

Шаповал Л.П., к.е.н., доцент,
ORCID: 0000-000247422441, e-mail: Shapoval26@meta.ua
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
Завора Т.М., к.е.н., доцент,
ORCID: 0000-0003-3289-7177, e-mail: tainazavora@gmail.com
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ВИДІВ АВТОСТРАХУВАННЯ

***Анотація.** Запропоновано алгоритм оцінювання конкурентної позиції ринку автострахування України на основі методу багатовимірного порівняльного аналізу, який включає п'ять етапів: обґрунтування та розрахунок системи показників; побудову матриці вихідних даних і матриці конкурентного позиціонування видів автострахування; розрахунок конкурентних позицій видів автострахування та побудову прогнозу моделі конкурентного позиціонування видів автострахування, що дозволить моделювати стан видів автострахування в майбутньому відповідно до європейських вимог.*

***Ключові слова:** ринок автострахування, конкурентна позиція, метод багатовимірного порівняльного аналізу.*

Liudmyla Shapoval, Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor
ORCID: 0000-000247422441, e-mail: Shapoval26@meta.ua
Kremenchuk National Mykhaylo Ostrogradskiy University
Taina Zavora, Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor
ORCID: 0000-0003-3289-7177, e-mail: tainazavora@gmail.com
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

DETERMINATION OF INSURANCE MARKET KINDS COMPETITIVE POSITION

***Abstract.** Algorithm of Ukrainian vehicle insurance market competitive position estimation based on the method of multidimensional comparable analysis consisting of five stages is suggested. Previously mentioned algorithm includes following stages: construction of output data matrix and competitive positioning matrix for vehicle insurance types; calculation of competitive positions for vehicles insurance types and constructing a predictive model of competitive positioning for vehicles insurance types. This should provide vehicles insurance condition modelling in the future in accordance with European requirements.*

***Keywords:** vehicle insurance market, competitive position, method of multidimensional comparable analysis.*

У сучасних умовах Україна знаходиться на стадії формування конкурентоспроможного ринку автострахування, його реформації та приведення у відповідність відповідно до загальноприйнятих у всьому світі вимог, тому питання розроблення механізму визначення конкурентної позиції видів автострахування є актуальним.

З метою комплексного оцінювання конкурентних позицій ринку автострахування доцільним є використання методу багатовимірного порівняльного аналізу. Він дозволяє розрахувати конкурентну позицію для окремого полісу автотранспортного страхування

порівняно зі страховими продуктами за допомогою аналізу цілої низки взаємопов'язаних факторів.

Комплексне оцінювання конкурентних позицій ринку автострахування передбачає розроблення алгоритму визначення конкурентної позиції видів автострахування. Зазначений алгоритм передбачає здійснення таких етапів:

1. Обґрунтування та розрахунок системи показників, що характеризують результативність ринку автострахування (табл. 1).

Таблиця 1.

Система показників для аналізу за методом багатовимірного порівняльного аналізу видів автострахування

Показник	Розрахунок
Рівень невиконаних платежів	(Страхові виплати / Страхові премії)
Прибуток	Страхові премії – Страхові виплати – Витрати на ведення справи
Рентабельність страхової послуги	Прибуток / Страхові премії
Доходи на 1 грн. страхових платежів	(Витрати на ведення справи / Страхові премії)
Темп зростання кількості договорів	Кількість договорів за поточний рік / Кількість договорів за попередній рік
Рівень ділової активності	Страхові премії / Валюта балансу за попередній рік
Рівень виплат	Страхові виплати / Страхові премії
Темп зростання страхових премій	Страхові премії за поточний рік / Страхові премії за попередній рік

2. Побудова матриці вихідних даних $A_{i,j}$ на основі розрахованих показників (де i – розрахований показник, j – вид страхування), та за кожним показником визначимо найбільше значення, яке прийматимемо за еталон.

3. Побудова матриці конкурентного позиціонування видів автострахування. Усі елементи матриці вихідних даних стандартизуємо відносно еталонних показників за формулою

$$X_{i,j} = \frac{A_{i,j}}{\max A_{i,j}} \quad (1)$$

Еталонне значення приймаємо за одиницю та будуємо стандартизовану матрицю.

4. Розрахунок конкурентних позицій видів автострахування. Розраховуємо конкурентну позицію (P_i) для кожного виду автострахування за формулою

$$P_i = (k_1(1 - X_{1,j})^2 + k_2(1 - X_{2,j})^2 + \dots + k_n(1 - X_{n,j})^2)^{\frac{1}{2}}, \quad (2)$$

де k_n – ваговий коефіцієнт, який використовується у тому випадку, коли аналізуються показники різної ваги.

Найвищу конкурентну позицію має той вид автострахування, котрий має найменше значення P_i .

5. Побудова прогнозної моделі конкурентного позиціонування видів автострахування. Будуємо прогнозу модель конкурентного позиціонування видів автострахування на основі простої (лінійної) регресії типу:

$$y = ax + b \quad (3)$$

Таким чином, використовуючи метод багатовимірного порівняльного аналізу, можна визначити конкурентну позицію видів автострахування, яка буде сприяти

розвитку маркетингової діяльності в страхових компаніях, дослідженню стану ринку автострахування, вивченню попиту на страхові продукти, організації ефективної системи продажів, що в майбутньому підвищить якість страхового портфеля.

Література

1. *Реформування ринків фінансових послуг в умовах інтеграції до європейського фінансового простору: монографія / наук. ред. канд. екон. наук Р. Пукала і докт. екон. наук, проф. Н.М. Внукова. – Харків : ТО Ексклюзив, 2016. – 166 с.*