

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ БАЗОВИХ ПОНЯТЬ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

У статті проведено системний аналіз базових понять конкуренції серед страхових компаній та конкурентоспроможності національної економіки, представлено концепції успішного функціонування страхових компаній в умовах конкуренції, досліджено світовий досвід країн ринкової економіки у галузі конкурентоспроможності.

Ключові слова: страхова компанія, аналіз, конкуренція, конкурентоспроможність, національна економіка.

Постановка проблеми. Зважаючи на наявність великої кількості страховиків на страховому ринку України, виникає ряд проблем, пов'язаних з розподілом ринку страхових послуг за видами та напрямками страхового бізнесу. Тому важливим питанням сьогодення постає дослідження конкуренції на страховому ринку та конкурентоспроможності страхових компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні проблеми конкуренції (країни, галузі, регіону, підприємства) досліджувались багатьма вітчизняними і закордонними науковцями, серед яких можна назвати таких, як Л. Л. Антонюк, Я. Б. Базилук, Я. Гордон, Б. М. Данилишин, Т. І. Гончарук, Я. А. Жаліло, О. В. Костусев, О. В. Козьменко, С. С. Осадець, Ю. В. Полунєєв, М. Портер, Г. М. Скударь, Р. А. Фатхутдинов та багато інших.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Досліджуючи сутність конкуренції та конкурентоспроможності загалом, слід зазначити, що вказані вище науковці не відзначали специфіку застосування даних категорій у страховому бізнесі. Враховуючи активізацію діяльності страховиків на страховому ринку, доцільним вважається виокремити специфіку застосування даних категорій.

Мета дослідження – сформулювати концептуальні підходи до застосування понять “конкуренція” та “конкурентоспроможність” страхової сфери.

Виклад основного матеріалу. За загальновідомим і найбільш поширеним визначенням, конкуренція організацій – це економічний процес, який полягає у взаємодії, взаємозв'язку та боротьбі діючих на ринку організацій та направлений на забезпечення кращих можливостей для збуту (реалізації) продукції (послуг), задоволення потреб покупців (клієнтів) і одержання максимального прибутку.

Коли йде мова про конкуренцію, то цілком зрозуміло, що розглядається не одна якась окрема організація, а їх сукупність. При цьому слід також мати на увазі, що суб'єктами даного явища

(конкуренції) є продавці і покупці товарів (послуг). Кожна організація, що діє на ринку, розглядається з урахуванням сукупності відносин і інформаційних потоків, що пов'язують її з іншими суб'єктами ринку. Конкуруючими називаються організації, що мають цілком або частково співпадаючий фундаментальний сегмент ринку.

Рівень конкуренції на ринку – це фактор зовнішнього впливу на діяльність організації, тобто об'єктивний фактор.

Відповідно до Закону України “Про захист економічної конкуренції” економічна конкуренція (конкуренція) – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.

Коли мова йде про наслідки конкуренції, то спочатку слід визначитися з тим, по відношенню до кого ми їх розглядаємо. Якщо, наприклад, це конкуруючі організації, то наслідком може бути загострення виробничих і ринкових відносин, підвищення ефективності їх діяльності, покращення якості товарів і послуг. Для споживачів товарів та послуг наслідком конкуренції може стати покращення якості товарів і послуг, зниження їхньої вартості.

Наведемо порівняльну таблицю різновидів конкуренції, узагальнивши її у таблиці 1.

Найбільш прийнятним для ринкової економіки є існування вільної конкуренції на кожному з сегментів ринку товарів і послуг. Проте навіть найрозвиненіші країни стикаються з проблемою недостатньої конкуренції на ринках деяких видів товарів та послуг.

Конкуренція у галузі надання страхових послуг має певні специфічні риси, до яких належать: розвиненість форм; високий рівень інтенсивності; значний рівень диференціації страхових послуг; відсутність конкурентоспроможних замінників для страхових послуг; відсутність цілого ряду вхідних бар'єрів, характерних для інших галузей економіки (патентний захист тощо), а також

відносно висока рентабельність і престижність страхового бізнесу.

