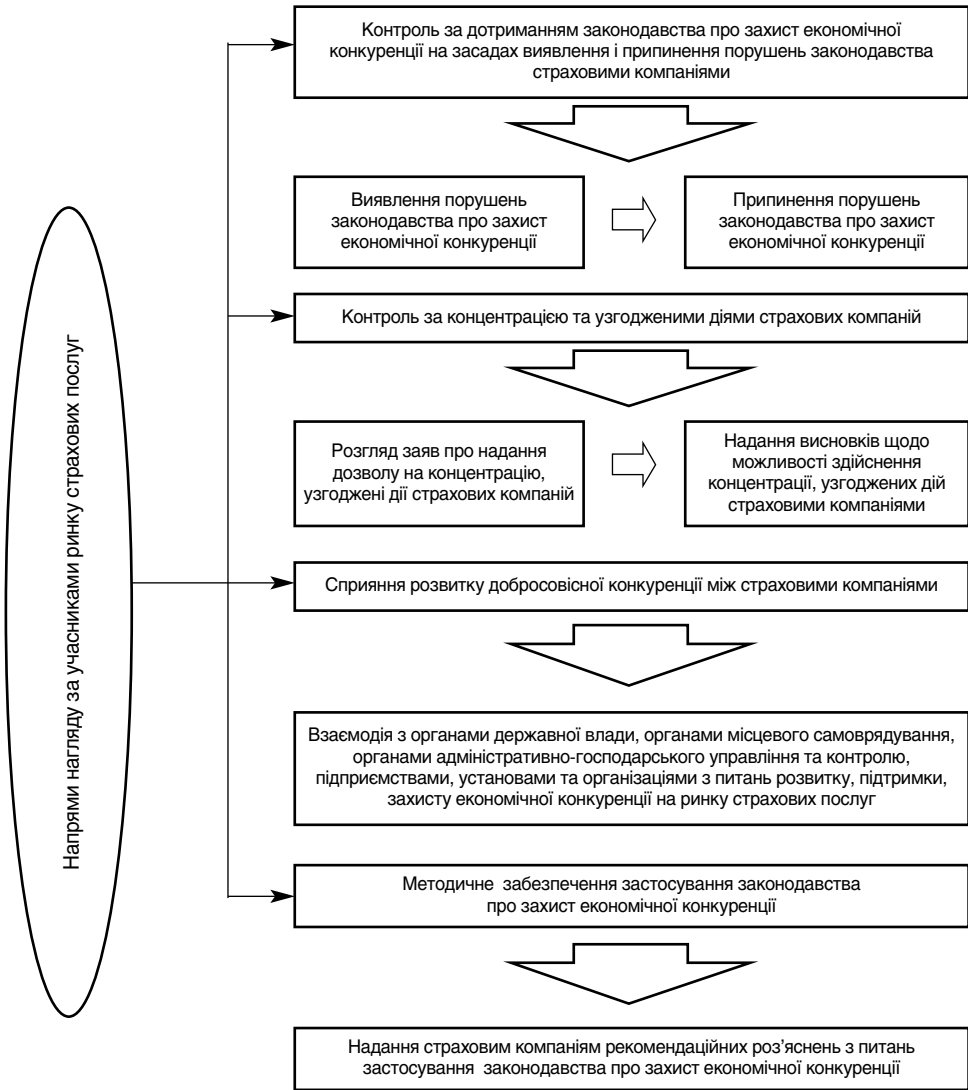


Рис. 2. Напрями антимонопольного нагляду за суб'єктами ринку страхових послуг

Державна конкурентна політика на ринку страхових послуг реалізується з допомогою системи інструментів, застосування яких сприяє досягненню поставлених цілей і розв'язанню назрілих проблем. Інструменти реалізації конкурентної політики на ринку страхових послуг можуть бути структурними і поведінковими. Перші спрямовані на зміну структури ринку страхових послуг, сприяють появі нових фактичних чи потенційних конкурентів. До таких інструментів належать: відкриття національного ринку страхових послуг для іноземних страхових компаній, обов'язкове узгодження окремих злиттів і придбань з антимонопольними органами.

