

ПОНОМАРЬОВАОксана Борисівна
ob-ponomareva@yandex.ua**АЛЕКСЄЄВА**Лідія Олегівна
lida.gag10@gmail.com**ТРИСТАН**Вікторія Романівна
vikatristan8201@gmail.comстарший викладач, Університет
митної справи та фінансівстудент, Університет митної
справи та фінансівстудент, Університет митної
справи та фінансів

УДК 368.1

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ
ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ****COMPETITIVENESS OF INSURANCE COMPANIES IN MODERN CONDITIONS OF ECONOMIC
TRANSFORMATIONS**

Стаття присвячена питанню формування конкурентоспроможності страхових компаній в сучасних умовах економічних перетворень. Проаналізовано сучасний стан страхового ринку України та чинники які формують конкурентне середовище страхових компаній. Досліджено динаміку конкуренції на страховому ринку України. Наведено основні методи формування конкурентних переваг.

Статья посвящена вопросу формирования конкурентоспособности страховых компаний в современных условиях экономических преобразований. Проанализировано современное состояние страхового рынка Украины и факторы которые формируют конкурентную среду страховых компаний. Исследована динамика конкуренции на страховом рынке Украины. Приведены основные методы формирования конкурентных преимуществ.

The article is devoted to the issue of forming the competitiveness of insurance companies in modern conditions of economic transformations. The current state of the Ukrainian insurance market and factors shaping the competitive environment of insurance companies are analyzed. The dynamics of competition in the insurance market of Ukraine is researched. The basic methods of formation of competitive advantages are presented.

Ключові слова: страховий ринок, страхова компанія, конкуренція, конкурентоспроможність, монополізація

Ключевые слова: страховой рынок, страховая компания, конкуренция, конкурентоспособность, монополизация

Keywords: insurance market, insurance company, competition, competitiveness, monopolization

ВСТУП

Ключовим елементом на ринку фінансових послуг будь-якої країни є страховий ринок. Але для будь-якого ринку властива конкуренція, а для страхових компаній конкурентна боротьба спрямована на досягнення лідируючих позицій в рейтингах. Розширення та збереження клієнтської бази, забезпечення належного захисту та подальша діяльність страхової компанії залежить від ефективності її конкурентної стратегії. Тому першочерговим кроком даного елемента в умовах жорсткої конкуренції дано-го ринку являється точна й обґрунтована оцінка конкурентоспроможності, що дозволяє вибрати стратегію діяльності та визначає шляхи досягнення конкурентних переваг.

Значна увага в наукових колах приділяється питанням конкурентоспроможності та методології управління цим показником на ринку страхових послуг та проблемам конкуренції в сучасних умовах. Ці питання досліджували відомі зарубіжні вчені: Портер, Друкер, Ансофф та багато інших науковців. Щодо конкурентного середовища на страховому ринку України, то є багато робіт таких економістів:

В.З. Бурчевського, О.В. Козьменко, В.Д. Базилевича, М.В. Мниха, К.Г. Воблого. Віддаючи належне суттєвому науковому доробку вчених, варто зазначити, що відсутня загальноприйнята методика оцінки та аналізу конкурентоспроможності страхових компаній, тому це питання потребує подальших досліджень, що посилює актуальність теми.

МЕТА РОБОТИ – дослідження рівня конкурентоспроможності вітчизняних страхових компаній в сучасних умовах економічних перетворень.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань та звітність Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. У процесі дослідження використано загальнонаукові методи аналізу, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Ринок страхових послуг в Україні визначається великою кількістю страхових компаній, де кожна з них зацікавлена в збереженні або покращенні своєї лідируючої позиції на ринку. Для досягнення даної

цілі страхові компанії обирають для себе ефективну стратегію конкурентної боротьби, яка в майбутньому забезпечить їй конкурентоспроможність.

Поняття «конкурентоспроможність» характеризує здатність страхової організації створювати та продавати послуги з деякими перевагами, яких не має в конкурентів та відповідно конкурувати та перемагати на певному ринку в певний проміжок часу. Зрозуміло, що на конкурентне середовище впливають як зовнішні так і внутрішні чинники.

