



Отримано: 31 серпня 2018 р.

Прорецензовано: 10 вересня 2018 р.

Прийнято до друку: 17 вересня 2018 р.

e-mail: olha.kryvytska@oa.edu.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2018-10(38)-85-92

Кривицька О. Р. Оцінка конкурентної позиції компанії зі страхування життя на страховому ринку України. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, вересень 2018. № 10(38). С. 85–92.

УДК: 368.032:368.91:

JEL-класифікація: G22

Кривицька Ольга Романівна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту, Національний університет «Острозька академія»

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

У статті досліджено підходи до визначення рівня конкуренції на ринку страхування життя залежно від видів зацікавлених осіб. Здійснено оцінку рівня конкуренції з позицій контролюючих органів і встановлено, що вітчизняний ринок страхування життя не є концентрованим. Компаніям зі страхування життя запропоновано визначати свою конкурентну позицію на основі рейтингової оцінки за такими показниками як сума страхових премій, обсяги активів страховиків, величина власного капіталу, інвестиційний дохід, обсяг сформованих страхових резервів і страхові виплати. Рекомендовано застосовувати модель рейтингового оцінювання, в основі якої покладено мультиплікативний підхід. Визначено трійку лідерів ринку страхування життя в Україні: «ТАС», «Граве Україна страхування життя» та «Метлайф».

Ключові слова: конкуренція, компанія зі страхування життя, ринок страхування життя, монополізація, рейтингова оцінка.

Кривицкая Ольга Романовна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, учета и аудита,
Национальный университет «Острожская академия»

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ КОМПАНИЙ ПО СТРАХОВАНИЮ ЖИЗНИ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ УКРАИНЫ

В статье исследованы подходы к определению уровня конкуренции на рынке страхования жизни в зависимости от видов заинтересованных лиц. Осуществлена оценка уровня конкуренции с позиций контролирующих органов и установлено, что отечественный рынок страхования жизни не является концентрированным. Предложено свою конкурентную позицию на рынке компаниям по страхованию жизни определять на основе рейтинговой оценки по таким показателям как сумма страховых премий, объемы активов страховщиков, величина собственного капитала, инвестиционный доход, объем сформированных страховых резервов и страховые выплаты. Рекомендуется применять модель рейтинговой оценки, в основе которой лежит мультипликативный подход. Определена тройка лидеров рынка страхования жизни в Украине.

Ключевые слова: конкуренция, компания по страхованию жизни, рынок страхования жизни, монополизация, рейтинговая оценка.

Olha Kryvytska,

PhD, associate professor at the Finance, Accounting and Auditing Department, National University of Ostroh Academy

EVALUATION OF COMPETITIVE POSITION OF LIFE INSURANCE COMPANY ON INSURANCE MARKET OF UKRAINE

The article investigates approaches to determining the level of competition in the life insurance market, depending on the types of interested persons. The author proposes to separate three groups of interested persons - Anti-Monopoly Committee and other regulatory authorities; life insurance companies directly; insurers and potential insurers. Stages of Anti-Monopoly Committee activities concerning determination of the monopolization influence on the level of competition in the life insurance market are described. The market share of life insurance companies in Ukraine is analyzed based on gross insurance premiums. It is determined that life insurance market is characterized by instability in the maintenance of leadership positions among companies operating on it. The author proves the absence of monopolization in the life insurance market of Ukraine. The analysis of market's monopolization influence on competition restriction bases on Herfindahl-Hirschman index.

An estimation of the competition level from the position of the controlling institutions was made, and it was found that the internal life insurance market is not concentrated. It is proposed for companies to determine competitive position in the life insurance market on the basis of ranking score which depends on such indicators as the amount of bonding premiums, the volume of assets of insurers, the amount of equity capital, the investment income, the volume of formed insurance reserves and insurance payments.

It is recommended to use a rating model, based on a multiplicative approach.

Concerning the insurance companies interested in determining their strategic priorities for further development, improving of competitive position on the market and improving of their rating position, it is recommended to use the model of rating assessment which is based on a multiplicative approach. The emphasis is put on the fact that for life insurance companies an important indicator of effective functioning is the level of competitiveness in the insurance market. In the proposed model, the value of such level is expressed in terms of the weight factor k_i , which is the weighed average geometric ratio of the market share of the investigated company x_{ij} for this type of services to the share of the company which is a leader on the market, and occupies the largest share of the market for the implementation of these services in relation to each indicator.

