

УДК 368.9.06:339.138

Ніколаєнко С.М.

*к. е. н., старший викладач кафедри економіки та маркетингу
Житомирського державного університету імені Івана Франка*

e-mail: nikolayenko_sm@mail.ru

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ДОБРОВІЛЬНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ

У даній статті обґрунтовано важливість маркетингових досліджень на ринку страхових послуг. Визначено та проаналізовано основні показники функціонування ринку добровільного медичного страхування. Розглянуто доцільність використання інтегральних показників для комплексного аналізу ринку страхування. Розроблено відносні показники рівня розвитку ринку добровільного медичного страхування та проведено їх нормування. Запропоновано та обґрунтовано еталонні значення відносних показників. Розраховано та проаналізовано інтегральний показник рівня розвитку ринку добровільного медичного страхування. Визначено інтервали які характеризують рівень розвитку ринку добровільного медичного страхування. Дана оцінка сучасному ринку добровільного медичного страхування на основі інтегрального показника. Виявлено проблеми та напрями розвитку ринку медичного страхування. Результати дослідження можуть бути використані як у подальшому вивченні ринку добровільного медичного страхування, так і інших ризикових видів страхування.

Ключові слова: маркетингове дослідження, добровільне медичне страхування, інтегральний показник, страхові премії, страхові платежі

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ефективне функціонування страхового ринку неможливе, якщо не розвинені всі його складові, в тому числі й медичне страхування. В останні роки відбувається інтенсивний розвиток ринку добровільного медичного страхування (ДМС), про що свідчать данні звітів про діяльність Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. Необхідність оцінки рівня розвитку ринку ДМС та її постійного моніторингу особливо гостро постає сьогодні з огляду на динамічність змін у страховому секторі та постійними спробами реформування вітчизняної медицини. Проте зростання страхових премій на ринку ДМС та його питомої ваги на вітчизняному страховому ринку не дає повної картини розвитку даного ринку. У сучасній економічній науці широкого застосування набуває використання інтегральних показників для дослідження певних ринків та явищ. Це ж відноситься і до ринку страхування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням медичного страхування присвячено багато праць таких вітчизняних вчених як: Базилевич В. Д., Базилевич К. С., Мних М. В., Радиш Я. Ф., Рудень В. В., Стеценко В. Ю., Чкан І. О. та інші. Проблемами маркетингових досліджень страхового ринку та застосування інтегральних показників у сфері страхування присвячені праці таких вітчизняних вчених як: Бабець І. Г., Жабинець О. Й., Журавка О. С., Кравчук Г. В. та інші. Віддаючи належне доробкам вітчизняних та зарубіжних науковців, варто зазначити, що комплексному аналізу ринку ДМС зовсім не приділялося уваги, що й обумовило вибір тематики даної статті.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження та комплексний аналіз ринку ДМС за допомогою розробленого автором інтегрального показника рівня розвитку ринку добровільного медичного страхування.

Виклад основного матеріалу дослідження. З погляду Ф. Котлера, «маркетингові дослідження – це систематичне визначення кола даних, необхідних у зв'язку з маркетинговою ситуацією, що постає перед фірмою, їх збір, аналіз і звіт про результати» [5, с. 450]. Проведення маркетингових досліджень забезпечує страховика своєчасною, актуальною і надійною маркетинговою інформацією з метою прийняття ефективних управлінських рішень. Тому маркетингові дослідження мають розглядатися керівництвом як частина управління страховою компанією, методично та систематично вводиться у процес планування маркетингової стратегії страхової компанії.

Проведення маркетингових досліджень страхового ринку передбачає [8]:

- комплексне маркетингове дослідження ринку (вивчення та аналіз ринку в цілому і його тенденцій; вивчення переваг страхувальника, комплексна оцінка продукту, бренду, логотипу страхової компанії);
- аналітичний огляд страхового ринку (ринок у цілому, обсяг, тенденції, висновок експертів ринку);
- виявлення фактичних і потенційних страхувальників, їхні актуальні проблеми та можливі шляхи вирішення цих проблем;
- вивчення споживачів;
- вивчення конкурентів (цінова політика, виробничі потужності, асортимент послуг або асортиментний портфель, якість обслуговування та рівень надання послуг, сильні та слабкі сторони, маркетингова стратегія);
- аналіз можливості появи нових страховиків;
- вивчення рекламної активності: оцінка рекламної кампанії, тестування рекламних роликів, буклетів і т.д.;
- аналіз позиціонування (на підставі маркетингового дослідження).