З наведеного вище робимо висновок, що конкурентоспроможність страхової компанії не є постійною характеристикою, вона визначає здатність вести конкурентну боротьбу та протистояти конкурентам лише у певний період часу [5].

Сучасний стан страхового ринку характеризується низьким рівнем попиту, така реакція населення через недовіру в забезпеченні захисту від економічних втрат.

Динаміку кількості страхових компаній на ринку України можна побачити на рис. 1.

Відповідно до рис. 1 можна спостерігати тенденцію зменшення кількості страхових компаній. Наприклад, за чотири з половиною роки кількість СК "non-life" зменшилась на 88, а СК "life" на 26.

Зменшення кількості страхових компаній можна пояснити посиленням контролю з боку Національного комітету фінансових послуг щодо порушення вимог діяльності компаній, що працюють на ринку фінансових послуг. Унаслідок підвищення вимог до діяльності страховиків, обмеженості платоспроможного попиту клієнтів на послуги страхування, можливий подальший вихід із ринку операторів страхових послуг [1].

За даними таблиці 2 найбільші показники валових страхових внесків (премій) у I півріччі 2017 р. – 21 222,8 млн. грн., що на 4 895,8 млн. грн. (≈30%) більше від суми 2016 р. (16 327 млн. грн.). Це викликано зі збільшенням доходів населення та істотним сповільненням інфляції. Обсяг валових виплат в 2017 р. у порівнянні з 2016 р. збільшився на 829,4 млн. грн. (21 %) (див. табл. 2).

Показники валових страхових виплат і чистих страхових виплат у 2017 р. значно зросли, але таку тенденцію не можна вважати позитивною, адже рівень чистих виплат також збільшився, і цей факт негативно впливає на ефективність діяльності страхових компаній. Темп зростання страхових виплат значно перевищують темпи зростання страхових платежів, що є негативним фактором.

Таблиця 1

Чинники які формують конкурентне середовище страхових компаній [складено авторами на основі [5]]

Внутрішні чинники	Зовнішні чинники
1. мережева структура представництв страхових компаній;	1. індекси конкурентоспроможності країни та якості життя;
2. диверсифікація страхових послуг;	2. політична ситуація;
3. співробітництво з іноземними страховими компаніями;	3. рівень інвестиційної привабливості країни;
4. частка страхового ринку, яку займає певна страхова компанія.	4. інноваційний потенціал внутрішнього страхового ринку тощо.