Three leaders of the life insurance market in Ukraine are identified: «TAS», «Grave Ukraine Life Insurance» and «Metlife».

Key words: competition, life insurance company, insurance market, monopolization, ranking score.

Постановка проблеми. Важливе значення для розвитку страхування життя в Україні має результативність діяльності компаній страхування життя. У цьому контексті важливим постає не просто здатність компанії переконати потенційного страхувальника у своїй привабливості для нього (колом можливих варіантів договорів страхування), а й показати, що вона займає провідну позицію на ринку страхування життя і є надійною для нього в довгостроковій перспективі.

Це загострює суперництво та конкурентну боротьбу між страховими компаніями за збереження або покращення ринкової позиції, підвищення якості страхових послуг і збільшення конкурентних переваг. Дослідження конкурентної позиції на ринку страхування життя має важливе значення для таких основних суб'єктів ринку як страховик, страхувальник і застрахований, а також і для потенційних страхувальників – осіб, що прийняли позитивне рішення щодо страхування життя, а відтак, їм залишилося лише вибрати компанію.

До того ж, проблематика забезпечення належного рівня конкуренції та дотримання добросовісної конкуренції регулюється на загальнодержавному рівні. Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» у частині, що стосується «... недопущення обмеження конкуренції на ринках фінансових послуг...», зобов'язано фінансові установи «...здійснювати свою діяльність з урахуванням вимог законодавства про захист економічної конкуренції та законодавства про захист від недобросовісної конкуренції...» [1].

Законом України «Про захист економічної конкуренції» визначено конкуренцію як змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття, завдяки власним досягненням, переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [2].

Втім, основним нормативним актом, яким регулюється діяльність усього страхового ринку, а також страхування життя, а саме Законом України «Про страхування» статтею 42 зазначено, що держава гарантує дотримання ... умов вільної конкуренції у здійсненні страхової діяльності» [3]. Водночас у інших нормативних актах поняття «вільна конкуренція» не використовується, а йдеться про «добросовісну конкуренцію». Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» визначено недобросовісну конкуренцію як дії конкурентів, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності. Також надано право суб'єктам господарювання розробляти правила професійної етики в конкуренції для відповідних сфер господарської діяльності, для певних галузей економіки, але з обумовленням, що вони мають бути погоджені Антимонопольним комітетом України в установленому порядку...» [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняних наукових колах сутність конкуренції, конкурентної позиції, рівень конкуренції досліджували такі вчені: Ю. Б. Баглюк, Н. І. Налукова, О. О. Гаманкова, О. Б. Пономарьова, А. В. Перетятко, С. С. Дегтярьова, Л. В. Шірінян та інші.

Те, що дослідження конкуренції на страховому ринку є архіважливим і для страхувальників, і для страховиків, і для держави загалом не викликає сумнівів. Проте актуалізується питання критеріїв та показників, за якими її досліджувати.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є визначення теоретичних підходів і здійснення оцінки наявного рівня конкуренції на ринку страхування життя в Україні з погляду контролюючих органів і самих компаній. Завдання дослідження полягають у обґрунтуванні методик і здійсненні оцінки конкурентної позиції на макро- та макрорівнях.

Виклад основного матеріалу. Визначаючи конкуренцію на ринку страхових послуг як суперництво страхових компаній і брокерів за залучення клієнтів, мобілізацію грошових коштів до страхових фондів, вигідне їх інвестування та досягнення високих фінансових результатів, Ю. Б. Баглюк пропонує рівень конкуренції на страховому ринку визначати, передусім, концентрацією страхового капіталу (страхових премій) ...» [5, с. 72].

Н. І. Налукова слушно зауважує, що конкуренція є запорукою успішного розвитку страхового ринку та пропонує аналітичну оцінку рівня конкуренції на страховому ринку проводити за допомогою таких

показників, як коефіцієнт монополізації ринку (ринкової концентрації, CR) та коефіцієнт Герфіндаля-Гіршмана (ринкової конкуренції, ІНН)...» [6, с. 105].

