

УДК 368.01(477)

Концептуальні засади конкурентоспроможності страхової компанії в сучасному ринковому середовищі

Пристапа Л.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Хмельницького національного університету

Харчук О.Б.

студентка
Хмельницького національного університету

У статті досліджено теоретичні основи економічної категорії «конкурентоспроможність». Виділено ключові системоутворюючі елементи конкуренції страхового ринку та сучасне розуміння конкуренції у страховому бізнесі. Проведено узагальнення наявних наукових підходів до визначення економічної категорії «конкурентоспроможність страхової компанії», а також визначено сутнісну наповненість її змісту в сучасному ринковому середовищі. Акцентовано увагу на поділ конкурентного середовища страхової компанії на внутрішнє та зовнішнє. Визначено ключові детермінанти конкурентних переваг вітчизняної страхової компанії.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, страхова компанія, ринкове середовище, конкурентні переваги.

Пристапа Л.А., Харчук О.Б. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ

В статье исследованы теоретические основы экономической категории «конкурентоспособность». Выделены ключевые системообразующие элементы конкуренции страхового рынка и современное понимание конкуренции в страховом бизнесе. Проведено обобщение существующих научных подходов к определению экономической категории «конкурентоспособность страховой компании», а также определено сущностное наполнение ее содержания в современной рыночной среде. Акцентируется внимание на разделении конкурентной среды страховой компании на внутреннюю и внешнюю. Определены ключевые детерминанты конкурентных преимуществ отечественной страховой компании.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, страховая компания, рыночная среда, конкурентные преимущества.

Prystupa L.A., Kharchuk O.B. CONCEPTUAL BASE OF THE INSURANCE COMPANY'S COMPETITIVENESS IN THE MODERN MARKET ENVIRONMENT

In the article analyzed the theoretical basics of the economic category of "competitiveness". The key system-forming elements of the insurance market competition and modern understanding of competition in the insurance business are identified. Has been made a generalization of existing scientific approaches to the definition of the economic category "competitiveness of an insurance company" and has determined the essential of its content in the current market environment. Was focused attention on the division of the competitive environment of the insurance company into internal and external. The key determinants of the competitive advantages of a domestic insurance company are determined.

Keywords: competition, competitiveness, insurance company, market environment, competitive advantages.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В сучасному ринковому середовищі конкуренція є рушійною силою до розвитку та вдосконалення діяльності суб'єктів господарювання різних сфер бізнесу. З огляду на той факт, що страховим компаніям належить значна частка фінансового ринку, питання успішної конкурентної боротьби з іншими страховими компаніями та спеціалізованими фінансовими установами набувають особливого значення та безпосередньо визначаються обґрунтова-

ним управлінським впливом на конкурентоспроможність.

Глобалізаційні процеси на фінансових ринках, модернізація комунікаційних засобів, розширення асортименту страхових послуг, скорочення термінів існування досягнутих конкурентних переваг обумовлюють важливість пошуку та розробки ефективних методів, моделей та технологій досягнення та утримання рівня конкурентоспроможності страховиками з огляду на тактичні та стратегічні цілі діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню теоретично-методичних основ та практичних аспектів забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних страхових компаній та складових їх конкурентного потенціалу присвячені праці В.Д. Базилевича, В.М. Бондаренка, О.О. Гаманкової, О.В. Козьменко, Г.В. Кравчук, М.В. Мниха, Л.В. Шірінян [1–18] та інших вчених-економістів. Водночас теорія та практика сучасного менеджменту вітчизняних страховиків повинні враховувати високий динамізм змін зовнішнього та внутрішнього конкурентного середовища функціонування, необхідність концентрації уваги на фінансових аспектах забезпечення конкурентоспроможності в умовах глобалізаційних тенденцій та випереджальних темпах розвитку інформаційно-інноваційних технологій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Об'єктивна необхідність удосконалення системи управління конкурентоспроможністю страхової компанії та її адаптація до сучасних умов вітчизняного страхового бізнесу визначають доцільність подальших досліджень цієї проблематики. Тому актуальними є дослідження та розвиток загальнотеоретичного базису управління конкурентоспроможністю страхової компанії.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування концептуальних засад конкурентоспроможності страхової компанії в сучасному ринковому середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідно зауважити, що існують численні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність». Конкурентоспроможність є однією з найбільш складних економічних категорій, що динамічно розвиваються та змінюються. Єдиного універсального та загальноприйнятого визначення цього поняття не існує.