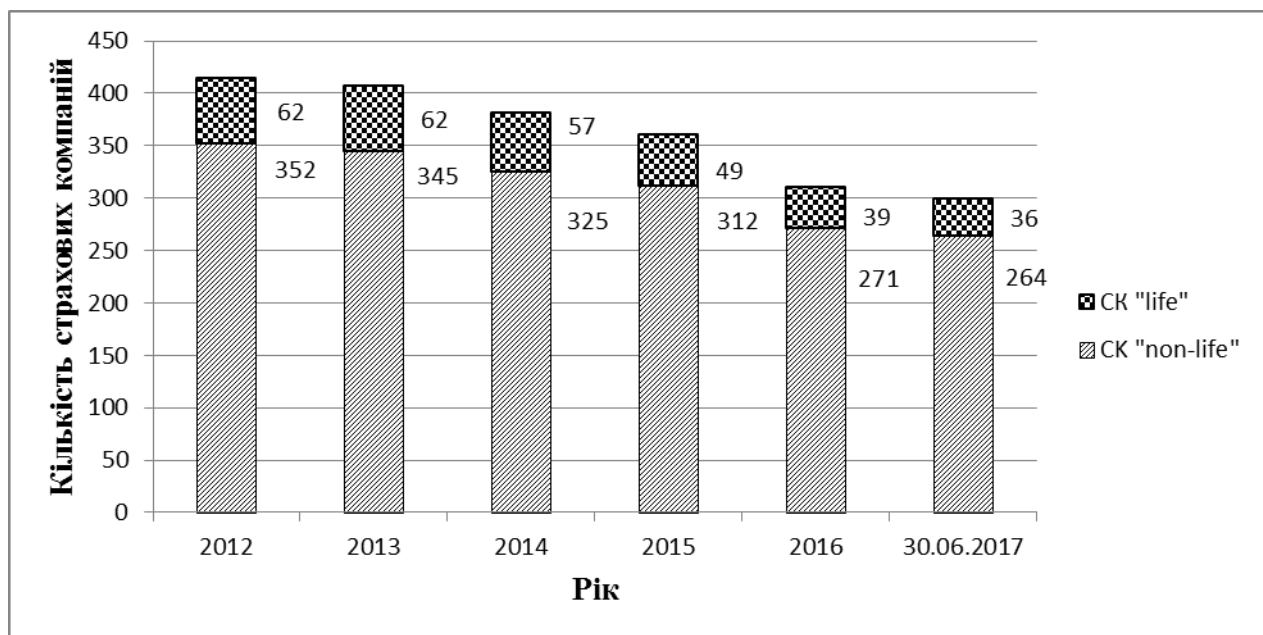


Рис. 1. Динаміка кількості страхових компаній в Україні за період з 2012 р. по 30.06.2017 р. [складено авторами на основі [4, 6]]

Таблиця 2

Страхова діяльність за період 2016-2017 рр. [складено таблицю на основі [4]]

	I півріччя 2016, млн. грн.	I півріччя 2017, млн. грн.	Темпи приросту I півріччя 2017/ I півріччя 2016	
			млн. грн.	%
Валові страхові премії	16 327,0	21 222,8	4 895,8	30,0
Валові страхові виплати	3 954,5	4 783,9	829,4	21,0
Рівень валових виплат, %	24,2%	22,5%	-	-
Чисті страхові премії	12 982,0	13 509,5	527,5	4,1
Чисті страхові виплати	3 771,8	4 614,9	834,1	22,4
Рівень чистих виплат, %	29,1%	34,2%	-	-

Рівень конкуренції та монополізації ринку страхових послуг визначається та оцінюється за допомогою коефіцієнта ринкової концентрації (монополізації) та коефіцієнта ринкової конкуренції.

Концентрацію страхового ринку можна спостерігати у табл. 3. Отже, незважаючи на значну кількість компаній, фактично на страховому ринку основну частку валових страхових премій – 97,9% – акуму-

люють 100 СК "non-Life" (37,9% всіх СК "non-life") та 99,8% – 20 СК "life" (55,5% всіх СК "Life") [4].

Ступінь концентрації страхового ринку можна визначити використовуючи індекс Герфіндаля-Гіршмана (ННІ), який показує вплив великих компаній на стан ринку і визначається як сума квадратів часток усіх компаній, що діють на ринку страхових послуг [3].

Таблиця 3

Концентрація страхового ринку за I півріччя 2017 року [складено авторами на основі [4]]

Перші (TOP)	Страховання «life»		Страховання «non-life»		
	Надходження премій (млн. грн.)	Частка на ринку, %	Надходження премій (млн. грн.)	Частка на ринку, %	Кількість СК, які більше 50% страхових премій отримали від перестраховальників
TOP 3	687,0	55,2	4 623,0	23,1	2
TOP 10	1 179,4	94,7	9 371,6	46,9	5
TOP 20	1 242,2	99,8	13 260,6	66,4	8
TOP 50	1 245,1	100,0	17 644,3	88,3	10
TOP 100	-	-	19 559,1	97,9	14
TOP 150	-	-	19 901,8	99,6	15
Всього по ринку	1 245,1	100,0	19 977,7	100,0	27

Ступінь концентрації страхового ринку можна визначити використовуючи індекс Герфіндаля-Гіршмана (ННІ), який показує вплив великих компаній на стан ринку і визначається як сума квадратів часток усіх компаній, що діють на ринку страхових послуг [3].