Таблиця 1

Характеристика основних видів конкуренції

Параметри	Досконала конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Монополія
Кількість організацій-конкурентів	Велика кількість	Багато організацій, що виробляють подібні товари/послуги	Декілька	Один продукт і одна організація
Контроль над цінами	Ціни визначаються ринком	Вплив обмежений заміною	Вплив цінового лідера	Практично повний контроль
Товарна диференціація	Продукти не помітні за властивостями та якістю	Продукти диференційовані за сегментами ринку	Істотна для окремих продуктів, незначна – для стандартних	Контроль відсутній
Бар'єри для входження та виходу	Легкий вхід і вихід	Відносно легкий вхід і вихід	Вхід ускладнено необхідністю значних інвестицій	Вхід є практично неможливим

Конкурентоспроможність організації (країни, галузі) – це складна економічна категорія, під якою розуміють здатність організації (країни, галузі) випереджати суперника в досягненні поставлених економічних цілей, тобто це можливість організації (країни, галузі) ефективно функціонувати протягом значного періоду в умовах конкурентного ринку.

Проаналізуємо взаємозв'язок поняття конкурентоспроможності країни, організації, товару (послуги) і чинники, що їх визначають.

Конкурентоспроможність країни охоплює суто економічні показники, а також оцінює економічні наслідки важливих для стабільного зростання неекономічних явищ (якість політичних процесів і управління суспільством, рівень освіти, наукова база, верховенство закону, культура, системи цінностей та інформаційна інфраструктура).

Концепція конкурентоспроможності країни показує, в який спосіб політика уряду сприяє розвитку конкурентного національного, соціально-відповідального бізнесу на благо процвітання нації.

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) визначає конкурентоспроможність країни наступним чином: конкурентоспроможність країни визначається наявними можливостями для виробництва таких товарів та послуг, які в умовах вільного ринку знайдуть попит на міжнародних ринках, а також можливістю збільшувати реальний дохід громадян у довгостроковій перспективі.

Серед наукових досліджень, присвячених визначенню поняття та дослідженню явища конкурентоспроможності країни, розглядається декілька підходів до визначення

конкурентоспроможності національної економіки.

Перший підхід до визначення конкурентоспроможності. Концентрується увага на конкурентоспроможності з точки зору участі національної економіки у міжнародній торгівлі, яка оцінюється відносною часткою світових експортних ринків країни та рівнем проникнення імпорту. Завоювання країною значної частки ринку певного товару (послуги) в умовах недосконалої конкуренції може означати наявність у неї значних конкурентних переваг, а зменшення цієї частки – втрату цих переваг. Але концентрація уваги тільки на конкретних величинах показників міжнародної торгівлі як відображенні конкурентоспроможності країни навряд чи допустима. Ні додатне або від'ємне сальдо платіжного балансу, ні величина експортного ринку країни, ні обмінний курс національної валюти самі по собі не можуть дати достатньо інформації стосовно стану справ у країні, і орієнтація на певні конкретні величини подібних показників може привести до проведення політики, шкідливої для суспільства. Немає прямого зв'язку між конкретним рівнем даних показників і рівнем життя у країні як одним із показників успішного функціонування національної економіки.

Другий підхід до визначення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність визначається як здатність нації підтримувати і нарощувати свою участь (присутність) на міжнародних ринках паралельно зі зростанням рівня життя свого населення. Недосконалістю цього підходу є те, що він не містить вказівки стосовно джерела торгових успіхів країни, тому велике значення

має дослідження рівня відносної ефективності національної економіки, яка вимірюється з урахуванням рівня і темпів зростання продуктивності використання факторів виробництва. Перевага такого підходу у тому, що він вказує на безпосереднє джерело підвищення рівня життя у країні і на джерело конкурентоспроможності вітчизняних компаній на світовому ринку. Саме тому йому віддають перевагу як окремі дослідники, так і державні організації, які опікуються питаннями національної конкурентоспроможності (Європейська Комісія, Рада з політики конкурентоспроможності США тощо).

Третій підхід до визначення конкурентоспроможності. Стверджується, що концепція конкурентоспроможності на рівні країни – це продуктивність використання ресурсів, постійне підвищення національними фірмами продуктивності існуючих галузей, розвиток якостей, необхідних для завоювання міцних конкурентних позицій у нових, більш складних галузях. Констатація тісного зв'язку між станом країни у світовій торгівлі та продуктивністю її економіки обумовила те, що саме цей підхід отримав найбільше розповсюдження у сучасній економічній літературі, тим більше, що він зосереджує свою увагу на визначенні джерела конкурентоспроможності країни.

