

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

У статті розглянуто сутність та необхідність конкуренції на страховому ринку. Проаналізовано сучасні підходи до визначення рівня конкуренції та обґрунтовано неможливість на сучасному етапі оцінити рівень конкуренції на страховому ринку України.

Будь-який страховий ринок не може ефективно функціонувати без розвинених форм конкуренції. Конкуренція між страховиками призводить до подальшого розвитку самого страхового ринку, вдосконалення страхових продуктів, підвищення конкурентноздатності страхових компаній тощо. Проте незважаючи на велику кількість страхових компаній, які працюють на вітчизняному ринку, назвати його конкурентним не можна. По-перше, ряд факторів прямо та опосередковано про це свідчить (наприклад, у 2010 році перші 200 страховиків із 389 отримали більше 99 % премій за договорами страхування іншого, ніж страхування життя), по-друге, не має можливості оцінити рівень конкуренції на страховому ринку, оскільки майже відсутня інформація про нього, а також немає відповідного математичного апарату.

Дослідженням конкуренції на вітчизняному страховому ринку займалися вітчизняні вчені Базилович В.Д., Гаманкова О.О., Залетов О.М., Нечипорук Л.В., Фурман В.М., Шумелда Я.П. Більшість з них зосереджували свої дослідження на необхідності ринку страхових послуг, визначенні сутності, перспективах його розвитку. Частково вони розглядали рівень конкуренції на вітчизняному страховому ринку, проте їх дослідження носили епізодичний характер, вони не досліджували проблему визначення конкуренції комплексно.

Ця стаття спрямована на приділення уваги питанню особливостей визначення рівня конкуренції на страховому ринку. Метою є дослідження основних підходів до визначення показників конкуренції, аналіз їх величин та роз-

робка рекомендацій щодо покращення процедури визначення рівня конкуренції на вітчизняному страховому ринку.

На думку Шумелди Я.П., конкуренція на страховому ринку України має значну специфіку і більшість учасників ринку, зокрема страхові компанії, не зацікавлені розкривати реальний стан справ, способи залучення та утримання клієнтів [5]. Якщо самі страховики не зацікавлені в розкритті інформації про ринок для дослідження рівня його конкуренції, то що можна говорити про контролюючі органи, об'єднання страховиків тощо.

У страховій конкурентній стратегії важливо знати та враховувати форми конкуренції з точки зору галузевої приналежності суб'єктів страхового ринку – внутрігалузову та міжгалузову, оскільки кожна з них характеризується специфічними методами реалізації [4, с. 149]. Внутрігалузову конкуренцію можна поділити на предметну та видову. Предметна конкуренція стосується в основному масових та стандартизованих страхових послуг, а видова – всіх інших. Міжгалузова конкуренція має місце між страховиками та іншими фінансово-кредитними організаціями за потенційних споживачів фінансових послуг.

В межах і внутрігалузової, і міжгалузової конкуренції між страховиками виділяють цінову та нецінову конкуренцію. Основу цінової конкуренції складає страховий тариф. За рахунок зменшення тарифів компанія може залучити більше клієнтів, а при їх підвищенні навпаки кількість бажаючих укласти договір страхування значно зменшиться. В Україні даний вид кон-

Андрій Баранов,
к.е.н., доцент
кафедри
страхування
ДВНЗ «Київський
національний
економічний
університет
імені Вадима
Гетьмана»

куренції не набув широкого поширення. Одна з причин значний дефіцит висококваліфікованих кадрів – актуаріїв, які могли б розраховувати тарифи, та багато обов'язкових видів страхування, за якими ціни встановлено відповідними нормативно-правовими актами. Як правило, страхові компанії або підганяють страхові тарифи під відповідні аналоги конкурентів – великих компаній, або встановлюють на основі тарифів, розроблених перестраховиками з певною націнкою.

Цінова конкуренція передбачає зменшення витрат і зниження цін без зміни якості та асортименту страхових послуг, що пропонуються [4, с. 150]. В Україні багато страхових компаній необґрунтовано зменшують страхові тарифи, що впливає на якість надання страхових послуг та недорезервування за прийнятими ризиками. Такі кроки призводять не тільки до неможливості здійснювати страхові виплати, але й до втрати клієнтів з боку страховика та повної недовіри до інституту страхування.