Аналітичне узагальнення наявних підходів свідчить про те, що автори виокремлюють такі основні аспекти визначення категорії «конкурентоспроможність»:

- властивість об'єкта, що характеризується здатністю задовольняти конкретні потреби споживачів;

- похідна боротьби та конкуренції;

- порівняння з діяльністю та продукцією інших суб'єктів господарювання та оцінка зовнішніми суб'єктами;

- наявність тісного зв'язку з якісними характеристиками діяльності ринкового суб'єкта;

- перевага об'єкта над конкурентами.

Тобто під конкурентоспроможністю переважно розуміють здатність суб'єкта господарювання випереджати суперника в досягненні поставлених економічних цілей, що фактично є характеристикою ефективного функціонування протягом тривалого періоду в умовах конкурентного ринку.

Багатогранність конкурентоспроможності як економічної категорії виявляється в таких її аспектах [19, с. 13]:

- за територіально-географічною ознакою виділяється міжнародна та національна конкурентоспроможність;

- залежно від масштабності економічних суб'єктів виділяється конкурентоспроможність товару (послуги), організації, галузі та економіки загалом;

- залежно від урахування фактора часу виділяється конкурентоспроможність на визначену дату, за період, у перспективі.

У теорії та практиці стратегічного управління найчастіше конкурентоспроможність розглядається в двох аспектах:

- 1) конкурентоспроможність товару (продукції), тобто ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками (технічними, економічними, екологічними тощо);

- 2) конкурентоспроможність організації, що передбачає рівень її компетенції відносно інших організацій-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо стратегічного), навчок і знань персоналу тощо, а також знаходить відображення в таких результируючих показниках, як, зокрема, якість продукції (послуг), прибутковість, продуктивність.

Конкурентоспроможність, як і конкуренція, мають свої особливості на кожному галузевому ринку. Так, конкуренція на ринку страхових послуг вирізняється високим рівнем державного регулювання страхової діяльності; складністю організації бізнес-процесів через часовий лаг купівлі-використання страхових послуг, їх нематеріальний характер; значним рівнем диференціації страхових послуг; розвитком альтернативних організацій страхування та використанням інших інструментів ризик-менеджменту; потребами у великому капіталі, особливо в перестрахованні, для взяття на страхування великих та дуже великих ризиків; соціально орієнтованим характе-

ром діяльності страхової компанії; взаємодією страхових компаній під час перестраховання, соціального страхування, організації страхових пулів; відносно високою рентабельністю та інвестиційною привабливістю страхового бізнесу тощо.

Базуючись на загальноекономічних засадах теорії конкуренції, можемо виділити ключові системоутворюючі елементи конкуренції страхового ринку:

- сферою конкуренції є фінансовий ринок та безпосередньо його сегмент – страховий ринок, на якому відбувається незалежне суперництво конкурентів – фінансових посередників, що реалізують страхові продукти та послуги;

- предметом конкуренції на страховому ринку є продукти та послуги, за допомогою яких страховики мають на меті розширення клієнтської бази та формування позитивного іміджу;

- об'єктом конкуренції є споживач страхових послуг – клієнт, який на ринку має можливість вибору найбільш якісних послуг;

- суб'єктом конкуренції на ринку страхових послуг є страховик-конкурент або інший фінансовий посередник, що реалізує на ринку продукти та послуги, що можуть бути використані клієнтами як замітники пропонувані страховиками.

Таким чином, конкуренція у страховому бізнесі є сукупністю відносин, що складаються не тільки виключно між страховиками, адже кожна страхова компанія функціонує на ринку з неоднорідною масою конкуруючих з нею продавців фінансових послуг (банківських установ, недержавних пенсійних та інвестиційних фондів, лізингових, факторингових компаній тощо), а також з іншими страховиками. Безпосередньо здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними суб'єктами на ринку визначається конкурентоспроможністю.

Дослідження наявних у фаховій літературі підходів до тлумачення сутності поняття «конкурентоспроможність страхової компанії» свідчить про відсутність єдиного підходу до її визначення (табл. 1) та дає змогу зробити висновок, що конкурентоспроможність страхової компанії не є постійною характеристикою, адже вона визначає здатність вести конкурентну боротьбу та протистояти конкурентам лише у певний період часу.

