

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

ЮЛІЯ МЕЛЬНИЧУК,*канд. екон. наук, викладач кафедри економіки та підприємництва
ПВНЗ «Європейський університет»,
Уманська філія*

Стаття на тему «Аналіз факторів впливу на ринок страхових послуг зі страхування життя» присвячена виявленню та аналізу основних факторів впливу на сферу послуг страхових компаній зі страхування життя, що виникає в наслідок взаємодії попиту та пропозиції страхових продуктів на страховому ринку України. Розглянуто теоретичні аспекти формування попиту та пропозиції на страхові послуги. Проаналізовано економічні показники, що відображають збутову діяльності компанії. Узагальнено та охарактеризовано фактори впливу на стан продажу страхових продуктів зі страхування життя.

Ключові слова: страхова компанія, попит, пропозиція, страховик, застрахований, збутова діяльність.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ринок страхування життя в кожній країні є індикатором економіки та сталого розвитку підприємництва. Коли стабільність та добробут країни досягає певного рівня, то і працівники, і роботодавці починають думати про своє майбутнє, забезпечувати свою старість, фінансувати ризики, які існують у житті кожної людини. Стрімке старіння населення всіх країн світу виснажує фінансову спроможність громадян, що призводить до низького рівня охорони здоров'я та пенсійного забезпечення. Страхування життя дає змогу забезпечити щоденний захист людини – як сьогодні, так і в майбутньому. Це призводить до виникнення двох ефектів – у держави з'являються додаткові довгострокові кошти, які забезпечують фінансування інвестиційних проєктів, що сприяє подальшому розвитку економіки країни; громадяни отримують страховий захист, накопичення на майбутні періоди, а відтак – захист інтересів людини. Зі змінами законодавчої бази змінюється роль страховиків зі страхування життя, оскільки такі компанії є основними гарантами пенсійного забезпечення та довгострокового накопичення коштів. З боку страховика виникає нагальна потреба забезпе-

чення страхових інтересів всіх верств населення. Саме тому, питання розвитку та аналізу збутової діяльності є не лише актуальним, а й необхідним на сучасному ринку страхування життя.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ. МЕТА СТАТТІ

Будь яка діяльність компанії направлена на отримання прибутків. Оскільки страхові компанії надають послуги з страхування їх прибуток прямо залежить від напрямків страхових програм, що пропонує страховик на ринку страхування. Очевидно, що коли мова іде про ринок, то збут продукції залежить від попиту і пропозиції.

Філософією формування попиту і пропозиції на страхові продукти є економічна і соціальна доцільність проведення страхування людини. Для страховика і страхувальника є спільний інтерес у ціні страхової програми, прибутку, а також для страховика є переважний інтерес в кількості клієнтів, а для страхувальника – надійність страхової компанії.

Реальний прояв і взаємодія попиту та пропозиції відбуваються на ринку у вигляді ринкового механізму. Провідна роль завжди належить попиту. Завдання пропозиції – задово-

льняти попит. Оскільки страховик відповідає за пропозицію, а страхувальник за попит, то логічно зауважити, що рівновага інтересів страховика та страхувальника і є оптимальним рівнем соціально-фінансового ефекту страхування.

Найважливішими характеристиками попиту стосовно страхової накопичувальної програми є: обсяг програм страхування (обсяг попиту) і страхова премія (ціна попиту).

Дослідження В.С. Осипова показують, що «між обсягом попиту і ціною існує зворотний зв'язок: чим більша ціна, тим менший обсяг попиту, і навпаки. Такого роду залежність обсягу попиту і ціни розглядають зазвичай як закон попиту» [1, с. 104].

Серед причин, що викликають, нібито одночасне зростання ціни і обсягу попиту, називають, наприклад, ефект Веблена, ефект очікуваної динаміки цін, здатність ціни служити показником якості товару та ін. У зазначеній вище ситуації виникає лише видимість порушення закону попиту, оскільки впродовж якогось часу дійсно спостерігається однонаправлений рух обсягу попиту і ціни, проте, після закінчення цього відрізка часу, ситуація змінюється, бо всякі відхилення від закону попиту зникають [2].

