

7. Thomas J. PETERS and Robert H. WATERMAN, Jr. IN SEARCH OF EXCELLENCE (LESSONS FROM AMERICA S BEST-RUN COMPANIES). Harper & Row, Publishers, New York Thomas J. PETERS and Robert H. WATERMAN, Jr. IN SEARCH OF EXCELLENCE (LESSONS FROM AMERICA S BEST-RUN COMPANIES). Harper & Row, Publishers, New York 1984. — 244 p.
8. Ільницька Т.А. Місце та роль ситуаційного аналізу у сучасному управлінні / Т.А. Ільницька // Вісник НАДУ. — 2014. — № 3. — С. 72—77.
9. Саати Т.Л. Принятие решений при зависимостях и обратных связях: Аналитические сети / Т.Л. Саати. — М. : Либроком, 2011. — 360 с.

REFERENCES

1. Bertalanfy, L. von. "The history and status of General systems" System research. — М. : Nauka, 1973. — S. 20-38.
2. Milner, B. (2011) "Systematic approach to organization management" — М. : Economics, — 224 p.
3. Bulahova, E.I. (2011.) "Formation of system of marketing in integrated business structures" Bulletin of NAT. tech. University "KHPI": SB. nauch. Tr. The themed slots. vol.: Technical progress and the efficiency of production. — Kharkov: NTU "KHPI". — vol. 7pp. 85-94.
4. Sinyagin, A.V. (2008) "Methods of formation of the corporate system marketing in the integrated industrial structures: abstract of dissertation: 08.00.05" GOU VPO "Saint-Petersburgstate engineering-economic University". — SP-b — 19 S.
5. Barnard, H. (2009) "Functions of the leader. Power, incentives, and values in organizations". — М.: IRISEN, 363 p.
6. Drucker, P. (2005) On the Profession of Management / P. Drucker [Russian edition]. — М. : "Williams", 320 p.
7. Thomas, J. PETERS and Robert, H. WATERMAN, Jr. "IN SEARCH OF EXCELLENCE" (1984) (LESSONS FROM AMERICA'S BEST-RUN COMPANIES). Harper & Row, Publishers, New York. — 244 p.
8. Ільницька Т.А. "Place and role of situational analysis in modern management" Bulletin of the NAGA. — 2014. — No. 3. — P. 72-77.
9. Saaty, T.L. (2011) "Decision Making with dependence and feedback relations: Analytical network" Moscow : Librokom, 360 p.

УДК 336.02:336.14:005.591.46(477.64)

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Кисільова І.Ю., к.ф.-м.н., доцент, Калюжна Ю.В., к.е.н., викладач

*Запорізький національний університет
Україна, 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66*

inna261973@rambler.ru, kalyuzhnaya_J@mail.ru

У статті досліджено динаміку розвитку страхового ринку України, проаналізовано сучасні тенденції політики ціноутворення страховиків, які мають специфічні відмінності, пов'язані з особливостями страхування в Україні. Зазначено, що в процесі збуту страхових послуг роль ціни є визначальною, структура ціни повинна відповідати меті страхової компанії, забезпечити конкурентоспроможність та сприяти ефективній реалізації тарифної політики. Основними етапами при розробленні цінової політики страховиків виокремлено: збір вхідної інформації, стратегічний аналіз, формування цінової стратегії. Факторами, що впливають на вибір цінової стратегії страхової компанії, визначено: життєвий цикл страхової послуги, портфель страхових послуг, собівартість послуг, сегментація та позиціонування послуг. Автори розглянули особливості побудови тарифів у страхуванні, склад брутто-ставки, навантаження та витрати на ведення страхової справи, а саме: організаційні, аквізиторські, ліквідаційні, управлінські, інкасаційні. У статті визначено наближені тарифи зі страхування життя та медичного страхування (безперервного страхування здоров'я) в Україні за 2011 – 2016 рр., які базуються на

загальних консолідованих даних страхового ринку. Автори обґрунтували зміни динаміки страхових тарифів в Україні: зростання тарифу зі страхування життя зумовлене збільшенням ліквідаційних витрат страховиків та загостренням кризової ситуації в країні; підвищення тарифу з медичного страхування пояснюється значним зростанням аквізиційних та ліквідаційних витрат страховиків в Україні. У статті доведено, що страховий тариф повинен враховувати дійсні витрати страховика, забезпечувати достатній рівень прибутковості, відповідаючи вимогам конкурентоспроможності на страховому ринку.