Для комплексного аналізу ринку доцільно використовувати інтегральні показники. Під інтегральним показником будемо розуміти

деякий умовний числовий вимірювач латентної якості досліджуваного явища. Метою побудови інтегрального показника є компактний опис деякої якості досліджуваного явища зі збереженням основних властивостей структури досліджуваних об'єктів [3, с. 35].

Розрахунок інтегрального показника складається з декількох етапів. Перший етап – це вибір найвагоміших факторів, які впливають на розвиток ринку медичного страхування. При цьому треба дотримуватись основних вимог у процесі відбору та аналізу показників:

1) достовірність інформації – джерело інформації має бути офіційним, надійним та достовірним;

2) збалансованість показників – показники не повинні повторювати один одного;

3) єдина періодичність надходження інформації (як правило один рік).

Для побудови інтегрального показника рівня розвитку ринку добровільного медичного страхування, будемо використовувати основні показники діяльності даного ринку (табл. 1). Для розрахунку використовуємо сумарні дані за показниками безперервного страхування здоров'я, страхування здоров'я на випадок хвороби та страхування медичних витрат.

Таблиця 1

Показники ринку добровільного медичного страхування

№ з/п	Показник	Рік				
		2011	2012	2013	2014	2015
1.	Валові надходження страхових платежів ДМС, млн. грн.	1656,5	1965,2	2195,8	2265,7	2689,4
2.	Виплати страхових сум ДМС, млн. грн.	889,7	1062,3	1179,4	1289,1	1415,1
3.	Чисельність населення, млн. осіб	45,8	45,6	45,4	43,0	42,8
4.	Наявний дохід, млн. грн.	988983	1149244	1215457	1151656	1331735
5.	Кількість договорів ДМС,	4,1	5,7	20,7	5,9	4,5

	млн. од.					
6.	Страхові премії з добровільних видів страхування всього, млн. грн.	18046,7	16157,9	22522,0	20772,0	22927,0
7.	Загальний обсяг відповідальності страхових компаній за договорами ДМС, млн. грн.	425627,7	672848,7	1251316,1	1105756,9	1555118,2

Джерело: за даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [7] та [9]

За допомогою вище зазначених показників визначаємо такі відносні показники:

1) частка ринку ДМС у добровільних видах ризикового страхування (K_1), яка розраховується відношенням страхових премій, отриманих за добровільним медичним страхуванням, до страхових премій за всіма видами добровільного страхування, крім страхування життя;

2) коефіцієнт рівня виплат за договорами ДМС (K_2), який розраховується відношенням страхових виплат до страхових премій добровільного медичного страхування;

3) коефіцієнт прийняття медичного страхування (K_3), який розраховується відношенням страхових премій ДМС до наявних доходів населення країни;

4) коефіцієнт участі населення у ДМС (K_4), який розраховується відношенням кількості укладених договорів ДМС до загальної кількості населення країни;

5) коефіцієнт відповідальності страхових компаній (K_5), який розраховується відношенням загального обсягу відповідальності страхових компаній за договорами ДМС до страхових премій ДМС.

Отримані результати наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Відносні показники рівня розвитку ринку добровільного медичного страхування

№ з/п	Показник	Рік				
		2011	2012	2013	2014	2015
1.	Частка ринку ДМС у добровільних видах ризикового страхування (K_1)	0,0918	0,1216	0,0975	0,1091	0,1304
2.	Коефіцієнт рівня виплат за договорами ДМС (K_2)	0,5371	0,5406	0,5371	0,5690	0,4734
3.	Коефіцієнт прийняття медичного страхування (K_3)	0,0017	0,0018	0,0018	0,0015	0,0022
4.	Коефіцієнт участі населення у ДМС (K_4)	0,0895	0,1250	0,4559	0,1372	0,1051
5.	Коефіцієнт відповідальності страхових компаній (K_5)	256,9440	342,3818	569,8680	488,0421	520,2108

Джерело: розраховано автором

Оскільки отримані коефіцієнти мають різну розмірність для їхньої спільної оцінки переходимо до другого етапу – нормування. При цьому індикатори замінюються індексами, які зручно аналізувати та, які знаходяться в межах $[0, 1]$. Відзначимо, що після нормування зберігається тонка структура зміни окремих індикаторів. При цьому з'являється реальна можливість їх порівняння і відображення в єдиній системі координат.