Нецінова конкуренція передбачає розробку нових продуктів та послуг для задоволення тих же потреб, удосконалення продуктів та послуг, дослідження попиту та створення страхових продуктів для задоволення потреб, яких раніше не існувало, надання допоміжних послуг, зміна стратегій маркетингових комунікацій тощо [4, с. 150-151].

На українському страховому ринку величезну роль як важелі конкурентної боротьби відіграють способи продаж, кваліфікація продавців, реклама і популяризація страхування. При цьому необхідно відзначити, що із загальної кількості українських страхових компаній ці методи активно розвивають не більше 50 компаній, які працюють на відкритому ринку [5].

Проведення маркетингових досліджень щодо вивчення конкурентів-страхових компаній має бути спрямовано, насамперед, на формування конкурентоспроможності компанії. Вона має забезпечити переваги страховику при реалізації його страхових послуг.

Конкуренція є невід'ємною частиною розвинутого страхового ринку, тому об'єктивно виникає необхідність у вивченні конкуренції, її рівня та інтенсивності, перспектив конкуренції на певних страхових ринках.

В економічній теорії існує 4 основних показники, що характеризують розмір фірми відносно розмірів ринку [2]:

- частка продажів фірми в ринковому обсязі реалізації;
- частка вартості активів фірми у вартості активів всіх фірм, що діють на ринку;
- частка зайнятих на підприємстві в чисельності зайнятих у виробництві даного продукту;

• частка доданої вартості на підприємстві в сумі доданої вартості всіх виробників, що діють на ринку.

Для потреб ринку страхових послуг доцільно застосовувати перші два показники. На базі цих показників можна розрахувати наступні індикатори:

- коефіцієнт концентрації;
- коефіцієнт Герфіндала-Гіршмана;
- коефіцієнт Лінда;
- коефіцієнт Холла-Тайдмана (коефіцієнт Розенблюта);
- коефіцієнт ентропії;
- коефіцієнт Джинні;
- коефіцієнт варіації;
- коефіцієнти дисперсії логарифмів ринкових часток фірм;
- коефіцієнт відносної концентрації [2].

Незважаючи на те, що наука пропонує аж 9 самостійних індикаторів, які з різних позицій дають можливість проаналізувати та оцінити рівень конкуренції на ринку страхових послуг, вітчизняна практика використовує лише два показники: показник сконцентрованості ринку, який також називають показником монополізації, та показник ринкової конкуренції, більш відомий як індекс Герфіндала-Гіршмана. Основна причина такої ситуації – контролюючий орган, єдиний хто володіє повною інформацією для розрахунків вищезазначених індикаторів, – розраховує тільки 2 перших індикатори. Ці коефіцієнти є найбільш простими в обчисленні та найменш точними для висновків.

Перший показник показує, яку частку ринку займають найбільші підприємства, наприклад, перших 5, 10, 50 і т.д. страхових компаній. Він визначається як сума ринкових часток перших 5, 10, 50 і т.д. страхових компаній на ринку (вимірюється в частках або відсотках). Головний недолік

цього показника – його «нечутливість» до різних варіантів розподілу часток між конкурентами [2]. Наприклад, частка перших 3-х страховиків за обсягами страхових премій становить 36 % при різних розподілах часток: 12-12-12 та 20-10-6.

Показник ринкової конкуренції (індекс Герфіндаля-Гіршмана) складніший, хоча є похідним від показника монополізації. Індекс ринкової конкуренції розраховується як сума квадратів часток усіх компаній, які діють на ринку. Максимальна величина цього показника у відсотках 10000 (100X100, або сто у квадраті), спостерігається при наявності однієї страхової компанії, яка займає весь ринок, найменша – одиниця. Чим менше значення індексу Герфіндаля-Гіршмана, тим більша конкуренція на ринку, і навпаки. Його розмежувальною точкою, як правило, вважають величину в 1000 одиниць. Якщо фактичні показники більші 1000, конкуренція вважається помірною або невисокою, якщо менші – високою. Порівняння

величин цього індексу за відповідні роки дозволяє робити висновок про конкурентні тенденції на ринку. Головний недолік індексу – необхідність наявності повної аналітичної бази про всіх суб'єктів ринку [2].