Індекс Герфіндаля-Гіршмана на відміну від коефіцієнта концентрації відображає концентрацію бізнесу на певному ринку, а не частку ринку, яка контролюється декількома найбільшими компаніями. Чим вище показник індексу, тим вище концентрація на ринку страхових послуг страхових компаній.

По ринку страхування життя Індекс Герфіндаля – Гіршмана (ННІ) склав 1 425,52 (у I півріччі 2016 р. – 1 037,30), по ринку ризикових видів страхування становив 339,58 (у I півріччі 2016 р. – 309,79). В цілому по страховому ринку Індекс Герфіндаля – Гіршмана склав 305,81 (у I півріччі 2016 р. – 268,63) [4].

Дані свідчать, що в I півріччі 2017 р. на ринку видів страхування інших, ніж страхування життя, мав місце значний рівень конкуренції (ННІ в 3 рази менше 1000), в той час як на ринку страхування життя наявна помірна монополізація [4].

У структурі чистих страхових премій за видами страхування станом на 30.06.2017 найбільша питома вага належить таким видам страхування, як: автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») – 4 626,0 млн. грн. (або 34,2%) (станом на 30.06.2016 даний показник становив 4 142,6 млн. грн. (або 31,9%)); страхування майна – 1 331,2 млн. грн. (9,9%) (станом на 30.06.2016 даний показник становив 1 275,1 млн. грн. (або 9,8%)); медичне страхування (безперервне страхування здоров'я) – 1 306,1 млн. грн. (або 9,7%) (станом на 30.06.2016 – 1 120,2 млн. грн. (або 8,6%)); страхування життя – 1 245,1 млн. грн. (або 9,2%) (станом на 30.06.2016 – 1 312,8 млн. грн. (або 10,1%)); страхування фінансових ризиків – 914,6 млн. грн. (або 6,8%) (станом на 30.06.2016 – 877,1 млн. грн. (або 6,8%)); страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ – 716,4 млн. грн. (або 5,3%) (станом на 30.06.2016 – 800,5 млн. грн. (або 6,2%)); страхування відповідальності перед третіми особами – 622,9 млн. грн. (або 4,6%) (станом на 30.06.2016 – 586,2 млн. грн. (або 4,5%)); авіаційне страхування – 488,8 млн. грн. (або 3,6%) (станом на 30.06.2016 – 343,8 млн. грн. (або 2,6%)); страхування вантажів та багажу – 451,8 млн. грн. (або 3,3%)

(станом на 30.06.2016 – 694,7 млн. грн. (або 5,4%)) [4].

В залежності від кількості отриманих конкурентних переваг, обумовлених як внутрішніми так і зовнішніми факторами, можна визначити наступні конкурентні стратегії страхової компанії:

– стратегія “екстраверт”, використовується частіше компаніями, для яких більшість конкурентних переваг обумовлені зовнішніми чинниками. В рамках даної стратегії виділяються два напрямки в залежності від рівня конкурентоспроможності:

– “екстраверт-адаптація”, застосування даної стратегії є характерним для страхових компаній, рівень конкурентоспроможності яких не перевищує 0,5. Такі компанії акумулюють внутрішні резерви в основному з метою адаптації до умов конкурентного середовища, продиктовані компаніями-лідерами на страховому ринку;

– “активний екстраверт”, характерний для страхових компаній із рівнем конкурентоспроможності не менше 0,5, які постійно слідкують за отриманням будь-якої можливості освоєння та використання інноваційних страхових послуг в рамках конкурентного середовища на страховому ринку з метою отримання додаткових конкурентних переваг;

– стратегія “інтроверт”, використовується частіше компаніями, для яких більшість конкурентних переваг обумовлені внутрішніми чинниками. В рамках даної стратегії виділяються два напрямки в залежності від рівня конкурентоспроможності:

– “інтроверт-лідер”, характерний для страхових компаній із рівнем конкурентоспроможності не менше 0,5, які задовольняють значну частку платоспроможного попиту на страховому ринку і постійно слідкують за отриманням будь-якої можливості освоєння та використання інноваційних страхових послуг в рамках конкурентного середовища на страховому ринку з метою отримання додаткових конкурентних переваг;

