

Отримано: 03 грудня 2017 р.

Прорецензовано: 15 грудня 2017 р.

Прийнято до друку: 22 грудня 2017 р.

e-mail: e.ionin2008@gmail.com

DOI: 10.25264/2311-5149-2017-7(35)-40-44

Іонін М. С. Детермінанти розвитку конкурентного потенціалу компаній зі страхування життя. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, грудень 2017. № 7(35). С. 40–44.

УДК: 336.76

JEL-класифікація: G22

Іонін Михайло Євгенович,
аспірант Донецького національного університету імені Василя Стуса

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

Компанії зі страхування життя в Україні мають значний потенціал розвитку, який обмежується чинниками соціально-економічного та політичного характеру – нестабільністю, низьким рівнем соціальних стандартів, браком у потенційних клієнтів коштів на страхування життя. Конкурентний потенціал страхової компанії визначають як сукупність можливостей її розвитку завдяки формуванню та реалізації конкурентних переваг компанії, а також її продуктів. Особливості страхування життя (накопичення коштів за договором, специфіка формування та розміщення математичних резервів, можливість здійснення прямого інвестування резервів тощо) визначають порядок формування та використання ресурсів, які розглядають як детермінанти розвитку конкурентного потенціалу страхової компанії.

Ключові слова: страхова компанія, конкурентний потенціал, ресурси, страхування життя, конкурентні переваги, детермінанти.

Ионин Михаил Евгеньевич,
аспірант Донецького національного університету імені Василя Стуса

ДЕТЕРМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИЙ ПО СТРАХОВАНИЮ ЖИЗНИ

Компании страхования жизни в Украине имеют значительный потенциал развития, который ограничивается факторами социально-экономического и политического характера – нестабильностью, низким уровнем социальных стандартов, отсутствием у потенциальных клиентов средств на страхование жизни. Конкурентный потенциал страховой компании определяется как совокупность возможностей ее развития за счет формирования и реализации конкурентных преимуществ компании и ее продуктов. Особенности страхования жизни (накопление средств по договору, специфика формирования и размещения математических резервов, возможность осуществления прямого инвестирования резервов и т.п.) определяют порядок формирования и использования ресурсов, которые рассматриваются как детерминанты развития конкурентного потенциала страховой компании.

Ключевые слова: страховая компания, конкурентный потенциал, ресурсы, страхование жизни, конкурентные преимущества, детерминанты.

Michael Ionin,
postgraduate student at the Vasyl' Stus Donetsk National University

DETERMINANTS FOR THE LIFE INSURANCE COMPANIES' COMPETITIVE POTENTIAL DEVELOPMENT

Life insurance companies in Ukraine have significant development potential, which is yet limited by social, economic and political factors – instability, low level of social standards, lack of life insurance means for potential clients. The competitive potential of an insurance company is defined as a set of opportunities for its development through the formation and implementation of competitive advantages of the company and its products. The features of life insurance (funds accumulation under the contract, the specifics of the formation and mathematical reserves placement, the possibility of reserves' direct investment, etc.) determine the order of formation and use of resources that are considered as determinants for the insurance company competitive potential development.

Key words: insurance company, competitive potential, resources, life insurance, competitive advantages, determinants.

Постановка проблеми. Страхування життя утворює довгострокові економічні відносини між компанією та клієнтами, на основних світових ринках воно забезпечує більше двох третин надходження підписаних страхових премій. В Україні страхування життя є індикатором фінансової спроможності споживачів послуг, розвитку державних соціальних і фінансових гарантій, а також сформованістю надійної системи нагляду за виконанням із боку страховиків своїх страхових зобов'язань. Ситуація на цьому ринку залежить від багатьох чинників, які визначають потенціал розвитку страхових компаній. Серед осно-

вних можна виділити: чисельність населення та його демографічну структуру, які визначають спрямованість страхових інтересів; фактична й очікувана (прогнозна) тривалість життя населення; рівень його реальних доходів і горизонти їх планування; розвиненість фондового та фінансового ринків та фінансова грамотність населення як їх учасника; соціальна політика держави; інфляційні процеси та засоби управління ними та інші. Загалом усі перелічені чинники визначають функціональність ринку страхування життя, як соціально-економічного простору, де перетинаються інтереси страховиків, страхувальників і держави. На цьому просторі формуються інтегральні чинники – детермінанти, які наповнюють змістом соціально-економічні процеси й визначають причини виникнення та розвитку певної ситуації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження здебільшого були пов'язані із оцінкою стану ринку страхування життя та визначенню його впливу на розвиток компаній в Україні. Серед публікацій із обраної теми виділяємо роботи таких авторів: О. О. Гаманкова [7], В. О. Галаганов [10], О. М. Залетов [11], О. В. Золотарьова [10], І. І. Козьма [8], І. В. Копитіна [9], В. М. Яценко [9] та інші.