Поведінковими інструментами реалізації конкурентної політики на ринку страхових послуг є встановлені формальні правила (включаючи механізми примушення до їх виконання), що визначають заборонені засоби поведінки на ринку страхових послуг. До таких засобів можна віднести заборону на зловживання домінуючим становищем, на узгоджені дії між учасниками цього ринку.

Розвиток ринку страхових послуг в Україні та відповідно конкурентного середовища на ньому умовно можна поділити на чотири етапи, які пов'язані із загальним ходом ринкових перетворень: I — зародження конкурентного середовища (з 1991-го по травень 1993 року); II — становлення конкурентного середовища (з травня 1993-го по березень 1996 року); III — розвиток конкурентного середовища (з березня 1996-го по жовтень 2001 року); IV — реформування і подальший розвиток конкурентного середовища за новими стандартами та підходами до регулювання ринку страхових послуг (з жовтня 2001-го і дотепер).

В основі такої періодизації етапів розвитку конкурентного середовища на українському ринку страхових послуг лежить законодавчо-правова ознака його регулювання. Саме рівень розвитку законодавчо-правових регуляторів ринку страхових послуг, на нашу думку, виступає одним з ключових критеріїв розвиненості його конкурентного середовища, оскільки визначальним чином позначається на сталості та ефективності функціонування як самого ринку страхових послуг, так і мотиваційних механізмів підвищення конкурентоспроможності страхових компаній.

Розглянемо докладніше виділені вище етапи розвитку конкурентного середовища на ринку страхових послуг України.

Перший етап передбачав формування конкурентних механізмів ринку страхових послуг. На етапі зародження конкурентного середовища на цьому ринку першочерговим завданням конкурентної політики була його демонополізація. Поряд із процесом реорганізації колишніх державних монополій “Держстраху” та “Індержстраху”, які не конкурували між собою, а фактично розподіляли сфери впливу, почався активний процес створення приватних страхових компаній. Страхові компанії у цей період утворювалися стихійно і безконтрольно: якщо на кінець 1991 року в Україні було зареєстровано 28, то в 1992-му — 171, а в 1993-му — 455 страхових компаній. Етап зародження конкурентного середовища на ринку страхових послуг характеризувався повною відсутністю державного регулювання цього ринку та методології страхування. Інститут страхування як елемент ринкової економіки на цьому етапі, по суті, не сформувався³.

Другий етап (етап становлення конкурентного середовища) характеризується створенням регулюючого органу ринку страхових послуг — Укрстрахнагляду. Впровадження єдиного державного реєстру страхових компаній, необхідність отримання відповідних ліцензій, визначення розміру мінімального статутного фонду в сумі, еквівалентній 5000 дол. США, сприяли обмеженню кількості неконкурентоспроможних страхових компаній. До того ж посилилася спеціалізація страхових компаній,

³ Ротова Т.А. Страхування. — К.: КНТЕУ, 2006. — С. 101.

швидкими темпами розвивалися нові види страхування, підвищилася фінансова дисципліна. Загальна кількість страхових компаній продовжувала зростати: в 1994 році було зареєстровано 616, в 1995-му — 655 страхових компаній. Однак це не обумовило якісних перетворень конкурентного середовища на ринку страхових послуг. Надходження “швидких та легких” грошей в 1993—1995 роках призвело до того, що ринок страхових послуг почав функціонувати за принципом фінансових пірамід. Багато страхових компаній мали незначні розміри статутних фондів, а страхові резерви не були сформовані належним чином.