Узагальнення наявних наукових підходів дало змогу виявити, що більшість дослідників розглядає конкурентоспроможність як здатність страхової компанії володіти певними

можливостями для створення та реалізації конкурентних переваг, які сприятимуть забезпеченню її прибуткової діяльності, фінансової стійкості та стабільності розвитку. Фактично сутнісна наповненість змісту цієї економічної категорії полягає у тому, що «конкурентоспроможність страхової компанії» – це досягнення позитивних фінансових результатів за рахунок ефективності всіх видів діяльності в умовах мінливого конкурентного середовища.

Конкурентне середовище страхової компанії поділяється на внутрішнє, фактори якого можуть бути контрольовані страховиком (фінансовий стан, діюча система управління, планування та контроль діяльності, організаційна структура, достатність рівня кваліфікації персоналу), та зовнішнє (мікросередовище та макросередовище), на фактори якого страховик не може здійснити прямий вплив.

Зовнішнє мікросередовище страховика формується такими складовими, як, зокрема, контактні аудиторії, ринки, клієнти, конкуренти, посередники, канали реалізації, асистентські компанії, громадськість.

Зовнішнє макросередовище є сукупністю соціально-демографічних (якісно-кількісні зміни у структурі населення), економічних (зміни у доходах населення, рівні зайнятості, заощаджень, рівні інфляції тощо), політико-правових (набуття чинності нових законів та постанов), культурних (ставлення громадськості до даного страховика, продукту чи послуги, зміни стилю життя та цінностей), науково-технічних факторів (рівень розвитку комунікаційних та інноваційних технологій).

Вважаємо, що забезпечення формування необхідного рівня конкурентоспроможності страхової компанії повинно базуватись на ключових детермінантах конкурентних переваг (рис. 1):

- управлінська (ключове значення мають гнучкість і раціональність організації управління страховою компанією, стиль та методи управління, адаптаційні можливості);

- продуктова (основою є номенклатура й асортимент страхових послуг, якість страхових продуктів, гнучкість продуктової політики);

- фінансова (ключове значення мають ступінь фінансової стійкості, активності, дохідності, платоспроможності страхової компанії, залучення зовнішніх фінансових ресурсів, інвестування наявних коштів, загальний фінансовий стан страховика, структура страхового й інвестиційного портфелів);

- інноваційна (враховує рівень інноваційності страхових послуг, адекватний рівню

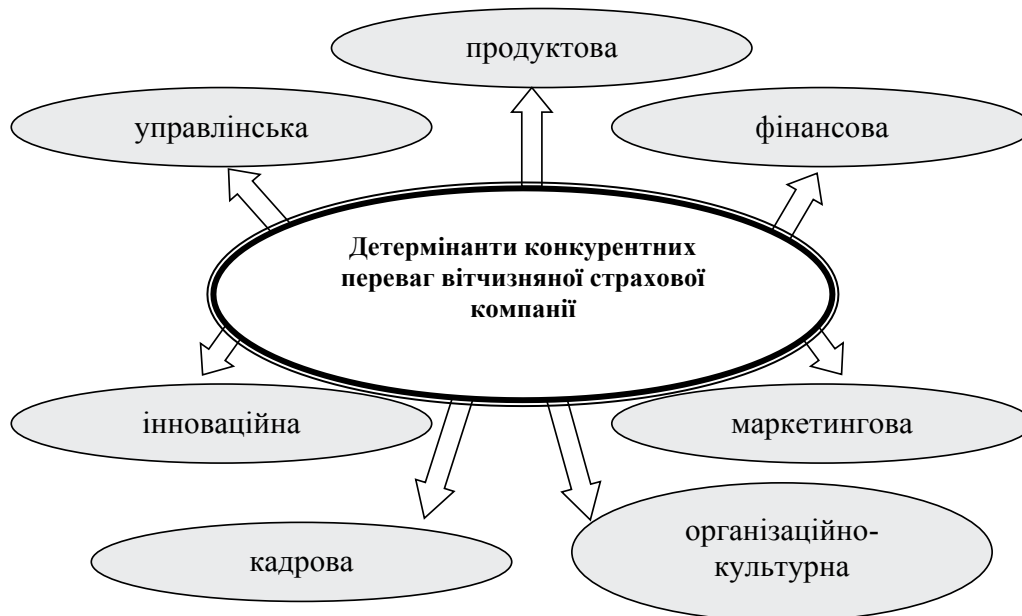


Рис. 1. Детермінанти конкурентних переваг вітчизняної страхової компанії
(авторська розробка)

