

## КОНКУРЕНЦІЯ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Конкурентна боротьба між страховими компаніями, що спрямована на досягнення лідируючих позицій на страховому ринку, призводить до подальшого його розвитку, а також сприяє вдосконаленню страхових продуктів та підвищенню конкурентоздатності самих страховиків. Та в Україні за умов посилення впливу економічних і політичних ризиків в усіх сферах життєдіяльності суспільства існують певні чинники, що не сприяють розвитку здорової конкуренції серед страхових організацій та підвищенню попиту на пропоновані ними страхові послуги. Саме тому у цьому контексті необхідним є формулювання теоретичних підходів до визначення конкуренції на страховому ринку, оскільки правильне трактування даного явища на практиці матиме позитивний вплив на рівень конкуренції та фінансові відносини між учасниками процесу страхування.

У сучасній вітчизняній та зарубіжній економічній літературі сутність термінів “конкуренція” та “конкуренція на страховому ринку” вчені визначають, в основному виходячи з таких позицій:

– це форма взаємного зіткнення інтересів усіх суб’єктів господарювання [1, с. 457];

– це ситуація, за якої самостійні дії суб’єктів господарювання ефективно обмежують можливості кожного з них однобічно впливати на загальні умови обігу товарів на відповідному товарному ринку і стимулюють виробництво необхідних споживачеві товарів [2, с. 72];

– це процедура відкриття невикористовуваних раніше можливостей більш ефективного виробництва товарів (послуг), нової, раніше невикористовуваної інформації про ресурси, технології, вподобання, можливості [3, с. 457];

– суперництво, в якому кожен продавець намагається отримати те, що й інші продавці у той самий час (продажі, прибуток, частка на ринку), пропонуючи найбільш оптимальне поєднання ціни, якості та сервісу [4];

– це суперництво між виробниками (продавцями) за кращі економічно вигідніші умови виробництва і реалізації продукції, за отримання найвищого прибутку чи інших переваг [5, с. 427];

– це суперництво страхових компаній і брокерів за залучення клієнтів, мобілізацію грошових коштів до страхових фондів, вигідне їх інвестування та досягнення високих фінансових результатів [6, с. 72].

На основі вищеописаного відмітимо, що найбільш поширеним є підхід до визначення конкуренції як суперництва. Певним чином він також прослідковується і в чинному українському законодавстві, яке містить статті,

присвячені конкуренції. Так, у положеннях Закону України “Про захист економічної конкуренції” вказано, що конкуренція є змаганням між суб’єктами господарювання з метою здобуття, завдяки власним досягненням, переваг над іншими суб’єктами господарювання, внаслідок чого споживачі мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб’єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [7].

У статтях Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції” визначено недобросовісну конкуренцією через відзначення дій конкурентів, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності [8]. Також згідно норм цього ж нормативного акту суб’єктам господарювання надано право розробляти правила професійної етики у конкуренції для відповідних сфер господарської діяльності, для певних галузей економіки, які мають бути погоджені Антимонопольним комітетом України в установленому ним порядку. Проте у положеннях закону, котрий визначає розвиток страхового ринку України, а саме у Законі України “Про страхування”, не визначено основ конкуренції та загальних аспектів забезпечення і розвитку здорової конкуренції на страховому ринку [9].

У Законі України “Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг” у частині, що стосується недопущення обмеження конкуренції на ринках фінансових послуг, відзначено лише те, що фінансові установи здійснюють свою діяльність з урахуванням вимог законодавства про захист економічної конкуренції та законодавства про захист від недобросовісної конкуренції [10].

Зважаючи на специфіку страхової діяльності у фахових літературних джерелах виділено певні ознаки, врахування яких сприяє кращому розумінню конкуренції на страховому ринку та проведенні її аналітичної оцінки [11]. Так, О.Б. Пономарьова виділила такі основні критерії: форми страхування; рівень інтенсивності; рівень диференціації страхових послуг; відсутність конкурентоспроможних замінників для страхових послуг; відсутність товарно-матеріальних запасів; страхові продукти конкурентів, що є об’єктом конкурентної боротьби, практично однакові за характеристиками; рівень державного регулювання страхової діяльності; участь у конкурентній боротьбі нестрахових організацій; соціально орієнтований характер діяльності страхової компанії; взаємодія страхових компаній при перестрахованні, соціальному страхуванні, організації страхових пулів; рентабельність і престижність страхового бізнесу.

Для оцінки конкуренції на ринку страхових послуг Л. Шірінян пропонує авторську комплексну методику, що передбачає певну систему кількісних оцінок та критеріїв, до яких вчена віднесла такі показники: територіальний аспект та масштаби ринку страхових послуг; визначення щільності та компактності страховиків на ринку; аналіз відкритості ринку страхових послуг;

дослідження проникнення/місткості страхових послуг на ринку; розрахунок щільності страхових премій на ринку; аналіз монополії страховиків на ринку; аналіз рівня конкуренції страховиків на ринку; оцінка інтегральної конкурентоздатності ринку; визначення меж капіталізації страховиків [12].