Підтримують доцільність застосування коефіцієнта ринкової концентрації (монополізації) та коефіцієнта ринкової конкуренції для дослідження рівня конкуренції та монополізації страхового ринку такі науковці: О. О. Гаманкова [7, с. 36], О. Б. Пономарьова, А. В. Перетятко, С. С. Дегтярьова [8, с. 844].

У цьому контексті необхідно розрізнити різні підходи до визначення комплексної оцінки рівня конкуренції. Виокремлення підходів має залежати від того, на кого спрямовані результати оцінки, або хто зацікавлений у результатах цієї оцінки. З огляду на це, всіх зацікавлених у дослідженні рівня конкуренції на ринку страхування життя згруповано у три види:

1. Антимонопольний комітет та інші контролюючі органи, що регулюють конкурентну ситуацію на ринку з метою забезпечення добросовісної конкуренції та своєчасно протидіяти монополізації ринку.

2. Компанії зі страхування життя – постійний моніторинг своєї конкурентної позиції на ринку дозволить їм своєчасно виявити мінімальні загрози, які можуть виникати з боку інших компаній-конкурентів, що забезпечить ухвалення оперативних рішень щодо їх локалізації та недопущення.

3. Страхувальники та потенційні страхувальники – фізичні особи, обираючи компанію для страхування життя та укладаючи з нею договір, цікавляться переважно надійністю компанії. Під надійністю кожна особа вбачає певний спектр критеріїв, але здебільшого вони зводяться до того, щоб запевнити себе в тому, що через 10–15–20 років вони зможуть отримати вкладені кошти та додатковий інвестиційний дохід.

Досліджуючи діяльність Антимонопольного комітету з позиції аналізу рівня конкуренції на страховому ринку загалом і страхування життя зокрема, варто вказати на брак єдиної методики такого аналізу. У 2002 році, на виконання статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції», Антимонопольним комітетом видано розпорядження «Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку» [9].

Подальша діяльність комітету звелася лише до розробки та затвердження «Рекомендаційних роз'яснень щодо порядку застосування частини першої статті 25 Закону України «Про захист економічної конкуренції» (щодо оцінки горизонтальних концентрацій)», затвердженого 27 грудня 2016 р. за №49-рр [10]. Згідно з цими рекомендаціями алгоритм діяльності Антимонопольного комітету щодо визначення впливу монополізації на рівень конкуренції на ринку страхування життя виглядає так (таблиця 1):

Таблиця 1

Етапи діяльності Антимонопольного комітету щодо визначення впливу монополізації на рівень конкуренції на ринку страхування життя*

Етап	Мета	Характеристика
1	Визначення ринкової структури	розрахунок ринкових часток компаній зі страхування життя (ПВ) за показником обсягу зібраних валових страхових премій (СП): $ПВ_i = \frac{СП_i}{СП} * 100$
2	Формування рейтингового списку компаній	побудова хронологічного ряду компаній зі страхування життя від максимальної до мінімальної частки на ринку
3	Визначення передумов монопольного становища	а) частка першої компанії $\geq 35\%$; б) сукупна частка перших 3-х компаній $\geq 50\%$; в) сукупна частка перших 5-ти компаній хронологічного рядку $\geq 70\%$
4	Висновок щодо монополізації ринку	а) монополізації немає; б) монополізація ринку 1-єю компанією; в) монополізація ринку 3-ма компаніями; г) монополізація ринку 5-ма компаніями.
5	Визначення впливу монополізації ринку на обмеження конкуренції	обрахунок індексу Герфіндаля-Гіршмана (ІНН) $ІНН = \sum_{i=1}^n (ПВ_i)^2$
6	Висновок щодо рівня конкуренції	а) $ІНН < 1000$ – ринок не концентрований – обмеження конкуренції мало імовірно – рівень конкуренції є високим; б) $1000 < ІНН < 2000$ – ринок помірно концентрований – конкуренція є слабкою; в) $2000 < ІНН < 4000$ – ринок висококонцентрований – помірна монополізація – конкуренція нерозвинена; г) $4000 < ІНН < 10000$ – ринок має надвисоку концентрацію – конкуренція немає.

*Складено автором на основі [10].