Таблиця 1

**Наукові підходи до визначення економічної категорії
«конкурентоспроможність страхової компанії»**

Автор	Сутність трактування	Джерело
І.В. Галанцева	Конкурентоспроможність страхової компанії – це властивість об’єкта, що характеризується мірою реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними страховими продуктами, представленими на даному ринку.	[20]
В.А. Вайсман	Конкурентоспроможність страхової компанії полягає в її здатності створювати та реалізовувати конкурентні переваги (зростання попиту на страхові продукти страхової компанії, зниження рівня фінансового та підприємницького ризиків тощо).	[21, с. 27]
О.Б. Пономарьова	Конкурентоспроможність страхової компанії полягає в її здатності створювати та реалізовувати переваги, за допомогою яких можна конкурувати та перемагати на страховому ринку в певний проміжок часу.	[22, с. 93]
С.С. Осадець	Конкурентоспроможність страхової компанії визначається як наявність у неї можливостей для надання таких страхових послуг, яким з боку потенційних страховиків буде надано пріоритет порівняно з послугами компаній конкурентів, які знайдуть попит і будуть з успіхом реалізовані на страховому ринку, забезпечуючи таким чином успішне функціонування організації у довгостроковій перспективі.	[23, с. 264]
Г.В. Кравчук	Конкурентоспроможність страхової компанії запропоновано трактувати як комплексну порівняльну характеристику, яка відображає рівень переваги сукупності оціночних показників діяльності, що визначають успіх компанії на певному сегменті страхового ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності показників конкурентів, в основі якої лежать сукупність критеріальних ознак та збалансоване поєднання вибраних показників економічної активності, фінансової стійкості, рентабельності, достатності капіталу, соціальних інтересів та фінансово-інвестиційної діяльності страховиків, яка забезпечує загальний економічний ефект та фінансовий результат функціонування страховика.	[13, с. 12]

потреб клієнтів, які постійно зростають на якісній основі та змінюються, ступінь використання сучасних інформаційних технологій та впровадження технологічних інновацій);

– кадрова та організаційно-культурна (ключове значення мають кількісний та якісний склад персоналу, тип лідера, характер організаційних цінностей, комунікації та процедури);

– маркетингова (базована на дослідженні й прогнозуванні ринку, системі просування та реалізації, ціноутворенні, рекламній діяльності, обслуговуванні споживачів).

Отже, конкурентні переваги страхової компанії є концентрованим проявом переваги над конкурентами в управлінській, фінансовій, асортиментній, інноваційній, кадровій, організаційній та маркетинговій сферах діяльності.

Чинники, що визначають перевагу страховика над конкурентами, характеризуються економічними показниками, такими, як додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продажів, тобто вони характеризують якість виконання завдань конкурентних та фінансових стратегій.

Висновки з цього дослідження. Таким чином, проведені дослідження теоретичного базису дали змогу обґрунтувати ключові концептуальні засади конкурентоспроможної

вітчизняної страхової компанії в сучасному ринковому середовищі та визначити, що конкурентоспроможність страхової компанії досягається якістю організації та функціонування його внутрішнього середовища, а також своєчасною ідентифікацією змін зовнішніх факторів впливу. Водночас особливою умовою для страхової компанії є здатність оперативно й адекватно реагувати на зміни в поведінці клієнтів, їх потребі в інноваційних та традиційних, але з новими функціями, продуктах, послугах та перевагах. Конкурентоспроможність страхової компанії на ринку є результатом якісного виконання визначених завдань тактичного та стратегічного управління.