Аналізувати стан конкуренції на ринку страхування життя О. Привалова пропонує на основі таких показників: інтервал дослідження ринку страхування життя; продуктові межі ринку страхування життя, у тому числі географічні; інституційна структура ринку страхування життя та склад його клієнтів; місткість ринку страхування життя; рівень монополізації (концентрації) ринку страхування життя; бар'єри входу на ринок страхування життя та виходу з нього; ринковий потенціал галузі страхування життя; рівень ринкової поведінки та розкриття інформації [13].

Та в основному рівень конкуренції на страховому ринку більшість вітчизняних та зарубіжних вчених оцінюють за допомогою таких показників як коефіцієнт монополізації ринку (ринкової концентрації, CR) та коефіцієнт Герфіндаля-Гіршмана (ринкової конкуренції, ІНН).

Таким чином, враховуючи трактування понять “конкуренції” та “конкуренції на страховому ринку”, подані як у фаховій економічній літературі, так і у законодавчих актах нашої країни, робимо такі висновки:

– підтримуємо наукову точку зору вчених, котрі конкуренцію на страховому ринку визначають як процес взаємодії та боротьби діючих страховиків, спрямований на досягнення найвигіднішої позиції для учасника страхового ринку, яка забезпечить йому можливість захисту від конкурентів або впливу на них із вигодою для себе, створить кращі умови для реалізації необхідних страхувальникам страхових послуг;

– у спеціальних нормативно-правових документах не визначено конкретних засад розвитку звичаїв, традицій, правил ведення чесної конкурентної боротьби між учасниками страхового ринку України, а лише визначено дії конкурентів, що кваліфікуються як недобросовісна конкуренція.

#### Література

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.И. Азрилияна. – [7-е изд., доп.]. – М.: Институт новой экономики, 2007. – 1472 с.
2. Карпінській Б.А. Фінансово-інвестиційний словник / Б.А. Карпінській, О.В. Герасименко. – Львів: Магнолія Плюс, 2005. – 304 с.
3. Большой экономический словарь / Под ред. А.И. Азрилияна. – [7-е изд., доп.]. – М.: Институт новой экономики, 2007. – 1472 с.
4. Англomовний економічний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.businessdictionary.com/definition/competition.html>.
5. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Возьнюк. – К.: Знання, 2007. – 1072 с.
6. Баглюк Ю.Ю. Страховий ринок України: капіталізація й конкуренція / Ю.Ю. Баглюк // Фінанси України. – № 12. – С. 67-75.

7. Закон України “Про захист економічної конкуренції” від 11.01.2001 р. № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
8. Закон України “Про захист від недобросовісної конкуренції” від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/236/96>.
9. Закон України “Про страхування” від 07.03.1996 р. № 89/96 ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/85/96>.
10. Закон України “Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг” від 12.07.2001 р. № 2664-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2664-14/page>.
11. Пономарьова О.Б. Конкурентоспроможність страхових компаній у регіоні / О.Б. Пономарьова // Вісник ДДФА. – 2013. – № 2. – С. 92-103 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddfae\\_2013\\_2\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddfae_2013_2_13).
12. Шірінян Л. Конкуренция на рынке страховых услуг Германии / Л. Ширинян // Финансовые услуги. – 2012. – № 5. – С. 28-30 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/finu\\_2012\\_5\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/finu_2012_5_11).
13. Привалова О. Особливості конкуренції на ринку страхування життя / О. Привалова // Вісник КНТЕУ. – 2012. – № 4. – С. 54-61 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2012/04/6.pdf>.

**Сиза І. М.**, ст. гр. ФСГЗм-11  
**Спасів Н. Я.**, к.е.н., доцент

## **СТРАХОВЕ ШАХРАЙСТВО НА РИНКУ АВТОТРАНСПОРТНОГО СТРАХУВАННЯ**

В умовах сьогодення страхові компанії мають у виборі цілий арсенал прийомів, що дозволяють їм заощадити гроші на некомпетентних і недосвідчених клієнтах. За оцінками експертів Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг України, таких прийомів існує більше 40, і з кожним роком їх кількість тільки зростає.

За свідченням експертів найбільш популярними хитрощами страхових компаній є продаж підробленого поліса. Шахраї друкують бланки полісів будь-якої відомої страхової компанії, підробляють її печатку й залучають довірливих клієнтів, підписуючи з ними фальшиві страхові договори.

Неправильно оформлений поліс або додаток до полісу (заява, анкета-опитування) є найпоширенішою передумовою страхової компанії відмовити у виплаті страхового відшкодування.

Завищення (заниження) суми страхових внесків при укладанні договору страхування транспортних засобів як вид шахрайства у страховому бізнесі пояснюється наступним. Автотранспорт спершу страхують за завищеною ціною, а менеджер компанії, що страхує, одержує грошову винагороду. Інколи