На третьому етапі (етапі розвитку конкурентного середовища) було обґрунтовано систему контролю за рівнем платоспроможності страхових компаній і порядком розрахунку резервів, посилилися норми щодо регулювання нагляду за страховою діяльністю, упорядкувалися види обов’язкового страхування. Підвищення вимог до розміру мінімального статутного фонду з 5000 дол. США до 100 тис. євро, а для страхових компаній з іноземним капіталом — до 500 тис. євро призвело до зменшення кількості страхових компаній з 700 в 1996 році до 241 в 1997-му. Починаючи з 1998 року їх кількість поступово зростає: 1998 — 254, 1999 — 263, 2000 — 283⁴. Для цього етапу притаманно значне розширення видів страхових послуг, встановлення законодавчого регулювання, що базується на європейських стандартах.

На сучасному етапі (етапі реформування та подальшого розвитку конкурентного середовища за новими стандартами і підходами) зміни у кількісному складі та структурі ринку були зумовлені збільшенням розміру мінімального статутного фонду до 1 млн євро для страхових компаній, які займаються ризиковим страхуванням, і до 1,5 млн євро — для компаній зі страхування життя. Державна політика відносно постійного підвищення законодавчих вимог до статутних фондів вітчизняних страховиків, на думку багатьох дослідників⁵, є абсолютно виправданою. Це обумовлено тією особливою роллю, яку відіграє статутний капітал страхової компанії, особливо на початку її діяльності, коли інших джерел протистояння можливим збиткам у страховика, по суті, не існує. Наявність необхідного і достатнього статутного фонду страховика підвищує фінансові можливості виконання страхових зобов’язань, гарантує його платоспроможність. Чергове збільшення розмірів статутних фондів страхових компаній привело до певної стабілізації кількості компаній: у 2001 році було зареєстровано 328, 2002-му — 338, 2003-му — 357, 2004-му — 388, 2005-му — 398, 2006-му — 411 страхових компаній⁶. При цьому протягом останніх років кількість активно працюючих страхових компаній залишається незмінною.

У таблиці подано розрахунок показників концентрації ринку страхових послуг (CR-3, CR-50, ННІ).

⁴ Залетов А.Н., Пукала Р., Слюсаренко О.А., Цыганов А.А. Страховые рынки Восточной Европы и СНГ. — К.: Международная агенция “BeeZone”, 2004. — С. 510.

⁵ Див., наприклад: Гаманкова О. Капіталізація страхового ринку України як прояв процесів глобалізації // Економічний Часопис — XXI, 2006. — № 5—6. — С. 32.

⁶ Інформація про стан і розвиток страхового ринку України за 2004, 2005, 2006 рр. — <http://www.dfp.gov.ua>.

Таблиця. Показники економічної концентрації ринку страхових послуг України (частка валових премій) у 2003—2007 роках, %

Рік	Усі види страхування			Види страхування інші, ніж страхування життя			Страховання життя		
	CR-3	CR-50	HHI	CR-3	CR-50	HHI	CR-3	CR-10	HHI
2003	23,1	77,7	282,1	23,3	77,7	282,1	69,2	95,3	1941,8
2004	22,3	83,0	310,0	22,6	83,0	315,9	56,3	93,0	1443,9
2005	12,2	73,7	160,0	12,5	75,5	167,6	52,1	91,2	1257,8
2006	11,8	72,3	153,9	12,2	74,7	162,7	58,5	90,1	1666,0
2007*	13,2	74,6	167,0	13,8	99,4	172,0	53,3	98,5	1278,1

Джерело: дані Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України.

* Інформація за 9 міс.

Дані таблиці дають підстави говорити про те, що нині досить чітко визначилася тенденція до формування та функціонування великих вітчизняних страхових компаній. Так, перші 50 страхових компаній збирають понад 70 % усіх валових страхових премій, а отже, близько 300 страховиків не мають ані постійного бізнесу, ані розвитку. З цього приводу, наприклад, В. Фурман наголошує, що на вітчизняному страховому ринку домінують великі компанії, а дрібні страховики практично не впливають на ринок, що створює передумови для формування ринку олігополістичної конкуренції⁷.