Для визначення впливу монополізації на рівень конкуренції в практичній площині, доцільно дотримуватися запропонованого алгоритму дій. Виходячи із вищезазначеного, в таблиці 2 наведено ринкові частки компаній зі страхування життя за обсягом зібраних страхових премій на ринку. До уваги взято не

всі компанії, а лише перші 12, які у 2016 році були основними гравцями ринку. Результативність діяльності інших компаній щодо обсягів зібраних страхових премій була менше 0,07%, що не має суттєвого впливу на структуру ринку.

Таблиця 2

Ринкова частка компаній зі страхування життя за обсягом валових страхових премій в Україні за 2012–2016 рр.*

№ з/п	Компанії зі страхування життя	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1	Граве Україна страхування життя	8,42	6,12	7,97	9,86	9,16
2	Метлайф	6,37	12,18	14,78	19,05	22,53
3	ТАС	7,58	5,89	9,70	11,78	10,37
4	Уніка життя	12,15	15,06	17,96	11,98	10,15
5	PZU Україна страхування життя	5,35	4,84	7,14	8,13	8,69
6	АСКА-життя	12,51	14,07	8,49	6,42	6,56
7	Класік страхування життя	0,48	0,29	0,71	2,34	3,19
8	Княжа лайф	1,67	1,66	2,22	3,38	3,11
9	КД-життя	0,93	0,71	0,87	1,11	0,89
10	Теком-життя	0,14	0,09	0,08	0,08	0,07
11	АХА страхування життя	0,04	0,10	0,18	0,49	1,44
12	ІНГО Україна життя	0,13	0,27	0,46	0,51	0,69
13	Інші компанії зі страхування життя	44,22	38,71	29,42	24,88	23,15
	Усього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

*Складено автором за даними 11.

Проведений аналіз структури ринку страхування життя характеризується нестабільністю в утриманні лідерських позицій серед компаній, що діють на цьому ринку. Якщо у 2012 р. «АСКА-життя» збирала 12,51% валових страхових премій усього ринку, то вже у 2015 р. її частка зменшилася вдвічі.

На початок досліджуваного періоду другу позицію займала «Уніка життя», її частка становила 12,15% і саме ця компанія стала лідером зі збору валових страхових премій у 2013 р. та 2014 р. і з частками 15,06% і 17,96% відповідно. Але у 2013 р. досить потужну роботу із потенційними страхувальниками почала проводити компанія «Метлайф». Як результат – удвічі збільшилася частка на ринку з подальшим стабільним нарощенням частки у 2014 р. та у 2015 р., що в кінцевому підсумку вивело цю компанію в 2016 р. у лідери на ринку страхування життя по збору валових страхових премій із часткою у 22,53%.

Результативними також можна вважати діяльність таких компаній: «Граве Україна страхування життя» та «PZU Україна страхування життя». Ці компанії у структурі валових страхових премій у 2016 році впритул наблизилися до 10% значення.

Варто також відзначити прорив у діяльності такої компанії як «Класік страхування життя». Ця компанія не має значної частки у структурі ринку, проте вона показує позитивну динаміку: її частка у валових зборах страхових премій у 2012 р. становила 0,48%, у 2014 р. – 0,71%, а вже у 2015 р. – 2,34% і 3,19% у 2016 р. Хоча конкурувати із трійкою лідерів вона поки що не може, проте динаміка досить оптимістична на найближчі роки.

Із метою визначення монопольного становища на ринку та на основі даних таблиці 2 побудовано хронологічний ряд компаній зі страхування життя та визначено нагромаджені частки (таблиця 3).

Аналізуючи передумови монопольного становища за даними таблиці 3, слід констатувати кардинально протилежну картину у 2012 р. і 2016 р. У 2012 р. на ринку страхування життя повністю не було монополізації та жодних передумов до монополізації. Оскільки найбільшу частку займала «АСКА життя» – 12,51%, що є меншим 35% на 22,49%. Нагромаджена частка перших трьох компаній становила в 2012 р. 33,09%, що на 16,91% є меншою від 50%. Якщо сукупна частка перших п'яти компаній має бути більшою 70%, щоб ринку загрожувала монополізація п'ятьма компаніями, то у 2012 р. нагромаджена частка в обсягах зібраних валових страхових премій першою п'ятіркою компаній становила 47,04%.