Найважливішими характеристиками пропозиції стосовно страхової накопичувальної програми є: обсяг страхових програм (кількість застрахованих) – обсяг пропозиції і страхова премія – ціна пропозиції.

Надмірна пропозиція, підсиливши конкуренцію продавців, стане чинити знижуючий тиск на ціну і вона повернеться у початкове положення. Такий механізм відновлення ринкової рівноваги був викладений свого часу Л. Вальрасом [3].

Існує, проте, і інший погляд на механізм відновлення ринкової рівноваги, при якій «провідна роль відводиться не надлишку попиту або пропозиції, а перевищенню ціни по-

питу над ціною пропозиції і навпаки». Такий механізм свого часу був запропонований А. Маршаллом [4].

З вищесказаного випливає, що в основі попиту на страхові продукти лежать природні людські потреби в страховому захисті, фінансовому забезпеченні та ін. Коло цих потреб вельми широке і має тенденцію до зростання. Пропозиція страхових продуктів, у свою чергу, виступає як відповідна реакція на ці потреби. Саме збутова діяльність страхової компанії спрямована на задоволення таких потреб [5].

Метою дослідження є виявити і проаналізувати основні фактори впливу на ринок страхових послуг зі страхування життя. Для досягнення мети були поставлені завдання: розглянути теоретичні аспекти формування попиту та пропозиції на страхові послуги; виявити основні фактори впливу на збутову діяльність страховиків зі страхування життя; аналіз економічних показників, що відображають стан збутової діяльності компанії; узагальнити та охарактеризувати фактори впливу на стан продажу страхових продуктів зі страхування життя.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Становлення України як незалежної, демократичної країни з ринковою економікою створило умови для розвитку ринку страхових послуг. Формування нової системи господарювання в Україні вносить принципові зміни в організацію страхової справи. Варто зазначити, що в сучасних економічних умовах страхування - чи не єдина галузь економіки України, яка протягом останніх років має стабільний значний щорічний приріст обсягів наданих послуг. Але, незважаючи на номінальне зростання обсягів страхового ринку, ця галузь забезпечує перерозподіл незначної частини внутрішнього валового продукту.

Страховий ринок демонструє одну з найбільших динамік зростання серед секторів економіки країни. Кількісні показники страхового ринку свідчать про високі темпи зростання страхового ринку. Його щорічний приріст становить 30-40 % у сегменті страхування ризиків та 60-70 % – життя. Основні чинники зростання ринку - приріст добробуту населення та збільшення його страхової культури.

Незважаючи на світову фінансову кризу, яка в цілому негативно відобразилась на динаміці національних фінансових ринків, позитивна динаміка на українському страховому ринку збереглась і наприкінці 2017 року. Зокрема, страхові премії за видами страхування життя за III квартал 2017 року зросли на 72 %, а відповідні страхові виплати - на 39 %. Зростання обсягів страхової діяльності стало одним із факторів збільшення страхових резервів та активів. Протягом останніх двох періодів (2016 та 2017 роки) зберігається позитивна динаміка зростання активів страховиків, страхових резервів, а також збільшенні частки сформованих страхових резервів зі страхування життя (у 2016 році резерви зі страхування життя становили 11,8 % у загальній величині страхових резервів, а в III кварталі 2017 року – 12,8 %). Динаміка основних параметрів за останні роки свідчить про зміцнення тенденцій до зростання обсягів страхового ринку. Серед позитивних чинників - стійке зростання капіталу та обсягів активів, що є необхідною умовою стабільного функціонування і розвитку страхового ринку. Страховий ринок потребує детального вивчення формування попиту і пропозиції на страхові продукти для задоволення більшої кількості потреб людини на мікрорівні та поліпшення фінансового ефекту на макrorівні держави.

Ймовірними факторами впливу на формування попиту та пропозиції на страхові продукти страховиків з страхування життя можуть бути наступні:

– досвід діяльності на ринку страхування життя, що впливає на довіру клієнтів до страховика;

– об'єм страхових платежів, що викликає ефект «масової зацікавленості» у покупців;

– об'єм страхових виплат за договорами страхування життя і при настанні страхового випадку, що впливає на фінансову зацікавленість клієнтів;

– динаміка кількості застрахованих в компанії, що викликає позитивне відношення клієнтів до страховика.