Щодо ринку страхових послуг у цілому, то за рівнем концентрації він належить до низькоконцентрованого ринку ($HHI < 1000$), а за рівнем розвитку конкуренції — до висококонкурентного. Але це не відображає реальної картини на конкретних сегментах ринку страхових послуг. Так, наприклад, незважаючи на те що ринок страхування життя займає у питомій вазі всіх валових страхових премій приблизно 3 %, ринок є помірно концентрованим ($1000 < HHI < 2000$) з яскраво вираженою олігополістичною структурою ($CR-3 > 50$).

Для проведення якісних перетворень у національній страховій системі важливо реалізувати державну стратегію розвитку страхового бізнесу, яка б окреслювала комплекс взаємопов'язаних заходів, зокрема: зміну законодавчих норм, які регулюють розвиток ринку страхових послуг, що сприятиме зміцненню контролю Держфінпослуг за фінансовим станом страхових компаній і виведенню з ринку неконкурентоспроможних компаній; розширення діяльності із залучення коштів населення та підприємств; посилення взаємодії страховиків з реальним сектором економіки. Крім того, йдеться про встановлення єдиних вимог і стандартів надання страхових послуг; створення ефективного механізму державного регулювання шляхом розробки уніфікованого кодексу законів про страхування з урахуванням міжнародного, насамперед — європейського, досвіду; стимулювання капіталізації страхового ринку шляхом подальшого підвищення мінімального розміру статутних капіталів страхових компаній та підвищення вимог до їх платоспроможності; створення сучасної національної інформаційної бази на ринку

⁷ Фурман В.М. Страхування: теоретичні засади та стратегія розвитку. — К.: КНЕУ, 2005. — С. 120.

страхових послуг; активізацію розвитку інфраструктури ринку (страхових посередників, аварійних комісарів) та стимулювання створення і розвитку нових саморегульованих організацій ринку⁸.

Подальший розвиток конкурентних відносин у вітчизняному страховому секторі пов'язаний із концентрацією внутрішнього ринку страхових послуг. При цьому можливі сценарії розвитку передбачають унормовану присутність іноземних страхових компаній як свідчення підтримки глобальних інтеграційних процесів⁹. Відкриття внутрішнього ринку страхових послуг для міжнародних страхових компаній значною мірою пов'язано з необхідністю виконання умов вступу України до СОТ. Як наслідок, конкуренція на внутрішньому ринку страхових послуг посилюється і стає жорсткішою. У цілому на українському ринку страхових послуг представлені майже всі найбільші світові страхові групи: об'єднаний італійсько-чеський холдинг “Generali PPF Holding”, німецька “Allianz”, голландська “Fortis”, польська “PZU”, австрійські “UNIQA”, “GRAWE”, “Vienna Insurance Group”, “ЕССО”, французькі “BNP Paribas Group” та “АХА”, американська “AIG”, австралійська “QBE”, шведська група “SEB”, російські компанії “Росгосстрах”, “Ингосстрах”, “РЕСО-Гарантия”, “Спутник”, “Русский стандарт” та ін.¹⁰

Нині на українському ринку страхових послуг практично не залишилося сильних національних страхових компаній. Багато великих страхових компаній вітчизняного страхового ринку цілком або частково належать іноземним фінансовим групам. У роздрібному сегменті ризикового страхування лідерами є НАСК “Оранта” (казахстанський банк “ТуранАлем”) та італійська “Дженералі Гарант”. Увійти до десятки лідерів намагаються “Allianz”, “Провідна” (група “Росгосстрах”) і “Княжа” (“Vienna Insurance Group”). У сегменті страхування життя лідерами є “Alico AIG Life” (США), група “ТАС” і “Дженералі Гарант Страхування Життя” (з італійськими інвестиціями).