У 2016 р. на ринку страхування життя ситуація складалася так, що ознаки монополізації почали досить чітко простежуватися на ньому. Якщо монополізація однією компанією ринку можна сказати не загрожує, то монополізація першою трійкою компаній – це справа одного-двох років його функціонування. Якщо у 2012 р. нагромаджена частка перших трьох компаній становила 33,09%, то у 2016 р. ця частка становить уже 43,05%, що на 6,95% менше критичної позначки в 50%. Якщо у 2016 р. ще витримується норма монополізація п'ятьма компаніями більше 70%, то тут варто звернути увагу, що цю норму закривають перші сім компаній і з 49, що функціонують на ринку. Такий стан справ

є потенційною загрозою монополізації ринку як першими трьома, так і першими п'ятьма компаніями, це лише справа часу.

Таблиця 3

**Хронологічні ряди та нагромаджені частки компаній зі страхування життя
за обсягом валових страхових премій в Україні у 2012 і 2016 рр.**

№ з/п	2012 р.			№ з/п	2016 р.		
	Компанії зі страхування життя	Частка, %	Нагромаджена частка, %		Компанії зі страхування життя	Частка, %	Нагромаджена частка, %
1	АСКА-життя	12,51	12,51	1	Метлайф	22,53	22,53
2	Уніка життя	12,15	24,67	2	ТАС	10,37	32,90
3	Граве Україна страхування життя	8,42	33,09	3	Уніка життя	10,15	43,05
4	ТАС	7,58	40,67	4	Граве Україна страхування життя	9,16	52,22
5	Метлайф	6,37	47,04	5	PZU Україна страхування життя	8,69	60,91
6	PZU Україна страхування життя	5,35	52,39	6	АСКА-життя	6,56	67,47
7	Княжа лайф	1,67	54,05	7	Класік страхування життя	3,19	70,65
8	КД-життя	0,93	54,99	8	Княжа лайф	3,11	73,77
9	Класік страхування життя	0,48	55,46	9	АХА страхування життя	1,44	75,21
10	Теком-життя	0,14	55,61	10	КД-життя	0,89	76,10
11	ІНГО Україна життя	0,13	55,74	11	ІНГО Україна життя	0,69	76,79
12	АХА страхування життя	0,04	55,78	12	Теком-життя	0,07	76,85
	100,00		100,00
	Усього	100,0			Всього	100,0	

Оскільки отримані показники вказують на відсутність монополізації на ринку страхування життя протягом досліджуваного періоду, проте доцільно здійснювати аналіз впливу монополізації ринку на обмеження конкуренції у 2016 р. на основі показника Герфіндала-Гіршмана.

Для наших даних (таблиця 3):

$$\begin{aligned}
 \text{ІНН}_{2016} &= 22,53^2 + 10,37^2 + 10,15^2 + 9,16^2 + 8,69^2 + 6,56^2 + 3,19^2 + 3,11^2 + 1,44^2 + \\
 &+ 0,89^2 + 0,69^2 + 0,07^2 = 943,8105 \quad (1)
 \end{aligned}$$

Оскільки $\text{ІНН} \leq 1000$, то ринок є не концентрованим – обмеження конкуренції мало ймовірне – рівень конкуренції є високим, однак значення показника максимально наближається до нормативного значення.

Досліджуючи рівень конкуренції на ринку самими страховиками, слід акцентувати увагу, насамперед, на аналізі рівня капіталізації та капіталізації компаній-конкурентів оскільки збільшення капіталізації свідчить про зміцнення позицій страхової компанії [12, с. 271].

Одним із найпростіших способів визначити свою конкурентну позицію на ринку є аналіз рейтингової оцінки інших компаній, що діють на ринку за такими показниками: сума страхових премій; обсяги активів страховиків; величина власного капіталу; інвестиційний дохід; обсяг сформованих страхових резервів і страхові виплати. Свого часу з цією метою Ю. Б. Баглюк запропонувала методичку, за якою кожному показнику страхової компанії відведено місце або ранг: найкращому – перше місце, найгіршому – останнє. Ранги визначено за всіма показниками кожного страховика. Найвищий рейтинг виявлено для страхової компанії з найменшою сумою рангів, за якими виконано оцінку, останнє місце (ранг) посідає компанія з найбільшою їх сумою [5, с. 72].