Розглядаючи перший фактор, досвід діяльності на ринку страхування життя, що впливає на довіру клієнтів до страховика, мова йде про стаж роботи компанії, а також про фінансову стабільність, адже серед конкуренції на страховому ринку лише фінансово стабільні компанії можуть працювати більше 20-30 років. Особливо привабливими є компанії з рівнем фінансового стану категорії AAA або AA [6], [7].

Наступним фактором ймовірного впливу на збутову діяльність є об'єм страхових платежів, що викликає ефект «масової зацікавленості» у покупців. Розглянемо одне із джерел доходів страхової компанії від основної діяльності, а саме страхові премії (платежі).

Динаміку страхових платежів обраних компаній з страхування життя наведено в таблиці 1 [8]. Такими компаніями стали лідери страхового ринку: Метлайф, ТАС, РЗУ Україна страхування життя.

Для страховика показник збільшення страхових платежів показує на збільшення грошової маси, ці кошти компанія може вкладати в інвестиційні проекти. Для клієнтів показник збільшення динаміки страхових платежів свідчить про те, що компанія є прибутковою, привабливою до довгострокового вкладення коштів. Також спрацьовує ефект «масової зацікавленості», чим більше осіб вкладає коштів в компанію, тим безпечніше стає для інших вкласти власні кошти в таку компанію.

Таблиця 1

ДИНАМІКА СТРАХОВИХ ПЛАТЕЖІВ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ З СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

№ п/п	Назва компанії	Роки					
		2014 рік		2015 рік		2016 рік	
		тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
1	МЕТ Лайф	319320	47	416540	49	621024	54
2	ТАС	209464	31	257637	30	285857	25
3	PZU Україна страхування життя	154303	22	177819	21	239521	21
Всього		683087	100	851996	100	1146402	100

Джерело: Сайт страхового рейтингу Insurance Top [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу ст.: <https://forinsurer.com/ratings/life/16/12/1>

Розрахунки показали, що серед лідерів страхування життя компанія Метлайф займає лідируючі позиції, довіра та інтерес до компанії очевидний. Показники інших страховиків теж високі серед компаній страхування життя, що працюють на страховому ринку України.

Розглянемо фактор впливу об'єму страхових виплат за договорами страхування життя і при настанні страхового випадку, що впливає на фінансову зацікавленість клієнтів.

Оскільки страхові виплати для страховика можуть бути плановими, а також раптовими, тому суми страхових виплат носять ймовірнісний характер. Проте для страховика збільшення показника виплат є несприятливим фактором, а для клієнтів це фінансовий показник відшкодування настання ризику. Ціллю страхування життя є саме відшкодування втрат і ріст такого показника привабливий для клієнтів. Розглянемо динаміку страхових виплат у таблиці 2 [8].

Таблиця 2

ДИНАМІКА СТРАХОВИХ ВИПЛАТ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ З СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

№ п/п	Назва компанії	Роки					
		2014 рік		2015 рік		2016 рік	
		тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
1	МЕТ Лайф	43908	42	47249	16	66429	35
2	ТАС	49575	47	55145	18	71748	37
3	PZU Україна страхування життя	12288	11	201376	66	53581	28
Всього		105771	100	303770	100	191758	100

Джерело: Сайт страхового рейтингу Insurance Top [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу ст.: <https://forinsurer.com/ratings/life/16/12/6>

Показники страхових виплат можуть збільшуватись і зменшуватись, адже страхові випадки, за якими здійснюють страхове відшкодування, не мають певної закономірності. Збільшення

сум страхових виплат може також відображати збільшення кількості застрахованих, причому кількість страхових випадків і їх ймовірність настання також збільшується. Також показники

можуть зменшуватись, якщо компанія не має засобів для погашення даних зобов'язань.