Обидва ці показники розраховує і публікує Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України (Держфінпослуг), починаючи з 2003 року, окремо для ринків страхування життя та страхування іншого, ніж страхування життя. Значення індексів концентрації ринку та Герфіндаля-Гіршмана наведені в табл. 1 і 2.

Як видно з табл. 1 і 2 процедура розрахунку індексів концентрації ринку та Герфіндаля-Гіршмана Держфінпослуг пройшла певну стадію становлення. З 2003 по 2007 роки контролюючим органом розраховувалося 3 показники: частка перших 3-х, 10-ти страхових компаній по надходженнях страхових премій та індекс Герфіндаля-Гіршмана для компаній, що здійснюють страхування життя, і частка перших 3-х, 50-ти страхових компаній по

Таблиця 1

Динаміка індексів концентрації ринку та Герфіндаля-Гіршмана ринку страхування іншого, ніж страхування життя, України за 2003-2010 рр.*

№ з/п	Показник	Роки							
		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1.	Частка перших 3-х СК по надходженнях страхових премій, %	23,3	22,6	12,5	12,2	12,6		11,2	13,6
2.	Частка перших 10-ти СК по надходженнях страхових премій, %							29,3	33,0
3.	Частка перших 20-ти СК по надходженнях страхових премій, %							49,0	51,1
4.	Частка перших 50-ти СК по надходженнях страхових премій, %	77,7	83,0	75,5	74,7	74,4		75,2	76,6
5.	Частка перших 100-ти СК по надходженнях страхових премій, %							90,3	91,7
6.	Частка перших 200-ти СК по надходженнях страхових премій, %							98,7	99,1
7.	Індекс Герфіндаля-Гіршмана	282,1	315,9	167,6	162,7	169,1			

* Таблицю складено автором за даними Держфінпослуг [3].

Таблиця 2

Динаміка індексів концентрації ринку та Герфіндаля-Гіршмана ринку страхування життя України за 2003-2010 рр.*

№ з/п	Показник	Роки							
		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1.	Частка перших 3-х СК по надходженнях страхових премій, %	69,2	56,3	52,1	58,5	52,1		54,3	49,7
2.	Частка перших 10-ти СК по надходженнях страхових премій, %	95,3	93,0	91,2	90,1	86,4		80,9	83,7
3.	Частка перших 20-ти СК по надходженнях страхових премій, %							95,2	95,9
4.	Частка перших 50-ти СК по надходженнях страхових премій, %							100,1	100,0
5.	Індекс Герфіндаля-Гіршмана	1941,8	1443,9	1257,7	1466,0	1234,0			

* Таблицю складено автором за даними Держфінпослуг [3].

надходженнях страхових премій та індекс Герфіндаля-Гіршмана для компаній, що здійснюють страхування інше, ніж страхування життя. У 2008 році Держфінпослуг взагалі не публікував жодного показника щодо рівня конкуренції на ринку, а з 2009 року почали розраховувати частки перших 3-х, 10-ти, 20-ти та 50-ти компаній за страховими преміями для ринку страхування життя і частки перших 3-х, 10-ти, 20-ти, 50-ти, 100-та і 200-т компаній за страховими преміями для ринку страхування іншого, ніж страхування життя. Також з 2008 року не публікуються дані щодо значень індексу Герфіндаля-Гіршмана.

На ринку страхування іншого, ніж страхування життя, частка перших 3-х страховиків зменшилася на 9,7 % з 23,3 % у 2003 році до 13,6 % у 2010 році, частка 50-ти – на 1,1 % з 77,7 % у 2003 році до 76,6 % у 2010 році, а індекс Герфіндаля-Гіршмана на 113 пунктів з 282,1 у 2003 році до 169,1 у 2007 році. Загалом враховуючи невеликі значення всіх показників, а також постійну тенденцію поступового їх зменшення, то можна зробити висновок про невеликий рівень монополізації на цьому сегменті ринку.