Основною тенденцією 2006—2007 років була купівля відразу кількох страховиків одним інвестором. Так, наприклад, у листопаді 2007-го “Vienna Insurance Group” придбала контрольний пакет акцій “Української страхової групи” (50 відділень, понад 20 регіональних точок продажу), дещо раніше — страхові компанії “Княжа” і “Глобус”. “Vienna Insurance Group” також володіє в Україні компанією зі страхування життя “Юпітер” і страховою групою “VAB”¹¹.

Основна причина експансії закордонних компаній на український ринок — висока дохідність страхової справи в Україні. Багато економістів вважають, що за цих умов українські страхові компанії зможуть залишатися конкурентоспроможними лише за рахунок низької вартості своїх послуг і швидкої адаптації до нових реалій¹².

⁸ Солодковський Ю., Солодковська Г., Шевченко В. Євроінтеграційні перспективи українського ринку послуг // Спільний європейський економічний простір: гармонізація мегарегіональних суперечностей. — К.: КНЕУ, 2007. — С. 145.

⁹ Корнєєв В.В. Фінансові посередники як інститути розвитку. — К.: Основа, 2007. — С. 140.

¹⁰ Щеглова Е. Рост от объема // ИнвестГазета. — 2008. — № 14. — С. 58.

¹¹ <http://www.kontrakty.com.ua/show/ukr/article/45/12200810224.html>.

¹² Див., наприклад: Щеглова Е. Зазнач. праця. — С.59.

Одним з основних механізмів здійснення конкурентної політики на ринку страхових послуг є виявлення та припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції страховими компаніями.

Аналіз порушень законодавства про захист економічної конкуренції на ринку страхових послуг України за останні роки свідчить, що на цьому ринку переважають такі види порушень: 1) зловживання монополієм (домінуючим) становищем; 2) антиконкурентні узгоджені дії; 3) недобросовісна конкуренція.

Зловживання монополієм (домінуючим) становищем виявляється, насамперед, у нав'язуванні обов'язкових і добровільних страхових послуг, які не потрібні контрагенту.

З розвитком ринку страхових послуг надзвичайно велику небезпеку становлять антиконкурентні змови страхових компаній. Так, у страхуванні, де певна частина ринків страхових послуг не має явних монополістів, конкуренція, у першу чергу, обмежується за рахунок узгоджених дій суб'єктів господарювання. Антиконкурентні узгоджені дії на ринку страхових послуг призводять до того, що у разі існування угоди між окремою страховою компанією та суб'єктом господарювання чи центральним або місцевим органом виконавчої влади, послуги якого підлягають обов'язковому страхуванню, для споживача настає безальтернативна ситуація щодо можливості звернення до інших страхових компаній. Таким чином, споживач не має права вибору і змушений отримувати послугу зі страхування від визначеної в результаті змови страхової компанії.

Велику питому вагу в порушеннях у вигляді антиконкурентних узгоджених дій страхових компаній з іншими суб'єктами господарювання становлять угоди між страховими компаніями та управліннями “Укрзалізниці”. Так, займаючи монополієне становище на регіональних ринках з надання послуг користування залізничними коліями, різні управління залізниці укладають угоди про співпрацю з певними страховими компаніями щодо здійснення обов'язкового страхування пасажирів і вантажів своїх клієнтів. Відповідно до цих угод управління залізниці зобов'язувалися надсилати до певної страхової компанії нових клієнтів, тим самим усуваючи з обласних ринків з надання послуг користування залізничними коліями інші страхові компанії. У результаті такого співробітництва управління залізниці отримували від страхової компанії комісійну винагороду у вигляді відсотків від суми проведеного страхового збору. До зазначених антиконкурентних узгоджених дій вдавалися, наприклад, такі страхові компанії, як АСП “ТАСП-Гарантія”, АСТ “Глобус”, АСК “Полярна зірка”, АТ СК “Залізничні шляхи”, ЗАТ СК “Інтер-Поліс”, АСК “Дністер”¹³.