Конкурентоспроможність окремих галузей і економіки в цілому в економічній літературі пропонується оцінювати на основі цілого ряду показників, а саме: продуктивність і зростання продуктивності капіталу, праці; сукупна продуктивність факторів (середня зважена продуктивність капіталу і праці); зростання загальної продуктивності факторів (збільшення випуску, яке не можна пояснити збільшенням використаних факторів – праці та капіталу) тощо.

Визначення конкурентоспроможності країни на основі продуктивності використання ресурсів піддається сумніву згідно з концепцією порівняльних переваг. Навіть та країна, чия продуктивність нижча, ніж у сусідів, може мати порівнянні переваги у виробництві будь-якого товару і, таким чином, знайти своє місце у міжнародній системі розподілу праці.

Підхід до конкурентоспроможності країни як її здатності підвищувати рівень життя у країні (шляхом підвищення продуктивності) отримав широке розповсюдження і знайшов своє відображення у визначеннях, взятих як основні урядами багатьох країн (США, Німеччини,

Канади та ін.). Країнами ОЕСР прийняте загальне визначення конкурентоспроможності як здатності компаній, галузей, регіонів та націй забезпечувати порівняно високий рівень доходів та заробітної плати, залишаючись відкритими для міжнародної конкуренції.

Подібна концепція покладена й у визначення конкурентоспроможності Міжнародним інститутом з розвитку менеджменту (IMD): конкурентоспроможність країни – це її здатність створювати додаткову вартість і таким чином збільшувати національне багатство шляхом управління активами і процесами, привабливістю та агресивністю, глобальністю та оточенням, інтегруючи ці відношення в економічну і соціальну модель; та Світовим економічним форумом: конкурентоспроможність країни – це її здатність досягати постійних (підтримуваних) високих темпів зростання ВВП на душу населення.

Заслуговує на увагу також підхід до визначення конкурентоспроможності країни на основі цін і витрат виробництва. Оскільки конкурентоспроможність товарів, які виробляють національні компанії, і конкурентоспроможність національного експорту є одними з основних ознак конкурентоспроможності відкритої економіки в певний конкретний проміжок часу, ці дані можуть використовуватися з метою моніторингу конкурентоспроможності країни з точки зору окремих характеристик її функціонування. Якщо поєднати цю інформацію з відомостями про вимоги до факторів виробництва, а також характер підприємницької діяльності у країні, можна побачити приблизну картину ідеальної конкурентоспроможної економіки, що втілює мету, до якої повинна прямувати кожна національна держава, яка проводить політику відкритої економіки.

Міжнародна конкурентоспроможність країни характеризується системністю і полягає у здатності країни займати і утримувати стійкі позиції на певних сегментах світового ринку завдяки потужному економічному потенціалу, що забезпечує зростання економіки на інноваційній основі; розвинутій системі ринкових інститутів; володінню значним інтелектуальним капіталом, інвестиційними ресурсами; гнучкому реагуванню на зміни світової кон'юнктури та, відповідно до цього, диверсифікації виробництва, максимально відстоюючи реалізацію національних інтересів заради економічної безпеки та високих стандартів життя населення.

До детермінантів глобальної конкурентоспроможності слід віднести наступні: міцність внутрішньої економіки; ступінь інтеграції у світову економіку; фінанси; науково-технічний прогрес; кадри; інфраструктура бізнесу; менеджмент; уряд.

Необхідно відзначити, що поняття глобальної конкурентоспроможності дещо ширше, ніж поняття конкурентоспроможності країни, оскільки може бути використане щодо групи країн. Проте такий поділ можна вважати дещо умовним. Конкурентоспроможність країни визначається такими детермінантами:

- ресурси (фізичні (доступність природних ресурсів); людські (вартість, кількість, управління); інформаційні (обсяг та якість науково-технічної і ринкової інформації); грошові (вартість капіталу); інфраструктура (її якість і вартість);
- процеси (технології, НТП, інновації);
- привабливість (оцінюється на базі макроекономічних показників);
- соціально-політичний клімат.