На ринку страхування життя частка перших 3-х страховиків зменшилася на 19,5 % з 69,2 % у 2003 році до 49,7 % у 2010 році, частка 10-ти – на 11,6 % з 95,3 % у 2003 році до 83,7 % у 2010 році, а індекс Герфіндаля-Гіршмана на 707,8 пунктів з 1941,8 у 2003 році до 1234,0 у 2007 році. Загалом враховуючи досить великі значення всіх показників, можна зробити висновок про значний рівень монополізації на цьому сегменті ринку. Хоча слід відмітити тенденцію поступового зменшення значень цих показників, що свідчить про позитивні зміни на ринку.

Враховуючи недосконалість індексу концентрації ринку та необґрунтованість висновків на базі одного показника, можна зробити висновок про неможливість на сучасному етапі оцінити рівень конкуренції на ринку страхових послуг України. Такий висновок також підтверджують наступні фактори:

По-перше, з 9 коефіцієнтів наведених вище Держфінпослуг розраховує та публікує лише один – індекс концент-

рації ринку. Це єдиний показник, який можна розрахувати самостійно, враховуючи той обсяг інформації про ринок страхових послуг, який доступний на сучасному етапі. Для розрахунку інших 8 індексів доступної інформації немає, нею володіє лише Держфінпослуг.

По-друге, антимонопольне законодавство передбачає контроль за ринковою концентрацією, виходячи з ринкової частки однієї (не більше 35 % ринку), трьох (не більше 50 % ринку) та п'яти (не більше 70 % ринку) компаній [1], що не зовсім співпадає з тими індексами, які розраховує Держфінпослуг.

Для вирішення проблем, пов'язаних із визначенням рівня конкуренції на вітчизняному страховому ринку, потрібно вжити ряд конкретних заходів:

По-перше, розробити методику оцінки конкурентного середовища на страховому ринку, в якій чітко визначити показники, що застосовуються для розрахунку рівня конкуренції. Таких показників повинно бути не менше 4-5, щоб аналізуючи та порівнюючи їх значення можна було робити обґрунтовані висновки щодо рівня конкуренції. Враховуючи непрозорість вітчизняного страхового ринку, контролюючий орган повинен взяти на себе розрахунок цих показників та офіційну публікацію їх значень не рідше одного разу на квартал.

По-друге, відійти від визначення показників конкуренції тільки для всього ринку або двох його основних сегментів: ринку страхування життя та ринку страхування, іншого ніж страхування життя. Оскільки загальні значення цих показників можуть приховувати реальну ситуацію, що складається в межах окремих сегментів ринку. Потрібно впровадити практику здійснення таких розрахунків для всіх сегментів страхового ринку з тим, щоб відслідковувати рівень конкуренції за кожним видом страхування та вживати негайних заходів в разі виявлення монополістичних тенденцій.

По-третє, необхідно унормувати підходи до визначення рівня конкуренції на страховому ринку Держфінпослуг та Антимонопольного комітету. Ці підходи повинні бути єдиними та базуватися на кращому європейському досвіді.

Реалізація вищезазначених заходів дасть можливість більш об'єктивно оцінювати рівень конкуренції на страховому ринку, зробіть сам ринок відкритішим для потенційних клієнтів та забезпечить подальше поле діяльності для науковців щодо вдосконалення процедур та показників оцінки конкуренції.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Гаманкова О.О.* Ринок страхових послуг України: теорія, методологія, практика: монографія / О.О. Гаманкова. – К.: КНЕУ, 2009. – 283 с.

2. *Жук И.Н.* Анализ конкуренции на страховом рынке РФ и его отдельных сегментах / И.Н. Жук // Страховое дело. – 2011. – № 6. – С. 38-44.

3. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України за 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 роки / www.dfp.gov.ua // Ринки фінансових послуг.

4. *Никулина Н.Н.* Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 503 с.

5. *Шумелда Я.П.* Особливості конкуренції на страховому ринку України / Я.П. Шумелда // Страхова справа. – 2007. – № 2. – С. 4-7.

РІПСУ