Для нормування показників використаємо метод порівняння з еталонним (оптимістичним прогнозом) значенням:

$$K_{in} = \frac{K_i}{K_i^{em}}, \quad (1)$$

де K_{in} – нормоване значення показника;

K_i – його фактичне значення;

K_i^{em} – еталонне значення, до якого має прагнути показник K .

Перевагою такого методу нормування є легкість його застосування. Проте, еталонне значення показників в багатьох випадках відсутнє. Часто

використовуються експертні оцінки, які можуть мати певний ступінь суб'єктивізму [6, с. 291].

Еталонним значенням показника K_1 приймаємо 0,3, тобто, як оптимістичний прогноз очікуємо в структурі страхових премій добровільних ризикових видів страхування 30% премій медичного страхування. Прогноз будується на основі динаміки розвитку медичного страхування та припущення переходу страхувальників від страхування від нещасних випадків до медичного страхування, як такого, що покриває більші ризики.

Еталонним значенням показника K_2 приймаємо критичне значення 0,7. В наш час страховики намагаються приймати на страхування ризики з меншою ймовірністю настання, в результаті чого мають рівень виплат близько 55%. Розширюючи ризики та здійснюючи більше виплат, страховики залучають більше страхувальників.

Еталонним значенням показника K_3 приймаємо 0,05. 5% наявного доходу особи вистачить на страховий платіж з достатнім обсягом відповідальності.

Еталонним значенням показника K_4 приймаємо 0,8. Логіка такого значення виходить з бажання охопити добровільним медичним страхуванням максимальну кількість населення за вирахуванням дітей до 1 року ($\approx 1,2\%$), осіб старших за 70 років ($\approx 11,5\%$) та осіб без певного місця проживання.

Еталонним значенням показника K_5 приймаємо 500. Прийняття страховиками більшого обсягу відповідальності зміцнить їх позиції на ринку та привабить страхувальників.

На наступному етапі розраховується інтегральний показник рівня розвитку ринку добровільного медичного страхування як середньоарифметичне зважене нормованих показників з урахуванням ступеня значущості кожного з показників:

$$I_j = \sum_{i=1}^n a_i \cdot K_{inj}, \quad (2)$$

де I_j – інтегральний показник розвитку ринку добровільного медичного страхування за j рік;

a_i – ваговий коефіцієнт, що визначає ступінь внеску i -го показника в інтегральний індекс. При чому ступені значущості кожного з параметрів вважаємо однаковими, тобто 0,2.

K_{inj} – нормовані значення вхідних показників за j -й рік.

Проведемо нормування показників та визначимо інтегральний показник рівня розвитку ринку ДМС (табл. 3).

Для аналізу інтегрального показника необхідно визначити інтервали, які характеризують різні рівні розвитку ринку ДМС. Пропонуємо наступне:

[0 – 0,10] – критичний рівень стану ринку ДМС;

(0,10 – 0,30] – низький рівень розвитку ринку ДМС;

(0,30 – 0,50] – задовільний рівень розвитку ринку ДМС;

(0,50 – 0,70] – середній рівень розвитку ринку ДМС;

(0,70 – 1,00] – високий рівень розвитку ринку ДМС.

Таблиця 3

Інтегральний показник рівня розвитку ринку добровільного медичного страхування

№ з/п	Показники	Нормовані значення				
		2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1.	Частка ринку ДМС у добровільних видах ризикового страхування (K_1)	0,3060	0,4054	0,3250	0,3636	0,4346
2.	Коефіцієнт рівня виплат за договорами ДМС (K_2)	0,7673	0,7722	0,7673	0,8128	0,6762
3.	Коефіцієнт прийняття медичного страхування (K_3)	0,0335	0,0360	0,0369	0,0292	0,0449
4.	Коефіцієнт участі населення у ДМС (K_4)	0,1119	0,1563	0,5699	0,1715	0,1314
5.	Коефіцієнт відповідальності	0,5139	0,6848	1,1397	0,9761	1,0404

	страхових компаній (K_5)					
6.	Інтегральний показник рівня розвитку ринку добровільного медичного страхування (I)	0,3465	0,4109	0,5678	0,4706	0,4655

Джерело: розраховано автором

Результати проведених розрахунків свідчать, що рівень розвитку ринку добровільного медичного страхування в Україні знаходиться у задовільному стані. У 2013 році рівень розвитку ринку ДМС визначаємо як середній. Це дозволяє визначити на найближчу перспективу систему заходів управління щодо розвитку національного ринку ДМС. Особливу увагу треба звернути на охоплення більшої кількості населення, що посилють коефіцієнти K_1 , K_3 , K_4 . Коефіцієнти K_2 та K_5 , які характеризують діяльність страхових компаній, хоча і мають задовільне значення, проте ще мають резерви для збільшення.