Одним із чинників, який впливає на прийняття рішень страховими компаніями щодо укладання антиконкурентних узгоджених дій, можна назвати особливості ринкової поведінки українських суб'єктів господарювання. Як приклад наведемо ситуацію з проведенням тендерів на укладення договорів між страховою

¹³ Див.: Звіти Антимонопольного комітету України за 1995—2006 рр. — <http://www.amc.gov.ua>.

компанією та суб'єктом господарювання — безпосереднім страхувальником. Так, щоб уникнути обвинувачень в упередженості, суб'єкт господарювання заздалегідь домовляється з певною страховою компанією про страхування ризиків, однак офіційно не оприлюднює прийняте рішення, а навпаки, оголошує тендер на відбір страхової компанії. Після проведення тендеру суб'єкт господарювання обґрунтовує свій вибір кращими умовами, які запропонував заздалегідь відомий йому страховик, а іншим — відмовляє. На гостроту проблем нерівності конкуренції вказує той факт, що більшість страхувальників упевнені, що найнепрозоріші тендери проводять державні підприємства. Так, зокрема, стверджується, що коли в цілому 50 % конкурсів проводяться неринковими методами, то з-поміж державних підприємств цей відсоток збільшується до 95 %¹⁴.

Значною перешкодою на шляху розвитку ефективного конкурентного середовища на ринку страхових послуг України є недодержання вимог законодавства про захист економічної конкуренції під час прийняття рішень центральними і місцевими органами виконавчої влади. Приймаючи рішення, ці владні органи нерідко примушують суб'єктів господарювання до пріоритетного укладання договорів з певними страховими компаніями. Зокрема, мали місце приклади антиконкурентного узгодження дій страхових компаній з Міністерством внутрішніх справ України, ДП МВС України “Ресурси”, ДП “Захист” у вигляді підписання та реалізації угоди про спільну діяльність щодо питань обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів, страхування транспортних засобів, водіїв та пасажирів.

Так, МВС України, ДП МВС України “Ресурси”, ДП “Захист” сприяли в укладенні договорів таким страховим компаніям, як АТ “Українська пожежно-страхова компанія”, ЗАТ “Українська страхова компанія “Княжа” і ЗАТ “Народна фінансово-страхова компанія “Добробут”. Угоди про спільну діяльність у даному випадку передбачали сплату цими страховими компаніями на користь Міністерства внутрішніх справ України, ДП МВС України “Ресурси”, ДП “Захист” певного відсотка від сум страхових платежів за реалізованими за їх сприяння страховими полісами¹⁵.

Економічний ефект від припинення порушень у вигляді узгоджених дій страхових компаній та центральних чи місцевих органів виконавчої влади, як правило, є непрямим і полягає у створенні належних умов для розвитку цивілізованої конкуренції на ринку страхових послуг. Разом з тим у багатьох випадках припинення порушень з боку органів влади приводить до безпосереднього зменшення необґрунтованих витрат страхувальників.

На ринку страхових послуг непоодинокими також є порушення у вигляді недобросовісної конкуренції страхових компаній. Такі порушення найчастіше проявляються у створенні перешкод суб'єктам господарювання в процесі конкуренції,

¹⁴ Павлюченко Т. Скільки стоить перемога в страховому тендері // Дело. — 2007. — 27 вересня. — С. 10.

¹⁵ <http://www.kontrakty.com.ua/show/ukr/article/33/4120056218.html>.

досягненні неправомірних переваг і неправомірному використанні ділової репутації суб'єкта господарювання.

Порушення у вигляді створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг на ринку страхових послуг, зокрема, проявляються у дискредитації суб'єкта господарювання; схиленні суб'єкта господарювання до бойкоту.