– “пасивний інтроверт”, застосування даної стратегії є характерним для страхових компаній, рівень конкурентоспроможності яких не перевищує 0,5. Це в своїй більшості, компанії, які задовольняють значну частку платоспроможного попиту на страховому ринку, мають стійкі позиції і акумулюють внутрішні резерви в основному з метою підтримки свого фінансового стану на постійному рівні;

– стратегія “очікування” або “нейтральної позиції”, використовується частіше компаніями, для яких характерна рівність конкурентних переваг, обумовлених як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. В рамках даної стратегії виділяються два напрямки в залежності від виникнення можливості отримання додаткової конкурентної переваги, що забезпечується зовнішніми чи внутрішніми чинниками:

– “зовнішнє очікування”, використовується страховими компаніями, які готові змінити «нейтральну позицію» в напрямку “екстраверт”, оскільки мають значно сильніші позиції адаптуватися до умов конкурентного середовища, ніж диктувати власні за рахунок нововведень;

– “внутрішнє очікування”, використовується страховими компаніями, які готові змінити «нейтральну

позицію» в напрямку “інтроверт”, оскільки мають наміри посилити конкурентну боротьбу на страховому ринку за рахунок підвищення якості надання страхових послуг чи впровадження інновацій [2].

Таким чином, отримання страховиками найбільшої кількості конкурентних переваг дає змогу сформувати базу забезпечення постійного рівня ефективності, прибутковості та рентабельності діяльності.

ВИСНОВКИ

Сучасна економіка не мислима без конкуренції. Цей показник є ключовим елементом діяльності будь-якого розвинутого ринку. Аналіз розвитку та динаміки щодо кількості компаній свідчить про те, що на «арені страхування» залишаються тільки сильніші. Даючи оцінку концентрації страхового ринку за I півріччя 2017 р., можна зробити висновки про те, що із 36 СК «Life» ТОП 10 займають 94,7% ринку, а із 264 СК «non-Life» ТОП 10 компаній займають майже половину ринку страхових послуг (46,9%).

Наявність конкурентів змушує кожного страховика бути гранично уважним до запитів своїх клієнтів, регулює на страховому ринку кількість компаній, рівень цін та якість послуг, які пропонуються клієнтам, стимулює подальший розвиток ринку. Тому важливо в умовах жорсткої конкуренції даного ринку встановити свої слабкі та сильні сторони, дати точну оцінку своїй конкурентоспроможності та вибрати стратегію діяльності, що визначить шляхи досягнення конкурентних переваг.

Список використаних джерел

1. Ільчук В.П. Проблеми розвитку страхового ринку в Україні [Електронний ресурс] / В.П. Ільчук, В.В. Ануля // Фінансові дослідження. - 2016. - № 1. - С. 76-80. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/find_2016_1_11
2. Кравчук Г.В. Формування конкурентних стратегій страхових компаній на базі конкурентних переваг [Електронний ресурс] / Г.В. Кравчук // Вісник ЖДТУ 2017 №4 (50) - Режим доступу: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/89578/86205>
3. Мошенський С.З. Особливості функціонування страхових компаній на фінансовому ринку України [Текст] / С.З. Мошенський // Страхування. - 2007. - № 9. - С. 23-29.
4. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://nfp.gov.ua/>
5. Пономарьова О.Б. Аналіз конкурентоспроможності страхових компаній України [Електронний ресурс] / О.Б. Пономарьова, А.В. Перетятко, С.С. Дегтярьова // Молодий вчений. - 2016. - № 12. - С. 843-846. - Режим доступу: <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2016/12/202.pdf>
6. Слободянюк Н.О. Стан страхового ринку України на сучасному етапі, проблеми та перспективи його розвитку [Електронний ресурс] / Н.О. Слободянюк, Г.Ю. Прокопчук // Молодий вчений. - 2016. - № 5. - С. 166-170. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_5_45