Аналіз страхових виплат та кількості застрахованих в страховій компанії не є показниками фінансового забезпечення, але для відображення довіри до страховика та його привабливості на ринку страхування аналізуються такі показники. Адже рівень довіри до компанії, на нашу думку, визначається найперше числом клієнтів та віком компанії. Кожна лю-

дина прагне зробити єдино правильний вибір страхової компанії і забезпечити не тільки страховий захист, а й накопичити кошти на певний випадок.

Розглянемо такий фактор, як динаміка кількості застрахованих в компанії, що викликає позитивне відношення клієнтів до страховика. Динаміку кількості застрахованих серед трійки лідерів-страховиків можна спостерігати в таблиці 3 [8].

Таблиця 3

ДИНАМІКА КІЛЬКОСТІ ЗАСТРАХОВАНИХ В СТРАХОВИХ КОМПАНІЯХ З СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

№ п/п	Назва компанії	Роки					
		2014 рік		2015 рік		2016 рік	
		осіб	%	осіб	%	осіб	%
1	МЕТ Лайф	162308	44	75948	40	456422	63
2	ТАС	137113	37	79273	42	182169	25
3	PZU Україна страхування життя	70698	19	34819	18	83439	12
Всього		370119	100	190040	100	722030	100

Джерело: Сайт страхового рейтингу Insurance Top [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу ст.: <https://forinsurer.com/ratings/life/16/12/21>

Розглядаючи динаміку кількості застрахованих у таблиці 3, ми дійшли висновку, що збільшення попиту на страхову продукцію в компаніях з страхування життя відображене збільшенням застрахованих у даних компаніях. У 2016 році компанія Метлайф зосередила в своєму підпорядкуванні 63% клієнтів, ТАС – 25%, компанія PZU Україна – 12% клієнтів. У минулих роках динаміка була інша.

Стратегія розвитку страхового ринку України має бути орієнтована передусім на досягнення незалежного рівня особистого страхування, зокрема його довгострокових (накопичувальних) видів. При цьому найзацікавленішою в розвитку ринку особистого страхування в країні має бути держава, що поліпшить стан попиту і пропозиції на страхові послуги.

По-перше, проблема пошуку коштів для розв'язання державних проблем має першочергову значущість, і саме особисте страхуван-

ня, разом із страхуванням життя, дасть змогу залучити додаткові кошти, що є джерелом довгострокових інвестиційних ресурсів.

По-друге, особисте страхування компенсує дефіцит державних соціальних гарантій. Довгострокове особисте страхування (зокрема пенсійні ануїтети) забезпечує отримання додаткового доходу, що не залежить від розміру державних виплат, у тому числі через старість і інвалідність. Наявність розвинутого ринку особистого страхування знижує навантаження на видаткову частину бюджету, зменшуючи витрати держави на соціальне забезпечення громадян. Отже, держава зможе зосередитися на захисті найменш забезпечених верств населення.

По-третє, розвиток особистого страхування, як однієї з найбільш працемістких і науковомістких галузей страхування, веде до утворення нових робочих місць.

Вітчизняний страховий ринок потребує модернізації, що передбачає заміну наявної моделі його функціонування й розвитку нової, ефективнішої, яка відповідатиме потребам розвитку реального страхування і базуватиметься на динамічно зростаючому платоспроможному попиті.

В основу формування попиту і пропозиції страхового ринку України має бути покладе-

ний принципово новий для сучасного страхового ринку підхід, коли саме страхувальники розглядаються як імператив. Це означає, що інтереси страхувальників повинні розглядатися як пріоритетні у загальній системі інтересів, які забезпечують функціонування вітчизняного страхового ринку і страхувальники є головним джерелом існування і розвитку страхового бізнесу.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Для досягнення мети дослідження у статті виявлено і проаналізовано ймовірні фактори впливу на збутову діяльність страхових компаній зі страхування життя. Дослідження показали, що попит і пропозиція тісно пов'язані з формуванням збутової діяльності в компаніях з страхування життя, що підтверджено теоретичними засадами формування попиту та пропозиції на страхові послуги, думками науковців.