Отримані результати наведено в таблиці 4.

**Рейтингова оцінка компаній зі страхування життя в Україні
у 2016 році методом сумування рейтингів***

Компанія зі страхування життя	Страхові премії, тис. грн	Рейтинг	Активи, тис. грн	Рейтинг	Власний капітал, тис. грн	Рейтинг	Страхові резерви, тис. грн	Рейтинг	Страхові виплати, тис. грн	Рейтинг	Сума рейтингів
Граве Україна страхування життя	252581	4	2497681	1	207772	3	2240218	1	87111	1	10
Метлайф	621024	1	1849236	2	212329	2	1473461	2	66429	3	10
ТАС	285857	2	1632684	3	132867	4	1451795	3	71748	2	14
Уніка життя	279659	3	891777	4	417284	1	458781	5	8661	7	20
PZU Україна страхування життя	239521	5	650239	5	88761	5	532890	4	53581	4	23
Княжа лайф	85799	8	327235	6	48082	8	270760	6	6418	8	36
АСКА-життя	180837	6	213209	7	59780	6	141653	7	32738	5	31
КД-життя	24442	10	179293	8	41251	9	135552	8	1184	10	45
Класік страхування життя	87836	7	94799	9	39468	10	47847	9	201	12	47
Теком-життя	1841	12	68756	10	50698	7	16776	10	1892	9	48
АХА страхування життя	39778	9	48318	11	36416	11	7959	12	328	11	54
ІНГО Україна життя	19024	11	48254	12	28062	12	12236	11	9721	6	52

*Складено автор за даними 11.

Згідно із даними таблиці лідерську позицію серед рейтингів компаній зі страхування життя у 2016 році поділили дві компанії: Граве Україна страхування життя та Метлайф. Практично наближається до них і страхова компанія ТАС.

Застосовувати такий спосіб дослідження рейтингів компаній зі страхування життя доцільно лише для потенційних страховальників, у яких сформувалося бажання укласти договір страхування життя і вони розпочали досліджувати суб'єктний склад страхового ринку. Для ознайомлення із загальним станом діяльності компаній у конкретний період – цього не достатньо.

Основний недолік зазначеної методики в тому, що вона має ефект «фото-кадра», тобто відображає певний результат у певний момент часу і не відображає узагальненого результату аналізу причинно-наслідкових зв'язків між загальним і складовими елементами. Тому для страхових компаній, які зацікавлені у визначенні стратегічних пріоритетів свого подальшого розвитку, покращенні конкурентної позиції на ринку та підвищенні своєї рейтингової позиції рекомендовано застосовувати модель рейтингового оцінювання, в основі якої – мультиплікативний підхід.

Формалізований вигляд моделі описує формула:

$$R_j = \prod_{i=1}^n (1 - \widetilde{f}_{ij})^{k_i}, j = 1, \dots, m, \quad (1)$$

де – інтегрований рейтинговий показник оцінки j -ої страхової компанії; \widetilde{f}_{ij} – нормовані значення i -ого деталізованого середньозваженого показника оцінки функціонування компанії зі страхування життя; k_i – ваговий коефіцієнт впливу i -ого показника функціонування компанії на рівень її рейтингу.

Розрахунок величини \widetilde{f}_{ij} здійснюється через визначення зваженого середньгеометричного значення показника f_{ij} та нормування його відповідно до умови максимізації i -го показника.

Для компаній зі страхування життя важливим показником ефективного функціонування є рівень конкурентоздатності на страховому ринку. В запропонованій моделі значення такого рівня виражається через ваговий коефіцієнт k_i , який є зваженим середньгеометричним відношення частки ринку досліджуваної компанії x_{ij} щодо такого виду послуг до частки компанії x_{ij}^{max} що є фаворитом на ринку, тобто займає найбільшу частку ринку з реалізації цих послуг щодо кожного показника. З урахуванням цього модель набуває такого виду:

$$R_j = \prod_{i=1}^n (1 - \widetilde{f}_{ij})^{\frac{x_{ij}}{x_{ij}^{max}}}, j = 1, \dots, m, \quad (2)$$

Розраховані значення інтегрального рейтингового показника R_j страхової компанії належать проміжку $[0,1]$. Чим ближче значення наближається до нуля, тим вищим є рейтинг досліджуваної компанії.