Метою дослідження є визначення детермінант розвитку конкурентного потенціалу компаній зі страхування життя в Україні. Для досягнення цієї мети було поставлено завдання щодо розкриття особливостей страхового підприємництва, що впливають на ринковий стан компаній; проаналізовано чинники визначення конкурентного потенціалу компаній, складу необхідних для цього ресурсів, структури сформованого портфелю договорів страхування життя.

Виклад основного матеріалу. Дослідження конкурентного потенціалу страхової компанії має базуватися на визначенні характеру й особливостей страхового підприємництва, принципах його розвитку та регулювання як соціально значущого виду економічної діяльності, що здійснюється в умовах конкуренції на страховому ринку.

Страхове підприємництво це виробництво, продаж та обслуговування страхового продукту, який відповідає інтересам його споживача та виробника й забезпечує суспільну користь. Інтереси споживача пов'язані із страховим захистом на випадок втрат від забезпечених несприятливих подій або отримання грошових виплат в разі дожиття до встановленої дати чи події, інтереси виробника – в отриманні підприємницького доходу.

Страхове підприємництво належить до процесно-орієнтованого бізнесу, в основу якого покладено суттєву відмінність страхової послуги від товару: «Товар є поєднанням його інформаційного образу та фізичного носія. Аналогічним чином будь яка послуга складається з образу процесу та ресурсного забезпечення його перебігу» [1]. Вказані відмінності слід доповнити ще двома суттєвими рисами: 1) товар у разі продажу змінює власника, а послуга невіддільна від виробника; 2) виробництво та продаж товару розділені в часі, а в послугу вони співпадають.

Забезпечення ресурсами виробництва товарів і послуг, їх рівень порівняно з конкурентами, визначення всіх умов організації роботи економічних суб'єктів є елементами управління розвитком потенціалу страхових компаній.

Премії зі страхування життя визначають інвестиційні можливості страхового ринку та забезпечують стійкість фінансового ринку як ефективного інструменту підтримання сталого розвитку економіки. За цим показником можна порівнювати економіки різних держав, серед яких Україна посідає останнє місце (таблиця 1).

Таблиця 1

Частка страхових платежів зі страхування життя в загальному обсязі страхових платежів (%)*

Країна	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Великобританія	73,6	73,5	75,4	72,4	73,4	73,3
Франція	17,2	63,9	62,1	62,4	64,2	64,2
Польща	58,0	55,7	58,1	54,0	52,2	50,2
Чехія	46,0	46,4	46,9	45,7	45,1	40,7
США	39,3	40,1	40,3	38,5	36,2	37,1
Німеччина	47,9	45,7	35,5	36,0	35,9	34,0
Канада	35,6	34,0	32,1	32,9	33,0	28,7
Туреччина	17,5	18,3	15,4	15,7	12,3	11,8
Україна	3,9	3,9	5,5	8,6	8,1	7,4

*Складено автором на основі даних [3].

В Україні більшість страховиків (у 2015 р. 86,4%, у 2016 р. – 87,4%) займаються страхування всього крім життя, а за останні п'ять років ринок страхування життя втратив більше п'ятої частини учасників. Водночас компанії мають низьку ефективність, що пов'язане із критично низьким рівнем платоспроможного попиту споживачів і їх довіри. В загальній сумі платежів українського ринку зі страхування життя більше 90% надходить від фізичних осіб, тому потенціал його розвитку пов'язаний із кількістю застрахованих осіб (таблиця 2).

Таблиця 2

Динаміка чисельності застрахованих осіб за договорами страхування життя та їх частка до населення України (млн)

Показник	2013	2014	2015*	2016*
Чисельність населення України	45553	45426	42929	42760
Кількість застрахованих фізичних осіб станом на 31.12	4649,2	4618,3	4939,0	4165,0
Кількість застрахованих осіб за рік	1771,7	1285,2	1549,4	1378,6
Частка застрахованих осіб від чисельності населення України на 31.12, %	10,2	10,2	11,5	9,7

* Без окупованих територій Криму та Донбасу.

Дані таблиці 2 вказують на дуже низький рівень розвитку цього сектору страхового ринку та значні резерви нереалізованого потенціалу його зростання. Спостерігається скорочення кількості застрахованих осіб як щорічного показника, так і за загальною чисельністю чинних договорів.