Висновки. Застосування інтегрального показника полегшить вивчення та прогнозування розвитку ринку добровільного медичного страхування, оскільки в інтегральному показнику акумулюються значення інших показників, скоригованих у відповідності до їх вагомості. Аналіз ринку добровільного медичного страхування дозволяє дійти висновку, що хоча даний вид страхування вже зайняв певну нішу на ринку страхування та досить активно розвивається, проте ще недостатньо розвинений. До негативних чинників розвитку ринку ДМС можна віднести економічну нестабільність в країні, низьку якість та складні умови життя, невизначеність статусу і перспектив медичного страхування на загальнодержавному рівні, низький рівень реальних доходів населення, нерозуміння підприємницьким сектором необхідності впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності тощо. Проте ринок демонструє сталу динаміку зростання і є цікавим для страхових компаній. Знаходиться все більше громадян, які незважаючи на обмеження, все ж таки витрачають гроші на страховку. Очікується, що вже скоро багато

страхових компаній спробують розширити клієнтську базу за рахунок реалізації більш дешевих і доступних програм. Основний акцент, найімовірніше, буде зроблений на програми з обмеженим набором послуг і більш низькою вартістю, обслуговування за якими відбувається на базі лікувальних установ середньої та низької цінових категорій.

Запропонований інтегральний показник може бути використаний при дослідженні інших видів ринків ризикового страхування. Проте, відповідно до специфіки певного ринку, він може бути адаптований чи доповнений.

Список використаних джерел:

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. Бабець І. Г. Інтегральна оцінка безпеки страхового ринку України / І. Г. Бабець, О. Й. Жабинець // БізнесІнформ. – 2015. – № 2. – С. 223–228.
3. Григорук П. М. Методи побудови інтегрального показника / П. М. Григорук, І. С. Ткаченко // БізнесІнформ. – 2012. – № 4. – С. 34–38.
4. Журавка О. С. Науково-методичні засади стратегічного розвитку страхового ринку України: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит / О. С. Журавка. – Суми, 2010. – 24 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок. / Ф. Котлер. Пер. с англ. В. А. Гольдича и А. И. Оганесовой. – М.: АСТ, 2001. – 786 с.
6. Митяков Е. С. К вопросу о выборе весов при нахождении интегральных показателей экономической динамики / Е. С. Митяков, Д. А. Корнилов // Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р. Е. Алексеева. – 2011. – № 3 (90). – С. 289–299.

7. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг / Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nfr.gov.ua.

8. Сабірова А. Е. Маркетингові дослідження як елемент маркетингової стратегії страхової компанії [Електронний ресурс] / А. Е. Сабірова // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 8. – Режим доступу до журн.: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ipd_2013_8_27.pdf

9. Україна у цифрах у 2015 році. Статистичний збірник. За ред. І. М. Жук. – К.: Державна служба статистики України. – 2016. – 239 с.

10. Чкан І. О. Розвиток добровільного медичного страхування в Україні / І. О. Чкан // Наукові записки. Серія «Економіка». – Випуск 19. – 2012. – С. 395-397.

REFERENCES

1. Kozmenko, O. V., Kozmenko, S. M., @ Vasyliieva, T. A. et. al. (2014). «4P» *marketynhu strahovyh kompanii: monohrafiia* [«4P» *marketing insurance companies: monograph*]. O. V. Kozmenko (Ed). Sumy: Universytetska knyga [in Ukrainian].

2. Babets, I. H., & Zhabynets, O. Yo. (2015). Intehralna otsinka bezpeky strakhovoho rynku Ukrayiny [Integrated Estimation of the Security of Insurance Market in Ukraine]. *BiznesInform – BusinessInform*, 2, 223–228 [in Ukrainian].

3. Hryhoruk, P. M., & Tkachenko, I. S. (2012). Metody pobudovy intehralnoho pokaznyka [Methods of integral index]. *BiznesInform – BusinessInform*, 4, 34–38 [in Ukrainian].