Факторами, що можуть впливати на збутову діяльність можуть бути: досвід діяльності на ринку страхування життя, що впливає на довіру клієнтів до страховика; об'єм страхових платежів, що викликає ефект «масової зацікавленості» у покупців; об'єм страхових виплат за договорами страхування життя і при настанні страхового випадку, що впливає на фінансову зацікавленість клієнтів; динаміка кількості застрахованих в компанії, що викликає позитивне відношення клієнтів до страховика.

Аналіз факторів впливу, на збутову діяльність компанії дав можливість комплексно оцінити такий вплив на формування попиту і пропозиції на страхові продукти на ринку страхування життя.

Нами було розглянуто лише ті фактори впливу на збутову діяльність, які містять економічний зміст. Поряд з ними, є ще ряд задач та елементів, які враховуються при формуванні збуту продукції, а саме: реклама, семінари, експрес опитування, анкетування, аналіз потреб людини в напрямі страхування, розрахунок знижок, акцій, тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. **Осипов, В.Е.** Цены и ценообразование [Учебник для вузов] / [под ред. В.Е. Осипова]. – Питер, 2004. – 464 с.
2. **Sangowskiego, T.** Ubezpieczenia gospodarze / [Pod red. T. Sangowskiego] – Wydanie drugie, zaktualizowane i rozszerzone. – Warszawa: Poltext, 2001. – 390 s.
3. **Ватаманюк, З.** Економічна теорія: макро- і мікроекономіка / З. Ватаманюк, С. Пишна // [за ред. З.Ватаманюка і С. Панчишина]. – К.: Видавничий дім "Альтернативи", 2001. – 606 с.
4. **Маршал, А.** Принципы экономической науки / А. Маршал – Москва, 2006. – т. 2. – С. 115.
5. **Король, І. В.** Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 190 с.
6. **Rating Agencies-such As Standard & Poor's (S&P)** / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chegg.com/homework-help/questions-and-answers/rating-agencies-standard-poor-s-s-p-moody-s-investor-service-fitch-ratings-assign-credit-r-q11190539>

7. **Постанова** Кабінету Міністрів України «Про затвердження рейтингової національної шкали» № 665 від 26.04.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/665-2007>

8. **Сайт** рейтингу страхових компаній [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/ratings/life/16>

9. **Базель II**: проблеми та перспективи викорис-

тання в національних банківських системах [Текст] : монографія / А. О. Єпіфанов та ін. ; за ред. А. О. Єпіфанова, І. О. Школьник. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. – 261 с.

10. **Huang, X.** Assessing the systemic risk of a heterogeneous portfolio of banks during the recent financial crisis [Text] / X. Huang, H. Zhou, H. Zhu // Journal of Financial Stability. – 2012. – № 8 (3). – P. 193–205.

Стаття на тему «Анализ факторов влияния на рынок страховых услуг по страхованию жизни» посвящена выявлению и анализу основных факторов влияния на сферу услуг страховых компаний по страхованию жизни, возникает в результате взаимодействия спроса и предложения страховых продуктов на страховом рынке Украины. Рассмотрены теоретические аспекты формирования спроса и предложения на страховые услуги. Проанализированы экономические показатели, отражающие сбытовую деятельность компании. Обобщены и характеризированы факторы влияния на состояние продажи страховых продуктов по страхованию жизни.

Ключевые слова: *страховая компания, спрос, предложение, страховщик, застрахованный, сбытовая деятельность.*

Article on the topic "Analysis of the factors of influence to the market of insurance services of life insurance" is devoted to revealing and analysis of the main factors influencing the sales activity of insurance companies in life insurance, that arises as a result of the interaction of demand and supply of insurance products in the insurance market of Ukraine. The theoretical aspects of the formation of demand and supply for insurance services are considered. The economic indicators, reflecting the state of sales activity of the company, are analyzed. The factors influencing the sale's state of life insurance products are summarized and characterized.

Keywords: *insurance company, demand, offer, insurer, insured, sales activity.*

25 років з читачами

Широка популярність журналу серед читачів усіх регіонів країни

Перше професійне видання в незалежній Україні