Ключові слова: страховий ринок, ціноутворення, страховий тариф, маркетингова стратегія страховика, страхування життя, медичне страхування.

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

Кисилева И.Ю., к.ф.-м.н., доцент, Калюжная Ю.В., к.э.н., преподаватель

*Запорожский национальный университет
Украина, 69600, г. Запорожье, ул. Жуковского, 66*

В статье исследована динамика развития страхового рынка Украины, проанализированы современные тенденции политики ценообразования страховщиков, которые имеют специфические отличия, связанные с особенностями страхования в Украине. Отмечено, что в процессе сбыта страховых услуг роль цены является определяющей, структура цены должна соответствовать цели страховой компании, обеспечить конкурентоспособность и способствовать эффективной реализации тарифной политики. Основными этапами при разработке ценовой политики страховщиков выделено: сбор исходной информации, стратегический анализ, формирование ценовой стратегии. Факторами, влияющими на выбор ценовой стратегии страховой компании, определены: жизненный цикл страховой услуги, портфель страховых услуг, себестоимость услуг, сегментация и позиционирование услуг. Авторы рассмотрели особенности построения тарифов в страховании, состав брутто-ставки, нагрузку и расходы на ведение страхового дела, а именно: организационные, аквизиционные, ликвидационные, управленческие, инкассационные. В статье определены приближенные тарифы в страховании жизни и медицинском страховании (непрерывном страховании здоровья) в Украине за 2011 - 2016 г., базирующиеся на общих консолидированных данных страхового рынка. Авторы обосновали изменение динамики страховых тарифов в Украине: рост тарифа в страховании жизни обусловлен увеличением ликвидационных расходов страховщиков и обострением кризисной ситуации в стране; повышение тарифа в медицинском страховании объясняется значительным ростом аквизиционных и ликвидационных расходов страховщиков в Украине. В статье доказано, что страховой тариф должен учитывать действительные расходы страховщика, обеспечивать достаточный уровень доходности, отвечая требованиям конкурентоспособности на страховом рынке.

Ключевые слова: страховой рынок, ценообразование, страховой тариф, маркетинговая стратегия страховщика, страхование жизни, медицинского страхования.

PECULIARITIES OF THE INSURANCE COMPANIES PRICE FORMATION POLICY

Kisilyova I.Yu., Ph.D. in Phys.-math. Sc., docent, Kaliuzhna I., Ph.D., lecturer

*Zaporizhzhya National University
Ukraine, 69600, Zaporizhzhya, Zhukovsky str., 66*

This article provides the research of the insurance market dynamics in Ukraine, analyzes current trends in pricing policies of the insurers, which have differences associated with the specific insurance features in Ukraine. The role of prices is crucial in the process of selling insurance, the price structure must fit the purpose of the insurance company to ensure competitiveness and promote the effective implementation of the rate policy. The main stages in developing of the pricing policy of insurers were distinguished: collection of the input data, strategic analysis, setting of the pricing strategy. Factors, which influence the insurance company pricing strategies selection, are: life cycle of the insurance service, insurance services package, cost value of services, segmentation and positioning of services. The authors have examined the features of insurance rates, the gross rate burden composition and costs of running an insurance business, namely: organizational, acquisition, liquidation, management and collection costs. The approximate rates of life insurance and medical insurance (continuous health insurance) in Ukraine for 2011 - 2016 were defined in the article, which are based on a common consolidated data from the insurance market. The authors have validated the changing dynamics of the insurance rates in Ukraine: the growth rate of life insurance happens due to insurer's disposal costs increase and the aggravation of the crisis in the country; increasing rate of health insurance are explained by a significant increase of acquisition and disposal costs of the insurers in Ukraine. The article proves that insurance rates should incorporate the actual running costs of the insurer, to assure a sufficient level of profitability meeting the insurance market competitiveness requirements.