Переводячи зазначену модель у практичну площину, доцільно акцентувати на тому, що ефективність і достовірність кінцевого результату буде залежати, передусім, від того, на основі яких показників будуть робитися висновки про рейтингову оцінку компанії зі страхування життя. З цього погляду рекомендовано досліджувати рейтингову позицію на основі таких показників: власний капітал; активи; інвестиційний дохід; страхові виплати; страхові премії та страхові резерви. Ці показники всебічно відображають основні результати діяльності страхової компанії.

Застосовуючи зазначену методику, середньозважений рейтинг компаній, на основі запропонованих показників, можливо здійснювати і за певний рік, і за певний період.

Для визначення середньозваженого рейтингу за 2016 рік скористаємося даними таблиці 5.

Таблиця 5

Вихідні дані для визначення середньозваженого рейтингу компаній зі страхування життя в Україні за 2016 рік*

Компанія зі страхування життя	Власний капітал, тис. грн	Активи, тис. грн	Інвестиційний дохід, тис. грн	Страхові виплати, тис. грн	Страхові премії, тис. грн	Страхові резерви, тис. грн
Граве Україна страхування життя	207 772	2 497 681	155 939	8 711	252 581	2 240 218
Метлайф	212 329	1 849 236	171 527	66 429	621 024	1 473 461
ТАС	132 867	1 632 684	122 636	71 748	285 857	1 451 795
Уніка життя	417 284	891 777	23 694	8 661	279 659	458 781
PZU Україна страхування життя	88 761	650 239	54 390	53 581	239 521	532 890
АСКА-життя	59 780	213 209	16 775	32 738	180 837	141 653
Класік страхування життя	39 468	94 799	4 138	201	87 836	47 847
Княжа лайф	48 082	327 235	17 866	6 418	85 799	270 760
КД-життя	41 251	179 293	13 111	1 184	24 442	135 552
Теком-життя	50 698	68 756	1 761	1 892	1 841	16 776
АХА страхування життя	36 416	48 318	521	328	39 778	7 959
ІНГО Україна життя	28 062	48 254	629	9 721	19 024	12 236

*Складено автор за даними [11].

Отримані результати діяльності компаній зі страхування життя, що відображені в таблиці 5, підтверджують лідерські позиції компанії Граве Україна страхування життя у 2016 році в Україні за такими показниками як активи та страхові резерви. Компанія Метлайф лідирувала за показником зібраних страхових премій; ТАС була лідером у здійсненні страхових виплат, а Уніка життя володіла найбільшим розміром власного капіталу серед усіх страховиків, що здійснювали у 2016 році діяльність у сфері страхування життя.

Проте за наведеними даними важко визначити абсолютного лідера ринку, тому визначено середньозважений рейтинг компанії на основі запропонованої вище моделі. За результатами моделювання середньозважений рейтинг страхових компаній на ринку страхування життя у 2016 році в Україні має такий вигляд (таблиця 6):

Таблиця 6

Результати моделювання середньозваженого рейтингу компаній зі страхування життя в Україні у 2016 році

R_j	Місце	Назва компанії	R_j	Місце	Назва компанії
0,10	1	ТАС	0,81	7	КД-життя
0,16	2	Метлайф	0,90	8	ІНГО Україна життя
0,17	3	Граве Україна страхування життя	0,92	9	Теком-життя
0,43	4	PZU Україна страхування життя	0,93	10	Княжа лайф
0,44	5	Уніка життя	0,94	11	АХА страхування життя
0,52	6	АСКА-життя	0,94	12	Класік страхування життя

Відображені результати показують, що трійку лідерів у здійсненні страхування життя у 2016 році в Україні формують три компанії: Граве Україна страхування життя; Метлайф та ТАС із значеннями інтегрального рейтингового показника відповідно 0,17; 0,16 та 0,10. Абсолютним лідером серед них є компанія ТАС.

Для того, щоб з'ясувати чи отримана лідерська позиція є моментним явищем (станом на певний рік), чи все-таки компанія є абсолютним лідером – рекомендовано визначити інтегральний рейтинговий по-

казник на основі результатів діяльності протягом певного періоду, наприклад, останні п'ять років (2012 – 2016 рр.).