Основну частину припинених органами АМКУ випадків недобросовісної конкуренції на ринку страхових послуг становили порушення у вигляді навмисного поширення неправдивих відомостей. Як приклад можна навести порушення, здійснене у 2000 році АСТ “Гарантія”, яке, уклавши із ЗАТ “Нафтогазсервіс” (м. Прилуки) договір про співробітництво, фактично нав'язувало добровільне страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів водіям під час продажу газового бензину¹⁶.

Непоодинокими є випадки порушення у вигляді неправомірного використання ділової репутації суб'єкта господарювання на ринку страхових послуг, які проявляються, насамперед, у неправомірному використанні чужих позначень. Страхові компанії, назва яких схожа з відомими страховими компаніями, посилаються на те, що вони здійснюють страхування від імені страхової компанії (з подібною назвою), за її дорученням або замість неї, чим завдають їй чималих збитків¹⁷.

Головним чинником нерівності умов конкуренції на ринку страхових послуг є неправомірне сприяння з боку органів державної влади чи органів місцевого самоврядування певним страховим компаніям. У російській економічній літературі адміністративні обмеження конкуренції на ринку страхових послуг відносять до шляхів його “феодалізації”¹⁸. “Феодалізація” ринку страхових послуг відбувається двома способами: 1) адміністративне обмеження конкуренції органами державної влади, органами місцевого самоврядування та органами адміністративно-господарського управління і контролю; 2) створення великими корпораціями та промислово-фінансовими групами кептивних страхових компаній.

Кептивні страхові компанії — це страхові компанії, які обслуговують виключно своїх засновників та їх дочірні компанії. Створення кептивних страхових компаній при окремих галузях, відомствах, підприємствах, холдингах і промислово-фінансових групах обумовлено отриманням економічних переваг, які вони надають своїм власникам, а саме: економія на витратах на страховий захист; використання тарифів, нижчих за ринкові; включення прибутку кептивного страховика до загального прибутку групи; збільшення розміру власного утримання підприємства через визначення франшизи для дрібних і середніх збитків, які можуть

¹⁶ Звіт Антимонопольного комітету України за 2000 рік. — <http://www.amc.gov.ua>.

¹⁷ Боса Г. Функціонування ринку страхування: проблеми та вирішення // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету. — 2004. — № 4. — С. 8—9.

¹⁸ “Феодалізація” страхового ринку — закріплення за однією чи декількома страховими організаціями великих сегментів страхового ринку (Никulina Н.Н, Березина С.В. Страхование. Теория и практика. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 176).

бути покриті материнською компанією; формування резерву для непередбачуваних ситуацій з огляду на особливості податкового законодавства¹⁹.

Нині потенційні можливості отримання економічної вигоди від володіння кептивами в Україні використовуються переважно в межах збереження страхових платежів та виплат усередині певної групи підприємств, використання механізму страхових виплат для зменшення оподаткованого прибутку.

Позитивним чинником є те, що сьогодні конкуренція на українському ринку страхових послуг починає переходити з цінової площини у змістовну. Це означає, що ринок страхових послуг України підійшов до такого етапу розвитку, коли управлінська конкуренція відходить від цінових параметрів у бік поліпшення якості обслуговування²⁰.

В економічній літературі зустрічаються пропозиції щодо необхідності розробки і прийняття Закону України “Про захист конкуренції на ринку фінансових послуг”, який би, крім іншого, визначав і таке: основні положення про цілі та форми державного антимонопольного регулювання в галузі страхування; інструменти з підтримки конкуренції на ринку страхових послуг (включаючи діяльність страховиків, перестраховиків, страхових посередників, а також афілійованих осіб); ознаки домінуючого положення страхової компанії у відповідному секторі страхових послуг; порядок державного контролю за придбанням активів чи акцій (часток у статутному капіталі) страхових організацій; види угод між страховиками, що підлягають забороні (встановлення єдиних цін і тарифів, поділ ринку за територіальною чи будь-якою іншою ознакою, встановлення обмеження доступу іншим учасникам тощо); види угод між страховиками, які не підлягають забороні (зокрема, угоди, що мають на меті уніфікацію стандартів діяльності, проведення спільних наукових досліджень і розробок, спільну закупівлю технічних засобів та використання єдиних програмних і технічних засобів для здійснення основної діяльності); вибір страховика для здійснення страхування за рахунок бюджетних коштів (обов’язкове державне страхування, страхування бюджетних організацій та органів державного управління тощо) виключно на конкурсній основі²¹.