Key words: insurance market, price setting, insurance rate, insurer's marketing strategy, life insurance, health insurance.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Страховий ринок України перебуває на етапі розвитку, провідні страхові компанії займають майже весь ринок, тоді як решта компаній не користується попитом. Обмежений досвід вітчизняного страхування, недосконалість законодавчого поля та інвестиційних заходів призвели до наявності певних проблем, які заважають розвитку цього сегмента, особливо в питаннях побудови страхових тарифів та залучення страхувальників. Відсутність якісної статистичної інформації щодо динаміки та структури тарифів компаній не дає можливість потенційним клієнтам визначити прийнятність меж ціни на даний вид послуг.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У науковій економічній літературі особливості страхової політики розглядаються не вперше. О.В. Козьменко, С.М. Козьменко, Т.А. Васильєва [1] розглядають цінову політику страховика в системі маркетингової стратегії та наводять особливості ціноутворення основних видів страхування. О.Д. Вовчак. [2] розглядає методи розрахунку страхових тарифів, які базуються на використанні теорії ймовірності та математичній статистиці, експертних оцінках, розрахунку доходності, методі аналогій та ін. О.М. Кінаш, В.М. Сороковський, М.В. Папка [3] розглядають особливості актуарних розрахунків страхових тарифів. Віддаючи належне внеску науковців, зазначимо, що в сучасній фаховій літературі незавершеним є розгляд тенденцій цінової політики та проблем, пов'язаних із ними.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження особливостей побудови тарифів у страхуванні та аналіз сучасних тенденцій політики ціноутворення страховиків.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Ціна страхування визначається інакше, ніж у інших сферах господарювання. Страховий тариф – це ставка страхової премії з одиниці страхової суми з урахуванням об'єкта страхування і характеру страхового ризику, а вартість страхової послуги (її ціна) виражається в страховому внеску (тарифі, премії), яку страхувальник сплачує страховику. Страхова премія визначається за формулою (1):

$$\text{Страхова премія} = \text{страховий тариф} * \text{страхова сума} \quad (1)$$

Динаміка страхових премій, починаючи з 2013 р., зображена на рис.1.

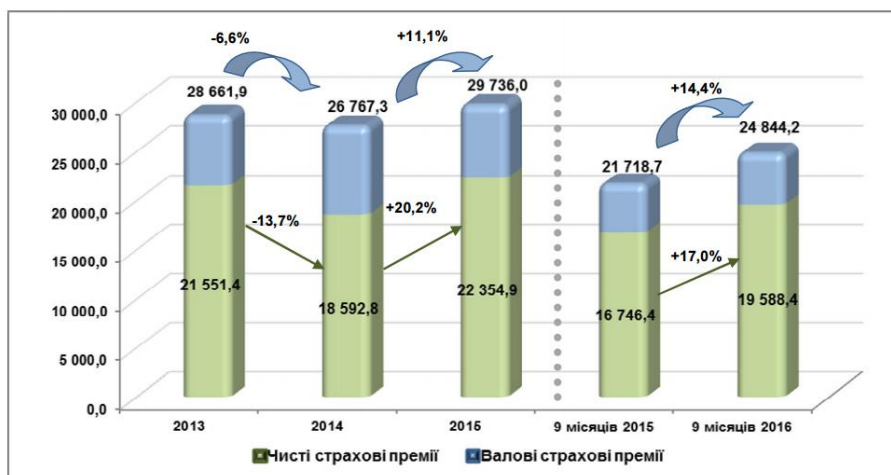


Рис.1. Динаміка страхових премій за 2013 – 2015 рр., 9 міс. 2016 р. (млн. грн.) [4]

Порівняно з 9 місяцями 2015 року на 3 125,5 млн. грн. (14,4%) збільшився обсяг надходжень валових страхових премій, обсяг чистих страхових премій збільшився на 2 842,0 млн. грн. (17,0%). Збільшення валових страхових премій відбулося майже по всіх видах страхування.

Питома вага чистих страхових премій у валових страхових преміях за 9 місяців 2016 року становила 78,8%, що на 1,7 в.п. більше порівняно з 9 місяцями 2015 року.

Динаміка страхових премій за мінусом частки страхових премій, сплачених перестраховикам-резидентам, за 9 місяців 2015-2016 рр. наведена в таблиці 1.

Таблиця 1 – Структура чистих страхових премій за 9 місяців 2015-2016 рр.

Види страхування	9 міс. 2015	9 міс. 2016	Темпи приросту 9 міс. 2016/ 9 міс. 2015	
	млн.грн.		млн.грн.	%
Автостраховання (КАСКО, ОСЦПВ, "Зелена картка")	5 362,6	6 358,6	996,0	18,6
Страховання життя	1 503,3	1 985,2	481,9	32,1
Страховання майна	1 617,3	1 898,4	281,1	17,4
Медичне страхування (безперервне страхування здоров'я)	1 441,8	1 758,6	316,8	22,0
Страховання фінансових ризиків	1 811,6	1 573,2	-238,4	-13,2
Страховання від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ	980,2	1 249,6	269,4	27,5
Страховання вантажів та багажу	1 197,6	941,2	-256,4	-21,4
Страховання відповідальності перед третіми особами	745,8	906,0	160,2	21,5
Страховання від нещасних випадків	309,4	545,0	235,6	76,1
Страховання медичних витрат	351,8	524,3	172,5	49,0
Страховання кредитів	215,0	459,9	244,9	113,9
Авіаційне страхування	336,9	392,4	55,5	16,5
Страховання від нещасних випадків на транспорті	54,1	56,2	2,1	3,9
Інші види страхування	819,0	939,8	120,8	14,7