Для досягнення забезпечення високих конкурентних позицій вітчизняним страховим компаніям необхідно використовувати дієві механізми управління конкурентоспроможністю, що дасть змогу витримувати їм конкуренцію порівняно з аналогічними суб'єктами. Тому ключовими напрямками подальших досліджень є розробка необхідного науково-методичного забезпечення та аналітичного апарату для обґрунтування управлінських рішень стратегічного, тактичного та оперативного характеру забезпечення конкурентоспроможності з урахуванням особливостей та специфіки страхової діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Базилевич В.Д. Страхова справа : [монографія] / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. – 6-те вид. – К. : Знання, 2008. – 351 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/10.23.10.100/db/ftp/elib/economics_f/bazylevych_strahova_2008.pdf.
2. Бондаренко В.М. Конкурентна стратегія страхових компаній на ринку фінансових послуг / В.М. Бондаренко // Науковий вісник Полісся. – 2015. – Вип. 3. – С. 19–27. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2015_3_4.
3. Гаманкова О.А. Особенности развития и функционирования страхового рынка Украины на современном этапе / О.А. Гаманкова // Исследование финансовых рынков: теория, методология, практика : [коллективная монография] / под научн. ред. Н.Б. Болдыревой, Г.В. Черновой. – Тюмень : Издательство Тюменского государственного университета, 2014. – 356 с.
4. Гаманкова О.О. Ринок страхових послуг України: теорія, методологія, практика : [монографія] / О.О. Гаманкова. – К. : КНЕУ, 2009. – 283 с.
5. Гаманкова О.О. Фінанси страхових організацій : [навч. посіб.] / О.А. Гавманкова. – К. : КНЕУ, 2007. – 328 с.
6. Гаманкова О.О. Фінансова стійкість та платоспроможність страхової організації / О.О. Гаманкова // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, серія «Економіка». – 2007. – Вип. 94–95. – С. 18–23.
7. Козьменко О.В. Використання байєсівського аналізу при формуванні рейтингової оцінки страхових компаній / О.В. Козьменко, О.В. Меренкова // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. пр. – Т. 24. – Суми : УАБС НБУ, 2009. – С. 62–66.
8. Оцінка рівня конкурентоспроможності страхової компанії на основі синергетичного підходу та математичної формалізації конкурентних переваг / [О.В. Козьменко, О.В. Меренкова, Г.В. Кравчук] // Особливості функціонування національних фінансових систем в умовах поглиблення глобалізаційних процесів : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (17–21 лютого 2010 року). – Ірпінь, 2010. – Ч. 1. – С. 383–385.

9. Козьменко О.В. Рейтингування страхових компаній і розрахунок страхових тарифів на базі використання економіко-математичних методів : [монографія] / О.В. Козьменко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 95 с.
10. Козьменко О.В. Страховий ринок України у контексті сталого розвитку : [монографія] / О.В. Козьменко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 352 с.
11. Кравчук Г.В. Конкурентоспроможність і розвиток страхового ринку України : [монографія] / Г.В. Кравчук. – Чернігів : МНТУ ЧІБІП, 2009. – 346 с.
12. Кравчук Г. В. Формування конкурентних стратегій страхових компаній на базі конкурентних переваг / Г.В. Кравчук // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – 2009. – № 4 (50). – С. 244–247.
13. Кравчук Г.В. Методологічні засади управління конкурентоспроможністю страхових компаній : дис. докт. екон. наук / Г.В. Кравчук. – Суми, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/51373/7/Kravchuk_%20Metodolohichni_zasady.pdf.
14. Мних М.В. Страхові компанії, їх роль та значення в системі ефективного забезпечення страхової діяльності / М.В. Мних // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2007. – № 13. – С. 20–23.
15. Стратегічне управління страховою компанією : [монографія] / [В.М. Фурман, О.Ф. Філонюк, М.П. Ніколенко, О.І. Барановський та ін.] ; наук. ред. В.М. Фурман. – К. : КНЕУ, 2008. – 440 с.
16. Страхування : [підручник] / за ред. В.Д. Базилевича. – К. : Знання-Прес, 2008. – 1019 с.
17. Шірінян Л.В. Комплексна оцінка конкурентного середовища ринку страхових послуг України / Л.В. Шірінян, А.М. Шірінян // Економіка України. – 2011. – № 7. – С. 37–48.
18. Шірінян Л.В. Комплексна оцінка конкурентного середовища ринку страхових послуг України / Л.В. Шірінян // Фінанси України. – 2011. – № 7. – С. 73–84.
19. Кравчук Г.В. Формування конгнітивно-еволюційного підходу до синергетики конкурентоспроможності країни та регіону / Г.В. Кравчук // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2014. – № 4 (76). – С. 9–16.
20. Галанцева И.В. Обеспечение конкурентоспособности предпринимательской структуры на основе антикризисной финансовой политики : автореф. дисс. ... канд. экон. наук / И.В. Галанцева. – Санкт-Петербург, 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://engcs.unecon.ru/sites/default/files/old/124421120628018600.pdf>.
21. Вайсман В.А. Основные принципы конкурентоспособности субъекта хозяйствования / В.А. Вайсман // Экономика и государство. – 2004. – № 7. – С. 26–30.
22. Пономарьова О.Б. Конкурентоспроможність страхових компаній у регіоні / О.Б. Пономарьова // Вісник ДДФА. Економічні науки. – 2013. – № 2 (30). – С. 92–103.
23. Страхування : [підручник] / керівник авт. колективу і наук. ред. С.С. Осадець. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2002. – 599 с.