4. Zhuravka, O. S. (2010) Naukovo-metodychni zasady stratehichnoho rozvytku strakhovoho rynku Ukrayiny [Scientific-methodical basis of strategic

development of the Ukrainian insurance market]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Sumy [in Ukrainian].

5. Kotler P. (2001). *Kotler On Marketing Marketing in the third millennium: how to create, win and dominate markets*. (V. Holdich, & A. Ohanesova, Trans). Moscow: AST.

6. Mitiakov, E. S., & Kornilov, D. A. (2011). К вопросу о выборе весов при нахождении интегральных показателей экономической динамики [On the selection of weights in finding the integral indicators of economic dynamics]. *Trudy Nizhegorodskoho hosudarstvennoho tekhnicheskoho universiteta im. R. E. Alekseeva. – Proceedings of the R. E. Alekseev Nizhny Novgorod State Technical University*, 3(90), 289–299 [in Russian].

7. Natsionalna komisiia, shcho zdiisniuie derzhavne rehuliuвання u sferi rynkiv finansovyh posluh. Oficiinyi sait [The National Commission for State Regulation of Financial Services Markets. Official site]. Retrieved from <http://www.nfp.gov.ua> [in Ukrainian].

8. Sabirova, A. E. (2013). Marketynhovi doslidzhennia yak element marketynhovoї stratehii strahovoї kompanii [Marketing research as the part of marketing strategy of the insurance company]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investment: Practice and Experience*, 8. Retrieved from http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21 COM=2&I21DBN=UJRN &P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD =1&Image_file_name=PDF/ipd_2013_8_27.pdf [in Ukrainian].

9. Zhuk, I. M. (Eds.). (2016). *Ukraine in Figures, 2015*. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy.

10. Chkan, I. O. (2012). Rozvytok dobrovilnoho medychnoho strakhuvannia v Ukraini [The development of voluntary medical insurance in Ukraine]. *Naukovi zapysky. Seriiia "Ekonomika" – Proceedings. Series "Economy"*, 19, 395–397 [in Ukrainian].

НИКОЛАЕНКО С. Н. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ

В данной статье обоснована важность маркетинговых исследований на рынке страховых услуг. Определены и проанализированы основные показатели функционирования рынка добровольного медицинского страхования. Рассмотрена целесообразность использования интегральных показателей для комплексного анализа рынка страхования. Разработаны относительные показатели уровня развития рынка добровольного медицинского страхования и проведено их нормирование. Предложено и обосновано эталонные значения относительных показателей. Рассчитан и проанализирован интегральный показатель уровня развития рынка добровольного медицинского страхования. Определены интервалы характеризующие уровень развития рынка добровольного медицинского страхования. Дана оценка современному рынку добровольного медицинского страхования на основе интегрального показателя. Выявлены проблемы и направления развития рынка медицинского страхования. Результаты исследования могут быть использованы как в дальнейшем изучении рынка добровольного медицинского страхования, так и других рискованных видов страхования.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, добровольное медицинское страхование, интегральный показатель, страховые премии, страховые платежи.

NIKOLAIENKO S. M. MARKET RESEARCH VOLUNTARY HEALTH INSURANCE

In this article the importance of market research to the insurance market. Identified and analyzed key performance indicators of the market for voluntary health insurance. Consider the feasibility of using integrated indicators for the integrated analysis of the insurance market. Developed ratios of development of

the voluntary health insurance and conducted their valuation. The standard values of relative indexes are offered and reasonable. Calculated and analyzed integral indicator of the development of the voluntary health insurance. Determined intervals that characterize the level of development of the voluntary health insurance. The evaluation of the present market for voluntary health insurance based on the integral indicator. The problems and directions of development of the health insurance. Results of the study can be used as further studied the market of voluntary medical insurance and other risky types of insurance.

Keywords: marketing research, voluntary medical insurance, integral index, insurance premiums, insurance payments.

Стаття надійшла до редакції 25.08.2016 р.

Авторська довідка

	Українською мовою	Англійською мовою
ПІБ/ Last name, first name	Ніколаєнко Сергій Миколайович	Nikolaenko Sergii
Науковий ступінь/ Scientific degree	к.е.н.	Ph.D. in Economics
Вчене звання/ Scientific rank	-	-
Посада/ Position	старший викладач кафедри економіки та маркетингу	senior Lecturer of chair of economy and marketing
Установа/ Establishment	Житомирський державний університет імені Івана Франка	Zhytomyr Ivan Franko State University