На нашу думку, відповідні доповнення, які б стосувалися захисту конкуренції на ринку фінансових послуг, складовою якого є ринок страхових послуг, необхідно внести до існуючого Закону України “Про захист економічної конкуренції”.

Вважаємо, що для ринку фінансових послуг необхідно зробити виняток стосовно загального правила визнання суб’єкта господарювання таким, який займає домінуюче становище на ринку. Оскільки ринок страхових послуг характеризується особливою структурою надання послуг, доцільно було б знизити граничну частку, починаючи з якої страхова компанія визнавалася б такою, що займає домінуюче

¹⁹ Див.: Ринок страхування: тенденції та проблеми // Персонал. — 2007. — № 1. — С. 30—35.

²⁰ Страховий ринок України: стан та перспективи розвитку / За заг. ред. А.А. Мазаракі. — К.: КНТЕУ, 2007. — С. 82.

²¹ Фурман В.М. Зазнач. праця. — С. 68.

становище на ринку. Законодавство окремих країн (зокрема, Російської Федерації²²) передбачає менше граничне значення для страхових компаній при визначенні домінуючого становища на ринку.

Слід зазначити, що законодавство про захист конкуренції ЄС та України, не містить, зокрема, граничного значення частки суб'єкта господарювання, нижче якого домінування такого суб'єкта господарювання не може бути встановлено ані судом, ані антимонопольним органом (нижня межа домінування). У практиці, наприклад, Великобританії домінуючими на одному товарному ринку можуть бути визнані два суб'єкта господарювання, загальна частка яких перевищує 25 % відповідного товарного ринку²³. Встановлення нижньої межі домінування на товарних ринках і на ринку страхових послуг, на нашу думку, зробить можливими аналіз і виявлення монопольних тенденцій на ринках з олігопольною структурою, тобто домінування обмеженої кількості найбільших компаній, пов'язане з обмеженням конкуренції. Наприклад, конкурентним законодавством Росії передбачено нижню межу домінування суб'єкта господарювання в розмірі 8 %²⁴. На наш погляд, додатковим чинником, який обумовлює домінування відносно невеликих суб'єктів господарювання, є високий ступінь сегментації олігопольного ринку (що характерно і для ринку страхових послуг) і пов'язані з ним значні витрати у разі зміни продавця.

Можна вважати, що негативний вплив на розвиток конкурентного середовища на ринку страхових послуг, насамперед, справляють недосконалі законодавча база, адміністративні обмеження конкуренції на ринку, неналежний рівень поінформованості про ринок, відсутність усвідомленої потенційними клієнтами потреби у страхуванні, низька платоспроможність населення та підприємств. Реалізація конкурентної політики на ринку страхових послуг України повинна бути спрямована на сприяння процесам злиття малих і середніх страхових компаній, підвищення вимог до мінімального статутного фонду страхових компаній, що, у свою чергу, приводитиме до зменшення кількості страхових компаній та очищення ринку страхових послуг від неконкурентоспроможних страхових установ.

²² Федеральный закон Российской Федерации “О защите конкуренции” от 8 июля 2006 года. — <http://www.fas.gov.ru/law/law.shtml>.

²³ Пояснительная записка к Федеральному закону Российской Федерации “О защите конкуренции”. — <http://www.fas.gov.ru/competition/443.shtml?print>.

²⁴ Там само.