Джерело: [4]

Приріст чистих страхових премій за 9 місяців 2016 року (+17,0%) відбувся по більшості видів страхування, зокрема за рахунок суттєвого збільшення надходжень платежів з автостраховання (+18,6%), страхування життя (+32,1%), медичного страхування (+22,0%), страхування майна (+17,4%), страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ (+27,5%), страхування кредитів (+113,9%), страхування від нещасних випадків (+76,1%), страхування медичних витрат (+49,0%). Водночас, спад чистих страхових премій спостерігався зі страхування вантажів та багажу (-21,4%) та страхування фінансових ризиків (-13,2%) [4].

Незважаючи на те, що на страховому ринку України працює 323 компанії станом на 30.09.2016, фактично на страховому ринку основну частку валових страхових премій – 99,9% акумулюють 200 СК «non-Life» (71,4% всіх СК «non-Life») та 99,4% – 20 СК «Life» (46,5% всіх СК «Life»). (табл. 2).

Таблиця 2 – Концентрація страхового ринку за 9 міс. 2016 року

Перші(Топ)	страховання "Life"		страховання "non-Life"		
	Надходження премій (млн. грн.)	Частка на ринку, %	Надходження премій (млн. грн.)	Частка на ринку, %	Кількість СК, які більше 50% премій отримали від перестраховувальників
Топ 3	853,1	42,9	4 157,2	18,2	2
Топ10	1 754,3	88,3	10 015,1	43,8	4
Топ 20	1 974,8	99,4	14 399,4	63,0	4
Топ 50	1 987,2	100,0	19 713,7	86,2	7
Топ 100	х	х	22 164,4	97,0	8
Топ 150	х	х	22 844,5	99,9	12
Всього по ринку	1 987,2	100	22 857,0	100	18

Джерело: [4]

За 9 місяців 2016 року значний рівень конкуренції спостерігався на ринку видів страхування інших, ніж страхування життя, тоді як на ринку страхування життя наявна помірна монополізація.

Отже, у процесі збуту страхових послуг роль ціни є визначальною, а цінова політика є важливою частиною маркетингової стратегії, складовою комерційного успіху та важелем забезпечення конкурентоспроможності страховика.

Структура ціни повинна відповідати меті страхової компанії, забезпечити конкурентоспроможність та сприяти ефективній реалізації тарифної політики. Основними етапами при розробленні цінової політики страховиків є: збір вхідної інформації (оцінка витрат, визначення потенційних покупців та конкурентів), стратегічний аналіз (фінансовий та сегментний аналіз), формування цінової стратегії. До факторів, що впливають на вибір цінової стратегії страхової компанії, належать: життєвий цикл страхової послуги, портфель страхових послуг, собівартість послуг, сегментація та позиціонування послуг. Варіативність поєднання цих факторів та загальної мети страховика визначає використання певних цінових стратегій: встановлення дискримінаційних цін; цін на новий страховий продукт; цін у межах асортименту страхового ринку; цін з урахуванням знижок; цін з метою стимулювання збуту [1, с. 176-178].

Розрахунок страхових тарифів здійснюється актуарно, тобто за допомогою спеціальних математичних та статистичних методів, і складається з двох етапів: розрахунок максимального страхового тарифу (брутто-ставки) та розрахунок страхових тарифів для кожного об'єкта страхування з урахуванням ступеня ризику.

Брутто-ставка є тарифом, за яким укладається договір страхування, та складається з двох частин:

- нетто-ставки, що є основною частиною страхового тарифу, виражає ціну страхового ризику і призначена для виплати страхового відшкодування, страхових сум і формує страхові резерви;
- навантаження (надбавки), що призначене для відшкодування витрат страховика на ведення справи та для забезпечення отримання прибутку.

Навантаження розраховується, виходячи із витрат на ведення страхової діяльності та запланованого прибутку. Воно покриває витрати страховика на ведення діяльності, фінансування превентивних заходів та забезпечення планової норми прибутковості страховика. Для розрахунку навантаження (N) використовується формула 2:

$$N = N_s + N_{pr} + N_r, \quad (2)$$

N_s – витрати на ведення страхової діяльності;

N_{pr} – витрати на фінансування превентивних заходів;

N_r – запланована норма прибутковості.