Висновки. Багатосторонність конкурентоспроможності, як економічної категорії, проявляється в наступних її аспектах:

- за територіально-географічною ознакою виділяється міжнародна та національна конкурентоспроможність;
- залежно від масштабності економічних суб'єктів виділяється конкурентоспроможність товару (послуги), організації, галузі та економіки в цілому;
- залежно від урахування фактора часу виділяється конкурентоспроможність на визначену дату, за період, у перспективі.

У стратегічному управлінні 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 – це рівень її компетенції відносно інших організацій-конкурентів у накопиченні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо стратегічного), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції (послуг), прибутковість, продуктивність тощо.

Виразом конкурентоспроможності організації є продукція, яку вона виготовляє, або послуги, що вона їй надає. Більшість моделей, що використовуються для аналізу “портфеля організації”, базується на визначенні конкурентоспроможності продукції.

Кожний з етапів життєвого циклу товару має специфічні характеристики конкурентоспроможності. Так, на перших етапах – зародження та вихід на ринок – ними можуть бути швидкість проектних робіт і час виходу на ринок. Далі на перший план виходять показники рентабельності, продуктивності тощо.

До сьогодення не існує розробленої й загально визнаної методики оцінки рівня конкурентоспроможності організації, що дозволяла б чітко і оперативно визначати конкурентні позиції однієї організації на ринку в порівнянні з іншими. Також слід додати, що не існує єдиного визначення серед вчених стосовно визначення поняття “конкурентоспроможність організації”. Відсутній прийнятний набір показників, який може бути покладений в основу методики визначення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства (організації) – це можливість ефективно розпорядитися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.

Обов'язковою умовою конкурентоспроможності є виробництво й реалізація конкурентоспроможних товарів та/або послуг. Таким чином, для забезпечення конкурентоспроможності необхідна систематична робота з усього виробничо-господарського циклу, що приводить до конкурентних переваг у сфері виробництва, науково-технічного прогресу, фінансів, менеджменту, маркетингу. Конкурентоспроможність підприємства є результатом конкурентних переваг з усього спектра проблем управління компанією.

Також важливим є поняття “конкурентоспроможність товару”, під яким розуміється сукупність якісних і вартісних (цінових) характеристик товару, що забезпечує задоволення конкретної потреби клієнта. Конкурентоспроможність товару припускає досить гнучку реакцію продавця на вимоги ринку та поведінку конкурентів. Товар необхідної споживчої цінності повинен бути не тільки виробленим в обумовлених кількостях і вчасно доставленим споживачам, але необхідно мати гарантований його сервіс на рівні, не нижчому за той, що склався у світовій практиці.

На наш погляд, поняття конкурентоспроможності товару у межах дослідження можна не використовувати. Дана позиція обумовлена тим, що продукція (послуга) не є товаром до моменту його пропозиції на ринку. Ми ж однозначно розглядаємо страхову послугу як дію, тобто коли рішення щодо її купівлі продажу, тобто пропозиції на ринку, вже прийнято.

Таким чином, на основі аналізу теоретичних і науково-методичних праць в узагальненому вигляді представлено концепції конкуренції і конкурентоспроможності у цілому, види конкуренції, наведено характеристику видів конкуренції й основні визначення. При цьому весь аналіз проводився по відношенню до страхових організацій.

Список літератури

1. Страхування : підручник / керівник авт. колективу і наук. ред. С. С. Осадець. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2002. – 599 с.
2. Gronroos C. Service management and marketing / C. Gronroos. West Sussex, 2000. – P. 46.
3. Тринчук В. В. Формування та розвиток маркетингу страхових компаній : автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук / В. В. Тринчук. – Київ, 2005.
4. Фурман В. М. Страхування: теоретичні засади та стратегія розвитку : монографія / В. М. Фурман. – К. : КНЕУ, 2005. – 296 с.
5. Бігдаш В. Д. Страхування : навч. посіб. / В. Д. Бігдаш – К. : МАУП, 2006.
6. Сухоруков М. М. Технология продаж страховых продуктов / М. М. Сухоруков. – М. : Анкил, 2004.

Summary

The article carries out the systemic analysis of the basic concepts of competition among insurance companies and the competitiveness of the national economy, offers the concept of successful functioning of insurance companies in competitive environment, studies the international experience of countries with the market economy in the context of competitiveness.

Отримано 17.03.2011

УДК 338.43:664.1