Проведене дослідження рейтингових позицій компаній зі страхування життя за шістьма основними показниками (таблиця 5) дає можливість зробити висновок, що на ринку є сформована трійка лідерів, але за різним показником – домінуючі позиції серед лідерів кардинально змінювалися.

Застосовуючи модель рейтингового оцінювання, в основу якої покладено мультиплікативний підхід для досліджуваних компаній зі страхування обраховано інтегральний показник середньозваженого їх рейтингу на основі показників власного капіталу, активів, інвестиційного доходу, страхових виплат, страхових премій і страхових резервів за останні 5 років. Результати наведено в таблиці 7.

Таблиця 7

Інтегральний показник середньозваженого рейтингу компаній зі страхування життя в Україні за 2012–2016 рр.

R_j	Місце	Назва компанії	R_j	Місце	Назва компанії
0,13	1	ТАС	0,78	7	КД-ЖИТТЯ
0,21	2	ГРАВЕ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	0,81	8	КЛАСІК СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ
0,27	3	МЕТЛАЙФ	0,86	9	КНЯЖА ЛАЙФ
0,39	4	УНІКА ЖИТТЯ	0,89	10	ТЕКОМ-ЖИТТЯ
0,47	5	АСКА-ЖИТТЯ	0,91	11	ІНГО УКРАЇНА ЖИТТЯ
0,47	6	PZU УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	0,96	12	АХА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

Отримані результати за 5 років підтверджують практично не значну похибку відхилення від даних за 2016 рік. Абсолютну лідерську позицію на ринку займає компанія «ТАС», близько з нею ідуть «Граве Україна страхування життя» та «Метлайф».

Висновки. Отже, оцінку конкурентної позиції на ринку страхування життя доцільно проводити як на макрорівні – рівні контролюючих органів, так і на мікрорівні – рівні самих компаній зі страхування життя.

Досліджуючи конкурентну ситуацію на рівні контролюючих органів, метою яких є забезпечення добросовісної конкуренції та своєчасна протидія монополізації вітчизняного ринку страхування життя, було встановлено, що в Україні досить високий рівень конкуренції.

Проаналізовано конкурентну позицію провідних компаній зі страхування життя та встановлено, що в Україні визначилась трійка лідерів: ТАС, Метлайф та Граве Україна страхування життя. На сьогодні вони не є монополістами ринку, але темпи з якими вони нарощують обсяги своєї діяльності за такими основними показниками як власний капітал, активи, інвестиційний дохід, страхові виплати, страхові премії, страхові резерви дають підстави стверджувати, що в найближчих два-три роки ці компанії можуть стати абсолютними монополістами ринку. Підтвердженням цього і є значення індексу Герфіндаля-Гіршмана, яке критично наблизилося до нормативного.

Література:

1. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг». URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2664-14/page>.
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
3. Закон України «Про Страхування». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
4. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/236/96>.
5. Баглюк Ю. Б. Страхувальний ринок України: капіталізація й конкуренція. *Фінанси України*. 2012. № 4. С. 67–75.
6. Налукова Н. І. Конкуренція як запорука успішного розвитку страхового ринку. *Світ фінансів*. 2016. № 3(48). С. 102–112.
7. Гаманкова О. О. Ринок страхових послуг України: сутність, тенденції та шляхи розвитку : автореф. дис. ... докт. екон. наук: 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит / ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». Київ, 2010.
8. Пономарьова О. Б., Перетяцько А. В., Дегтярьова С. С. Аналіз конкурентоспроможності страхових компаній України. *Молодий вчений*. 2016. № 12(39). С. 843–846.
9. Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення монополічного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку». URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02>.
10. Рекомендаційні роз'яснення щодо порядку застосування частини першої статті 25 Закону України «Про захист економічної конкуренції» (щодо оцінки горизонтальних концентрацій). URL : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=132319&schema=main>.
11. Рейтинг страхових компаній України. URL : <https://forinsurer.com/ratings/life/16/12/6> (дата звернення 26.01.2018 р.)
12. Внукова Н. М., Временко Л. С., Успенко С. І. Страхування: теорія та практика: уавч. посіб. Х.: Бурун Книга, 2009. 656 с.