Макроекономічне значення страхування життя пов'язане із його інвестиційними ресурсами, які є відкладеними зобов'язаннями страховика перед страхувальником та визначають інвестиційні інтереси. За законодавством більшості країн світу передбачений обов'язок страховика виплачувати бонуси, джерелом яких є інвестиційний дохід страховика. Розмір і гарантії виплати бонусів є одним із конкурентних показників страховика.

Характеризує ситуацію зі страхуванням життя в Україні показник страхових виплат і частка в них викупних сум. Рівень загальних виплат зі страхування життя складав: у 2015–2016 рр. 27,3% – 16,1% відповідно. Так, у 2015 р. частка викупних сум у загальній сумі виплат становила 42,1%, у 2016 р. – 41,9% [2]. У середньому в компаніях зі страхування життя відношення викупних сум до страхових платежів становило: у 2015 р. – 17,4%; у 2016 р. – 6,7% із коливанням від 7% до 106,4%¹ [визначено на основі даних [4]]. Виокремлення в загальній сумі виплат² викупних сум дозволяє оцінити ринкову поведінку страховика та є свідомством втрати довіри клієнтів до компанії.

Крім того на цей показник впливають й об'єктивні процеси падіння платоспроможності клієнтів, що не пов'язане із політикою страховика. Але при показниках вище 100% виникає небезпека щодо спроможності виконання компанією зобов'язань. Безумовно, такий показник варто доповнити сумами надходжень страхових платежів, сформованими математичними резервами (у розрізі активів, які дозволені законом України «Про страхування») та їх прибутковістю, що забезпечить необхідний рівень фінансових гарантій майбутніх виплат та життєздатності компанії.

Концентрація за показником валових страхових премій на ринку страхування життя України є одним із найважливіших параметрів оцінки конкурентної ситуації, за даними якої визначається розподіл ринку між продавцями (таблиця 3).

Таблиця 3

Концентрація ринку страхування життя в Україні (%)*

ТОР страховиків	Рік				
	2012	2013	2014	2015	2016
ТОР 1	17,8	22,5	17,9	19,0	22,5
ТОР 3	43,8	51,0	44,8	42,8	43,0
ТОР 10	89,8	90,7	91,2	87,9	89,4
ТОР 20	97,7	98,2	98,7	99,0	99,5
Тор 50	100	100	100	100	100
Довідка: кількість СК	62	62	57	49	39

*Складено автором за даними [2].

На ринку страхування життя в Україні відбувається скорочення чисельності компаній під час розподілу ринку між ТОР 10, які отримують майже 90% страхових премій, а трійка перших більше 40% (таблиця 4).

¹ У компанії Гарант-Лайф у 2015 р. цей показник становив 106,4%. Уже в листопаді 2016 р. ліцензію компанії було анульовано. Цей факт дозволяє зробити припущення про важливість показника як індикатора недовіри клієнтів і зниженню рівня конкурентоспроможності компанії.

² Страхові виплати є показником виконання страхових зобов'язань перед клієнтами, їх оцінюють як конкурентну перевагу компанії.

Таблиця 4

ТОР 3 страховиків України зі страхування життя за страховими преміями*

ТОР	Рік				
	2012	2013	2014	2015	2016
1	Ренесанс Життя	Ренесанс Життя	Уніка Життя	Мет Лайф	Мет Лайф
2	Аліко Україна	Уніка Життя	Мет Лайф	Уніка Життя	ТАС
3	АСКА Життя	АСКА Життя	Ренесанс Життя	ТАС	Уніка Життя

* Розроблено автором на основі даних [2].

У 2012–2014 рр. у трійці лідерів була компанія «Ренесанс Життя», яка за власною заявою припинила роботу, а Нацкомфінпослуг України у 2017 р. анулював її ліцензію. Ключова причина такого рішення пов'язана із власниками компанії – російськими акціонерами, яким ще у 2015 р. було заборонено³ ведення страхового бізнесу в Україні. Крім того, бізнес компанії був зав'язаний на банківському секторі, надходження страхових премій від якого за 2014–2015 рр. скоротилося більше, ніж у два рази, у 2016 р. вдалося частково відновити свої позиції завдяки споживчому кредитуванню, але ще 86 млн грн компанія втратила через знецінення фінансових активів, що в підсумку визначило чистий збиток у сумі 53 млн грн. У 2017 р. акціонерами компанії було прийняте рішення про її закриття. Портфель договорів було передано за механізмом переуступки права вимоги.