В актуарних розрахунках використовують класифікацію, що відображає витрати на ведення страхової справи, а саме: організаційні, аквізиційні, ліквідаційні, управлінські, інкасаційні [5]. Аквізиційні витрати – виробничі витрати страхової організації, пов'язані із залученням нових страхувальників та укладанням нових договорів страхування за посередництвом страхових агентів. Інкасаційні витрати пов'язані з обслуговуванням готівкового обороту надходження страхових платежів. Ліквідаційні витрати – витрати з ліквідації збитків, завданих страховою подією (заробітна плата осіб, які займаються ліквідацією збитків, судові витрати, поштові витрати та витрати, пов'язані з виплатою страхового відшкодування). Організаційні витрати пов'язані зі заснуванням страхового товариства, відносять до активів страховика, бо вони є інвестиціями. Управлінські витрати поділяють на загальні витрати управління та витрати управління майном [2].

Розмір страхових тарифів є складовою частиною Правил страхування, розроблених для кожного виду страхування окремо та зареєстрованих у Національній комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [5].

Для аналізу сучасних тенденцій політики ціноутворення страховиків визначено наближені тарифи зі страхування життя та медичного страхування (безперервного страхування здоров'я) в Україні за 2011-9 міс.2016 р., які базуються на загальних консолідованих даних страхового ринку (табл. 3).

Таблиця 3 – Вихідні дані для розрахунку тарифних ставок у страхуванні за 2011 р.-9 міс.2016 р.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	9 міс. 2016 р.
Страхування життя						
Страхові премії, млн грн.	1346,4	1809,5	2476,5	2159,7	2186,6	1985,2
Максимальна страхова сума на 1 застраховану особу, млн грн.	268,0	142,7	7 804,3	1221,9	219,7	239,3
Кількість укладених договорів страхування, млн од.	1288	2473,4	3481,6	1270,4	1495,2	1089,5
Страховий тариф, %	0,390	0,513	0,009	0,139	0,666	0,761
Медичне страхування (безперервне страхування здоров'я)						
Страхові премії, млн грн.	736,3	1280,1	1395,7	1507,1	1862,1	1758,6
Максимальна страхова сума на 1 застраховану особу, млн грн.	400,9	642,3	430,6	77,8	56,6	46,2
Кількість укладених договорів страхування, млн од.	1360,7	1454,9	6636,8	1314,0	994,2	1232,9
Страховий тариф, %	0,135	0,137	0,049	1,474	3,309	3,087

Джерело: [4]

Динаміку тарифів зі страхування життя та медичного страхування в Україні за 2011-9 міс.2016р. наведено на рис. 2,3.

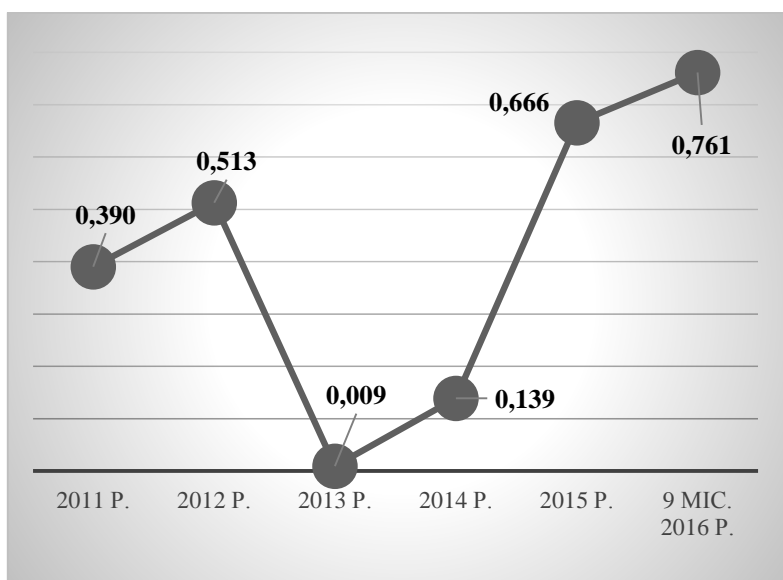


Рис. 2. Динаміка тарифу зі страхування життя за 2016р.