2015–2016 рр. визначили ще одну трійку лідерів – компаній з іноземним капіталом, маркетинг яких базується на позиціонуванні компаній, із розміщенням коштів у країнах зі стабільною економікою. Головна конкурентна перевага таких компаній полягає в походженні капіталу компанії.

В останні роки (2015–2016 рр.) предметом конкуренції на ринку страхування життя в Україні є інтереси страхувальників щодо накопичувальних його видів – ці договори дають 60% загальних надходжень (таблиця 5).

Таблиця 5

Структура послуг на ринку страхування життя в Україні (%) *

Види послуг	2012	2013	2014	2015	2016
Лише на випадок смерті	2,5	1,7	7,4	6,4	12,0
Накопичувального страхування	46,7	38,7	49,7	62,4	60,4
Інші договори страхування життя	48,4	57,8	41,8	30,3	26,9
Договори щодо досягнення пенсійного віку	2,4	1,8	1,1	0,9	0,7
Разом	100	100	100	100	100

* Розроблено автором на основі даних [2].

Практично не викликають інтересу у споживачів договори щодо досягнення застрахованою особою визначеного пенсійного віку (0,7% від загальних надходжень), адже вихід іноземних страховиків на ринок страхування життя в Україні було здійснено в очікуванні саме пенсійної реформи, що мала привести до розвитку пенсійного страхування, але реформа перетворилася в перманентний процес часткових вдосконалень чинного законодавства, які так і не призвели до розвитку пенсійного страхування.

Основними споживачами на ринку страхування життя в Україні як і в інших країнах є фізичні особи, частка яких становить 95,7% від загальної кількості. Платежі юридичних осіб за договорами страхування життя своїх працівників дають лише 4,3%. Тому з позицій конкуренції страховики на цьому ринку повинні розвивати всі маркетингові механізми залучення клієнтів і забезпечувати свою фінансову надійність, а держава повинна забезпечувати правові та регуляторні засади гарантування виплат, а також розвивати соціальні програми, підвищуючи соціальні стандарти.

Висновки. Отже, у перспективі до детермінантів розвитку конкурентного потенціалу страховиків на ринку страхування життя мають додатися такі: зміна споживчої поведінки страхувальників, що потребує модернізації страхових послуг, реінжинірингу каналів їх просування; все більш впливовим чинником будуть наслідки конкуренції між глобальними страховиками в Україні, які вже зараз реалізують послуги, що враховують сучасні страхові інтереси клієнтів у розвинутих країнах, адже в Україні споживчі інтереси суттєво відрізняються. Основним чинником водночас є нерозвиненість фінансового ринку, інструменти якого забезпечують формування інвестиційного доходу та надійність полісів страхування життя. Конкуренція між страховиками ринку страхування життя в Україні поступово буде переміщуватися у сферу диференціації страхових програм, покращання їх сервісної та інвестиційної складової.

³ Відповідно до Закону України «Про оборону України» ст. 1, яким обмежено контроль над суб'єктом економічної діяльності з боку осіб, що є суб'єктами держави, здійснюючої військову агресію проти України.

Література:

1. Кругов М. Б. Философия энергии. Общая теория мироздания / М. Б. Кругов. – М. – 2008. – 248 с.
2. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. – Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nfp.gov.ua>.
3. Competition and related regulation issues in the insurance industry – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oecd.org/daf/clp>.
4. Все про страхування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forinsurer.com>.
5. Swiss Re Economic Research&Consulting [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pii.ir/resource-latin/Global-insurance.pdf>.
6. Вініченко І. І. Конкуренція: сутність та концепції дослідження / І. І. Вініченко // Економіка та держава. – 2015. – № 10. – С. 8–10.
7. Гаманкова О. О. Інформаційні вади дослідження ступеня монополізації ринку страхових послуг України / О. О. Гаманкова // Ринок цінних паперів України. – 2009. – № 5–6. – С. 69–74.
8. Козьма І.І. Сучасний стан розвитку ринку страхування життя в Україні / І. І. Козьма // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2014. – № 1. – С. 165–170.
9. Копитіна І. В. Страхування життя в Україні: аналітичний огляд і перспективи розвитку / І. В. Копитіна, В. М. Яценко // Науковий вісник МДУ ім. В. О. Сухомлинського Економічні науки. – 2013. – № 5. – С. 41–46.
10. Золотарьова О. В. Актуальні проблеми та перспективи розвитку страхування життя в Україні / О. В. Золотарьова, В. О. Галаганов // Економіка і суспільство. – 2017. – № 10. – С. 589–597.
11. Залетов О. М. Концептуальні засади макропруденційного нагляду та регулювання страхової діяльності / О. М. Залетов // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2014. – № 156. – С. 30–34.