Динаміка тарифу зі страхування життя в Україні є аналогічною до динаміки показників, на підставі яких він розраховувався. Із 2015р. відбувається зростання страхового тарифу через збільшення ліквідаційних витрат страховиків та загострення кризової ситуації в країні.

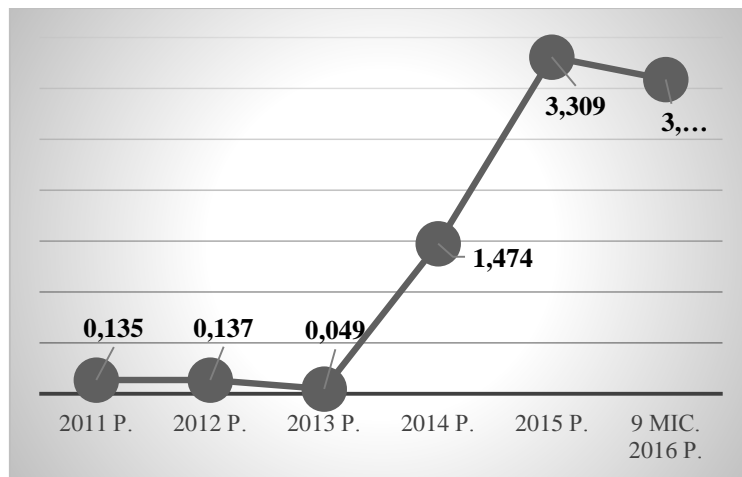


Рис. 3. Динаміка тарифу з медичного страхування за 2011 - 2016р.

Стрімке підвищення тарифу з медичного страхування у 2015р. зумовлене значним зростанням аквізичійних (на 47,0 млн грн. порівняно з 2014 р.) та ліквідаційних (на 11,1 млн грн. відповідно) витрат страховиків в Україні.

ВИСНОВКИ

Політика ціноутворення страхових компаній має специфічні відмінності, пов'язані з особливостями страхування в Україні, видатками та резервами страховиків, складністю побудови тарифів, співвідношенням попиту та пропозиції тощо. Страховий тариф повинен враховувати дійсні витрати страховика, забезпечувати достатній рівень прибутковості, відповідаючи вимогам конкурентоспроможності на страховому ринку. Механізм побудови тарифів зі страхування в Україні потребує подальшого вдосконалення, оскільки від нього залежить ефективність взаємовідносин страховика і страхувальника, фінансовий стан компанії та її фінансова надійність взагалі.

ЛІТЕРАТУРА

1. «4P» маркетингу страхових компаній : монографія / [Козьменко О.В., Козьменко С.М., Васильєва Т.А. та ін.] ; кер. авт. кол. д.е.н., проф. О.В. Козьменко. — Суми : Університетська книга, 2014. — 432 с.
2. Вовчак О. Д. Страхування: навчальний посібник / Вовчак О. Д. — [3-тє вид.] — Львів Новий Світ-2000, 2006. — 480 с.
3. Кінаш О.М. Основи актуарних розрахунків: [навчально-метод.посіб.] / О.М. Кінаш, В.М. Сороковський, Папка М.В. — Львів, 2012. — 188 с.
4. Консолідовані звітні дані страхового ринку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://nfp.gov.ua/content/konsolidovani-zvitni-dani.html>
5. Дмитренко Є. Трансфертне ціноутворення у страхових та перестрахових контрольованих операціях [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://krestongcg.com/upload/Transfer%20pricing%20in%20the%20insurance%20and%20reinsurance%20controlled%20operations.pdf>

REFERENCES

1. Kozmenko, O.V., Kozmenko S.M. and Vasylyeva, T.A. (2014), "4P" marketingu strakhovykh kompaniy [«4P» Insurance Companies Marketing], Universytetska knyga, Sumy, Ukraine
2. Vovchak, O.D. (2006), *Strakhuvannya* [Insurance], Novyy Svit, Lviv, Ukraine
3. Kinash, O.M., Sorokovsky, V.M and Papka, M.V. (2012), *Osnovy aktuarnykh rozrakhunkiv* [Fundamentals of actuarial], Lviv, Ukraine
4. The National Commission for State Regulation of Financial Services Markets, available at: <https://nfp.gov.ua/content/konsolidovani-zvitni-dani.html> (access date March 1, 2017)
5. Dmytrenko, Ye. (2015), "Transfer pricing in the insurance and reinsurance operations controlled", available at: <http://krestongcg.com/upload/Transfer%20pricing%20in%20the%20insurance%20and%20reinsurance%20controlled%20operations.pdf> (access date March 1, 2017)